



DOSSIER CATÉGORIE 9

WOMEN IN GAMES X MASTERCARD X SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



CONTEXTE

POUR LA MIXITÉ DANS L'ESPORT

Dans le cadre de leur stratégie autour des causes sociétales, quels que soient les domaines concernés, MASTERCARD, partenaire mondial & exclusif des événements mondiaux de League of Legends, depuis 2018, et SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, sponsor majeur de l'équipe professionnelle GamersOrigin depuis 2018 également, s'associent pour défendre l'égalité & la mixité dans l'univers de l'esport.

C'est pourquoi, **MASTERCARD & SOCIÉTÉ GÉNÉRALE** sont devenus, en 2021, **partenaires de « Women In Games »**, association qui œuvre pour ces causes & qui met en lumière des joueuses talentueuses pour les aider à intégrer la scène esportive via son incubateur.



POURQUOI CE CHOIX ?

À LA CROISÉE DES ENGAGEMENTS MASTERCARD & SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

A. ESPORT

Valorisation du partenariat avec League of Legends pour MASTERCARD & de GamersOrigin pour SOCIÉTÉ GÉNÉRALE.

B. BTOB

Activation commune du partenariat par 2 partenaires qui se rejoignent sur les questions sociétales et qui ont un business commun.

C. INCLUSION

Accompagnement des 2 joueuses, Velouria (24 ans) alias « Salty Viki », & Oriane (23 ans), alias « Noxtra », 2 membres de l'association « Women in Games ». En leur donnant la chance d'évoluer dans des conditions « professionnelle », tout en favorisant de nombreuses rencontres leur permettant de découvrir l'ensemble des opportunités professionnelles de l'esport.

STRATÉGIE



FIL ROUGE : COACHING BY GAMERSORIGIN

MAI 2021 A JUIN 2022

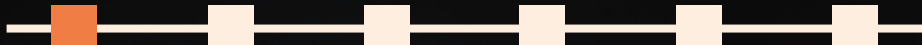
Pour offrir le maximum de chance est 2 filles sélectionnées dans l'incubateur Women In Games, il fallait pouvoir les mettre dans les meilleures conditions pour les faire progresser.

Dans ce sens que GamersOrigin (sponsorisé par SOCIÉTÉ GÉNÉRALE) a mis en place un programme sur-mesure pour chacune des sélectionnées, afin de les accompagner et les faire progresser sur l'ensemble des aspects essentiels à un gamer de League of Legends.

Au-delà du matériel et de l'accès au centre d'entraînement de l'équipe GamersOrigin, les filles avaient un coach personnel dédié, en charge de les faire progresser sur une base de plusieurs rendez-vous mensuels. Elles pouvaient également échanger avec l'ensemble des joueurs GamersOrigin pour prendre différents conseils.

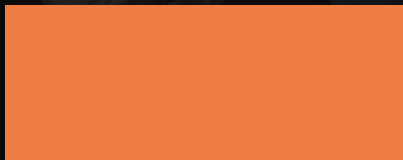
Ce fut un véritable succès sportif grâce auquel les filles ont réellement passé un step, leur permettant de pouvoir intégrer des équipes mixtes à un niveau semi-professionnel.

En plus de cela, et pour rythmer cette année, plusieurs temps forts sont venus ponctuer le coaching avec la finalité de produire le 1er documentaire 100% sport féminin !



1.

STRATÉGIE



1. MEDIA DAY

MAI 2021

Afin de lancer le dispositif, nous avons organisé un media day chez GamersOrigin, permettant de :

- Renforcer le lien avec l'association.
- Présenter les raisons de l'engagement MASTERCARD / SOCIÉTÉ GÉNÉRALE.
- Commencer à travailler les éléments de langage et storytelling autour du parcours des 2 joueuses sélectionnées, tout en les initiant au media training.
- Créer le lien entre les joueuses & l'équipe professionnelle de GamersOrigin.
- Produire les contenus qui pourront être utilisés tout au long de la saison :
 - Shooting photos
 - Vidéos de présentation des 2 filles :
https://www.instagram.com/tv/CQ4VV2CIY5X/?utm_source=ig_web_copy_link
- Envoyer un communiqué de presse d'annonce du partenariat & du dispositif

Un temps indispensable pour lancer efficacement le partenariat.

SHOOTING PHOTOS



**JOUEUR
GAMERSORIGIN
& SALTY VIKI**



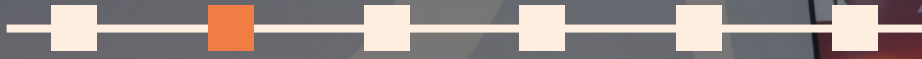
SALTY VIKI



NOXTRA



**COACH WIG
& NOXTRA**



2.

2. VOYAGE À BERLIN

AOÛT 2021

Quelques mois après le media day, nous avons piloté **l'organisation d'un voyage dans les locaux de G2 (dont MASTERCARD est partenaire)**, permettant à « Salty Viki » & « Noxtra » de rencontrer les joueurs professionnels et des membres du Team, dont des femmes.

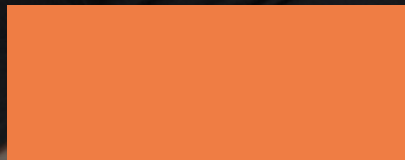
Une activation pour :

- Proposer une expérience Priceless.
- Faire grandir le réseau des filles dans l'univers de l'esport.
- Découvrir un univers professionnel de très haut niveau.
- Poursuivre le développement des joueuses.
- Découvrir l'ensemble des métiers / opportunités qui existent autour d'un Team Professionnel

Lors du voyage elles ont également eu la chance de rencontre **la journaliste esport Sjokz (parrainée par MASTERCARD)**, pour continuer d'échanger sur la place des femmes dans cet univers et développer leurs compétences d'interview.

Un dispositif complet qui s'est avéré être le meilleur souvenir des filles lors de cette année d'incubation.

STRATÉGIE



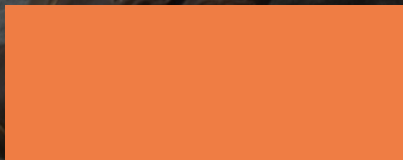
PHOTOS SÉJOUR





3.

STRATÉGIE



3. PODCASTS « CHAMPIONNES DU MONDE »

OCTOBRE / NOVEMBRE 2021

Création d'une série de podcasts, en partenariat avec « Championnes du Monde », qui met en avant la place & le parcours des femmes dans l'univers du sport, hébergée sur Eurosport.

Pour la 1^{ère} fois, la thématique esport a été traitée dans ce podcast, avec 3 épisodes à la clé :

- 1 épisode sur « Women in Games ».
- 1 épisode sur « Salty Viki ».
- 1 épisode sur « Noxtra ».

Pour faire rayonner ces formats & rediriger l'audience, nous avons déployé une stratégie 100% réseaux sociaux (Mastercard, Société Générale, « Women in Games »).

Des podcasts qui ont pu être réalisés suite au travail de média training initié depuis le media day, et qui permet aussi aux filles d'augmenter leur visibilité sur les réseaux tout en renforçant leur légitimité.

PHOTOS & BILAN



11K

ÉCOUTES
PODCASTS.



5K

VUES – RÉSEAUX SOCIAUX.





4.

4. LESTREAM, MNT & CAPSULE WORLDS 2021

DÉCEMBRE 2021

L'objectif de ces activations est de **capitaliser sur les assets de MASTERCARD & SOCIÉTÉ GÉNÉRALE**, pour créer des synergies & des opportunités de mise en avant pour les filles & le programme « Women in Games ».

LeStream

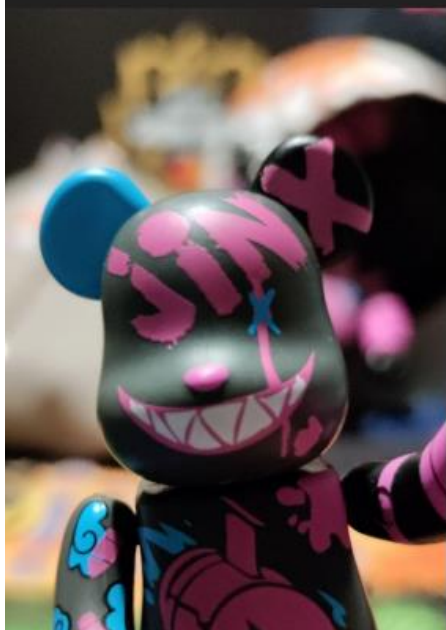
- Invitation dans une émission dédiée à la place des femmes dans l'univers du gaming / esport. Emission tournée en parallèle du Mastercard Tournament.
- Plus de 9K vues sur cet épisode diffusé dans le cadre de la campagne média du Mastercard Nexus Tour :
https://www.youtube.com/watch?v=u_KILm3j1Wg

Capsule Worlds 2021

- Lancement par MASTERCARD & League of Legends d'une collection capsule pour les Mondiaux 2021. Collection réservée qu'à une poignée d'influenceurs & offerte à « Salty Viki » & « Noxtra »

STRATÉGIE

PHOTOS





5.

5. DOCUMENTAIRE « LEGEND(E)S »

JUIN 2022

Présentation

Création d'un documentaire dédié à l'année d'incubation des 2 filles, pour mettre en valeur leur parcours, leur progrès & leur intégration au sein de GamersOrigin.

Un format de 44 minutes, avec visibilité partenaires du début à la fin. Un vrai outil de promotion au service de la place des femmes dans l'univers de l'esport.

Lien :

<https://www.youtube.com/watch?v=ISQu6eQRI-c>

Au-delà de la diffusion YouTube, le documentaire a également été diffusé sur la chaîne MGG (anciennement ES1)

Legend(e)s

AU CŒUR DE WOMEN IN GAMES FRANCE



SOCIETE
GENERALE



STRATÉGIE





5.

5. DOCUMENTAIRE « LEGEND(E)S »

JUIN 2022

Soirée de Lancement

Un reveal événementiel du documentaire pour mettre en avant les filles, l'association & le documentaire & les partenaires.

- Soirée au sein des locaux de GamersOrigin.
- 100 personnes.

Push PR

Un lancement qui a bénéficié d'un push relations média pour travailler la visibilité des partenaires :

- Invitation à près de 900 contacts.
- 4 médias & 1 influence présents.
- 1 communiqué de presse post-event.
- 8 retombées réalisées (dont le Figaro) + stories. 2 interviews calées ou en cours de calage.

Push Médias

Pour accompagner le lancement, une campagne média a également été orchestrée sur la base d'un teaser vidéo sur les principaux médias esport.

Legend(e)s

AU CŒUR DE WOMEN IN GAMES FRANCE



SOCIETE
GENERALE



STRATÉGIE



PHOTOS & BILAN

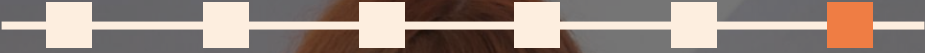
3^K

VUES – YOUTUBE.

111^K

REACH – TWITTER.





6.

6. COMMUNICATION GLOBALE

EN FIL ROUGE

Mise en place d'une **communication 360** **activant les écosystèmes de toutes les parties-prenantes** :

- « Women in Games » :
 - Twitter.
- MASTERCARD :
 - Page priceless.com & réseaux sociaux.
- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE :
 - Pages esport.

Une communication renforcée lors des temps forts, comme l'annonce, & déployée en fil rouge toute l'année.

STRATÉGIE



PIGES

945K

REACH – WOMEN IN GAMES.



QUELS RÉSULTATS ?

Un bilan positif pour les parties-prenantes principales du projet.

Pour MASTERCARD & SOCIÉTÉ GÉNÉRALE : l'ensemble du dispositif a permis de répondre aux différents objectifs fixés initialement, à savoir :

- Augmenter la visibilité des femmes dans le monde de l'esport.
- Sensibiliser les gens sur les problèmes que les femmes rencontrent dans l'esport.
- Soutenir/souligner la place des femmes dans l'esport.
- Regrouper & collaborer entre partenaires, en créant des synergies pour mettre en place un dispositif gagnant / gagnant autour d'une cause commune pour toutes les parties prenantes (MASTERCARD, SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, GAMERSORIGIN, G2, WIG, ETC.).

Pour les filles : elles ont pu développer leurs connaissances, booster leurs parcours et leurs réseaux & se rapprocher de leur rêve de devenir joueuse professionnelle. Aujourd'hui, « Salty Viki » a changé de vie, en venant s'installer sur Paris et travaille au sein du Groupe Vitality. « Noxtra » a repris ses études de psychologie, tout en ayant conscience que les Teams Professionnels sont aussi à la recherche de ce type de compétence et se verrait bien offrir ses services à l'un d'eux rapidement.

Pour « Women in Games » : accroître sa visibilité, sensibiliser & décrocher le financement permettant de continuer le projet d'incubateur et de se développer à l'échelle internationale.



RÉSUMÉ & CRÉDITS

RÉSUMÉ

Partenariat Women in Games x MASTERCARD x SOCIETE GENERALE

Dans l'objectif de mettre en avant la place des femmes dans l'esport, d'augmenter leur visibilité et de mettre en lumière les différents problèmes qu'elles rencontrent, ce projet a su réunir de nombreuses entités autour d'une cause commune.

Ainsi, au travers du partenariat avec Women in Games, MASTERCARD & SOCIETE GENERALE ont mis en commun leurs forces, leurs assets et leurs budgets pour proposer un dispositif plus fort et plus impactant, permettant de faire vivre une expérience inédite aux filles, tout en mettant en place un plan de communication plus puissant pour faire rayonner la place des femmes dans l'esport.

CRÉDITS

Photos : Thomas O'Biren / Cloumzy
Vidéos : JK Agency