Etude de marché

# Marché du jeu vidéo

Les éditeurs de jeux et de consoles occupent une place de plus en plus importante dans le marché français. On compte actuellement plus de 200PME (une dizaine de créations annuelles).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Worldwide Video Games Market per Segment (Million EUR) - Source IDATE** |  |  |  |  |
|  | **2013** | **2014** | **2015** |  |
| Home Consoles Market - Hardware | 7 957,1 | 10 757,9 | 13 515,3 |  |
| Home Consoles Market - Software | 13 217,7 | 14 964,2 | 17 194,1 |  |
| Handheld Consoles Market - Hardware | 7 806,4 | 7 994,2 | 7 278,8 |  |
| Handheld Consoles Market - Software | 5 313,9 | 6 026,3 | 6 366,3 |  |
| Offline Computer Software Market | 2 004,2 | 1 819,3 | 1 672,8 |  |
| Online Computer Software Market | 16 955,3 | 19 013,5 | 21 129,1 |  |
| Mobile Game Market | 6 720,5 | 7 613,3 | 8 413,6 |  |
| **Total** | **59 975,2** | **68 188,7** | **75 570,0** |  |

**LE MARCHE**

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. (source :www.idate.org)

En 2010, la France 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**

* 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).
* CA jeux vidéos dans le monde : 41,9 milliards EUR en 2011 à presque 60 Milliards en 2012
* Les jeux en ligne et les jeux proposés en téléchargement représentent 58% du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo à 30 milliards d’euros en 2012
* 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

**Le paiement à l’acte, modèle économique d’avenir**

Dans cette période de transition, l’émergence du modèle économique basé sur le paiement à l’acte, bouleverse la façon que l’on a de produire et vendre les jeux vidéo, mais aussi la nature des relations avec les joueurs qui deviennent véritablement acteurs de leur expérience interactive.

Il ne s’agit plus de vendre un jeu fini, mais bien d’engager des joueurs, en très grand nombre, dans une expérience interactive, continue, la plupart du temps gratuite, qu’il sera possible d’améliorer ou de faciliter par les paiements ponctuels mais réguliers de tout ou partie des utilisateurs.

Le modèle du free to play constitue à cet égard les prémices d’un nouveau modèle de revenu universel pour l’industrie, quel que soit le type de jeux et le mode de distribution.

La fragilité de ce modèle est qu’il est entièrement basé sur l’engagement payant des joueurs, sur des montants faible, donc il nécessite d’attirer sans cesse un très grand nombre de joueurs.

Mais ce nouveau modèle relationnel de consommation du jeu vidéo comme un service avec des paiements à l’acte est de plus en plus utilisé dans des jeux « traditionnels » avec des résultats encourageants. Ainsi IDG prévoit que les ventes de biens virtuels devraient représenter plus de 50% des revenus du marché dématérialisé en 2016.

**Le renouveau de la production indépendante**

Dans le contexte actuel, les éditeurs internationaux se concentrent sur les licences à succès, les valeurs sûres. La création originale est aujourd’hui, encore plus qu’hier, le fait des développeurs indépendants. La vitalité des « créations garage » en témoigne. Ainsi de nombreuses sociétés créées par d’anciens professionnels expérimentés, développent et diffusent désormais leurs créations sur les plateformes mobiles ou sur internet avec de beaux succès à la clé.

**Un secteur dynamique, très atomisé en france**

La France est un pays précurseur en matière de création de jeux vidéo. Depuis les années 80, de nombreux titres créés en France ont connu un succès international, certains genres, tel que le survival horror ont même été créés par des français.

La particularité du tissu industriel français est d’être très dynamique avec une grande vitalité de la création d’entreprises puisque 32 % d’entreprises ont moins de deux ans d’ancienneté, tout en ayant une certaine solidité puisque 27 % de sociétés ont plus de dix ans d’ancienneté (dont 4 % plus de quinze ans).

77% des sociétés déclarent un chiffre d’affaires supérieur à 1 million d’euros par an.

Mais le secteur est aussi très atomisé avec 52% des entreprises qui comptent plus de 10 salariés dans leur effectif. Et l’on retrouve des équipes de production partout en France avec des pôles majeurs en Ile de France, Rhône-Alpes, Nord Pas de Calais, Aquitaine, Languedoc-Roussillon et dans le grand Ouest.