



**SNJV**  
SYNDICAT NATIONAL  
du JEU VIDÉO

# **Contribution des entreprises du jeu vidéo à la consultation publique sur le soutien aux usages, services et contenus numériques innovants.**

*Le jeu vidéo, secteur stratégique d'investissement pour le grand emprunt*

## **Le jeu vidéo, secteur stratégique pour la France !**

Fondés il y a quelques vingt ans, Epic aux Etats Unis, A2M au Canada ou Climax en Angleterre font aujourd'hui parti des plus grandes sociétés mondiales de création de jeux vidéo. On pourrait nommer bien d'autres exemples de développeurs « historiques » à succès et pérennes dans ces pays.

Si l'on peut dire que la France est un des grands pays du jeu vidéo avec des éditeurs internationaux de premier plan comme Ubisoft ou Vivendi par sa filiale Activision Blizzard, la réalité du développement y est quant à elle bien moins florissante. Il n'y a que trop peu de développeurs indépendants établis depuis plus de vingt ans et aucun d'entre eux n'est véritablement au rang des plus grands mondiaux, capables d'attirer les contrats des éditeurs internationaux du top 10 et de mobiliser l'attention des joueurs à travers le monde.

Bien entendu, quelques studios français plus récents sont aujourd'hui dans l'antichambre de cette cour internationale et nous nous en réjouissons mais ils sont trop peu nombreux. La majorité d'entre eux vit, grâce à quelques plus petits éditeurs français ou européens dynamiques, au gré des fortunes de chacun et aussi du respect de l'éthique et d'une maturité plus ou moins grande de leurs partenaires.

Côté studios internes des grands éditeurs français, Activision Blizzard a son centre de décision en Californie et ne voit pas la France comme un pays intéressant pour ses développements et Ubisoft qui possède de remarquables équipes françaises, est bien mieux accueillie pour y prospérer dans les différentes provinces canadiennes ou en Asie qu'elle ne l'est sur son propre territoire.

Pourtant ce secteur revêt, de par les savoir-faire qui s'y développent (technologies de l'image 3D, nouvelles interfaces homme/machine, architectures réseaux, ...), un caractère stratégique pour le développement d'une économie numérique florissante en France et donc la création de nos richesses et de nos emplois de demain. Sans compter l'importante contribution du secteur du jeu vidéo à la construction d'un patrimoine culturel d'avenir.

Malgré cela, le développement traditionnel de jeux vidéo dans notre pays est dans un état critique et en seulement 10 ans, notre industrie a perdu 50% de ses effectifs du fait des incitations fiscales et sociales du Canada et de la Corée notamment.

Cette situation est-elle une fatalité? Certainement pas.

Nous croyons d'abord au marché. Et nous portons beaucoup d'espoir vers les mutations du web, du mobile et des écosystèmes des consoles. Ce moment particulier de l'histoire du jeu vidéo rebat les cartes et recèle de nombreuses opportunités, car c'est dans les jeux en ligne et sur ces nouveaux modèles que se forge l'avenir du secteur. Les taux de croissance actuels de ces marchés (30% en 2009 et des prévisions identiques jusqu'en 2014) témoignent d'une très forte vitalité du jeu vidéo sur ces nouveaux marchés. Les jeux vidéo pénètrent ainsi jusqu'aux réseaux sociaux et aux mobiles et toutes les générations jouent, femmes en tête. La convergence des médias autour du jeu vidéo est également un phénomène attractif et donne lieu à l'émergence d'un nouveau genre de productions et de nouvelles expériences utilisateurs créatrices de valeur. Ces évolutions du jeu vidéo vers le médium global de divertissement, Media 2.0 représentent une des plus grandes opportunités que les développeurs français sont en train de saisir. Ces entreprises sont en bonne santé mais disposent de moyens modestes pour leur permettre d'investir durablement ces marchés, à l'heure où les places de leaders doivent être prises très rapidement.

Ainsi, pour qu'ils puissent être les acteurs majeurs de ces mutations et devenir ainsi de véritables compétiteurs internationaux, il est important non seulement d'alléger les contraintes qui pèsent sur les structures mais surtout de leur permettre de mettre à niveau leurs outils de production pour engager de nouvelles productions originales grâce à des mécanismes de cofinancement adaptés qui leur permettront de passer avec succès les différents stades de croissance grâce à une capacité d'investissement décuplée.

Et il y a urgence, à la veille de l'emprunt national que le gouvernement s'apprête à lancer, de rappeler que nous représentons la première industrie culturelle dans le monde et que la France compte plus de 25 millions de joueurs. Cette industrie créative est une industrie d'avenir, porteuse de savoir faire technologiques et artistiques, de compétitivité internationale et de création d'emplois. **Oui, le jeu vidéo représente un secteur stratégique pour la France, et dans ce contexte un investissement clé pour notre pays !** En toute logique, une partie des fonds de l'emprunt national devra être fléchée vers notre secteur.

Le Syndicat National du Jeu Vidéo, organisation professionnelle représentant les développeurs de jeux vidéo préconise que cet investissement puisse se faire dans les formes évoquées dans ce document.

**Nicolas Gaume**

Président

## **Monographie du secteur du jeu vidéo en France**

Au niveau mondial, le secteur du jeu vidéo pèse, en 2009, 50 milliards d'euros en recul de 4% par rapport à 2008. 2010 devrait être une année de stabilisation avant un très fort redémarrage de l'activité prévue en 2013 (taux de croissance estimé à 16,5%). Cette stabilisation est due en grande partie à la très forte croissance des marchés dématérialisés : +30% par an.

En France, le secteur des jeux vidéo (hardware et software cumulés) génère en 2009 un Chiffre d'affaires de 2,7 Milliards d'euros, en recul de 20% par rapport à 2008. Ce chiffre d'affaires ne prend pas en compte l'exhaustivité des marchés dématérialisés et notamment des jeux sociaux.

Mais le jeu vidéo reste le premier bien culturel devant la musique et le cinéma en salle et représente en valeur 17% du marché global du divertissement culturel en France. Ce sont désormais plus de 25 millions de français qui jouent aux jeux vidéo et la moyenne d'âge des joueurs s'établit à 33 ans dans notre pays.

La France est le 2<sup>e</sup> pays producteur de jeux vidéo en Europe, et le 7<sup>e</sup> au niveau mondial.

La très forte progression des marchés dématérialisés laisse entrevoir que plus de 40% de la distribution de jeux vidéo sera dématérialisée en 2011 et qu'elle représentera plus de 50% du total du marché en 2014.

Afin de ne pas manquer ce moment précis de notre histoire industrielle, ce virage structurelle, les entreprises de jeux vidéo françaises, en grande majorité des pme ( 55% ont moins de 10 salariés en 2009, avec une moyenne nationale à 27 salariés et un Chiffre d'affaires de 2 millions d'euros en moyenne) doivent investir dans la mutation de leur chaîne de production afin d'investir dans de nouvelles productions originales adaptées à ces marchés en très fort développement

### ***La France, pays historique de création vidéo ludique***

Le secteur français de la production de jeux vidéo se caractérise par un tissu dense d'environ 130 PME dont le métier est de concevoir et de produire des programmes vidéo ludiques, dont la grande valeur, est reconnue à travers le monde. Il emploie directement en production plus de 2 000 personnes, auxquels s'ajoutent quelques 3 000 emplois dans les secteurs de l'édition et la distribution de jeux vidéo.

\$On crée en France des jeux vidéo depuis le début des années 80. En comparaison, la production de jeux vidéo n'a commencé en Corée qu'au milieu des années 90.

Cet écosystème constitue l'un des moteurs de la croissance d'une économie numérique française innovante et créative.

On compte parmi les champions français quelques leaders mondiaux de l'industrie, au premier rang desquels Activision/Blizzard filiale de Vivendi, Ubisoft Entertainment, Big Ben Interactive, ou Ankama (Dofus). Parmi les responsables de studios de développement reconnus au plan international figurent Michel Ancel (Rayman), David Cage (Heavy Rain), Eric Viennot (In Memoriam) ou Anthony Roux (Dofus), tous par ailleurs Chevaliers des Arts et des Lettres.

### ***Le jeu vidéo, premier média des jeunes et des moins jeunes***

Le jeu vidéo est un loisir générationnel dont le mode de consommation a évolué sur les 30 dernières années, cette évolution connaissant une certaine accélération depuis une dizaine d'années.

Historiquement réservé à un public d'initiés, le jeu vidéo a connu une révolution des contenus et de son mode de consommation avec l'arrivée de jeux dits « occasionnels » et de consoles adaptées à un plus large public. À ces phénomènes, il faut ajouter la féminisation du public des joueurs. En effet, aux Etats-Unis, 45% des joueurs en 2008 étaient des joueuses, et en France près de 40%.

L'âge moyen des joueurs s'établit entre 29 et 35 ans selon les pays (33 ans en France), en constante augmentation depuis 5 ans. De phénomène de génération, le jeu vidéo est devenu un loisir de masse que l'on consomme aussi bien sur console, sur téléphones mobiles que sur Internet avec des formules très variées. En cela le jeu vidéo a réussi sa mutation.

### **Les mutations économiques et structurelles de la filière :**

2009 est une année de recul du marché traditionnel du jeu vidéo. Le chiffre d'affaires global du secteur du jeu vidéo en France est en baisse (-20%) en raison de la diminution des ventes de hardware du fait du vieillissement des consoles, de l'appauvrissement des catalogues de jeux vidéo mais surtout de la profonde mutation engagée du fait du très fort développement des marchés dématérialisés : Internet, consoles et mobiles.

Dans ce contexte, la « course » à la créativité est engagée et constitue l'un des principaux leviers de compétitivité de notre industrie.

Les nouveaux modes de diffusion des contenus (online, mobile etc...), permettent de raccourcir la chaîne de distribution et garantissent un accès direct des consommateurs aux contenus. Les coûts de développement changent de morphologie et les créateurs de jeux vidéo ont de nouvelles possibilités de laisser parler leur créativité à travers des concepts originaux. Ces jeux qui dans les schémas traditionnels ne trouveraient pas preneur auprès des éditeurs internationaux condamnés à rationaliser leurs catalogues et à se réfugier dans les licences existantes (films, sports etc...) aux débouchés commerciaux certains.

### ***Le nerf de la guerre : le financement de la production et le renforcement des fonds propres***

Le modèle historique du secteur du jeu vidéo fonctionne sur la chaîne de valeur suivante : Développeur (producteur) - Editeur (investisseur) – Distributeur. Ce triptyque va connaître de profondes mutations. Les développeurs saisissent ainsi déjà les multiples occasions de s’émanciper : dématérialisation des jeux offline sur les plateformes de téléchargement, diffusion de contenus sur les magasins dématérialisés des consoles de salon ou consoles portables, jeux en ligne sur navigateurs internet, jeux sur portails internet, jeux sur mobiles, ou encore jeux accessibles depuis les principaux réseaux sociaux.

Certaines entreprises françaises sont déjà très actives sur ces marchés et d’autres studios sont sur le point de s’y développer mais ils ont besoin d’un levier financier important que le Grand Emprunt peut constituer à brève échéance.

### ***Du produit aux services, la « nouvelle génération » de jeux vidéo***

La dématérialisation impacte profondément le secteur du jeu vidéo, amenant une production de jeux vidéo, historiquement très séquencée avec un cycle développement puis de vente très « industriel » à un nouveau processus ouvert et continue dans lequel les contenus sont délivrés au fil du jeu, impliquant de fait de plus en plus les joueurs dans l’évolution du jeu qui leur est proposé. Le développement se concevra ainsi à l’avenir dans une dynamique de services continue.

Et il suffit de constater le succès grandissant de l'Iphone ou encore celui plus récent de l'Ipad qui illustrent la fusion réussie entre le téléphone mobile et la console portable pour le premier, empruntant à chacun ce qui fait son succès : capacités de communication et capacités ludiques et dans le même temps, la multiplication des « stores » ou réseaux d'achats dématérialisés de Sony, Microsoft ou Nintendo ou encore des jeux sur réseaux sociaux pour s'en convaincre.

Ces nouveaux espaces permettent un accès direct et permanent aux contenus et un partage des revenus intéressant pour les développeurs de jeux vidéo. Les plateformes de jeux à la demande, quant à elles, permettent désormais un accès à un catalogue de contenus qui ne sont plus téléchargés mais accessibles en streaming dans un navigateur internet sur l'écran connecté de l'utilisateur.

La multiplication des offres de jeux vidéo gratuits en ligne ou des nouveaux modèles économiques (item selling, buy and download, try and buy) rebattent également les cartes des modèles économiques du secteur.

Progressivement, le jeu vidéo devient un service auquel on accède selon l'envie et dans lequel les contenus peuvent être délivrés au consommateur à la façon d'un service en ligne.

### ***De nouveaux marchés émergents***

En parallèle de cette mutation, de nouvelles offres émergent, soit à destination d'un public professionnel qui recherche de nouvelles méthodes d'apprentissage ou permettant de véhiculer des messages, soit à destination du grand public qui recherche une grande diversité d'expériences ludiques.

Dans le premier cas, on parle des Serious Games, c'est-à-dire des jeux vidéo à vocation sérieuse, proposés aux entreprises et institutionnels pour leur permettre de délivrer un message de sensibilisation, de communication voire répondre aux besoins de formations des salariés dans le cadre des dispositifs sur la formation continue.

Dans le deuxième cas, on parle de Media 2.0 parce que le jeu vidéo est à la croisée d'autres médias traditionnels comme le cinéma ou l'animation qui permettent de faire naître de nouvelles expériences aux utilisateurs. Media 2.0 également car les nouvelles innovations technologiques permettent de renforcer la dimension « sociale » des jeux vidéo, aujourd'hui plébiscité par les consommateurs. Media 2.0 enfin car les utilisateurs deviennent eux aussi des créateurs de contenus et à la façon de Youtube, deviennent des contributeurs de nouvelles interactions.

Ces évolutions profondes du secteur et des marchés du jeu vidéo prouvent s'il en fallait que le jeu vidéo est une industrie créative, ancrée dans son époque et porteuse d'avenir pour les générations futures.

### ***Perspectives*** :

Dans ce contexte, le secteur va continuer de connaître une profonde mutation de son mode de consommation, mettant la création et Internet et les médias au cœur de la chaîne de valeur du jeu vidéo dans le monde.

La disparition, à termes, des supports physiques apparaît alors comme une évidence pour la plupart des observateurs de ce secteur. La concentration des acteurs conduira progressivement à l'apparition d'acteurs qu'on pourrait qualifier aujourd'hui de groupes de « méta médias » qui proposeront à leurs clients des expériences ludiques intégrant des réseaux sociaux, de la musique, du jeu vidéo et toute les expériences multimédias rendues possibles par l'hyper connexion des appareils et des personnes.

## **L'emprunt national, une formidable opportunité pour répondre aux enjeux de la filière**

Si le jeu vidéo n'a pas été identifié parmi les axes prioritaires d'investissements dans le cadre du Grand Emprunt, cette filière peut proposer à court termes un retour sur investissement de l'Etat avec de forts impacts tant en termes d'emplois que de création de valeurs et d'innovations.

Le grand emprunt constitue une formidable opportunité pour permettre aux entreprises françaises de jeux vidéo de sortir de leur statut précaire et devenir des champions internationaux dans la création et la diffusion de contenus et d'expériences interactives originales et innovantes.

## **Investissement n°1: Renforcer les fonds propres des PME du jeu vidéo**

Les entreprises du secteur du jeu vidéo sont pour la plupart des TPE et PME faiblement capitalisées car pour une grande majorité d'entre elles assez récentes. Notre secteur a des exigences de fonds propres plus élevées que la plupart des entreprises technologiques et que la grande majorité des entreprises.

A ce titre, le SNJV souhaite que l'Etat mette en place à travers le Grand Emprunt un mécanisme de prêts participatifs non limités aux capacités de fonds propres des entreprises.

### ***Un investissement compris entre 50 à 100 millions d'euros sur 2 ans***

Le montant moyen d'une production dématérialisée, même s'il reste difficile à établir en raison de la multitude de types de jeux et de canaux de distribution, se situe aujourd'hui entre 50 000 € et 500 000 €. Les besoins d'investissements sont évalués au regard de la capacité des entreprises à mettre de nouvelles productions sur le marché.

Si chaque entreprise bénéficiait d'un apport en fonds propres compris entre 500 000 euros et 1 500 000 millions d'euros, réalisé sur deux ans, les impacts en termes d'investissements et de recrutements seraient considérables.

Le mécanisme pourrait comporter comme lors du plan Marshall post 2<sup>e</sup> guerre mondiale, un système de mutualisation du risque grâce à l'affectation d'une quote-part de l'investissement de chaque entreprise dans un fonds mutualisé qui limiterait ainsi le risque de l'investissement de l'Etat dans ce secteur.

### ***Un impact réel et durable sur l'emploi et les entreprises de la filière jeu vidéo***

La récente étude que nous avons réalisé auprès des entreprises adhérentes du SNJV fait apparaître que pour un investissement moyen espéré de 600 000 euros par entreprise (avec un montant minimum espéré de 250 000 euros et un montant maximum de 1,5 Millions d'euros), chaque entreprise est en mesure d'augmenter sa masse salariale de près de 20% et de réaliser des investissements tant en production qu'en R&D.

Suivant cette étude, la création d'emplois durables en CDI serait d'environ 600 salariés sur 2 ans et plus de 200 nouvelles productions pourraient être engagées par les acteurs du secteur, notamment sur les nouveaux marchés dématérialisés.

Les domaines d'investissements cités en priorité par les entreprises interrogées dans le cadre de cette étude seraient les suivants :

- Recrutement de personnels qualifiés et non qualifiés
- Investissements en R&D
- Investissements en production (création de nouvelles propriétés intellectuelles)

La très bonne santé du marché des jeux vidéo dématérialisés garantira en outre un excellent retour sur investissement pour l'Etat sur cette typologie d'engagement financier, à condition que des différés de remboursements puissent être consentis aux entreprises sur une durée d'environ 36 mois.

A termes, grâce à un investissement compris entre 50 et 100 millions d'euros, la France pourrait donc permettre à la filière jeu vidéo de réaliser des investissements indispensables pour maintenir sa compétitivité et son attractivité au niveau mondial et contribuer à retrouver un bassin d'emploi significatif, tel que nous l'avons connu avant l'exode massif de nos talents vers le Canada.

***Le SNJV propose donc que, dans le cadre du grand emprunt, l'Etat flèche sur le secteur de la production de jeu vidéo en France entre 50 et 100 millions d'euros de prêts participatifs non limités à la capacité des fonds propres des entreprises.***

Cet investissement qui permettra donc la mise à jour de la chaîne de production des entreprises du secteur, doit s'inscrire dans le cadre d'un dispositif plus global qui prendra en compte les besoins de financement des productions au regard des risques liés au lancement de nouvelles propriétés intellectuelles. L'ensemble du dispositif garantira l'émergence de nouveaux leaders des jeux vidéo dématérialisés en France dans le sillage des grandes entreprises déjà mondialement réputées.

## **Les autres éléments du dispositif proposés par les entreprises de jeu vidéo :**

### **Investissement n°2: Créer un dispositif de financement automatique de la production de jeux vidéo**

Dans 95% des cas, les créateurs de jeux vidéo ne sont pas en capacité d'initier les productions originales, en raison du coup important de production. Or ces productions originales sont une des clés de la création de valeur dans cette industrie, notamment sur les nouveaux marchés dématérialisés.

La France du jeu vidéo reste donc avant tout, pour l'instant, une industrie de sous-traitance soumise aux aléas économiques. Et la fragilité du système est avérée par la crise actuelle.

Face aux dispositifs en vigueur au Canada et en Corée notamment et au regard des enjeux évoqués plus haut, la France doit se doter d'un nouveau dispositif de financement automatique de la production. Ce dispositif assis sur le succès commercial des productions réalisées par un développeur français, lui permettra, son savoir-faire avéré, de disposer d'un cofinancement ensuite mobilisable sur de nouvelles productions.

L'effet d'une telle mesure, inscrite dans la réalité du marché, permettra de redonner de l'autonomie financière, mais aussi d'alimenter un cercle vertueux de la création en France alimentée par les succès commerciaux des productions.

Dans le même temps, ce dispositif incitera à l'implantation de studios étrangers en France, et à la création de nouvelles entreprises dans ce secteur, deux enjeux de premier ordre pour développer cet écosystème industriel. Cet accroissement de la production va générer un accroissement de l'offre et donc du chiffre d'affaires du secteur, corrélativement le dispositif croîtra également.

### **Investissement n°3 : Créer des Sociétés de financement de la production:**

L'investissement tiers dans le secteur du jeu vidéo est principalement réalisé au niveau de l'entreprise. Or, de nombreux acteurs privés et les créateurs eux-mêmes souhaitent aussi, au-delà de l'investissement dans l'outil, pouvoir investir dans les productions elles-mêmes.

Le SNJV demande que dans le cadre du grand emprunt soit rendue possible la création de sociétés de financements de la production de jeux vidéo. Inspirées des Sofica dans le cinéma et l'audiovisuel, ces structures seraient créées à l'initiative de professionnels du jeu vidéo ou d'opérateurs du secteur bancaire et financier. En contrepartie de leurs interventions, les sociétés bénéficieraient d'avantages fiscaux et de droits à recettes sur les œuvres dans lesquelles elles investissent.

L'effet d'une telle mesure permettra à très court terme de flécher l'investissement privé et bancaire au sein du secteur du jeu vidéo, dont on a déjà expliqué plus haut les besoins de financement.

### **Investissement n°4 : Lancer un appel à projets « jeux vidéo dématérialisés »**

L'appel à projets Serious Games lancé en 2009 par le Ministère de l'économie numérique a permis, en seulement quelques mois, d'engager de nombreuses entreprises sur le chemin de la création de nouveaux projets dans un marché en fort développement, riche d'opportunités pour les studios de développement de jeux vidéo. Et le bilan est aujourd'hui positif.

Dans le contexte actuel du fort développement des marchés dématérialisés, le SNJV souhaite que le gouvernement consacre une part de l'emprunt national à la création d'un appel à projets pour stimuler la création de projets innovants sur ce marché. L'effet positif et durable d'une telle mesure est indéniable. L'appel à projets stimule la créativité, l'innovation technologique et permet d'augmenter sensiblement le nombre d'emplois dans les studios concernés.

A moyen termes une telle mesure permettrait à des studios de jeux vidéo de s'installer durablement sur ces nouveaux marchés en modifiant sensiblement leurs outils de production.

#### ***A propos du SNJV***

*Créé en 2008, dans la continuité de l'Association des Producteurs d'œuvres Multimédia (APOM), le SYNDICAT NATIONAL DU JEU VIDEO (SNJV) rassemble les professionnels de la production de jeux vidéo et de programmes multimédias ludiques ainsi que les institutions et les organisations œuvrant au développement de la filière jeu vidéo en France.*

*Le SNJV compte plus de 120 sociétés qui réalisent près de 90% du chiffre d'affaires de la production française de jeux vidéo.*

*Le SNJV est un des membres fondateurs de l'EGDF (European Games Developer Federation).*

*Pour plus d'informations : [www.snjv.org](http://www.snjv.org)*

*Président : Nicolas Gaume (Également Président Directeur Général de la société MIMESIS REPUBLIC)*

*Délégué Général : Julien Villedieu [dg\(at\)snjv.org](mailto:dg(at)snjv.org)*