



Communiqué de presse

Paris, le 13 juin 2023

ALDI S'ENGAGE DANS LA FÉMINISATION DE L'ESPORT

Partenaire de l'esport, l'enseigne inventrice du Discount lance une campagne active en faveur de la féminisation du secteur et de l'esport, « PLACE AUX NOUVELLES GAMEUSES ».

Trois ans après son entrée dans l'univers esport, Partenaire Officiel de Team Vitality et de Gentle Mates, Partenaire Majeur de Solary et de la LFL (Ligue Française de League of Legends), ALDI France souhaite aller plus loin dans l'accompagnement de la pratique pour tous, et se rapprocher des « nouveaux consommateurs ».

**GAME OVER POUR
LES IDÉES REÇUES**

WIG ALDI

Il y a des jeux qui sont, en réalité, bien plus que des jeux.

Parce qu'ils déjouent les idées reçues.
Parce que leurs enjeux sont ceux de la société.
Parce que chaque point gagné fait reculer les stéréotypes.
1 gamer sur 2 est une gameuse. Et pourtant les femmes ne représentent que 6% des sportifs.

Chez ALDI, nous prenons des engagements pour que cette nouvelle génération de joueurs comme les autres ne soit plus stigmatisée. Car si la parité devient naturelle dans l'esport, passion des nouvelles générations, elle le sera aussi dans la société.

PLACE AUX NOUVELLES GAMEUSES

« L'esport est l'un des terrains de jeu favoris des jeunes, et peut naturellement agir comme un vecteur de progrès en matière de parité au sein de la société. C'est dans ce contexte que nous souhaitons agir pour la féminisation de cette discipline et combattre le sexisme que les gameuses subissent. C'est un sujet de société qui s'ouvre pour ce secteur, comme il l'a été auparavant dans d'autres univers sportifs. » explique Anne-Marie Gaultier, Directrice Marketing et Communication d'ALDI France.

Aujourd'hui, 50% des gameurs sont en réalité des gameuses mais seulement 6% sont des sportives*. Pour lutter contre ce manque de représentations et favoriser l'accès des femmes aux compétitions, **ALDI France lance son programme « Place aux nouvelles gameuses »** :

- L'enseigne a fait le choix en début d'année d'accompagner la création de l'une des premières équipes féminines portée par une structure professionnelle en France, les French Bees de Team Vitality, une équipe semi-professionnelle sur le jeu League of Legends.

- **Parallèlement, elle s'engage dans un partenariat avec l'association « Women In Games, »** œuvrant pour la mixité dans l'industrie du jeu vidéo en France, qui a pour objectif de doubler le nombre de femmes et de personnes non-binaires dans l'industrie en 10 ans. Le soutien d'ALDI France permet notamment aux joueuses de l'incubateur « WIG esport » de participer à des grands événements esport comme la Gamers Assembly, de bénéficier de masterclasses, de formation et de training média.

Pauline Puyrabeau, Manager de Projet de Women In Games : « L'incubateur WIG esport a été lancé en 2019 dans le but d'accompagner des joueuses tout au long de leur parcours esport afin de soutenir et d'augmenter la visibilité des talents féminins, et à terme de développer la mixité dans le secteur. Nous mettons en place des outils pour leur permettre d'évoluer dans un environnement sain, notamment grâce à du coaching individuel par des professionnels. Cette saison, ALDI apporte son soutien pour mener nos actions et renforcer notre dispositif (mise en place de masterclasses, accompagnement des joueuses et d'un caster crew mixte de VALORANT lors de la Gamers Assembly 2023...). »

L'ambition commune de ces différents acteurs de l'industrie esport en France part d'un principe simple : il n'existe pas de raison objective au manque de représentation féminine dans le gaming et l'esport. Avec des moyens, de la sensibilisation et de la formation, les jeunes femmes monteront en compétences et pourront asseoir leur place.

« Nous souhaitons que ce projet soit à l'origine d'une vraie dynamique dans l'écosystème esportif français, en vue des prochaines échéances portées par le gouvernement sur cette discipline. », ajoute Anne-Marie Gaultier.

Fabien « Neo » Devide, Président et co-fondateur de Team Vitality : « Nous sommes ravis d'accueillir le lancement de cette campagne au sein de V.Hive. En effet, nous nous inscrivons dans cette démarche commune avec ALDI et Women in Games pour continuer de développer la scène esport féminine en France. Avec notre équipe académique des French Bees, nous souhaitons rester fidèles à notre vocation d'identifier, développer et faire rayonner des talents. »

Laure Valée, journaliste et animatrice TV esport est la marraine du programme PLACE AUX NOUVELLES GAMEUSES : « C'est un honneur de soutenir cette initiative en faveur de la féminisation de l'industrie et les joueuses professionnelles d'aujourd'hui et de demain. C'est une fierté et une responsabilité de devenir porte-parole de « Place aux nouvelles gameuses ». Il y a de plus en plus de joueuses et je suis convaincue que ce type de programme permettra de révéler et d'inspirer encore plus de talents. »

*Source : baromètre France esport – édition 2020 & baromètre annuel du jeu vidéo en France 2020



Il y a des jeux qui sont, en réalité, bien plus que des jeux.
Parce qu'ils déjouent les idées reçues.

Parce que leurs enjeux sont ceux de la société.

Parce que chaque point gagné fait reculer les stéréotypes.

1 gamer sur 2 est une gameuse. Et pourtant, les femmes ne représentent que 6% des sportifs.

**Chez ALDI, nous prenons des engagements
pour que cette nouvelle génération de joueurs comme les autres ne soit plus stigmatisée.**

**Car si la parité devient naturelle dans l'esport, passion des nouvelles générations,
elle le sera aussi dans la société.**

En soutenant la création des French Bees, première équipe féminine Team Vitality
et le mouvement Women in Games, ALDI adresse une nouvelle génération de gameuses,
celle où les filles se préoccupent de gagner la partie en cours et non plus de gagner leur place.

PLACE AUX NOUVELLES GAMEUSES

A PROPOS D'ALDI FRANCE

ALDI est présent en France depuis 1988. Les 1 300 magasins actuels sont pilotés par 13 sociétés régionales. Ces sociétés emploient plus de 16 000 personnes, dont 90 % ont un contrat de travail à durée indéterminée. ALDI Nord fait partie des acteurs majeurs du marché de la grande distribution à l'international. L'inventeur du discount, représenté dans huit pays européens, s'engage à aller à l'essentiel pour offrir chaque jour à ses clients la meilleure qualité au meilleur prix. La clé du succès durable d'ALDI Nord repose sur sa présence en Europe qui rassemble plus de 80 000 employés présents à travers l'Allemagne, la Belgique, la France, le Luxembourg, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal et l'Espagne

CONTACT PRESSE

RP@womanupagency.com

06 63 12 98 22

