

E.Leclerc devient le partenaire officiel de Team Vitality, leader français de l'esport

Ivry-sur-Seine, le 23 février 2026. Alors que le jeu vidéo s'impose comme la première industrie culturelle mondiale, E.Leclerc annonce la signature d'un partenariat avec le club d'esport français Team Vitality et en devient le partenaire principal. Cette alliance repose sur une ambition partagée : favoriser l'accès à la culture pour tous.

E.Leclerc s'engage pour un esport populaire et accessible

Avec ce partenariat, E.Leclerc renforce son soutien à la diversité des expressions culturelles. À l'échelle mondiale, le jeu est la première industrie culturelle avec 3 milliards de joueurs. **7 Français sur 10 jouent au moins une fois par semaine. L'âge moyen des joueurs est de 41 ans. 49 % des joueurs sont des femmes et 8 jeunes femmes sur 10 (générations Z et Alpha) jouent aux jeux vidéo¹.**

Par ailleurs, selon l'**Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations²**, les **13-25 ans pratiquent une grande variété d'activités** : leur diversité de goûts reflète une vision ouverte de la culture. Parmi leurs préférences figurent la variété française (60 %), le rap (58 %), **les jeux vidéo en réalité virtuelle (56 %)** et la littérature (51 %).

Cette alliance entre E.Leclerc et Team Vitality, deux leaders français sur leurs marchés respectifs, illustre une nouvelle étape dans l'évolution du sponsoring esport, en consacrant l'entrée d'un acteur majeur de la distribution dans l'univers de la compétition gaming de haut niveau.



L'esport : un nouveau chapitre de l'engagement culturel de E.Leclerc

Déjà engagés depuis quelques années dans l'organisation de différents tournois d'esport via les Espaces Culturels E.Leclerc, l'enseigne défend la vision d'un esport populaire, ancré dans la pop

¹ Source : grandes études annuelles sociologiques sur les jeux vidéo en France réalisées par le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) en partenariat avec Médiamétrie en septembre 2025.

² Source : Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations en partenariat avec Ipsos, 31 mars 2025.

culture et porteur de sens dans le cadre d'une pratique mesurée. Le partenariat avec Vitality vient renforcer et amplifier cette dynamique avec le déploiement d'événements sur l'ensemble du territoire.

E.Leclerc poursuit ainsi son combat pour diffuser et promouvoir toutes les formes de culture, notamment à destination des jeunes, à l'image de son concours national "Hip Hop Talents" organisé depuis 2023 ou encore ses "Ateliers du Bac" qui proposent un apprentissage de lecture à voix haute. L'esport devient pour E.Leclerc un levier pour valoriser les nouvelles pratiques gaming et culturelles."

« À travers cette collaboration, E.Leclerc réaffirme sa mission : rendre la culture et les passions accessibles à tous. L'esport est aujourd'hui un phénomène culturel majeur, fédérateur et intergénérationnel. Il était naturel pour nous d'accompagner le premier acteur français afin de soutenir cette dynamique et de contribuer à son développement partout sur le territoire. » **indique Michel-Édouard Leclerc, Président du Comité Stratégique des Centres E.Leclerc.**

À propos du Mouvement E.Leclerc

Avec 799 magasins et 579 adhérents en France, E.Leclerc est le leader de la distribution en France, réalisant un chiffre d'affaires de 51,1 milliards d'euros (hors carburant) en 2025. Depuis 1949, le Mouvement E.Leclerc s'engage à rendre accessible tout ce qui compte pour les consommateurs, en pratiquant les prix les plus bas pour améliorer leur pouvoir d'achat et leur qualité de vie. Les adhérents, entrepreneurs indépendants, engagés et solidaires défendent un modèle coopératif et décentralisé unique. Ils anticipent les évolutions de la société, agissent pour répondre aux attentes et contribuer au progrès individuel et collectif. Durablement implantés sur tout le territoire, ils soutiennent l'économie locale et s'investissent pour la préservation de l'environnement.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc

01 80 18 18 10

e.leclerc@babylone.fr