



UBISOFT

Présentation de l'entreprise



UBISOFT

Présentation de l'entreprise

Organisation privée fondée le 28 mars 1986 par la famille GUILLEMOT (Yves et Michel principalement), Ubisoft est une SA (Société Anonyme) à but lucratif spécialisée dans la conception, le développement et l'édition de jeux-vidéos. Son activité à échelle mondiale est classée dans les secteurs secondaire et tertiaire et son siège social se situe à Montreuil en France.



Présentation de l'entreprise

L'entreprise dispose de nombreuses ressources de différentes catégories :

- Financières : son chiffre d'affaires s'élevait à 2,3 milliards d'euros en mars 2024 (contre 1,8 milliards en mars 2023) d'après le rapport annuel d'Ubisoft.
- Matériels : l'entreprise dispose de locaux partout dans le monde : 24 studios en Europe et au Moyen-orient, 12 en Amérique (Nord et Sud) et 12 en Asie Pacifique
- Humaines : plus de 20 600 collaborateurs en 2022

Présentation de l'entreprise

L'entreprise dispose de nombreuses ressources de différentes catégories :

- Commerciales : Ubisoft a mis en place un service d'assistance aux joueurs nommé Ubisoft Help permettant de contacter les équipes support, ainsi qu'un service d'abonnement, mensuel ou annuel, nommé Ubisoft+. Il permet d'accéder aux différents jeux du studio de manière temporaire et évite ainsi d'acheter toutes les licences
- Technologiques : le studio développe un nouveau système basé sur l'IA qu'elle met en place sur ses jeux vidéos

SWOT - Forces



SWOT - Forces

Ubisoft fait parti du top 100 des employeurs pour les jeunes au Canada en 2023, reconnaissant alors Ubisoft Canadian Studio comme faisant parti des meilleurs lieu de travail pour les jeunes débutant leur carrière. Grâce à cette position dans le classement, l'entreprise renvoie une belle image de ses studios.



SWOT - Forces

D'après le rapport annuel d'Ubisoft de 2024 de ses résultats pour l'exercice 2023-2024, il y a eu une hausse de 26,8% du chiffre d'affaires (passant de 1,8 milliards€ à 2,3 milliards€). Cela révèle une croissance des recettes de l'entreprise et permet de nombreuses possibilités de création de projets. Ce même document montre des résultats opérationnels très prometteurs, avec un résultat de 313,6 millions€ en 2023-24 (contre -585,8 millions€ en 2022-23). L'entreprise arrive petit à petit à se relever de la baisse de 2022.

SWOT - Forces

L'entreprise est engagée dans différents types d'associations, notamment Petits Princes dont Ubisoft ouvre ses portes pour la réalisation des rêves d'enfants et adolescents malades, et Fusion Jeunesse dans la lutte contre le décrochage scolaire (Ubisoft propose des mentors du studio aux enfants dans la création de jeux-vidéo). Ces engagements renforcent l'image de l'entreprise.



SWOT - Forces

L'entreprise Ubisoft fonctionne sur plus 45 studios qui sont répartis dans 28 pays à travers le monde. C'est une diversité qui permet une créativité et une ouverture de la marque ainsi que de ses produits envers de nombreuses cultures et de nombreux pays.



SWOT - Forces

Ubisoft réalise de nombreux partenariats avec des marques, comme ce fut le cas en 2022 avec Prada, dans le jeu Riders Republic, dont la collaboration fut réitérée en 2023. Ces associations renforcent la popularité de la marque sponsor et en même temps attirent de nouveaux joueurs, sans compter les investissements et les profits que reçoit la l'entreprise en échange de la publicité réalisée à la marque dans leur jeux.



SWOT - Faiblesses



SWOT - Faiblesses

Le jeudi 26 septembre, Ubisoft a connu un mouvement de grève important de la part de ses salariés en France selon La Dépêche. En effet, il est dû à la volonté de l'entreprise de remettre ses salariés dans les bureaux en limitant le télétravail. Cela entraîne un fort mécontentement de leur part, car risquant de causer la perte d'emploi du à un emploi du temps qui ne leur serait plus adapté, ou encore une désorganisation des production.

Cela dégrade l'image de la société sur sa manière de traiter ses employés, allant à l'encontre des valeurs prônées, mais aussi en interne car cela risque de chambouler le travail d'équipe et l'autorité qu'apporte l'entreprise sur ses salariés.

SWOT - Faiblesses

En 2024, Ubisoft a connu de nombreuses vagues de licenciement au sein son entreprise. En effet, celle-ci est passée à une stratégie de réduction de ses coûts après une année difficile financièrement. Ses efforts l'ont notamment menée à réduire le nombre de ses employés à moins de 20 000, licenciant alors plus de 1700 salariés en 18 mois selon Weareegs. Cela conduit donc également à une difficulté de l'entreprise à embaucher, et se trouve donc en nette régression dans le secteur de l'emploi.

SWOT - Faiblesses

En raison de faibles performances de leurs jeux en 2022-2023 (Mario + Lapins Crétins : Sparks of Hope et Just Dance 2023), inférieur à leurs attentes, Ubisoft a dû réduire son objectif de netbooking du troisième trimestre. En effet, contre un objectif financier de 830 millions d'euros, il a dû abaisser celui-ci à 725 millions d'euros environ. Cela traduit une baisse de revenu de leur part, car les investissements employés pour ces jeux deviennent plus importants que les profits apportés par les acheteurs.

Source:

<https://www.globenewswire.com/news-release/2023/01/11/2587354/0/fr/UBISOFT-RENFORCE-SON-FOCUS-STRATEGIQUE-SUR-SES-PLUS-GRANDES-MARQUES-ET-SES-SERVICES-LIVE-AVEC-UNE-NOUVELLE-SERIE-DE-MESURES-CONSOLIDANT-SES-PERSPECTIVES-DE-CROISSANCE-ET-DE-CREATIO.html>

SWOT - Faiblesses

La société Ubisoft a connu des retard de calendriers sur la sorties de leurs jeux. On peut parler par exemple d'Assassin's Creed Shadow, qui, prévu pour novembre 2024, à été repoussé à février 2025. Cela est dû particulièrement à de nombreuses polémiques autour du jeu. Or, comme cette licence est un classique de la marque, il a un impact important sur les profits de l'entreprise, qui retarde alors un de ses jeux phare, mais aussi sur tous les secteurs de l'entreprise, de la production jusqu'à l'édition. Cela entraîne alors des problèmes internes pour Ubisoft, en plus de freinage financier.



SWOT - Faiblesses

En raison d'une forte chute financière de l'entreprise, notamment avec une baisse de -84% en bourse, Ubisoft risque fortement de se faire racheter par une nouvelle entreprise, selon L'Express. L'une des principales candidates est Tencent, une entreprise chinoise qui est devenu un véritable géant sur le marché.

Ce besoin de soutien de la part d'une autre entreprise montre clairement une vulnérabilité au sein d'Ubisoft, ainsi qu'une nette difficulté financière de leur part.

SWOT - Opportunités



UBISOFT

SWOT - Opportunités

En 2020, l'industrie du jeu vidéo représente en France un chiffre d'affaires marchant de 5,3 milliards d'euros en 2020 selon les données publiées par le ministère de la culture. Le jeu vidéo a été le seul secteur culturel à croître durant la crise sanitaire (+11,3% en 2020 par rapport à 2019). Ubisoft se développe donc dans un secteur qui accroît et qui se trouve toujours en tendance.

SWOT - Opportunités

Le secteur du jeu-vidéo est éligible aux aides financières données par l'IFCIC (L'Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles), un organisme national venant en aide aux entreprises dans le financement de différents projets. Ils proposent aux entreprises des prêts intéressants et un accompagnement dans le financement de projets de tous types. Le marché du jeu-vidéo est donc accompagné et aidé par l'état français.



SWOT - Opportunités

Le jeu vidéo maintient sa position de loisir numérique préféré des Français, touchant un large éventail de la population. 38,3 millions de Français de 10 ans et plus pratiquent les jeux vidéo, au moins occasionnellement, soit 70 % de la population.

Parmi les joueurs français, l'égalité femmes/hommes est atteinte avec 51 % d'hommes et 49 % de femmes, tandis que 84 % sont des adultes et 16 % des enfants.

Le jeu vidéo touche en effet toutes les tranches d'âge, avec 95 % des enfants (10-17 ans), 66 % des adultes (18 ans et plus) et 43 % des seniors (65 ans et plus) qui s'y adonnent, et une moyenne d'âge des joueurs de 39 ans.

Le jeu-vidéo touche donc tout le monde et permet aux entreprises d'avoir un plus large choix sur la communauté qu'ils souhaitent créer autour de leurs projets.

SWOT - Opportunités

“Malgré les difficultés conjoncturelles de 2022 liées au contexte inflationniste et aux difficultés d'approvisionnement, c'est tout le secteur qui a su faire preuve de résilience. L'engouement des français pour le jeu vidéo se traduit par une demande forte et de très belles performances sur les ventes de software, et notamment pour les jeux sur PC et les nombreuses nouveautés console sorties en 2022. C'est une dynamique durablement installée qui ouvre des perspectives extrêmement positives pour les années à venir". La présidente du syndicat des éditeurs de logiciels et loisir affirme son engouement quant à l'évolution du marché du jeu vidéo. Les jeux-vidéos ont réussi à atteindre un chiffre d'affaires de 2,1 milliards d'euros en 2022, soit une croissance de 6 points comparé à 2021. Ces chiffres appuient l'engouement de la présidente du SELL.

SWOT - Opportunités

L'AFJV, Agence Française pour le Jeu Vidéo, et Gaming Campus, 1er campus étudiant en Europe dédié aux métiers de l'industrie du jeu vidéo, dévoilent les résultats de l'Observatoire de l'emploi du jeu vidéo 2022. La France recense 38,2 M de joueurs, tandis que 73% des Français jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement (chiffres SELL). En parallèle, le nombre total d'entreprises du secteur augmente de 10% entre 2020 et 2021, et affiche un total de 650 sociétés. Ce contexte très favorable est également porteur sur le marché de l'emploi. C'est une bonne chose qu'il y ait autant d'entreprise dans le secteur, cela signifie que c'est un marché qui se perfectionne et non un marché imparfait.

SWOT - Menaces



UBISOFT

SWOT - Menaces

Plus de 11 000 employés du secteur des jeux vidéo ont été licenciés dans le monde depuis le début de l'année, selon le site spécialisé Game Industry Layoffs, un chiffre qui ne cesse d'augmenter depuis l'an dernier. Le secteur, qui pesait 168 milliards d'euros à l'échelle internationale en 2023 selon le cabinet spécialisé Newzoo, subit un ralentissement du marché après le boom lié aux confinements pendant la pandémie de Covid, ce qui apporte une mauvaise image de marque aux entreprises se situant dans ce secteur. Ubisoft doit donc faire face à des difficultés du marché tout comme les autres entreprises dans ce secteur.

SWOT - Menaces

La crise qui frappe actuellement l'industrie du jeu vidéo est, de l'avis général, due aux investissements post-covid qui n'ont pas été rentables. Nous avons consommé énormément de produits ludiques pendant la pandémie, ce qui a entraîné d'importants investissements pour répondre à cette hausse de la demande. Cependant, dès que la situation est revenue à la normale, cette consommation a chuté. Cette chute a généré et génère encore de nombreux licenciements aux Etats-Unis, ainsi que la fermeture de studios de développement à travers le monde.

SWOT - Menaces

« Je vois des studios qui m'ont inspiré mettre la clé sous la porte et ça me terrifie, » confie David Rabineau, développeur français à la tête d'un studio indépendant, Homo Ludens, à Paris. Cet habitué du salon constate que désormais « les budgets sont plus faibles » et les éditeurs, qui financent la production des jeux, plus sélectifs. « Ils cherchent à prendre de moins en moins de risques », explique-t-il, ce qui a aussi des conséquences sur le contenu car « pour survivre, certains doivent développer des jeux moins risqués et donc moins innovants ».

SWOT - Menaces

Le marché est en crise car tout le monde n'arrive pas à se faire une place au soleil. De nombreux petits studios souffrent d'un manque de visibilité dans un marché qui tend à se diriger vers le tout dématérialisé, les nombreuses sorties quotidiennes éclipsent rapidement les sorties des semaines précédentes. Un simple regard sur l'eShop montre l'étendue du problème : pas simple de retrouver un titre correspondant à nos attentes, perdu dans un listing impressionnant et noyé entre les promotions du moment. Et il faut tenir compte des échecs de jeux en ligne, trop coûteux à la longue ou nécessitant un suivi important. On dénombre ainsi durant l'année 2023 pas moins de 60 jeux annoncés comme étant abandonnés ou retirés des plateformes en ligne.

Ce nombre montre que les entreprises font plus de pertes que de bénéfices et se retrouvent la plupart du temps à devoir gagner de l'argent pour rembourser l'argent qu'ils avaient investi dans les jeux qui ont finalement été retiré ou non vendu.

SWOT - Menaces

L'année 2023 a été marquée dans le jeu vidéo par une multitude de lancement (une vague de nouveaux jeux). De ce fait les joueurs n'ont pas eu le temps, ni l'argent et ni l'espace de pouvoir tout installer et tout tester. Steam, la plateforme d'achat principale des joueurs PC, a connu un record de publication de jeux. Plus de 14 500 jeux ont été lancés en 2023, soit une moyenne de près de 40 titres par jour.

Cela a causé à plusieurs entreprises un manque de visibilité donc elles vont avoir du mal à se faire connaître et à se faire du bénéfice pour leur rentabilité.