

Consulting



2^{èmes} Assises du Jeu vidéo

5 enjeux majeurs pour notre industrie

Laurent MICHAUD

IDATE
Consulting & Research

www.idate.org

04/04/2008 – Assemblée Nationale

Merci à Aromates, à Jacques MARCEAU et à nos hôtes pour organiser ces assises.

Je vais traiter dans cette introduction de 5 enjeux majeurs pour notre industrie, enjeux à relever **COLLECTIVEMENT**.

1. La dématérialisation inéluctable

La dématérialisation est issue de la connexion en standard et **désormais naturelle** pour les usagers des terminaux numériques, consoles de salon, consoles portables, téléphones, autres baladeurs et bien sûr le PC.

En dehors des jeux massivement multijoueurs que j'évoquerai plus loin, de nombreuses initiatives **démontrent le virage** que prend aujourd'hui l'industrie de la diffusion et de la distribution de jeux vidéo.

Evidemment, ce virage sur console et plus anciennement sur PC intéresse les développeurs, car le modèle économique basé sur le partage de revenus introduit une part de rémunération astucieusement plus favorable pour eux que le modèle physique.

Pour illustrer ce virage, je ne retiendrai que deux exemples :

- La distribution de **jeux entiers**, jeux vidéo traditionnels ou jeux occasionnels
 - Distribution sur PC, Steam accueille ainsi le catalogue de Take 2, une partie des catalogues de Sega, de THQ, d'Activision, d'Eidos....En Europe Metaboli, société française tient une place également importante sur ce segment.
 - Distribution sur PC également on retrouve les catalogues de jeux occasionnels de BigFish, PopCap, King.com, Pogo.com ou du français Boonty – un de ses représentants viendra nous en parler.
 - Distribution sur le magasin en ligne des consoliers, Playstation Network, WiiWare, Microsoft Live Arcade et ses 10 millions d'usagers.
 - Sur téléphone mobile avec n-Gage ou plus largement la plate-forme **OVI de Nokia** ou **Android de Google**.

Je pense qu'on va rentrer dans une phase de **multiplication et d'intensification de l'offre** dans les mois qui viennent.

- La distribution de composants de jeux :
 - 5 millions de chansons adossées au jeu Guitar Hero, ont été téléchargées après 10 semaines de commercialisation du titre, premier jeu milliardaire en dollar en 26 semaines.

Demain, on pourra acquérir uniquement le moteur de jeu, le cœur technologique du jeu auquel on pourra adjoindre des gameplays commercialisés séparément, streamés ou téléchargés et susceptibles d'évoluer de jour en jour, et pourquoi pas en temps réel. La condition étant ici le déploiement d'accès très haut débit dans les foyers.

2. Les jeux massivement multijoueurs nextgen à notre portée

Evidemment, quand on parle de dématérialisation il faut évoquer les nombreuses et remarquables initiatives venant de studio qui ont misé et risqué sur de l'auto édition et de l'auto distribution de jeux massivement multijoueurs. Ankama est un exemple à étudier et Emmanuel DARRAS témoignera aujourd'hui. Je citerai également Nadéo avec le soutien de Focus Home Interactive qui fait un travail exemplaire en la matière. De même, j'espère que Mimesis Republic pourra illustrer cette catégorie prochainement.

En matière de jeux massivement multijoueurs, ce qu'il faut aussi retenir, ce sont les évolutions de **modèles économiques et tarifaires**, ainsi que l'évolution des genres.

Depuis 3 ans, sous l'impulsion de l'industrie du jeu online sud coréenne et de quelques expériences en occident et notamment celle du pionnier Goa, filiale de France Télécom, on connaît un changement de modèle tarifaire nous conduisant progressivement **vers des modèles gratuits** pour l'acquisition des jeux et sans abonnement pour y jouer. Les revenus seront issus de la publicité et du commerce d'objets virtuels. En effet, les coréens, ont observé que **les revenus issus de l'abonnement et de l'acquisition des jeux dans les linéaires étaient moins importants que les espérances de gains issus de la publicité et du commerce de biens virtuels**.

Au final en occident, on voit aujourd'hui se développer une variété de modèles qui associe abonnement, pay per play, publicité, item selling. Dofus, Trackmania Nations, Kwari pour les français, GuildWars, FlyFF, Warhammer, WoW ou encore Second Life sont autant de succès que de modèles tarifaires. Désormais, on attend beaucoup du nouveau jeu massivement multi-joueurs gratuit Battlefield d'EA.

En termes de genre, au-delà des Elfes, des Orques ou des sorciers, pendant longtemps il n'y avait pas de salut. Aujourd'hui malgré la domination de WOW, on constate un élargissement des univers persistants à l'occasionnel. MyTopia, VizWiz en sont ou Habbo Hotel (requalifié en jeu occasionnel mais qui existe depuis bien longtemps), ou Club Penguin, Barbie Girls, Second Life ou Entropia... ces univers qui s'adressent aux plus jeunes comme aux autres ne sont pas vraiment une surprise. Ce phénomène participe de la tendance à "l'occasionnel" dans le jeu.

3. Le jeu occasionnel, une aubaine

Quatre facteurs expliquent le boom du jeu occasionnel ou casual gaming.

1. **Un effet générationnel.** Les anciens joueurs chevronnés n'ont plus le budget temps suffisant pour jouer à des Diablo, Warcraft, Heroes of Might and Magic,... mais ils aspirent toujours à jouer. Ils ont longtemps attendu une offre de jeu immersive formatée pour leur budget temps.
2. **Un effet apprentissage** du grand public de l'ordinateur et de l'Internet. Il aura fallu 2 ans environ après le déploiement des accès haut débit dans les foyers pour faire l'apprentissage du Web et se sentir en confiance. Désormais le grand public est disposé à se divertir sur Internet et à dépenser pour se divertir.
3. **Un catalyseur et quel catalyseur Nintendo sa Wii et sa DS**, consoles formatées pour conquérir de nouveaux joueurs ou reconquérir d'anciens joueurs mais quoi qu'il en soit, consoles qui chamboulent l'expérience de jeu et l'industrie en avait besoin.
4. **Un concept marketing** accrocheur : "casual game"

Aujourd'hui, le casual game est une **aubaine** pour l'industrie. Ce phénomène donne lieu à la création de label "casual" chez tous les éditeurs traditionnels (Ubisoft fut parmi les premiers, THQ et Midway parmi les derniers). L'intérêt suscité par l'occasionnel attire des acteurs de l'industrie des médias et de l'audiovisuel dont Paramount, Viacom et Nickelodeon, Endemol...

De nouveaux acteurs, développeurs, éditeurs ont vu le jour et proposent désormais leur catalogue sur l'ensemble des terminaux disponibles, téléphone compris.

4. L'Internet mobile, un nouveau marché pour le jeu

Sur ce dernier terminal, possédé dans le monde par plus de deux milliards d'individus, le jeu occasionnel trouve un marché potentiel incomparable. Le jeu occasionnel est particulièrement bien formaté pour le téléphone pour des raisons **d'usages de courte durée en situation de nomadisme**. Et en France on est particulièrement fort sur ce segment. Gameloft est devenu cette année le premier éditeur mondial de jeu sur téléphone mobile.

Le jeu sur mobile va connaître **un essor considérable** avec l'arrivée de l'Internet Mobile accompagné de forfait data illimités pour un prix équivalent aux offres de forfait voix. Cela permettra de naviguer sur Internet sans compter les secondes facturées... **Cela permettra de connaître sur téléphone ce qui s'est passé sur le PC depuis le début des années 2000**, soit la navigation, l'eCommerce, la diffusion de contenus vidéo et musique, les réseaux sociaux, la messagerie instantanée et pour le jeu, le matchmaking, les jeux massivement multijoueurs.

Comme la technologie innovante et son intégration dans les consoles ont su renouveler l'expérience ludique, comme le PC a toujours été une éponge à technologie et une machine à innover, le téléphone mobile grâce à ces capacités réseaux, graphiques et de calculs tiendra aussi une place importante dans l'industrie du jeu vidéo.

5. Des enjeux pour l'édition et le développement

Vous le comprenez au regard des points que je viens d'aborder, la richesse de cette industrie est inscrite dans **la diversité technologique et les bouleversements technologiques, mêlés aux bols d'air créatifs**, soit la capacité des acteurs à innover dans le contenu ou encourager l'innovation dans le contenu. **Les bouleversements sont finalement dans les gènes de cette industrie mondialisée tout au long de sa chaîne de valeur.**

Côté édition, l'industrie connaît une phase de concentration jamais vue jusque-là (VUG/Activision, EA/Take2, EA/Bioware Pandemic, nVidia/Ageia, et plus proche de nous Autodesk/Kynogon...). Pour rester dans la course aujourd'hui, les éditeurs doivent pouvoir :

- Etre présents sur tous les continents et aux moins en Amérique du Nord et en Europe ;
- Etre présents sur toutes les plates-formes (consoles fixes et mobile, PC, téléphone) ;
- Etre présents sans les bacs toutes l'année ;
- Disposer d'un catalogue susceptible d'adresser le plus grand nombre ;
- Supporter l'inflation des coûts des développements.

Le challenge à relever pour les éditeurs français sera de rester indépendants en misant sur leur capacité à **créer et à faire fructifier des marques**. Geoffroy SARDIN pourra témoigner de ces aspects.

Côté développement, les problèmes sont autres mais **la complexité est patente et les enjeux vitaux s'entremêlent**.

A titre d'exemple, il est difficile de distinguer dans le process de production ce qui relève de la technologie de ce qui relève de la création. **La particularité du jeu vidéo est dans ce mélange qu'il est aussi difficile de comprendre qu'impossible à maîtriser. Qu'on soit un studio artisan ou jardinier comme aime à le rappeler Olivier LEJADE de la société Mekensleep, ou un architecte qui vise à réaliser des blockbusters, les équipes de développeurs, level designer, game designers, programmeurs, graphistes, contribuent tous à la réalisation d'un jeu "en indivision" sous la forme d'itérations successives sans que le directeur créatif puissent savoir ex ante ce à quoi le jeu va ressembler in fine.**

Evidemment cette réflexion sur la complexité de l'œuvre conduit inévitablement et irrémédiablement à évoquer un certain nombre de problèmes récurrents :

- **Problèmes liés à la définition de l'œuvre jeu ou plutôt l'absence de définition.**
- **Problèmes liés à l'absence d'un statut spécifique qui tiendrait compte de la complexité du jeu, de sa diversité entre création et technologie, de sa dimension internationale,**
- **Problèmes liés au statut des équipes de développement, à l'absence de convention collective,**
- **Problèmes liés aux accords internationaux de sous-traitance et de gestion des droits s'y référant.**

6. Conclusion : misons sur l'écosystème

Pour finir, il convient de garder à l'esprit que le jeu vidéo est un **vecteur de plaisir** et que nous **français dans l'Union européenne**, sommes en mesure **d'enrichir** grâce à notre savoir-faire technologique et en matière de création.

Là, je pense à nos studios, Darkworks, Quantic Dream, Eugen, Eden, Lexis Numériques, Arkane, White Birds, Widescreen, Pam, Etranges Libellules

Je pense à nos boîtes technologiques, Omegame, SpirOps, Allegorithmic, je pense à nos écoles, l'ENJMIN, Supinfo Games, Agoragame...

Je pense à nos laboratoires de recherche, IRISA, L3I, IRIT, OMNSH...

Je pense à nos éditeurs, Ubisoft, Infogrames, Focus Home Interactive, Mindscape, Nobilis, Anuman...

Et je pense à nos dispositifs d'accompagnement, les 4 systèmes productifs locaux à Lyon, Paris, Bordeaux et dans le Sud de la France, aux Pôles de compétitivité et le travail remarquable qu'ils font avec le Ministère de l'Industrie, je pense à l'ANR, le FAEM, OSEO, le CNC...

C'est cet ECOSYSTEME qui est en mesure de relever les défis qui s'imposent à notre industrie et non chacune de ses composantes prises séparément.

Merci

Bonnes assises.

Laurent MICHAUD

En charge des loisirs numériques

IDATE