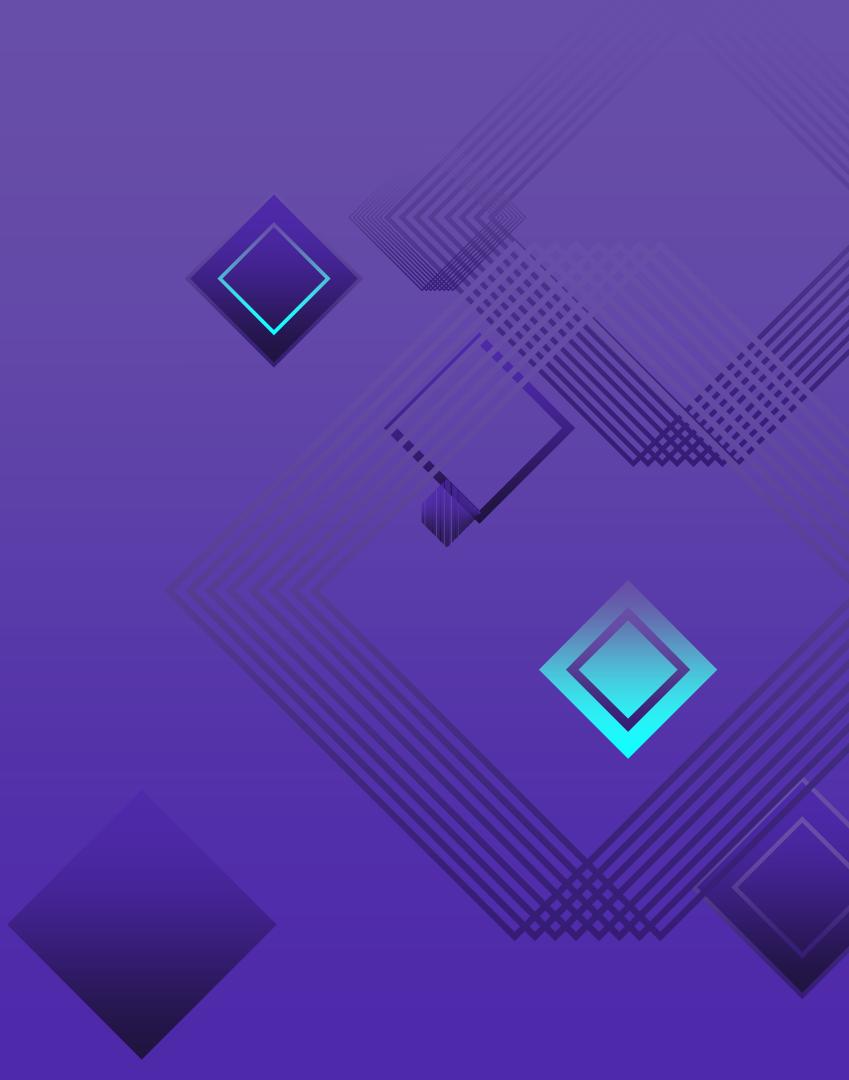


# Template

## Service marketing



# Sommaire



**01**

Le contexte

**02**

La matrice SWOT

**03**

Analyses des tendances actuelles

**04**

Les futures tendances et perspectives

**05**

Analyses du ou des segment(s)

**06**

Recommandations stratégiques

“« Nous faisons tous des choix, mais en réalité, ce sont ces choix qui nous font. »

— *Bioshock*

# 01

Le  
contexte

# Définir le contexte

## Le projet

*Trouver une opportunité business en développant notre premier jeu vidéo triple A.*

Pour cela, il faut comprendre les tendances du marché du jeu vidéo : des pistes, des idées, avec les données disponibles sur le marché.

# 02

## La matrice SWOT



**ESN**DATA

# SWOT

## Forces

Marché mondial en croissance rapide (près de 3,3 milliards de joueurs)

Diversité des plateformes et des genres  
Nouvelles technologies (VR/AR, IA)

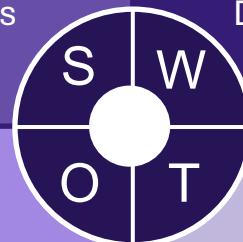
## Faiblesses

Saturation de certains segments (FPS, Battle Royale)

Dépendance aux licences établies pour les blockbusters

## Opportunités

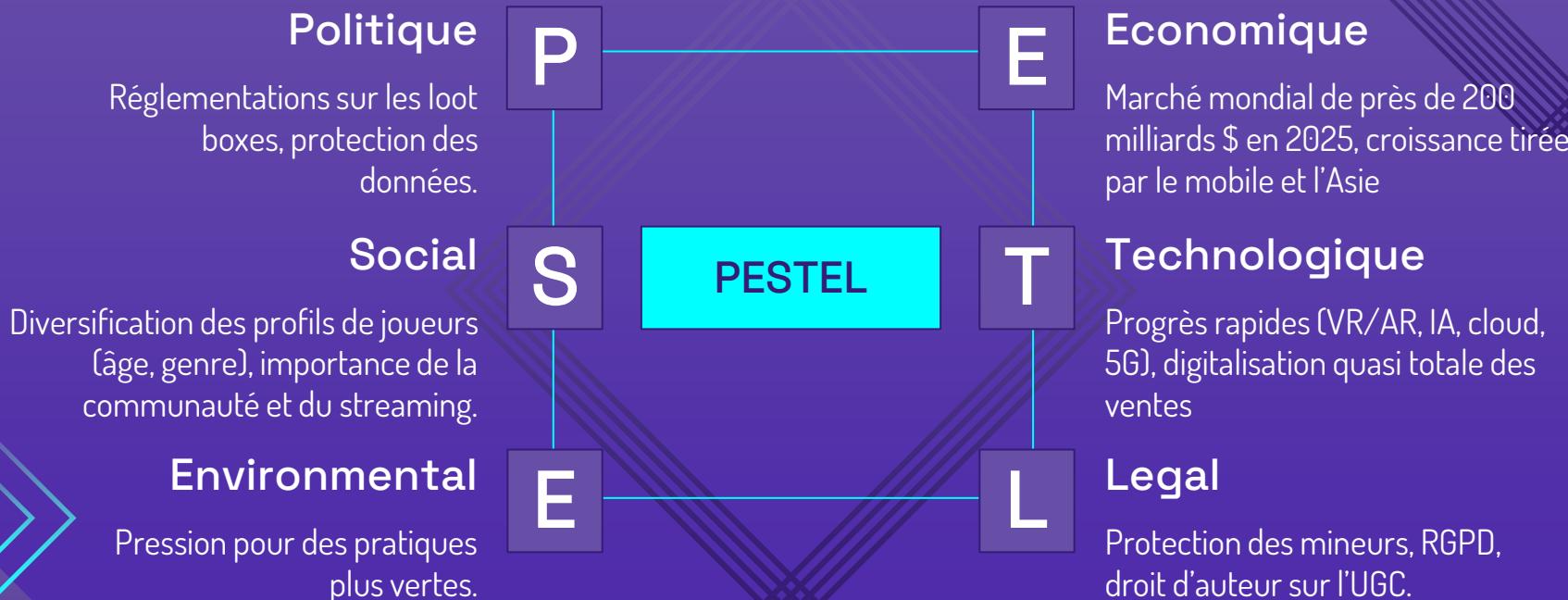
Expansion vers le mobile, le cloud et l'UGC  
Nouveaux marchés (Asie, émergents)  
Développement de l'écosystème (séries, produits dérivés, e-sport)



## Menaces

Concurrence accrue  
Changements technologiques rapides  
Régulation accrue (loot boxes, données personnelles)

# Business Plan



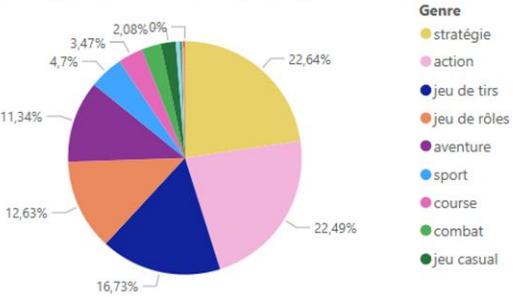
# 03

Analyses des  
tendances  
actuelles

# Tendances actuelles

## Top ventes Genres

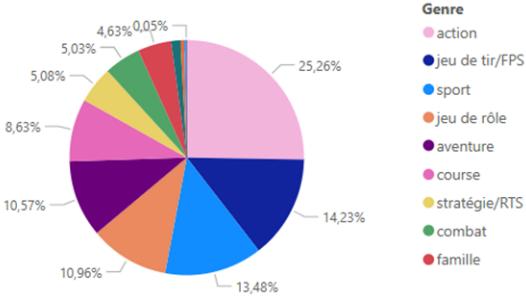
Marché des jeux vidéo PC selon le genre (milliers d'unités)



### Jeux pour PC

**Stratégie 22,64%**  
**Action 22,49%**  
**Jeu de tir 16,73%**

Marché des jeux vidéos console selon le genre (milliers d'unités)



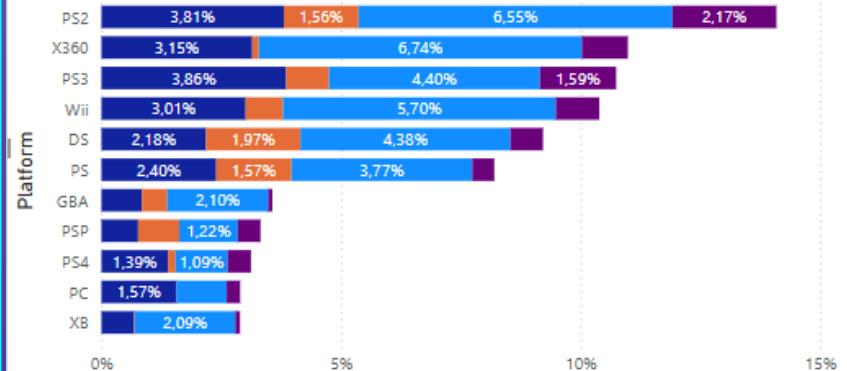
### Jeux pour console

**Action 25,26%**  
**Jeu de tir 14,23%**  
**Sport 13,48%**

## Top ventes Consoles

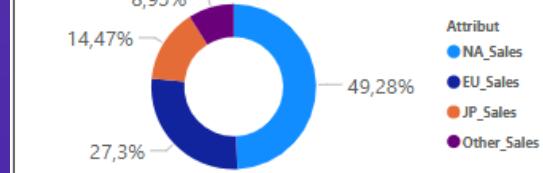
Ventes (millions) par Plateforme et Région

Region ● EU\_Sales ● JP\_Sales ● NA\_Sales ● Other\_Sales



## Top ventes Regions

Ventes par Region

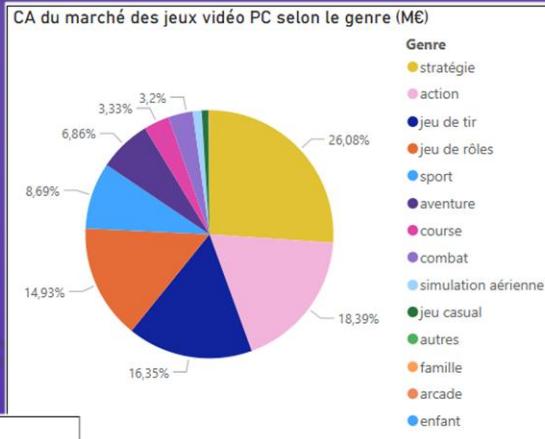


# Tendances actuelles

## Top CA Genres

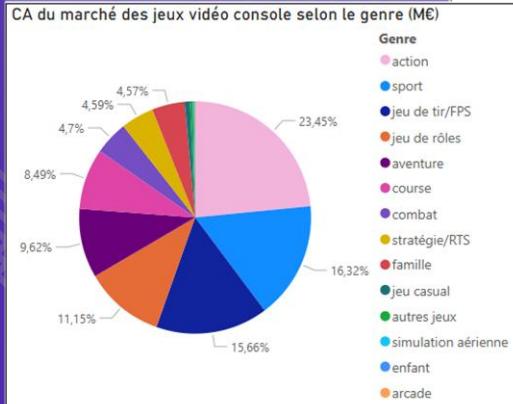
### Jeux pour PC

Stratégie 26,08%  
Action 18,39%  
Jeu de tir 16,35%



### Jeux pour console

Action 23,45%  
Sport 16,32%  
Jeu de tir 15,66%

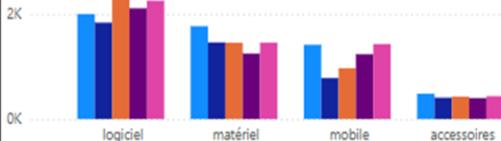


## Segments

## Top CA

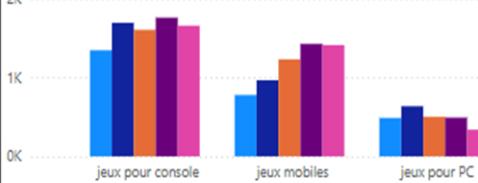
CA du marché du jeu vidéo selon le segment (M€)

2021 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



CA du marché des jeux vidéo selon les supports de lecture (M€)

2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021



## Supports

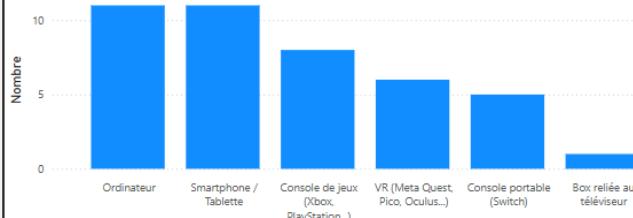
## Ecosystèmes

# Tendances actuelles

## Questionnaire sur les 12 derniers mois

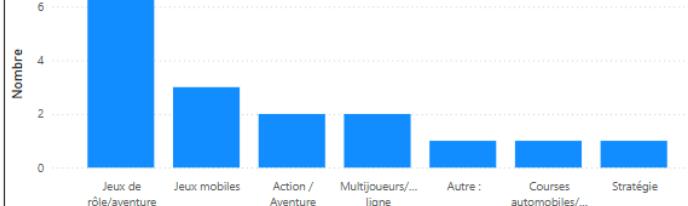
### Utilisation

Au cours des 12 derniers mois, quel(s) est (sont) le(s) support que vous avez utilisé pour jouer aux jeux vidéo ?



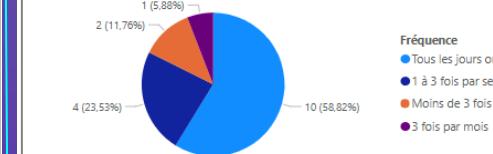
### Genre

Au cours des 12 derniers mois, à quel jeu avez-vous préféré jouer ?



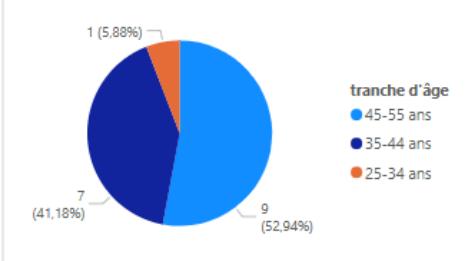
### Fréquence

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquences avez-vous joué ?



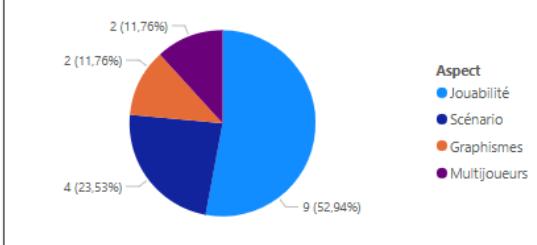
### Age

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?



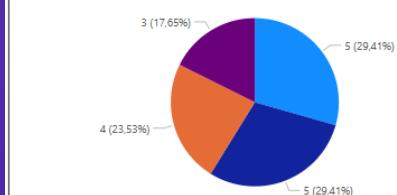
### Aspect

Quel aspect est le plus important pour vous dans un jeu vidéo ?



**Abonnement ?**  
Oui, C'est déjà le cas, peut-être : 70,59%

Seriez-vous prêt(e) à payer un abonnement pour accéder à une bibliothèque de jeux ?



# Tendances actuelles

Top genre  
Action/Aventure

Abonnement  
Oui

Age  
45-55 ans

Top support  
Console de salon

Aspect  
Jouabilité  
Scénario

## Bilan

### *Prix moyen jeux d'action*

89,99€

### *Vente Jeux d'action toutes plateformes (top 3)*

GTA V : 185 millions d'unités  
Red Dead Redem.: 70 millions d'unités  
Legend of Z.: 32 millions d'unités

### *Chiffre d'affaires (top 3)*

GTA V: 8 milliards €  
Red Dead Redem : 4 milliards €  
Legend of Z.: 2 milliards €

### *Prix moyen ventes (top 3)*

GTA V: 43€  
Red Dead Redem : 54€  
Legend of Z.: 46€

(sources –nintendojo.fr, Helis-play, Beebuzz, BDM, gamekult.com/The Guardian)

# 04

Les futures  
tendances et  
perspectives

# Tendances futures



## Technologie Immersives

VR : réalité virtuelle

AR : Réalité augmentée

## Intelligence artificielle

PNJ plus intelligents

Quêtes personnalisées

## Cloud Gaming et Accessibilité

Jouer à des jeux AAA sur tous les appareils,  
sans matériel puissant.

Faibles latences

Streaming de jeux croît (+44% par an)

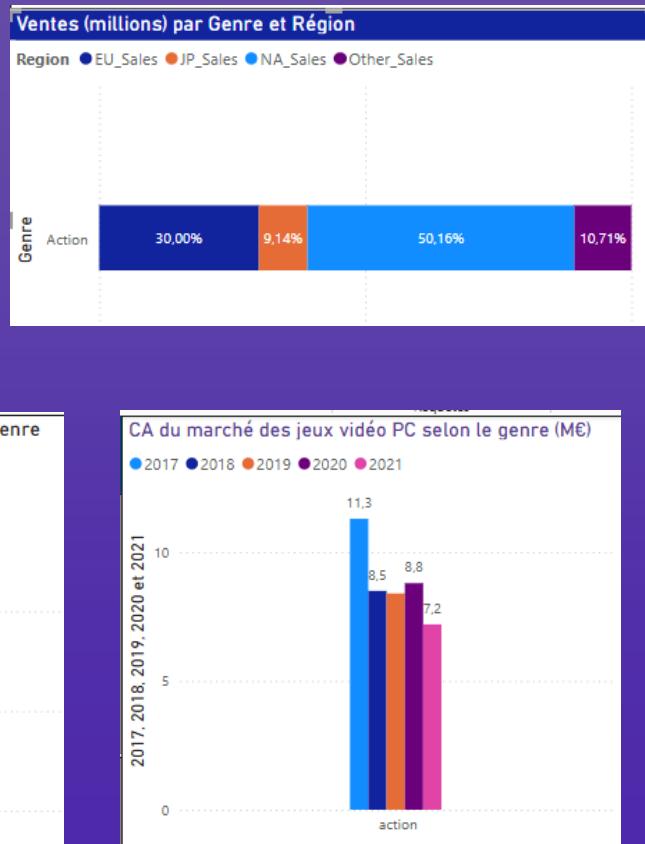
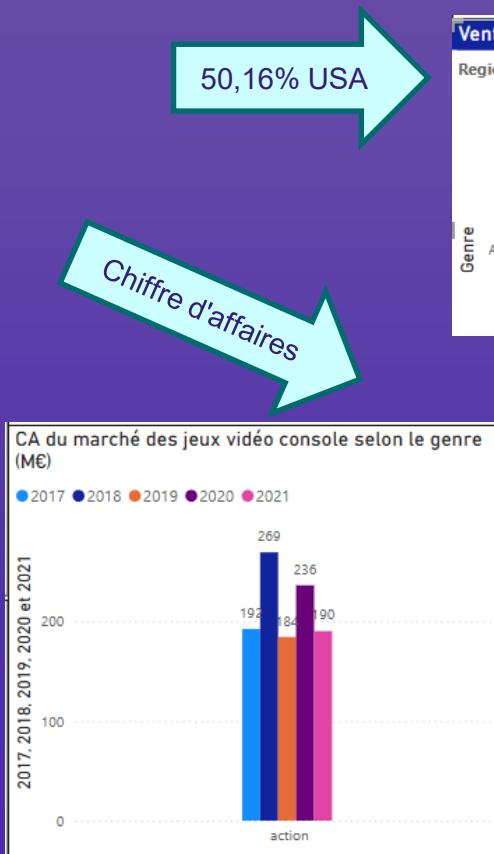
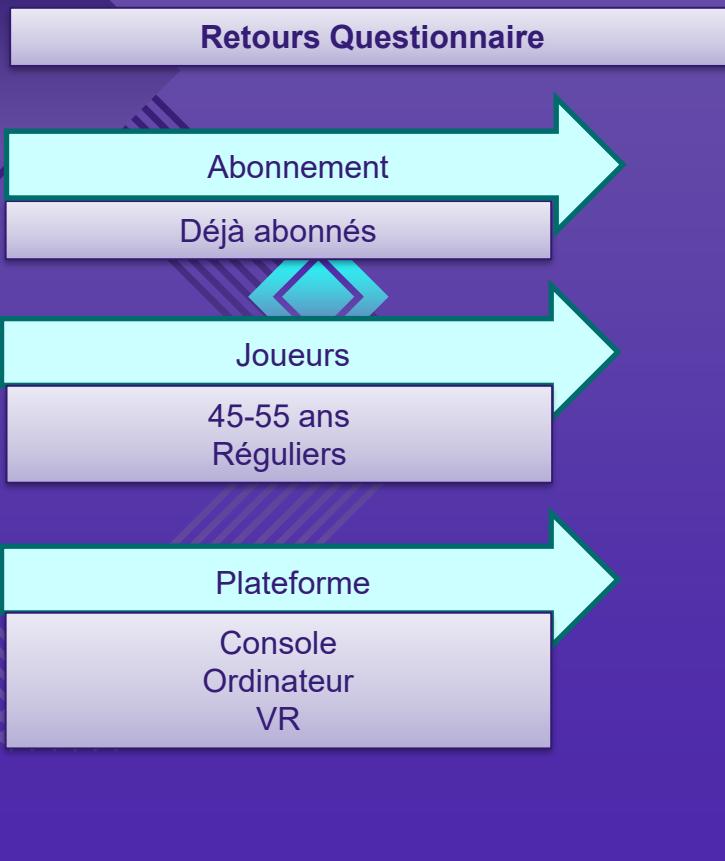
## Retro-gaming

Augmentation de la demande

# 05

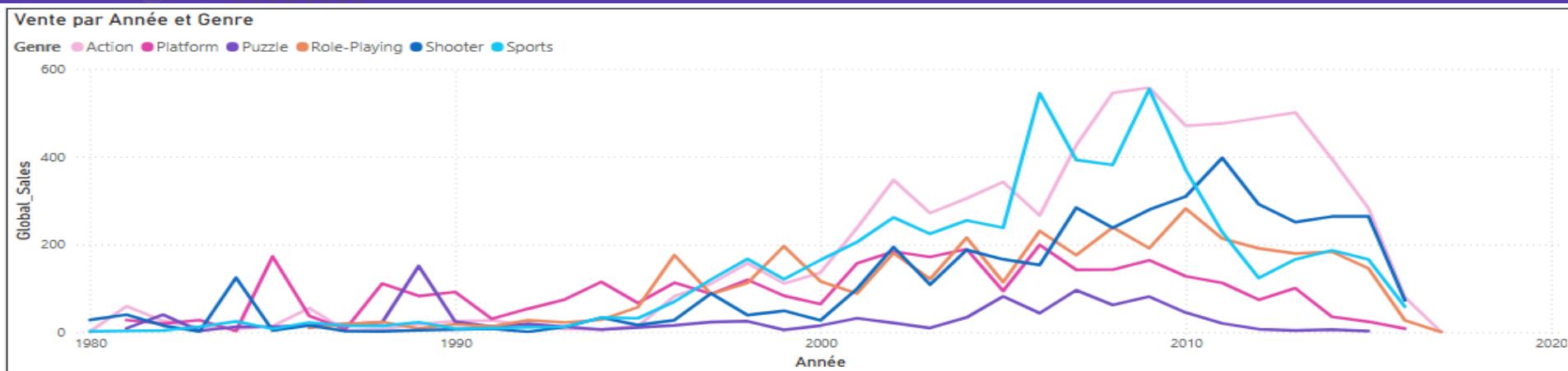
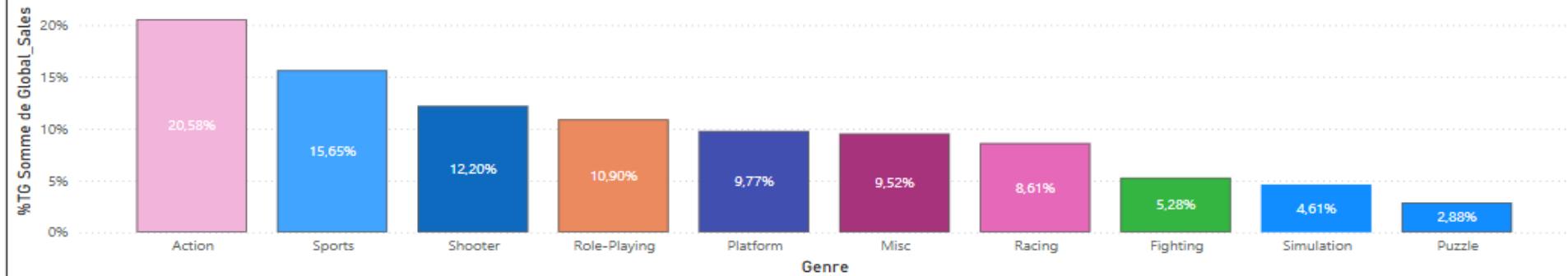
Analyses du  
ou des  
segment(s)

# Analyses du segment Action

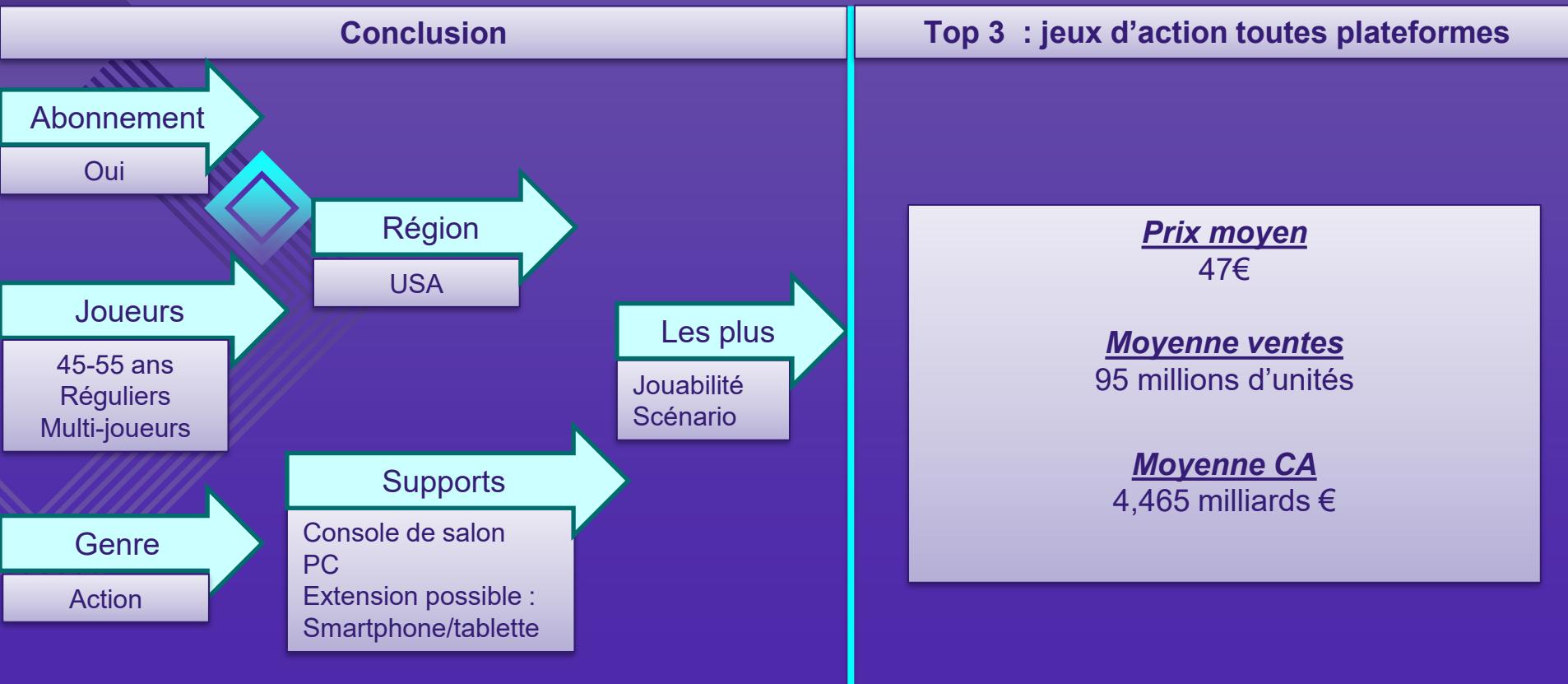


# Analyses du segment jeux d'Action

Genre dominant : Action - 20,58% des jeux sortis sont du genre ACTION  
Corrélé à la vente de genre ACTION



# Analyses du segment jeux d'Action



# 06

Recommandations  
stratégiques

# Recommandations



## Quel jeu ?

### Genre

Action – Aventure  
Utilisation de l'IA pour quêtes personnalisées  
Mode multi-joueurs  
Série (prévoir une suite)

### Cross-plateforme pour toucher un large public

Console de salon  
PC  
VR  
Smartphone/tablette

### Prix en dessous de la moyenne (top3)

45 €

### Mode de distribution

Jeux en ligne

### Produits dérivés

Figurines  
Vêtements  
Accessoires ... autour de l'univers du jeu

### Profil joueurs

Américain du Nord  
+45 ans  
Joueurs réguliers

### Composante UGC

Les joueurs peuvent créer leurs propres niveaux, contenus ou scénarios, puis les partager avec la communauté. Cela favorise la créativité et prolonge la durée de vie du jeu.

# Recommandations

## Hypothèse réaliste

### Prix de vente moyen du jeu

45€ TTC



### Estimations nombre de ventes

vente à 10 millions  
d'exemplaires

*Les plus gros AAA se vendent entre 5 et 20 millions d'unités sur leur cycle de vie*

### Estimations bénéfice brut

450 M€

### Estimations bénéfice brut

450 M€

### Estimations coûts

100 à 200 M€

### Estimations bénéfices nets

300 M€

Développement : 150 M€

Marketing : entre 50% et 100% du coût de développement

Coût de fabrication : 7€ par boîte

Marges des distributeurs : 30% du prix HT

Royalties (licences, IP...) : 18% selon les accords

Ventes numériques : 30% de commission

# Recommandations



Estimations approximatives !!

Données datant de + de 9 ans !

Données payantes sur la plupart des sites

Les estimations ne prennent pas en compte :

- Le développement : temps, coût, nombre de salariés
- Le budget alloué pour la production
- Les données récentes

450 M€ / 33 Md€ c'est :

1,36% de la part de marché sur le genre ACTION

Estimation mondiale :

33 Md€ de CA pour le segment Action en 2024

(Cette estimation n'est pas issue d'un chiffre officiel unique, mais d'une analyse croisée des parts de marché par plateforme et par genre, appuyée par les statistiques de fréquentation et de popularité des genres)

# Recommandations



## BESOINS

- Estimation budget
- Estimation du temps (scenario, design, conception...)
- Connaitre le nombre de personnel ( animateurs, scénaristes, chef de projet, développeurs, testeurs...)
- Stratégie de lancement (beta, publicité, marketing...)
- Partenariats (revendeurs, licences, produits dérivés...)
- Prévoir un suivi post-lancement (correctifs, mise à jour...)

# Annexes des slides



# Prix des consoles



## Années - Moyenne de Prix des consoles les plus chères

**1978** : 948€ - Sorties de Videopac ,la Bally Professional Arcade, Color TV Game 15 (Nintendo) au Japon

**1994** : 713€ - Sorties de PlayStation, Sega Saturn (nouvelle ère du jeu basée sur CD et 3D)

**2006** : 638€ - Sorties de Nintendo Wii, PlayStation 3, Xbox 360 (jeux en ligne, interfaces innovantes)

**La moyenne de prix est tirée vers le haut par la présence de consoles de salon innovantes**

## Année - Moyenne de Prix des consoles les moins chères

**1989** : 221€ - Sorties de Game Boy (110€) et Sega Mega Drive (250€)

**1998** : 248€ - Sorties des Game Boy Color (115€), Dream Cast (230€)

**2004** : 321€ - Sortie de Nintendo DS (205€), PSP (160€)

**La moyenne de prix est tirée vers le bas par la présence de consoles portables**

# France 2024

Jeux complets  
dématerialisés

Jeux  
physiques

45%

29%

12%

CA

## Marché PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ en volume

| Category                                | Volumes         |
|---|-----------------|
| Action                                  | 5295 962 unités |
| Aventure                                | 2884 237 unités |
| Sport                                   | 2881 550 unités |
| Jeux de tir/FPS                         | 2103 344 unités |
| Jeux de rôle/RPG                        | 1807 681 unités |
| Course                                  | 1616 500 unités |
| Jeux familiaux                          | 818 592 unités  |
| Combat                                  | 776 032 unités  |
| Jeux de stratégie/RTS                   | 769 325 unités  |
| Jeux casual (plateaux, cartes, puzzles) | 98 775 unités   |

# Strategic planning project plan



## Mission

**Définir une vision créative forte et cohérente** pour le jeu (univers, narration, direction artistique, gameplay)



## Objectives

**Atteindre des performances commerciales élevées** (ventes, part de marché, engagement des joueurs, etc.)



## Vision

**Positionner le jeu comme une référence du marché,** capable de **fidéliser une large communauté de joueurs** et de s'inscrire dans la durée (franchise, services en ligne, etc.)



## Key initiatives

**Développer une stratégie marketing et commerciale ambitieuse** en amont du lancement (teasers, trailers, partenariats, influenceurs, etc.)

# Stratégies du projet

| Perspectives               | Strategic objectives   |
|----------------------------|--|
| Financière                 | 300 M€ sur 5 ans, soit 60 M€ en moyenne par an   |
| Clients                    | Joueurs Cross platform   |
| Process interne            | Mettre en place des processus agiles et collaboratifs pour fluidifier la communication entre les équipes et accélérer la prise de décision |
| Apprentissage & Croissance | Impliquer les joueurs dans le développement (playtests, feedback communautaire) pour ajuster le jeu en fonction des attentes réelles       |

# Strategic perspectives



## Objectifs

Développer un jeu AAA narratif doté d'un fort impact émotionnel, destiné aux joueurs de +45 ans, proposant un univers inédit et une grande rejouabilité.



## Partenariats

Collaborations stratégiques avec les principales plateformes de distribution (Steam, PlayStation Store, Xbox) et avec des influenceurs pour optimiser la visibilité du jeu lors de sa sortie.



## Communauté

Créer une communauté fidèle en s'appuyant sur des fonctionnalités sociales, un univers étendu sur plusieurs supports, et un modèle respectueux, exempt de microtransactions excessives.



## Innover

IA générative : transformer les outils de production, la réalisation des cinématiques, la narration interactive. Mais maintenir un niveau d'exigence éthique conforme aux pratiques du secteur,

# Strategic alliances



Trouvez des  
partenaires

# Top 10 questions of business plans

**1**

Quelle est votre situation ?

**2**

Quelle est votre vision ?

**3**

Comment atteindre votre vision ?

**4**

Quelle est votre offre ?

**5**

Quelle est la taille du marché ?

**6**

Qui sont les acteurs ciblés ?

**7**

Comment faire la différence ?

**8**

Quel est le plan marketing ?

**9**

Quels sont vos chiffres clés ?

**10**

De quoi avez-vous besoin pour débuter ?