



Jeux vidéo : studio et développement

Codes NAF 62.01Z, 62.02A et divers

Fiche réactualisée en mai **2011**

Autres fiches professionnelles de l'APCE :

***Le commerce de jeu vidéo
Infographiste,
Production audiovisuelle,
Maison d'édition,
Artiste - Auteur,
SSI,
Entreprendre dans la formation professionnelle,
Entreprendre dans le domaine musical,
Etc.***



AVERTISSEMENT IMPORTANT

- En application du Code de la propriété intellectuelle, **IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE** intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'APCE. vinay@apce.com
- Cette fiche ne peut faire l'objet **d'aucune diffusion, ni d'aucune vente** sans l'autorisation préalable écrite de l'APCE. A ces fins, une convention spécifique peut être passée avec l'APCE, convention réservée aux abonnés de l'Espace professionnels APCE. vuarin@apce.com ou cassonnet@apce.com

En bref	Page	3
1. Définition de la profession	Page	4
2. Des éléments pour une étude de marché	Page	6
3. Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité	Page	17
4. Les éléments financiers	Page	20
5. Les règles de la profession	Page	25
6. Contacts et sources d'information	Page	28
7. Bibliographie	Page	32
Informations pratiques	Page	34



MISES EN GARDE

1. Fiche réalisée par l'APCE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à la réalisation de celle-ci, nous ne pouvons garantir dans le temps les informations et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.

2. La fiche ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprises ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités...), reportez-vous au site internet de l'APCE www.apce.com

Le secteur de la conception des jeux vidéo est devenu une industrie culturelle majeure dans notre pays et aussi à l'international, aux côtés des leaders mondiaux : la "French touch" est appréciée et on parle même d'exception culturelle française !

Le secteur s'est peu à peu structuré et dispose désormais d'un écosystème ayant pour objectif de consolider les studios de développement déjà présents sur le marché et de faciliter l'arrivée de nouveaux venus : pôles de compétitivité, universités, formations, aides financières, aides fiscales, jusqu'au crédit d'impôt adopté en 2008.

Le secteur est extrêmement dynamique : explosion des modèles et des genres, créations d'entreprises et émergence de nouveaux contenus interactifs.

Les éditeurs de jeux et de consoles doivent s'adapter en permanence et proposer d'autres modèles économiques pour répondre aux nouveaux usages du consommateur, sur les réseaux sociaux, sur les smartphones et autres équipements tactiles, et répondre à son appétit croissant pour les jeux en ligne.

■ ■ ■ CHIFFRES CLES

Nombre d'entreprises	Créations annuelles	Investissement de départ
200 PME et de nombreuses TPE	Plusieurs dizaines	Un BFR plutôt élevé à cause de l'activité de R&D.

Les mondes virtuels sont la dernière aventure accessible : la conquête spatiale est hors d'atteinte, et les terres libres ont été depuis longtemps éradiquées de notre planète, Alain Monnier, Le Figaro 15 août 2007

Ados accros, parents à cran, un dossier du Monde du 11 mars 2011

■ . . ACTIVITES

Les jeux vidéo ou "video games" en anglais sont des jeux se déroulant sur un écran numérique. Ces écrans ou supports sont de plusieurs natures : ordinateur individuel, console de salon (télévision), console portable, téléphone portable, tablettes tactiles. C'est **le loisir numérique** par excellence.

Par genre, on distingue les jeux suivants :

- Action/combat
- Rôle/Aventure
- Sport
- Stratégie
- Course automobile
- Réflexion
- Simulation

A noter : les derniers venus sur le marché que sont les jeux dédiés à la bonne forme des neurones et du cerveau ou "serious games", qui connaissent un succès indéniable.

Par familles de jeu :

- MMORPG ou jeux multi-joueurs,
- Simulateurs de vie : le joueur se crée une autre identité,
- Les sports en ligne comme les courses de voiture.

Il est difficile d'étudier le secteur de la conception d'un jeu sans connaître "l'écosystème" qui l'entoure.

La filière du jeu vidéo (*source : Pôle numérique parisien*)

Les fabricants de consoles (Sony, Nintendo, Microsoft) : ce sont eux qui "donnent le ton", principalement par les technologies qui sont intégrées dans les machines.

Les éditeurs produisent les logiciels pour les consoles, financent la filière et participent à l'organisation, à la promotion et au marketing.

Les studios de développement ou "créatifs", qui se partagent entre :

- les studios "first party" qui appartiennent aux fabricants de consoles,
- les studios "second party" qui sont indépendants,
- les studio "third party" qui font partie de la chaîne des éditeurs.

Les développeurs conçoivent et réalisent le jeu. C'est aussi un métier de créatifs, avec la préoccupation de la mise sur le marché, les démonstrations nécessaires pour alimenter la phase marketing.

Les circuits de distribution : se reporter à la fiche professionnelle APCE sur le commerce de jeux vidéo <http://www.apce.com/pid98/les-fiches-professionnelles.html> et au lien suivant :

<http://www.jeuxvideopc.com/articles/515-modeles-economiques-jeu-video-differents-intervenants>

■ . . APTITUDES

Métier au carrefour des technologies et de l'art, selon les projets l'un l'emporte sur l'autre, mais il faut appréhender la globalité d'un produit ou service, dans des champs professionnels variés : culturel, éducatif, commercial, ludique. Le créateur de jeu vidéo agit de toute façon rarement seul, il existe au minimum au départ un créatif ("game designer") et un chef de projet qui est le gestionnaire et l'animateur d'une structure où de nombreuses personnes vont apprendre à travailler ensemble.

Il faut souligner l'importance des compétences transversales, la passion des nouvelles technologies : à la limite, il s'agit d'une immersion totale dans un monde virtuel jour et nuit...

Travailler au sein d'équipes pluridisciplinaires est presque obligatoire. Des qualités relationnelles sont nécessaires pour associer le plus de monde possible au projet. Par exemple, négocier avec les partenaires techniques et financiers, éditeurs, détenteurs de droits, etc. Il faudra donc pour le chef d'entreprise des talents de négociateur et de diplomate pour travailler de concert avec de nombreuses personnalités.

Les évolutions techniques du secteur sont énormes, elles obligent à pratiquer une veille technologique constante. La maîtrise de l'anglais est impérative : la langue du jeu vidéo, c'est l'anglais !

Créativité, imagination ... ne doivent pas faire oublier le sens des affaires, la rigueur nécessaire pour suivre un budget ou établir une prévision de trésorerie ! Une bonne répartition des tâches et des aptitudes au sein de l'équipe est donc nécessaire, il est rare de démarrer un projet sans avoir des associés aux compétences complémentaires.

Le stress fait partie de l'aventure : *Très vite le consommateur exigeant établit son verdict : le jeu est nul ou génial ; il n'y a pas de juste milieu, c'est un monde de passionnés* (Nicolas Gaume).

● . . Codes APE de la NAF

Il n'y a pas de codes spécifiques, ce qui explique la difficulté d'obtenir une description très fiable du secteur. De plus, la nomenclature a changé au 1^{er} janvier 2008.

La plupart des concepteurs ont l'ex code 722C, éclaté à présent en plusieurs codes dont 62.01Z programmation informatique et 62.02A, conseil en systèmes et logiciels informatiques, et 58.21 Z, édition de jeux électroniques.

Plus inattendus : une société leader en France dans la conception de jeux vidéo pour portables, est répertoriée dans le code APE sur le conseil pour les affaires et la gestion (70.22Z).

Une autre dans la vente par correspondance spécialisée (47.91B).

Une dernière est classée dans la production de films pour le cinéma (59.11C)

Nomenclature des codes APE en vigueur depuis 2008 à trouver au lien suivant :

http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/nafr2008/liste_n5.htm

■ ■ ■ L E MARCHÉ

Le marché du jeu vidéo, en pleine croissance, évolue en permanence avec les ruptures technologiques (lors de la sortie de nouvelles consoles tous les 5 à 6 ans). Les USA, la Chine et le Japon sont leaders sur ce marché mondial évalué à plus de 50 milliards d'euros en 2010. Pour aller plus loin : enquête annuelle de l'Idate sur l'industrie du jeu vidéo www.idate.org

La France possède des atouts non négligeables : créativité, réactivité, des éditeurs dans le top mondial et un secteur qui s'est structuré vaille que vaille malgré le manque de capitaux, des faillites et des rachats d'entreprises par des groupes étrangers.

En 2010, notre pays est le second marché en Europe (ex aequo avec l'Allemagne) et le quatrième au niveau mondial derrière la Grande Bretagne (source : Sell).

Les entreprises : les studios de développement

L'Idate estime que 4 000 entreprises employant 5 000 personnes sont impliquées dans le secteur du jeu vidéo, production et prestataires techniques réunis.

200 PME et TPE travaillent pour la seule production en employant 3 500 personnes (source : Idate 2010).

Le CA est annuel du jeu vidéo en France s'élève en 2010 à 3 milliards d'euros (hardware et software on line et off line) pour 52 millions de produits vendus.

Parmi les nouvelles pratiques, le jeu en ligne se développe et commence à devenir significatif en termes de CA pour l'industrie, avec 400 millions d'euros générés en 2010 sur le marché des jeux vidéo en ligne, tous segments confondus (source : SNJV et conférence GfK du 10 février 2011). Par ailleurs, selon le syndicat du jeu vidéo, le créneau des serious games représente déjà 10 millions d'euros en France, avec 20 entreprises concernées.

Le secteur est dual : soit des grosses entreprises de type Ubisoft, soit des TPE (la moitié a moins de 10 salariés). C'est un secteur qui arrive à maturité, avec une grande diversité dans les types de jeux conçus par les sociétés.

Une première enquête menée par le CNC et le SNJV¹ en 2009 permet de mieux connaître les entreprises françaises du jeu vidéo :

- la plupart ont plusieurs activités (création, édition, distribution...)
- en moyenne chaque entreprise réalise un CA de 2,76 M€
- 55% emploient moins de 10 salariés permanents en ETP, équivalent temps plein
- elles développent entre 1 et 4 jeux vidéo dans l'année
- elles réalisent de plus en plus des jeux sur téléphone mobile
- plus de 55% d'entre elles travaillent en collaboration avec des éditeurs

Pour aller plus loin : les entreprises françaises du jeu vidéo, juin 2010, CNC et SNJV
<http://www.snjv.org/data/document/observatoire-2010.pdf>

¹ Cette première enquête a connu cependant un faible taux de réponse, 96 entreprises sur 244 actives, les résultats ne sont pas représentatifs de l'ensemble du secteur mais donnent cependant « une image fidèle du segment de la création et du développement des jeux », dicit l'étude.

L'écosystème autour du jeu vidéo

Toute une filière en ébullition permanente porte le jeu vidéo en France. Ces principaux acteurs sont, aux côtés des studios de développement :

- Les "boîtes" technologiques ou programmeurs de développement,
- Les laboratoires de recherche Irisa, L3i, Irit, Omnsh...
- Les éditeurs,
- Les dispositifs d'accompagnement : 4 systèmes productifs locaux à Lyon, Paris, Bordeaux et dans le sud de la France,
- Les écoles de formation,
- Les organismes de recherche ou de financement (ANR, Oseo, CNC....),
- Les collectivités,
- Les pôles de compétitivité pour partie dévolus au jeu vidéo : Imaginov, Cap Digital, Lyon Games, Capital Games,
- Les laboratoires de recherche (*source : Laurent Michaud, Idate*).

Les chiffres communiqués par l'annuaire de l'AFJV permettent d'analyser les cinq principales régions du jeu vidéo en France qui, à elles seules, représentent la majorité des offres publiées. Ces régions sont : l'Ile-de-France, Rhône-Alpes, le Nord-Pas-de-Calais, l'Alsace et le Languedoc-Roussillon.

La consommation de jeux vidéo en France

En 2009, le jeu vidéo génère 2 700 M€ :

- un marché du hardware (vente consoles et accessoires) de 1 270 M€
- un marché du software (logiciels) de 1 434 M€ (consoles salon 937,3 + consoles portable 314,3 et jeux pour PC 183,2)

Source : Le marché du jeu vidéo en 2009, une étude de GfK pour le CNC parue en juin 2010
<http://www.snjv.org/data/document/march-2009.pdf>

Les premiers chiffres pour 2010 tablent sur un CA global de 3 milliards en 2010

http://www.gameblog.fr/news_20767_jeu-video-2010-en-france-une-annee-record

Dans le jeu vidéo, la règle c'est le cycle de vie des consoles de jeux. Une génération de consoles dure 5 à 6 ans. 2009 : les machines en vente sont sorties en 2005 et 2007. En 2009, les ventes se tassent, le marché mondial des logiciels est en baisse, avec comme cause la récession économique mais surtout la concurrence des jeux sur internet et les applications de jeux sur téléphones mobiles.

Le palmarès des plateformes

L'ordinateur et la console sont apparus historiquement les premiers et ils gardent la préférence des joueurs. Cependant, les joueurs jouent de moins en moins exclusivement sur leur ordinateur, ils sont de plus en plus multi-plateformes. **L'avenir est à la dématérialisation du jeu vidéo**, au développement des jeux sur le téléphone portable : des investissements énormes sont faits sur ce champ par les fabricants. Sans oublier les smartphones, PDA et les tablettes mobiles.

Les consoles sont-elles pour autant appelées à disparaître ? C'est la question qui est sur toutes les lèvres ! http://www.gameblog.fr/news_20702_les-portables-vont-elles-mourir-carmack-repond

Smart phones and tablets becoming video game machines
<http://www.dallasnews.com/business/technology/headlines/20110207-smart-phones-and-tablets-becoming-video-game-machines.ece>

Parc de consoles en janvier 2010 : DS et Wii sont les consoles les plus appréciées des Français, avant leurs concurrents : PSP, PS3, Xbox360 (GfK). La sortie très attendue de la Nintendo 3DS en 2011, retardée à cause des événements au Japon, doit encore séduire de nombreux joueurs, avec un écran affichant des images en 3 dimensions, sans être obligé de porter des lunettes spéciales.

Les plateformes de jeux en 2011 (plusieurs réponses possibles, question posée uniquement aux personnes jouant aux jeux vidéo)

Support utilisé pour jouer aux jeux vidéo	
Sur une console de salon (Wii, PS2/PS3, Xbox)	54%
Sur un ordinateur (jeu installé)	52%
Sur une console de jeu portable (DS, PSP)	30%
Sur un site internet classique	22%
Sur Facebook	19%
Sur un ordinateur (jeu en réseau)	19%
Sur un jeu fourni avec le téléphone mobile	13%
Sur une application téléchargée sur un smartphone	13%

Source : GfK pour BNP Paribas, mars 2011

■ . . EVOLUTION DU SECTEUR

Evolutions mondiales

Au niveau mondial, les Etats-Unis, le Japon et le Canada donnent le ton, avec des éditeurs de renom (la capitale des jeux vidéo est Montréal). Il n'y a pas de vrai marché européen, organisé comme aux Etats-Unis.

Les estimations de marché produites par l'Idate montrent que sur la période 2008-2012, le marché mondial du jeu vidéo (vente d'équipements et de logiciels) devrait croître de 16,7%, passant de 43,3 à 50,6 milliards €. Les segments les plus dynamiques devraient être le jeu sur terminaux mobiles (téléphones, smartphones) ainsi que le jeu en ligne sur PC avec une croissance respective de 96,2% et 91,4%. Dans le même temps, les autres segments du logiciel devraient continuer de croître, mais à un rythme moins soutenu que le online. Enfin, le marché des équipements devrait enregistrer une décroissance jusqu'en 2012-2013, période précédant le lancement de machines nouvelle génération. En effet, le segment des consoles de salon devrait reculer de près de 39% tandis que le segment des consoles portables devrait plonger de plus de 55%.

Tableau 1 Evolution du marché mondial du jeu vidéo par segment (millions EUR)

	2008	2009	2010	2011	2012
Home Consoles Market – Hardware	10 258,1	9 695,1	8 499,3	7 571,5	6 290,7
Home Consoles Market – Software	12 558,7	14 322,5	15 339,8	16 126,8	16 587,1
Handheld Consoles Market – Hardware	3 481,3	2 370,8	1 782,7	1 549,6	1 549,6
Handheld Consoles Market – Software	4 945,0	5 206,5	5 405,7	5 568,6	5 668,2
Offline Computer Software Market	3 396,2	3 518,8	3 599,9	3 650,6	3 688,8
Online Computer Software Market	5 381,7	6 252,6	7 245,2	8 583,2	10 299,8
Wireless Software Market	3 311,2	4 198,2	5 062,9	5 826,3	6 495,8
Total	43 332,3	45 564,6	46 935,6	48 876,6	50 580,0

Source : Idate

C'est désormais l'édition de jeux vidéo qui tire la croissance, car les fabricants de consoles traversent une période d'incertitude, confrontés à l'explosion des jeux en ligne et sur mobile.

Le cas français : un marché plus structuré

En France, il existe un grand nombre de structures de développement, car il y a un réel savoir-faire en matière de création (la "French touch"). Après avoir traversé une crise sans précédent (disparition de nombreux emplois et faillites de sociétés renommées, délocalisation de la production), due à plusieurs facteurs (absence de moyens de financement, concurrence croissante des studios étrangers, bulle internet...), le marché s'est peu à peu structuré.

Malgré le départ de certaines entreprises de l'édition de jeux vidéo outre atlantique, de nombreuses sociétés ont vu le jour : il reste des niches de très bonne qualité, preuve de la qualité de la "French touch" (exemples : Metaboli et Boonty pour l'édition de jeux en ligne). D'innombrables petites sociétés se sont créées, ayant pour objectif la conception de jeux vidéo sur portable ou PDA, plus faciles d'accès, moins coûteux à développer, sans stock ni emballage puisqu'il suffit d'un SMS ou d'un appel surtaxé pour que le jeu soit programmé (source Apec Courrier cadres).

Il faut noter aussi l'excellence française sur un certain nombre de technologies du multimédia comme l'indexation de données, l'analyse d'images, la réalité virtuelle (source Oseo).

La dématérialisation des échanges change la donne : on assiste à la fin de l'ère des dinosaures, la vente d'un jeu peut se faire directement sur internet et de moins en moins en magasin : les studios français sont toujours dans la course.

Quelques chiffres:

- Trois des dix plus grands éditeurs mondiaux de jeux vidéo sont français (Activision Blizzard, Ubisoft et Atari), ainsi que deux des plus gros éditeurs mondiaux de jeux pour téléphones mobiles (Gameloft et Zenops/In Fusio).
- Deux pôles de compétitivité (Cap Digital et Imaginove) ont parmi leurs thématiques le jeu vidéo.

Avec ses écoles, ses chercheurs, ses artistes et ses nombreux techniciens, la France est en pointe dans beaucoup de domaines de l'imagerie numérique. L'école d'Angoulême est unique au monde et forme la relève française et européenne.

Les défis encore à relever : favoriser les liens entre tous les réseaux et dispositifs à présent mis en place pour susciter les échanges interdisciplinaires (laboratoires de recherche, universités, studios, pôles, entreprises, etc.)

Une consommation soutenue par un public de plus en plus varié

Le nombre de joueurs augmente régulièrement : 25 millions de joueurs avec un panier moyen de 140 euros pour l'achat de jeux en 2009 (*source : TNS et Gameindustry.com*) et 28 millions de joueurs en 2010 (*source : GfK*).

Les jeux vidéo connaissent une croissance régulière, due en partie à l'élargissement du cœur de cible des produits vers les 20-35 ans, au pouvoir d'achat plus élevé que la traditionnelle clientèle des 8-16 ans... La consommation augmente également avec celle des équipements dédiés au jeu vidéo : taux d'équipement des ménages en PC, consoles, téléphones portables, tablettes tactiles, micros équipés de haut débit, et plus généralement du maillage du territoire en haut débit, voire en très haut débit à fibre optique. Désormais, il est possible de jouer partout, que ce soit sur son Smartphone dans les transports en commun ou chez soi, mais de façon plus interactive que par le passé. Le nombre de joueurs occasionnels augmente, ce sont ces « casual gamers » sur leurs mobiles, le temps d'un jeu rapide et amusant. (source GfK).

► Des études de référence : http://www.afjv.com/etudes_analyses/etudes_hardware.htm
<http://www.snjv.org/data/document/pratiques-consommation.pdf>
<http://www.newzoo.com/ENG/1553-France.html>

Les jeux vidéo se sont ouverts à des publics variés, par exemple la "Nintendo DS" qui s'adresse aux jeunes filles, "Brain Age" de Nintendo qui interpelle les seniors ou encore "Buzz" de Sony qui reprend le concept de "Questions pour un Champion". On voit apparaître un marché de niche avec les jeux dits multi joueurs. La Wii de Nintendo, qui intègre la reconnaissance de mouvement a séduit des familles ou des femmes. Le profil des joueurs évolue : selon une étude de GfK pour le CNC publiée en 2010, 52% des joueurs sont des femmes !

Actuellement, on peut dire que la croissance de la population de joueurs démontre une vraie tendance sociologique. Le monde du jeu vidéo devrait continuer à se diversifier. *Source* <http://www.parisdeveloppement.com/la-technopole-parisienne/3-poles-innovants/pole-numerique/jeux-video/dossier-jeux-video/parte-3-ils-temoignent/marc-herubel-conseiller-technique-aux-nouvelles-technologies-et-multimedia.html>

Une consommation soutenue par des évolutions techniques constantes

Les mondes virtuels sont de plus en plus sophistiqués : *Total immersion* intègre des informations du monde réel dans le monde virtuel, la console *Wii* de Nintendo permet l'intrusion du corps du joueur dans le jeu, comme la *Manett Move* de Sony, et *Kinect* par Microsoft s'affranchit des manettes de jeux.

Le jeu vidéo est décliné partout : sur les consoles, et aussi à présent en ligne, sur les réseaux sociaux comme Facebook, sur les Smartphones et autres équipements mobiles (La Tribune, 27 octobre 2010). Un nombre croissant de joueurs se passionne pour les jeux en ligne (jeux multijoueurs ou jeux sur Facebook) ; la catégorie de jeux sur mobiles, Smartphones ou tablettes numériques, est celle qui affiche la plus forte progression de ses ventes (source : étude de Lazard Capital Market).

“Nos données indiquent que les consommateurs ne sont pas seulement en train de s'éloigner des jeux consoles, mais qu'ils étendent leur budget sur plus de plateformes. Leurs choix de type de jeux et de plateformes dépendent du moment, de l'endroit, du cadre social et du besoin qu'ils cherchent à satisfaire. Il n'y a plus lieu de parler de « casual gamer » ou de « core gamer » car les joueurs jouent en moyenne sur plus de 3,5 plateformes différentes et que plus de 85% d'entre eux passe du temps sur les plateformes de jeu «casual».”
http://www.gameblog.fr/news_20084_france-4-milliards-d-euros-pour-le-jeu-video-en-2010

Les éditeurs de jeux vidéo se positionnent ainsi sur ce nouveau marché, leur croissance est en partie tirée par les jeux en ligne, car les consoles sont moins rentables. GfK estime que 400 millions d'euros ont été générés en 2010 sur le marché des jeux vidéo en ligne, tous segments confondus.

Les nouvelles plateformes et avec elles la dématérialisation ont considérablement bouleversé le marché et par extension l'industrie elle-même. Même si les productions fidèles aux consoles traditionnelles sont toujours d'actualité, de nouveaux acteurs et de nouveaux types de jeux prennent une place conséquente sur le marché de l'entertainment. Ces bouleversements favorisent évidemment l'émergence de jeunes créateurs et permettent aussi à des sociétés installées de retrouver un nouveau souffle. Source : Afjv et Game developer conférence, mars 2011
http://www.afjv.com/press1103/110308_tendances_gdc.php

Le dématérialisé représente 11% du marché global. Selon les prévisions de GfK France, il représentera 20% en 2015. L'Idate prévoit que le marché dématérialisé représentera 46% du total du marché du jeu vidéo en 2014.
Source : conférence GfK 10 février 2011, les Français et l'entertainment
<http://www.snjv.org/data/document/gfk-2010-par-snjv.pdf>

Un autre marché en forte progression : les jeux vidéo à la demande, des jeux vidéo en téléchargement sur internet, ou grâce à une plateforme de jeux, qui tourne sur un serveur extérieur (technologie du cloud computing utilisé par la société Onlive), le joueur n'ayant plus besoin de télécharger le jeu. Le cabinet GfK juge le potentiel de ce nouveau marché énorme, le cloud gaming pourrait sonner le glas des fabricants de consoles (source : La Tribune 21 juin 2010). Selon d'autres observateurs, les consoles de salon n'ont pas dit leur dernier mot, avec des innovations comme la capture de mouvement, la 3G, les jeux en relief, la réalité augmentée... (source : Idate juin 2010).

Des débouchés dans d'autres secteurs d'activité

Le secteur de la création dans le jeu vidéo est petit. Toutefois, les autres domaines qui sont la technologie, la distribution,... montrent que ce secteur tend à s'ouvrir et qu'il évolue. Des films deviennent des jeux vidéo comme "King Kong", des jeux vidéo qui deviennent des films comme "Silent Hill". Les jeux vidéo créent leurs héros et des produits dérivés.

Des applications issues des jeux vidéo trouvent des débouchés dans d'autres secteurs. Par exemple, le partage de photos numériques, des innovations dans le domaine de la santé, des simulateurs militaires, etc.

● ● ● Conjoncture

2008

Après une année record en 2007, le marché des loisirs interactifs atteint 3,4 milliards € en 2008, l'arrivée de trois nouvelles consoles sur le marché a dynamisé les ventes.

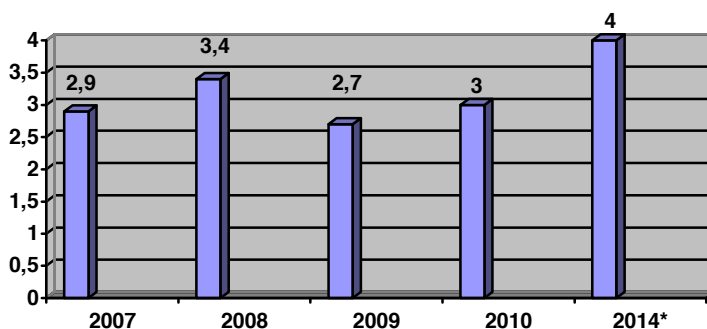
2009

Les ventes ont baissé de 12% par rapport à 2008, le recul est enregistré en hardware comme en software, et confirme le caractère cyclique d'un marché dominé par l'arrivée des nouvelles consoles. Certains éditeurs se lancent dans les jeux en ligne pour relancer leur activité. L'objectif est de fidéliser les joueurs pour les transformer en abonnés générateurs de revenus, abonnement et vente d'objets virtuels permettant de faire avancer le jeu.

2010

Avec 2,5 milliards € de CA réalisés dans les circuits retail, l'industrie des loisirs numériques atteint en réalité 3 Milliards € si on inclut le dématérialisé. Le jeu en ligne commence par devenir significatif avec 400 Millions € de CA (source : GfK février 2011).

Evolution du CA de l'édition de jeux vidéo en Milliards euros (dont le dématérialisé, source GfK)



2014* prévisions

● ● ● Perspectives et défis

Les enjeux à relever sont liés à la complexité sans cesse croissante du secteur et de ses modèles de développement :

- dématérialisation inéluctable pour les usagers des terminaux numériques, consoles de salon, consoles portables, téléphones autres baladeurs et PC (la convergence numérique),
- développement des jeux multijoueurs, des jeux occasionnels ou "casual gaming",
- nouveau marché de l'internet mobile,
- nécessité pour les éditeurs de se regrouper pour continuer d'être présents sur la scène mondiale et réunir les capitaux,
- création d'une chaîne de production de Middleware pour les studios français, afin que la France devienne un fleuron en création et développement du jeu (source : Idate, deuxième assises du jeu vidéo, avril 2008).

Les fondamentaux de la croissance sont bons, il y a de nouveaux joueurs à aller chercher, sur la génération actuelle de consoles et les nouvelles consoles portables qui feront leur apparition bientôt. Le CA devrait atteindre 4 Mds€ en 2015 (source : GfK, février 2011, compte rendu de la conférence du 10 février 2011 sur le site du SNJV).

Le chiffre d'affaires devrait connaître une nouvelle embellie en 2013 pour atteindre en 2014, à l'aube d'un probable nouveau cycle de consoles, environ 3,8 milliards d'euros en France.
<http://www.snjv.org/fr/industrie-francaise-jeu-video/etat-du-secteur/panorama-actuel-du-jeu-video.html>

Pour plus d'informations sur le jeu vidéo :
Etudes et analyses sur l'industrie des jeux vidéo : http://www.afjv.com/actu_enquetes.htm
Informations archivées par l'AFJV, association française du jeu vidéo :
http://www.afjv.com/actu_breves.htm
Idate www.idate.org
CNC www.cnc.fr
Instituts de sondage et d'études comme GfK www.gfkr.fr , TNS, Games industrie, Gartner...

■ .. CLIENTELE

C'est l'activité culturelle dont la progression a été la plus spectaculaire au cours des 10 dernières années. En France,

- 63,3% des Français jouent à des jeux vidéo,
- 52,1% sont des femmes,
- l'âge moyen est de 35,6 ans,
- 3 joueurs sur 4 jouent en ligne sur Internet et les jeux en ligne gratuits dominent les usages,
- pour les joueurs de vidéo, la pratique est régulière et intense.

Pour en savoir plus : Les pratiques de consommation des jeux vidéo des Français, étude de GfK pour le CNC juin 2010. Et son analyse en février 2011 :
http://www.gfkr.com/imperia/md/content/rt-france/cp_gfk_bilan_entertainment_2010.pdf

Précédente analyse sur les pratiques de consommation des Français en jeu vidéo
http://www.afjv.com/press1008/100811_etude_joueurs_jeux_video.php

La clientèle des jeux vidéo est analysée aussi chaque année par TNS Sofres : nombre de foyers concernés, âge, plateforme... <http://www.tns-sofres.com>

Par ailleurs, en mars 2011, l'Ifop a mis en ligne les résultats d'une étude réalisée pour l'Atelier BNP-Paribas sur la pratique des jeux vidéos en ligne. 57% des personnes jouent à des jeux vidéo, 12% sont des joueurs réguliers. http://www.ifop.com/media/poll/1422-1-study_file.pdf

Les jeux vidéo touchent aussi une clientèle de salariés, ils ne sont pas seulement des destinés à "l'entertainment", mais peuvent devenir des outils employés par les entreprises pour améliorer la compétitivité et sensibiliser à certains sujets. Les "serious games" envahissent ainsi de nombreux secteurs comme la santé, la défense, les ressources

humaines...Les entreprises utilisent de plus en plus les jeux vidéo pour former les cadres (source *Courrier cadres de l'Apec*).

■ . . CONCURRENCE

Ce sont les autres produits culturels et de divertissement.

A noter que les frontières deviennent parfois floues entre animation/cinéma, jeux vidéo, arts numériques et bande dessinée. A titre d'illustration, Ubisoft lance un studio de réalisation de films d'animation à Montréal.

■ . . CREATIONS ET DEFAILLANCES

En raison de la variété des codes APE de la NAF (voir rubrique 1 : définitions), aucune analyse fondée sur les codes APE ne peut satisfaire, car elle ne donnerait qu'une vision bien imparfaite de la création d'activité dans le jeu vidéo ! D'après certains observateurs, il y aurait autant de disparitions que de créations :

Même si beaucoup ont affirmé que certains studios français allaient fermer leurs portes, il faut savoir qu'il y a eu pratiquement autant de création de studios que de disparitions, précise Jonathan Dumont, patron de Games Fed. De nombreuses structures ont vu le jour grâce aux opportunités offertes par les nouvelles plateformes et la dématérialisation et il y a fort à parier que les plus talentueuses produiront demain pour l'ensemble des plateformes du marché http://www.afjv.com/press1103/110308_tendances_gdc.php

● . . Les principales caractéristiques du secteur des jeux vidéo

Points forts	Points faibles
<ul style="list-style-type: none"> La France est l'un des pionniers de l'industrie du jeu vidéo Un marché du jeu vidéo en fort développement, de nouveaux consommateurs, de nouveaux supports Des possibilités technologiques sans cesse plus poussées avec un renouvellement rapide de l'offre La présence de solides compétences : "la french touch" Des écoles de renommée internationale Trois éditeurs français parmi les 10 premiers mondiaux 	<ul style="list-style-type: none"> Une rentabilité de plus en plus difficile à atteindre (avec des coûts de développement exponentiels sur le marché des consoles) Difficulté des acteurs de petite taille à atteindre la taille critique Beaucoup d'éditeurs sont outre-atlantique, ce qui complique les relations Beaucoup de prototypes ne trouvent pas d'éditeurs Un jeu ne reste pas longtemps en rayon, et très vite tout est joué : succès ou non
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> De nouveaux types de jeux touchant des publics 	<ul style="list-style-type: none"> Une concurrence internationale de plus en plus forte

- de plus en plus larges, comme les serious games qui envahissent de nombreux secteurs
- Les jeux dématérialisés et en ligne
- Des nouveaux supports
- La concentration du secteur

- Des salariés et des porteurs de projets prêts à s'exiler pour travailler ailleurs (Silicon valley, Royaume Uni et Canada, où le crédit d'impôt est plus intéressant)

Sources diverses dont plan d'Eric Besson pour le développement de l'économie numérique

■ . . . PLACE DU CREATEUR

Passionné du numérique, des technologies, ne suffit pas. L'instigateur d'un projet doit être polyvalent : il est souvent, faute de moyens au démarrage, un homme-orchestre, à la fois concepteur graphique et médiatique, gestionnaire, technicien, juriste. Ces nombreuses casquettes ne sont pas toujours faciles à gérer et l'idéal est de concevoir un projet dès le départ avec des associés aux compétences complémentaires, et de bénéficier de plusieurs expériences professionnelles avant de se mettre à son compte.

Les porteurs de projets doivent redoubler d'efforts commerciaux, border juridiquement leurs contrats grâce à l'aide des avocats spécialisés ... et démarrer avec un fonds de roulement suffisant ! La technologie va souvent plus vite que les usages, les projets mettent du temps avant de déboucher sur une commercialisation.

Le processus de fabrication passe par les phases suivantes :

- étude de faisabilité,
- spécifications détaillées transcrites dans un scénario,
- maquette,
- mise en scène interactive et préparation des objets (textes, images, vidéo, son),
- qualité et tests,
- distribution (*source : étude du pôle numérique de Paris*).

Il est impératif de se mettre en relation avec les pôles ou associations, universités locales, c'est-à-dire l'écosystème jeu vidéo de la région. Par exemple, l'association Bordeaux games qui regroupe et repère tous les acteurs de la filière pour l'industrie girondine. <http://www.bordeauxgames.com> ou bien encore le réseau image dans le 92 <http://www.reseau-image.com>.

Le studio de développement de jeux vidéo se spécialise par genre (ludo-éducatif, sport, stratégie), par type de clientèle ou encore par support (consoles, Internet ou PC) ; il démarre sur un ou deux titres et conçoit un exemplaire unique (le "master") vendu à un éditeur (avec une avance sur royalties versée par l'éditeur). Une petite équipe est formée autour de graphistes musiciens, de scénaristes interactifs et d'informaticiens. Dans l'idéal, chaque jeu doit permettre de financer les suivants.

Les nouveaux débouchés du jeu vidéo (consoles connectées, téléphones portables, jeux téléchargeables), donnent lieu à de nombreux projets car ils sont moins gourmands en capitaux.

Comment séduire un éditeur de jeux vidéo ?

<http://www.jeuxvideopc.com/articles/749-comment-seduire-editeur-jeux-video>

Les différentes étapes de création d'un jeu vidéo

<http://www.jeuxvideopc.com/articles/516-differentes-etapes-creation-jeu-video>

Si vous souhaitez créer votre propre activité sur la base de votre projet, vous devez acquérir certaines connaissances indispensables en gestion d'entreprise, management économique, management humain, finance, droit, etc. Trop de projets, pourtant audacieux au départ, n'aboutissent pas à cause d'une méconnaissance des réalités du secteur, d'un manque de compétences autres que celles liées directement à la réalisation du jeu vidéo. Pour d'autres, l'abandon du projet viendra d'un manque d'objectivité, de recul, dû à une vision trop centrée sur le projet, sans réel échange, sans remises en question qui s'avèrent pourtant nécessaires, source Futurn www.futurn.net

Des portraits de créateurs de jeu vidéo

<http://www.snjv.org/fr/industrie-francaise-jeu-video/portraits.html>

■ ■ ■ P RINCIPALES ENTREPRISES

Fabricants de consoles

Trois compagnies mondiales dominent le marché. Ce sont Sony (PS3, PSP), Microsoft Xbox) et Nintendo (Wii, DS). Les éditeurs chinois et sud coréens prennent de plus en plus d'importance.

Editeurs de jeux vidéo français

Atari (ex Infogrames), Activision Blizzard - (Vivendi Universel Games) et Ubisoft (King Kong...) font partie du top mondial de la conception et de l'édition de jeux vidéo. Vivendi est devenu en 2008 le premier éditeur de jeu vidéo après son acquisition d'Activision.

Jeux vidéo pour mobile

Gameloft, leader européen, Kaolink, Tetraedge, In-fusio et Mobile Scope (en redressement judiciaire).... Les opérateurs Orange et SFR sont aussi de la partie.

Xerfi² distingue en 2011 les opérateurs pour la jeunesse suivants : Disney interactive, Zynga, Ankama, Electronics arts, Sulake, Nobilis Group, Mindscape .

Téléchargement de jeux sur Internet

Métaboli, Boonty, ...

Studios

Il est difficile de les citer tous : Darkworks, Quantic Dream, Cyanide Studio, Lexis Numérique, Eden Games...

² Etude Xerfi publiée en février 2011 sur les médias pour la jeunesse à l'horizon 2012 www.xerfi.fr

■ ■ ■ Ressources Humaines

● ● ● Métiers et compétences

On distingue différentes fonctions dans un studio de développement, mais il faut compter avec le mélange des genres. Les équipes contribuent à la réalisation d'un jeu en "indivision sous la forme d'itérations successives" (*source ldate*).

D'autre part, faire coïncider masse salariale et activité est souvent difficile : un projet s'étale sur plusieurs années et la commercialisation d'un jeu également. Il est fait ainsi appel à des free lance afin de gérer les ressources humaines "au plus serré".

Quelques profils

- Le game designer est celui qui conçoit le mécanisme du jeu et le scénario,
- La conception visuelle avec les graphistes et illustrateurs qui réalisent et modélisent personnages et décors,
- Le directeur artistique,
- Les animateurs de personnages,
- L'équipe son intègre les éléments sonores dans l'interactivité,
- Le programmeur intervient sur l'aspect créatif,
- le programmeur technique,
- Le chef de projet qui gère l'organisation et le management,
- Des spécialités en sciences humaines pour étudier le comportement et la psychologie cognitive du joueur (*source guide des formations, vidéadoc*).

Pour aller plus loin : *un référentiel de compétences pour les métiers du jeu vidéo : Opcalia*, http://www.opcalia.com/fileadmin/user_upload/Branches/jeu_video/referentiel_metiers_de_la_production_de_jeux_video_capital_games-1.pdf

Les ressources humaines dans le jeu vidéo, AFJV, juillet 2008

http://www.afjv.com/press0807/080715_etude_rh_jeux_video_1.htm

Répartition des contrats pour un studio :

- 15% indépendants
- 44% CDI
- 22% sous-traitants
- 19% contrats souples (CDD stagiaires)

● ● ● Recrutement

Les recrutements se font par le "bouche à oreille", par candidatures spontanées, en consultant les annonces sur les sites Web des sociétés : le marché caché de l'emploi prédomine largement !

Principaux canaux de recrutement par ordre d'importance (*Source : OFEM*)

- sites web de recrutement,
- relations personnelles,
- candidatures spontanées,

3 - Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité

- le site web de l'entreprise,
- Puis : les petites annonces, Pôle emploi, le stage, l'intérim, la promotion interne, les salons professionnels, l'APEC, le site de l'INA, le parrainage...

Sites spécialisés sur les emplois et le recrutement dans le secteur du multimédia

www.bale.fr www.erecrut.com www.graphic-jobs.com www.idflux.net

● ● ● Convention collective

Il n'y a pas de convention spécifique pour les métiers du jeu vidéo ; environ la moitié des entreprises est rattachée à la convention collective de Syntec ingénierie, services informatiques, études et conseil ; l'autre moitié est rattachée à des secteurs divers : jeu jouet, métallurgie, audiovisuel, commerce de gros, édition, etc. mais le secteur tente de s'organiser (*Le Monde* du 26 mai 2008, *un difficile apprentissage social*).

■ ● ● LOCAUX ET INSTALLATION

Des pôles de compétitivité ou des "clusters" ou plateformes locales spécialisés dans le multimédia et les jeux vidéo :

- Pôle Cap digital IMVN, en Ile-de-France www.capdigital.com
- Le pôle de compétitivité/cluster Imaginove en Rhône Alpes www.imaginove.fr
- Game Sud www.gamesud.org
- Bordeaux Games www.bordeauxgames.com
- Le cluster de Lyon Game www.lyongame.com
- Association capital games : le cluster de la région parisienne www.capital-games.org
- PixLR, Languedoc Roussillon www.pixlr.fr
- Une plateforme d'initiatives, Scientipôle initiative www.scientipole-initiative.org

Autres pôles dédiés au multimédia

Le pôle Bretagne et Pays de la Loire : Images&Réseaux <http://www.images-et-reseaux.com/>
Angoulême (Magelis - bande dessinée, animation 2D/3D, multimédia),
Le Futuroscope de Poitiers,
Marseille (incubateur Belle de Mai),
Lille (Digiport et Arc numérique - systèmes d'information, multimédia),
Montbéliard (Numérica - technologies de l'image, multimédia),
Le pôle numérique du Valenciennois (multimédia, formation),
Laval (réalité virtuelle, université),
Lorient (audiovisuel), Arles (industries culturelles numériques), etc.

Contacts : www.competitivite.gouv.fr

Des incubateurs

<http://www.recherche.gouv.fr/cid5739/les-incubateurs-d-entreprises-innovantes-lies-a-la-recherche-publique.html>

Des zones d'accueil d'entreprises : technopoles, pépinières ou infrastructures voient le jour, dévolues aux TIC et au multimédia. (ex : Paris développement avec une pépinière jeu vidéo <http://www.parisdeveloppement.com>).

■ ■ ■ EQUIPEMENTS - INVESTISSEMENTS INITIAL MOYEN

Les coûts de production varient de 500 000 euros à 5/20 millions d'euros selon les types de jeu et leur support : console de salon, console portable, logiciels de jeux sur PC. On distingue :

"Tout d'abord il y a les "budget games" et les "mid-price game". Ces jeux sont des jeux simples qui s'adressent essentiellement aux technologies précédentes (les anciennes consoles par exemples).

Les "budget games" ont généralement un coût supérieur à 100K €.

Les "mid-price games" coûtent en moyenne entre 100 et 500K €. Ces deux types de jeux permettent aux nouveaux studios de faire leurs preuves sur le marché et donc de se lancer. Pour d'autres studios, cela peut permettre de se stabiliser et d'avoir des revenus à moindre coût.

Ensuite, il y a la production des jeux s'adressant aux dernières consoles sorties sur le marché : PC, PS2, X-BOX, Game cube. Ces jeux coûtent en moyenne de moins de 500K € à environ 5 à 10M € et sont produits par des studios qui ont déjà de grandes possibilités d'investissements. Ces studios ont les moyens de produire les jeux pour les nouvelles générations de consoles sorties récemment.

Les jeux multi joueurs coûtent en moyenne moins de 5M€. Ils sont essentiellement produits par la Corée du Sud qui en a fait sa spécialité. Cependant, un des succès actuel, produit par VU Games, est Warcraft. Ces jeux très coûteux sont utilisés en ligne sur Internet, mais il faut cependant la plupart du temps acheter un logiciel ou prendre un abonnement mensuel d'environ 15 €. Des accessoires peuvent aussi être achetés en ligne pour jouer par exemple une armure. Ces jeux proposent d'autres services comme l'achat de produits de consommation en ligne mais cela reste encore à l'essai. Cependant ces services permettent d'amortir les coûts de production et d'entretien de ce type de jeux, un plus pour la pérennité de l'entreprise.

Enfin, des jeux pour les téléphones portables sont disponibles et comme les "budget games" et le "mid-price games". Ils ont un coût modéré de 200 K €." *source : Pôle numérique de Paris/Paris développement*

A ces chiffres, il faut ajouter le coût éventuel d'achat d'une licence, et le coût de la distribution : au total, certains jeux ont coûté 100 M€. Par exemple, le jeu Red Dead Redemption a coûté 70 millions de dollars, il faut donc qu'il soit vendu à plus de 4 millions d'exemplaires pour que son seuil de rentabilité soit atteint. (*source Gamepro.fr, 10 juin 2010*).

■ . . C HIFFRE D'AFFAIRES

Décomposition du prix d'un jeu vidéo pour console

- Edition marketing : 10%
- Royalties au fabricant de console : 18,9%
- Développement (création programmation licence) : 12,2%
- TVA : 16,4%
- Magasin : 28,5%
- Grossiste : 14%

(Source Economie Matin, avril 2006 d'après CLVE www.clve.fr)

En matière de jeux massivement multijoueurs, l'évolution des modèles économiques et tarifaires conduit progressivement vers des modèles gratuits pour l'acquisition des jeux vendus sans abonnement, grâce à la publicité et au commerce de biens virtuels.

■ . . C HARGES D'EXPLOITATION

Principales charges d'un studio de développement :

- Salaires et charges sociales.
- Cotisations sociales de l'entrepreneur individuel non salarié.
- Sous-traitance (free lance) et personnel intérimaire.
- Droits d'auteurs et licences.
- Mises à jour des logiciels.
- Amortissement et renouvellement du matériel.
- Petit matériel et fourniture de bureau.
- Produits d'entretien, emballages.
- Loyer, électricité, eau.
- Publicité, marketing, documentation.
- Téléphone, fax, télécopieur, portable, abonnement à des réseaux.
- Assurances.
- Honoraires de comptabilité, frais d'avocats ou de contentieux.
- Frais de formation.
- Frais de déplacements et de représentation (festivals...).
- Carburant et frais lié au véhicule.
- Poste.
- Intérêts d'emprunt éventuel ou crédit bail.
- Impôts et taxes.

■ . . B FR, besoin en fonds de roulement

Le BFR doit au moins couvrir le temps de réalisation du produit et devra être évalué dès le démarrage de l'entreprise. Fabriquer un prototype pour le montrer à un éditeur (qui l'acceptera ou non) peut coûter 1 M€. Développer un jeu prend, selon les formats, de 18 à 24 mois pendant lesquels il faut financer toutes les charges d'exploitation. En principe le succès

d'un jeu précédent et ses dérivés éventuels assurent le financement des suivants mais il faudra bien sûr financer le premier jeu !

En moyenne, sur 100 jeux développés, 20 seront en magasin et 4 feront gagner de l'argent car ils seront appréciés (source : interview de professionnels sur radio BFM, décembre 2010).

■ .. FINANCEMENT - AIDES SPECIFIQUES

Démarrage du projet

L'autofinancement reste le moyen principal utilisé par les entrepreneurs du secteur : bien qu'arrivé à maturité, il est encore peu reconnu et présente un risque pour les financeurs (*source Pôle numérique de Paris*).

Au mieux, il existe des partenariats avec un éditeur : comment séduire un éditeur de jeu vidéo ? Au lien suivant <http://www.futurn.net/sections.php?op=viewarticle&artid=29>).

Aides spécifiques

Le CNC, Centre National du Cinéma et de l'image animée – Différentes adresses sur le 16ème à Paris - Tél. 01 44 34 34 40 www.cnc.fr

Le CNC aide à l'édition de contenus culturels interactifs destinés à Internet et aux supports hors ligne, et à la création numérique artistique. Le CNC contribue également au soutien de la recherche et de l'innovation.

Mode d'emploi du CNC pour un éditeur de jeu vidéo au lien suivant <http://www.cnc.fr/Site/Template/A0.aspx?SELECTID=9&id=10&profileId=30&problemId=129&t=1> et notamment : Appels à projets RIAM, recherche et innovation audiovisuel et multimedia en relation avec Oseo

Un nouveau fonds de garantie pour le jeu vidéo, adopté en mai 2011 <http://www.snjv.org/fr/actualites/nouveau-fonds-garantie-pour-jeu-video,326.html>

► Oseo et le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée) ont lancé, le 11 juillet 2007, un appel à projets commun, dans le cadre du réseau Riam (Réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia). L'objectif est de soutenir les projets de recherche et de développement des PME du multimédia et de l'audiovisuel sur les thématiques suivantes : nouveaux modes de production et de distribution audiovisuelle, post-production, effets spéciaux, jeux vidéo, réalité virtuelle et interfaces, outils d'archivage et de compression. Contact : commission-riam@cnc.fr

Oseo soutient des projets avec une offre de services (le plus souvent en ligne) dans le domaine des applications logicielles et des technologies multimédias. En 2007, 178 projets ont été soutenus sous forme d'aides au projet, aides au recrutement ou à la faisabilité. Prochaine étude multimédia publiée courant 2011. Oseo www.oseo.fr

FAJV/CNC, fonds d'aide au jeu vidéo, permet d'obtenir des aides à la création de jeu vidéo sous la forme de plusieurs dispositifs. Contact : www.cnc.fr Tél. : 01 44 34 36 29

Bilan de quelques organismes de soutien au multimédia/jeu vidéo

Organismes	Nb projets soutenus	Montant total
RIAM	27 projets	13,73 M€
CNC	14 projets	2,3M€
FAEM/FAJV	54 projets	4,1M€
Oseo	178 projets	17,5 M€
Ministère industrie/FUI	Pôles de compétitivité multimédia	15,2M€

source : Synthèse Oseo sur le multimédia juin 2007 et juin 2008 www.oseo.fr, en attente de la synthèse 2010 sur le multimédia à paraître au premier semestre 2011

Les trois aides à l'innovation

- le crédit d'impôt recherche, <http://www.recherche.gouv.fr/cid20358/le-credit-d-impot-recherche-cir.html>

- le statut de JEI, jeune entreprise innovante, utilisé par environ la moitié des entreprises³,

- le CIJV, crédit d'impôt jeu vidéo⁴

Pour en savoir plus, cliquer sur le lien correspondant de l'AFJV :

http://www.afjv.com/infos_financement.htm

Guide pratique du jeu vidéo par le SNJV <http://www.snjv.org/fr/dossiers-snjv/guide-pratique-sur-credi.html>

Les aides européennes

L'Union européenne soutient les initiatives en matière de nouvelles technologies, mais il est parfois difficile de s'y retrouver ! Le mieux c'est de passer par des relais locaux, par le pôle de compétitivité ou l'association. Exemple : Cap Digital, animateur national pour la France du programme E-content www.capdigital.com

Les aides régionales

Des collectivités territoriales s'intéressent de plus en plus au jeu vidéo. C'est le cas de la région Nord Pas de Calais et du Languedoc Roussillon. Il est de toute façon utile de repérer les soutiens du conseil régional.

Les aides à l'exportation

Les dispositifs sont nombreux. www.exporter.gouv.fr

http://www.afjv.com/press0902/090205_aides_jeux_video_export.htm

Les concours divers et appels à projets

³ La loi de finances pour 2011 a modifié le dispositif de JEI, mais un projet de loi de finances rectificative en cours en mai 2011 pourrait encore changer la donne dans un sens plus favorable au secteur.

⁴ Les entreprises de création de jeux vidéo soumises à l'impôt sur les sociétés peuvent, sous certaines conditions, bénéficier d'un crédit d'impôt égal à 20% du montant total des dépenses engagées pour créer des jeux agréés par le Centre national de la cinématographie(CNC). Son montant est plafonné à 3 millions d'euros par exercice et par entreprise. Une instruction fiscale précise les conditions et modalités d'application de ce crédit d'impôt.

<http://www11.minefi.gouv.fr/boi/boi2009/4fepub/textes/4a609/...>

Source : instruction fiscale n°34 du 30 mars 2009, BOI 4A-6-09

Citons pour mémoire les associations ou fondations apportant leurs aides sur concours (à retrouver par exemple sur le site de l'APCE). Seul bémol : il faut consacrer beaucoup de temps pour participer à de tels concours, temps parfois mieux employé à la prospection commerciale ! Exemple de concours destiné aux jeunes, envie d'agir, section création et production multimédia www.enviedagir.fr

www.investirdanslenergie.fr Ce site, géré par l'Association française des éditeurs de logiciels (Afdel), a pour objectif de faciliter, pour tous les porteurs de projets, l'accès aux démarches de soumission d'un projet dans le cadre du Grand Emprunt. Les éditeurs de logiciels ont la possibilité de se porter candidat soit à un appel à projet (pour les projets de recherche et développement industriels), soit à un AMI, appel à manifestation d'intérêt (pour les projets innovants à forte valeur ajoutée).

Le financement du développement de l'entreprise : les levées de fonds

Fonds propres, capital d'amorçage, voir incubateur ou BA, business angels et capitaux-risqueurs pour les start-up les plus prometteuses... Mais ces acteurs se recentrent sur les projets à forte composante technologique et privilégient les seconds tours plutôt que s'engager dans de nouveaux projets, Oseo y compris. Comment les aborder ? Un point par l'AFJV http://www.afjv.com/press1011/101104_financement_jeux_video.php

Autres acteurs potentiels : ANR, Programme cadre R et D de la commission européenne, les bailleurs de fonds comme les sociétés de télécom et de téléphonie qui veulent investir dans le secteur... Il existe aussi des initiatives permettant de rapprocher investisseurs et sociétés du jeu vidéo, tels que développeurs, éditeurs, prestataires d'outils technologiques en recherche de financements ou en période de levée de fonds.

Exemple : <http://www.game-connection.com/invest>

☺ **Retrouvez les principales aides et dispositifs sur les sites et les liens suivants :**

http://www.afjv.com/infos_financement.htm

http://www.ensba.fr/entree_des_artistes/multimedia/aides_video_multimed.htm rubrique aides et bourse/vidéo/multimédia mise à jour en février 2009

Oseo, rubrique accompagnement et aide à l'innovation www.oseo.fr

CNC, rubrique jeu vidéo www.cnc.fr

http://www.afjv.com/press0901/090122_etude_financement_jeu_video_1.htm

Paris développement, synthèse complète mais qui date de 2006

<http://www.parisdeveloppement.com/la-technopole-parisienne/3-poles-innovants/pole-numerique/jeux-video/dossier-jeux-video/partie-2-le-financement-la-source-du-developpement.html>

Les aides des pouvoirs publics : des plans successifs pour l'industrie vidéo

Le financement des jeux vidéo s'inspire de celui du cinéma avec, selon les pays, intervention des fonds d'incubation, du capital risque ou des fonds de placement. Développer un jeu revient en effet très cher : entre 1,5 et 6 million d'euros par titre.

4 - Les éléments financiers

En France, les éditeurs de jeux vidéo sont en pointe au niveau mondial mais souvent à la traîne pour financer leurs projets ; après le dépôt de bilan de nombreuses sociétés, c'est le gouvernement qui vient au secours du secteur en 2003. Les mesures proposées représentent environ 50 millions d'euros. Parmi elles :

- un plan innovation prévoit des exonérations fiscales pour les jeunes entreprises innovantes qui consacrent au moins 15% de leurs dépenses à la recherche,
- une école nationale des médias interactifs à Angoulême,
- une dotation spéciale au sein du FAEM/FAJV, fixée à 4 millions d'euros pour 2003 : cette aide prendra la forme d'une avance remboursable,
- l'action du RIAM va être étendue au secteur,
- la garantie des prêts Sofaris pourrait être relevée de 50 à 70%,
- une cité du numérique est ouverte au sein du Futuroscope de Poitiers.

2005 : Nouvelles mesures pour venir en aide à l'industrie française du jeu vidéo. Déblocage de 3 millions d'euros en 2005 pour le Fonds d'aide à l'édition multimédia, soutien à la labellisation des pôles de compétitivité proposé en Ile-de-France et dans la région lyonnaise dans le secteur de l'image, du multimédia, et des loisirs numériques.

2009 : signalons un appel à projets qui concerne les serious game dans le cadre du plan de relance de l'économie numérique.

2010 : Le ministère de la culture annonce six mesures en faveur du secteur du jeu vidéo.

1. Inscrire le jeu vidéo dans une démarche patrimoniale,
 2. Encourager la dimension créative et éducative du jeu vidéo, en lançant deux prix,
 3. Mettre en place au CNC un "observatoire du jeu vidéo",
 4. Lancer une mission pour mieux définir le statut juridique du jeu vidéo,
 5. Réaliser une première évaluation de l'impact du crédit d'impôt pour la création de jeux vidéo afin de renforcer son efficacité, et favoriser le développement de jeux vidéo en ligne,
 6. Mettre en place un nouveau mécanisme d'aide à la production incitant les producteurs à demeurer titulaires des droits de ces jeux avec le fonds d'aide aux jeux vidéo (FAJV).
- <http://www.culture.gouv.fr/mcc/Actualites/A-la-une/Des-mesur...>

2011 : Une enveloppe des 1,4 milliards d'euros est débloquée pour les services numériques, dans le cadre du grand emprunt et des investissements d'avenir géré par la CDC, Caisse des Dépôts.

<http://www.caissedesdepots.fr/activites/investissements-davenir/le-fonds-national-pour-la-societe-numerique.html>

Retrouvez la politique des pouvoirs publics au lien suivant :

<http://www.telecom.gouv.fr/rubriques-menu/organisation-du-secteur/dossiers-sectoriels/multimedia/ministere-economie-industrie-emploi-soutien-industrie-du-jeu-video-2413.html>

■ . . C ONTEXTE GENERAL

Le jeu vidéo est un produit difficile à définir au niveau juridique : complexité du jeu, diversité entre création et technologie, dimension internationale.

En France, clarifier le cadre juridique est donc une priorité, c'est en tous cas l'une des actions prévues et assignée au CSPLA, conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, dans le cadre du plan Besson pour le développement de l'économie numérique

- action 57 Plan de développement de l'économie numérique, Luc Besson, octobre 2008
http://www.sell.fr/IMG/pdf_FRANCE_NUMERIQUE_2012.pdf ; pages 41 et 42.

- CSPLA, <http://www.cspla.culture.gouv.fr>

Reconnaissance : la communauté européenne vient de reconnaître au jeu le statut "d'objet culturel" comparable à celui du cinéma.

Il est conseillé de se rapprocher des associations tels l'AFJV et le SNJV et de leurs juristes chevronnés ! Quelques points de repères :

- Informations juridiques de l'AFJV www.afjv.com

- centre d'études juridiques et économiques du multimédia www.cejem.com

Un guide incontournable : le régime juridique de l'entreprise de jeu vidéo
<http://www.snjv.org/fr/dossiers-snjv/guide-pratique-sur-regim.html>

■ . . R EGLES ET USAGES DE L'ACTIVITE

Droits d'auteur

Le jeu vidéo n'a pas de statut spécifique, ce qui soulève de nombreuses questions, notamment relatives au droit d'auteur. Comment en effet ventiler l'attribution des droits d'une œuvre qui fait appel à de nombreux extraits d'œuvres et fait intervenir de nouveaux auteurs : game designer, concepteurs d'images, développeurs, etc. En définitive, qui est l'auteur d'une œuvre multimédia et en particulier d'un jeu vidéo ?

Deux conceptions s'affrontent en France et la jurisprudence est souvent évolutive !

- soit le jeu est une œuvre collective et c'est la propriété d'une entreprise, soumise au copyright,

- soit c'est la notion de droit d'auteur avec la notion (bien française) de propriété d'un individu ou d'une série d'individus, avec des droits cédés à l'entreprise.

Après avoir donné une double qualification négative d'un tel produit, la Cour d'Appel de Paris dans un arrêt du 20 septembre 2007 se prononce en faveur d'une qualification d'œuvre multimédia de collaboration, dont les droits d'auteur, notamment musicaux, ne sont pas attribués à l'éditeur du jeu.

Ce n'est ni un logiciel, ni une œuvre audiovisuelle, mais plutôt une "œuvre multimédia de collaboration". http://www.afjv.com/juridique/080422_qualification_juridique_jeux_video.htm

Pour en savoir plus <http://www.droitsdauteur.culture.gouv.fr/conseil.htm>

Sociétés de droits d'auteurs

Le jeu vidéo est vraisemblablement composé d'un ensemble d'éléments (texte, images, son, etc.) que l'entreprise a initié, créé ou à défaut emprunté à des tiers. Certains de ces éléments sont des œuvres protégées par le droit d'auteur et il faut alors obtenir, préalablement à toute exploitation de l'œuvre, l'autorisation de l'auteur par l'intermédiaire des sociétés d'auteurs lorsque le créateur est représenté par celles-ci.

De nombreuses sociétés de gestion collective des droits d'auteur proposent des services de dépôt permettant de conférer une date certaine à l'œuvre enregistrée. C'est le cas de l'APP et des sociétés comme le SCMA ou la SCAD. (Renseignement préalable auprès du Sesam). Il existe également des sites internet offrant des services d'enregistrement d'œuvres sur support numérique, et bien sûr le recours des notaires habilités à recevoir un exemplaire original du jeu ; d'autres instruments juridiques peuvent être envisagés pour protéger le jeu vidéo (brevet, marque, dessins et modèle), par exemple auprès de l'Inpi www.inpi.fr (source AFJV : *petits digest des droits d'auteur appliqués au jeu vidéo*).

- SESAM est un guichet unique qui oriente les créateurs du multimédia et se donne pour mission d'identifier les œuvres produites, délivrer les autorisations, mettre en place les tarifications et percevoir les droits. Il regroupe les répertoires des œuvres graphiques et plastiques (ADAGP), musicales (SACEM), des œuvres dramatiques (SACD) et documentaires (SCAM). www.sesam.org
- APP, Agence pour la Protection des Programmes
249 rue de Crimée - 75019 Paris - Tél. : 01 40 35 03 03 - <http://app.legalis.net>

Piratage

Droit d'auteur et numérique : loi DADVSI, sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information, adoptée le 1^{er} août 2006. Cette loi traite de l'harmonisation communautaire relative aux exceptions au droit d'auteur et aux droits voisins ainsi qu'aux mesures techniques de protection et d'information. On peut la retrouver dans le Code de la propriété intellectuelle, articles L 335.

Décodage pour le jeu vidéo au lien suivant
http://www.afjv.com/juridique/060710_droit_dauteur_loi_davdsi.htm

Cette loi a été complétée par la loi Hadopi ou loi création et internet de 2009 (loi 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création) ; elle vise une nouvelle fois à mettre fin au partage de fichier en infraction au droit d'auteur (téléchargement illégal de jeu vidéo).

Les différentes formes de propriété intellectuelle relatives au jeu vidéo :

- le copyright,
- la marque déposée,
- les brevets,
- les secrets professionnels,
- + Eula, contrat de licence finale d'utilisation d'un logiciel (*cabinet Drakeford & Kane LLC*).

Contrat d'édition

L'éditeur de jeu vidéo est soumis aux dispositions des articles L. 132-1 et s. du CPI, code de la propriété intellectuelle, relatifs au contrat d'édition. A ce titre, l'éditeur de jeu vidéo devra

respecter certaines obligations : une obligation de publication (il s'engage à fabriquer des exemplaires du jeu que le créateur est tenu de mettre à sa disposition), une obligation de rémunération de l'auteur (le créateur a droit en principe à une rémunération proportionnelle aux recettes provenant de la vente des exemplaires), une obligation de reddition des comptes, une obligation de respect du droit moral du créateur et une obligation d'exploitation permanente et de diffusion commerciale du jeu (Source : Afjv).

Les assurances

Signalons, outre les assurances habituelles, la multirisque informatique, qui permet de se prémunir contre les dommages liés aux matériels et aux programmes et de faire face aux coûts supplémentaires d'exploitation le cas échéant.

Le développement durable

Il n'y a pas de prise de conscience très vive dans ce secteur. Pour aller plus loin : Révolution verte dans le monde de l'image numérique http://www.ccip92.fr/upload/news_limage/dossier_vert_0509.pdf

■ ■ ■ ORGANISMES SOCIAUX

Trois caisses obligatoires pour l'entrepreneur individuel inscrit en libéral :

- Assurance Maladie, le RSI www.le-rsi.fr
- Urssaf, www.urssaf.fr
- Assurance vieillesse www.cnavpl.fr

► *Rappel : le cadre de la fiche professionnelle ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise sur les sites www.apce.com et www.le-rsi.fr - Procurez-vous Le guide d'installation en profession libérale, édité par l'Unassa www.unasa.org*

■ ■ ■ STRUCTURE JURIDIQUE

L'ampleur du projet incitera les créateurs à constituer de préférence une SARL, voire une SA qui crédibilise le projet, mieux que l'entreprise individuelle, aux yeux des partenaires.

■ ■ ■ NORMES

Des commissions européennes tentent d'aboutir à une harmonisation, d'unifier les législations et de faciliter la circulation des œuvres. Ainsi, on peut signaler la mise en place d'une classification européenne depuis avril 2003 (la classification PEGI⁵) pour classer les jeux vidéo (les scènes de violence ou de sexe, de discrimination ou d'injures doivent être signalées).

⁵ PEGI pan european games information

■ ■ ■ INSTITUTIONNELS

Plusieurs ministères sont concernés par le développement des jeux vidéo, industrie au carrefour de la culture et des nouvelles technologies numériques. Contacts utiles :

- Services du premier ministre, Plan de développement de l'économie numérique, <http://francenumerique2012.fr>
- Ministère de l'économie de l'industrie et de l'emploi - Lien vers la politique de soutien au jeu vidéo par la DGCIS : <http://www.telecom.gouv.fr/rubriques-menu/organisation-du-secteur/dossiers-sectoriels/multimedia/ministere-economie-industrie-emploi-soutien-industrie-du-jeu-video-2413.html>
- Ministère de la culture et de la communication www.culture.gouv.fr

Organismes publics

- CNC, Centre national du cinéma et de l'image animée,
12 rue de Lubeck - 75016 Paris - Tél. : 01 44 34 34 40 www.cnc.fr
Direction du multimédia et secrétariat du RIAM et du FAJV
Depuis 2009, le secteur du jeu vidéo est entré dans les compétences du CNC
- INA, Institut national de l'audiovisuel
4 avenue de l'Europe - 94360 Bry-sur-Marne - Tél. : 01 49 83 20 00 www.ina.fr

■ ■ ■ ORGANISMES PROFESSIONNELS ET DIVERS

AFJV, Agence française pour le jeu vidéo

L'AFJV a pour objet de favoriser l'emploi et la création d'entreprises au sein de la communauté française des concepteurs, producteurs, éditeurs et distributeurs d'œuvres multimédia et d'en promouvoir les innovations, les créations techniques, artistiques et intellectuelles.

Bureaux : 6 rue de Lisbonne 75008 Paris - Tél. 01 45 22 11 14 www.afjv.com

SNJV, Syndicat National du Jeu Vidéo

Le SNJV est une association qui regroupe les studios de développement de jeu vidéo. Elle a pour objet de stimuler et de développer un secteur du jeu vidéo compétitif au niveau mondial et reconnu sur le plan culturel. Elle est un lieu d'échanges et de réflexions sur le jeu vidéo européen et est ainsi membre fondateur de l'EGDF, European games developer federation.

26 rue du faubourg Saint Antoine 75012 Paris – Tél. 0970 460 611 www.snjv.org

ISFE, Fédération européenne des éditeurs de logiciels de loisirs <http://www.isfe-eu.org>

SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs

17 rue Hamelin - 75016 Paris – infos@sell.fr – www.sell.fr

Le site du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs s'adresse aux éditeurs et permet de trouver de nombreuses informations sur le marché et le secteur du jeu vidéo.

IGDA, International Games developers association <http://igda.paris.free.fr>

Association Futurn, portail francophone pour le soutien du jeu vidéo
<http://www.futurn.net/index.php?op=edito>

Divers

IDATE, Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe
45 allée Yves Stourdze - 34830 Clapiers - Tél. : 04 67 14 44 44 – www.idate.org
Depuis 1977, l'Idate s'est imposé au fil du temps comme un des tout premiers centres d'études et de conseil en Europe, spécialisé dans les industries et marchés des télécommunications, de l'Internet et des médias. L'IDATE accompagne les entreprises du secteur des jeux vidéo dans leurs études de faisabilité technico-économiques et de marché.

GFK, organisme d'études marketing du marché interactif <http://www.gfk.com/cr-france>

Médiamétrie, avec département consacré aux jeux vidéo
<http://www.mediametrie.fr>

■ . . FORMATION

L'explosion du marché des jeux vidéo est à l'origine de la multiplication des formations spécialisées dans ce secteur. L'Idate dénombre au moins 55 établissements !
Dernier en date, Institut international du multimédia au pôle Léonard de Vinci.

Trois pôles dominent le marché de la formation au jeu vidéo et à la création numérique

- La première formation de game designer : Supinfogame www.supinfocom.fr à Valenciennes, depuis la rentrée 2002. Tél. 03 227 28 43 53 Le groupe Supinfogames compte trois écoles et un site à Arles et un campus en Inde à Mumbai (ex Bombay)
- Enjmin, école nationale du jeu et des médias interactifs numériques de niveau Bac + 5, à Angoulême Tél. 05 45 91 70 11 <http://www.enjmin.fr/index.php>. Ecole unique en Europe, l'Enjmin un master (formation initiale et continue) dans 6 spécialités différentes : game design, conception visuelle, conception sonore, ergonomie, programmation et chef de projet. L'Enjmin est un institut du Conservatoire national des arts et métiers (Cnam), en partenariat avec les Universités de la Rochelle et des Poitiers.
- L'école des Gobelins, 18 programmes de formation autour de l'image. Une formation de manager multimédia a été lancée en 2004 par l'école des Gobelins. Sur deux sites Paris et Nancy

Retrouvez les écoles et des programmes universitaires au lien suivant :
http://www.afjv.com/annu_ formations.htm

● ● ● Formation continue

Comme le rappelle le CIDJ, dans ce domaine en constante évolution technologique, la formation continue est indispensable. Elle peut être suivie dans la plupart des écoles ouvertes à la formation initiale comme l'école de l'image (les Gobelins) et aussi au CNAM, à l'INPG de Grenoble, à l'INA, etc. !

● ● ● Sources d'information sur les formations et les métiers

Guides de l'étudiant : *les métiers des jeux vidéo* et *Les métiers du multimédia et du Net*, www.letudiant.fr ou sur http://www.cidj-librairie.com/boutique/fiche_produit.cfm?type=57&ref=072549E&code_lg=lg_fr&pag=4&num=1

Les métiers de l'internet et des jeux vidéo, Onisep 2009 www.onisep.fr

■ ● ● SALONS

Salons internationaux

Gamescom à Cologne,
Tokyo Game show au Japon,
E3 Electronic Entertainment Expo : Rendez-vous annuel du jeu vidéo mondial, Los Angeles.
La Game developer conférence <http://www.gdconf.com>
Coupe du monde des jeux vidéo <http://eswc.com/fr>

Salons professionnels en France

Serious Games expo, à Lyon, Au programme du salon : applications des serious games dans le secteur de la formation professionnelle, de la santé, de l'enseignement et de la diplomatie. Le tout dans une ambiance bon enfant, réunissant aficionados des jeux et professionnels curieux de découvrir ou d'approfondir cette nouvelle manière d'apprendre. <http://www.seriousgameexpo.com>

Idef, le salon européen : Les professionnels de toute la filière se retrouvent également au salon Idef avant l'été pour préparer la distribution du second semestre : IDEF interactive digital entertainment, la rencontre des éditeurs et des distributeurs de l'Europe du sud. Prochain salon à Cannes en juin 2011 <http://www.idefexpo.com>

Medpi Software, marché européen pour la distribution des produits interactifs, dont les jeux vidéo Monaco, annuel, <http://www.medpi.com>

Les 2^{ème} assises du jeu vidéo, 4 avril 2008, à l'Assemblée nationale

Game connection <http://www.game-connection.com/invest>

Salons Grand public

Festival international des jeux vidéo <http://www.festivaldesjeux-cannes.com/1.aspx>

Festival imagina, The European 3D Community Event", le rendez-vous des industriels de la 3D en Europe www.imagina.mc. Destiné aux professionnels et au grand public, ce salon qui se tient chaque année à Monaco, entre février et mars, est dédié aux domaines suivants : images de synthèse, monde virtuel, effets spéciaux. C'est le rendez-vous européen de la création et des usages liés au numérique.

Festival du jeu vidéo, en septembre, parc des expositions de la Porte de Versailles à Paris, Tél. 01 72 72 17 00 <http://www.festivaldujeuvideo.com>

Paris games week. Le Sell, Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs, a lancé le nouveau salon "Paris games week" ouvert au grand public et dont la première édition a eu lieu en octobre 2010. www.parisgamesweek.com

Monde du jeu, à la Porte de Versailles de Paris, en septembre 2010, une façon de découvrir toutes les nouveautés jeu www.mondedujeu.fr

Tables rondes organisées à la Cité des Sciences en mars 2011 sur le marché des jeux vidéos et ses récents développements
http://www.afjv.com/press1103/110331_etude_nouveaux_jeux_video_joueurs.php

■ ■ ■ INTERNET

(Autres sites que ceux déjà cités)

Consortium et réflexion autour du jeu vidéo <http://www.gameconsort.com>,

Blog : <http://www.gameblog.fr>

Etudes sur le marché par Gamesindustry et Newzoo <http://www.gamesindustry.com/home>

Une émission du 13 décembre 2010 sur la Radio BFM avec Nicolas Gaume, président du SNJV www.bfmbusiness.fr <http://www.snjv.org/snjv-invite-emission-business-club-france-sur-bfm,268.html>

■ ■ ■ OUVRAGES ET ETUDES

Les entreprises françaises du secteur du jeu vidéo : une enquête du CNC et du SNJV

<http://www.capdigital.com/entreprises-fr-jeu-video-juin-2010> ou sur
<http://www.snjv.org/data/document/observatoire-2010.pdf>

Les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français, une enquête de GfK pour le CNC, juin 2010 <http://www.gfk.com/cr-france/>

Le marché du jeu vidéo, une enquête semestrielle du CNC, compte rendu sur le site AFJV
http://www.afjv.com/press1102/110225_marche_jeux_video_france.php

Les internautes et les jeux vidéo, mars 2011, une étude de l'Ifop pour l'Atelier BNP Paribas
http://www.ifop.com/media/poll/1422-1-study_file.pdf

Plan de développement de l'économie numérique, Luc Besson, octobre 2008
http://www.sell.fr/IMG/pdf_FRANCE_NUMERIQUE_2012.pdf (les jeux vidéo : voir pages 41 et 42)

La création dans le jeu vidéo, étude DEPS ministère de la culture, février 2009
<http://www2.culture.gouv.fr/deps>

La génération des appstores dans le jeu vidéo, septembre 2009, Idate
http://www.idate.org/fr/Actualites/Video-Game-App-Stores_652.html

Le marché mondial des jeux vidéo, une enquête semestrielle de l'Idate
http://www.idate.org/fr/Actualites/World-Video-Game-Market_649.html

Innovation et création dans le jeu vidéo, les règles du jeu sectoriel, deux articles de la revue française de gestion parus en 2009 www.rfq.e-revues.com

Paris, premier pôle jeu vidéo d'Europe continentale : données, témoignages et projets, Paris développement septembre 2006 Véronique Coll, <http://www.parisdeveloppement.com/la-technopole-parisienne/3-poles-innovants/pole-numerique/jeux-video/dossier-jeux-video.html>

Consulter la bibliographie de l'AFJV http://www.afjv.com/infos_livres.htm

■ ■ ■ REVUES ET ANNUAIRES

● ● ● Revues

Nombreuses revues en France et à l'étranger sur papier ou électronique

Liste exhaustive sur http://www.afjv.com/annuaire_presse.htm

La lettre multimédia de l'AFJV <http://www.afjv.com/newsletter.htm>

Rubrique écran par Libération <http://www.ecrans.fr/+jeux-+.html>

● ● ● **Annuaire et guides**

L'année du jeu vidéo : Annuaire des 450 sociétés de la filière jeux vidéo et multimédia
http://www.afjv.com/annuaire_jeux_video.htm

Annuaire pour identifier une entreprise de jeux vidéo à Paris :
<http://www.parisdeveloppement.com/la-technopole-parisienne/3-poles-innovants/pole-numerique/jeux-video/annuaire-jeux-video.html>

Guide du jeu vidéo. De nombreuses informations pratiques sur les métiers, les formations, un panorama des plateformes de jeu, une bibliographie, une cartographie
www.guidedujeuvideo.com

Comment commander une fiche professionnelle ?

Par Internet

Achat en ligne et téléchargement immédiat des fiches sur www.apce.com, rubrique Librairie en ligne

Par courrier

Imprimer le bon de commande à partir de notre site www.apce.com, rubrique Librairie en ligne et le poster à l'adresse suivante :
APCE - Librairie en ligne - 14 rue Delambre - 75014 PARIS
01 42 18 58 58

Comment connaître les titres de la collection et les dates de parution ?

En consultant la liste des fiches (et leur date de réactualisation) sur le site Internet de l'APCE/rubrique Librairie en ligne. Une fiche est réactualisée environ tous les deux ans.

Consulter aussi dans la rubrique "Librairie en ligne" les FAQ des fiches professionnelles : comment obtenir de l'information sectorielle en l'absence de fiche, comment se procurer une facture, comment accéder au résumé d'une fiche, etc ?

Une question ? Une remarque ?
Tél. : 01.42.18.58.76 ou vinay@apce.com