



Extrait du Inside Electronic Pipo

<http://www.insideelectronicpipo.com/espace-culturel/technologie/article/jeux-et-reseaux-sociaux-le-succes>

Jeux et réseaux sociaux : le succès du Social Gaming

- Espace culturel - Technologie -

Date de mise en ligne : mardi 3 avril 2012

Description :

Réseaux sociaux + jeux vidéo = Social gaming ! Nous allons ici nous intéresser à ce phénomène récent qui accompagne l'installation des réseaux sociaux dans notre quotidien.



Le secteur des jeux vidéo a connu de nombreuses évolutions ces dernières années. On pense notamment à l'utilisation de la plateforme mobile, à l'élargissement du public initié par les nouveaux moyens de jouer (Wii, Kinect..) ou encore au passage à la haute résolution. Nous allons ici nous intéresser à un phénomène récent qui accompagne l'installation des réseaux sociaux dans notre quotidien : le social gaming.

Force est de constater que nos habitudes de vie ont été profondément modifiées par l'apparition de l'internet accessible partout. Notamment vis-à-vis de la connectivité aux réseaux sociaux, qui se sont peu à peu inscrits dans notre routine : en moyenne, 4 millions de français passent au moins une heure par jour sur Facebook selon Mediamétrie (étude Mars 2011). Alors que les réseaux sociaux prenaient de l'ampleur, le social gaming s'est peu à peu installé.

Qu'est ce que c'est ?

Le social gaming, ce n'est pas un MMORPG comme World of Warcraft et consorts. S'il fallait le définir, on retiendrait deux caractéristiques :

- La première, c'est son **utilisation au travers des réseaux sociaux**. On ne peut jouer que via Facebook ou Google Plus. S'ensuit toute une logique communautaire : on peut partager nos scores avec nos amis, se mesurer à eux, etc.
- La seconde, et certainement la plus importante, est la **dimension "casual"** des jeux. Ils ne requièrent pas de compétences particulières pour en profiter (comme des dizaines d'heures de jeu) et la difficulté est pesée, de manière à ce que le jeu puisse être fini rapidement et ce par n'importe qui.

Pour faire simple, réseau social + casual game = social game

On peut également ajouter que les social games sont le plus souvent gratuits et ne demandent aucun téléchargement ni aucune inscription (on joue avec son compte du réseau)

Quel poids dans le secteur des jeux video ?

Le social gaming prend une place de plus en plus importante dans le secteur des jeux vidéo. Les géants du secteur ne cessent de grossir ([Zynga](#), distributeur de FarmVille, a racheté au milieu du mois de Mars 2012 un autre éditeur pour 200 M\$) et la valeur du marché donne le tournis... En 2011 elle était estimée à 500 millions d'Euros pour l'Europe, 1,6 million pour les Etats-Unis et 5 millions pour l'Asie

Les développeurs se pressent sur le marché et veulent tous proposer leurs jeux sur les plateformes sociales, de sorte que même les grands du secteur s'y mettent : Sega, Ubisoft...



Avec plus de 40 millions d'utilisateurs, Farmville amène les agriculteurs virtuels à être 80 fois plus nombreux que les vrais aux Etats-Unis !

Les raisons d'un succès

Les deux principales explications sont à mon sens :

- Un *business model* très efficace qui encourage la multiplication de l'offre. Les social games sont beaucoup moins coûteux à développer (*Draw Something* par exemple, qui a attiré 35 millions d'utilisateurs en 2 mois, a coûté 100 000\$ à OMGPOP, contre 100 millions de dollars pour GTA IV)

Les revenus sont tirés de la publicité affichée sur le jeu mais surtout de la monnaie virtuelle qui permet d'acheter des items dans le jeu, et qui peut être acquise via de l'argent (réel, cette fois !).

De plus, les coûts de marketing sont limités puisque les utilisateurs font eux-mêmes la promotion des jeux auxquels ils jouent à leurs amis.

- Le social gaming surfe sur le mouvement amorcé avec le développement du *casual gaming*. C'est Nintendo qui en est en grande partie à l'origine avec sa Gamecube (MarioKart...) et surtout sa Wii. Ce mouvement a été prolongé par l'écosystème d'applications tournant autour de l'iPhone, de l'iPad et des téléphones Android (Angry birds, Cut the Rope, Fruit Ninja...) aux concepts simples mais accrocheurs.

Des chiffres impressionnants. Source : Etude single Grain Juin 2011

[\[alt\]](#)

[Via : Single Grain](#)

En conclusion, que les hardcore gamers et les PGM [\[1\]](#) se rassurent, le social gaming ne risque pas de prendre la place des jeux traditionnels. Ils se développent parallèlement et visent un marché différent, alors que les jeux traditionnels continuent de voir leurs ventes croître. Mais le mouvement d'ouverture des loisirs numériques continue, et on ne peut que s'en réjouir.

[\[1\]](#) ProGamer