



Mars 2009

L'avenir du jeu vidéo est plus que jamais digital !

Par Pierre Gaudet, CEO de gametap.com (USA), metaboli.com et gamesplanet.com

Selon le dernier rapport GFK, pour la première fois en 10 ans, le marché des biens technologiques a reculé en France de 3% en valeur en 2008. On remarque que seul le secteur du jeu vidéo reste en forte croissance avec une progression de plus de 19% par rapport à 2007, soutenue en grande partie par l'explosion de la diffusion des jeux vidéo sur internet. Les acteurs du jeu vidéo doivent, par ailleurs, tirer les enseignements des bouleversements connus par les industries musicale et cinématographique avec l'avènement du téléchargement de contenus culturels sur Internet.

Une mutation en marche

Une fois de plus, l'Amérique du Nord ouvre la marche ! Ainsi, selon le cabinet d'études The NPD Group, le marché de la distribution des jeux vidéo PC en magasin a enregistré l'an dernier une baisse de 17% en Amérique du Nord : en revanche, le marché de la distribution digitale affichait quant à lui une croissance à 3 chiffres !

Ces chiffres viennent confirmer les prévisions d'experts tels que Martin Olausson, Directeur des Etudes Digital Media chez Strategy Analytics, qui prévoit que le marché du digital générera 11,8 milliards de dollars en 2011 (contre 3,8 milliards en 2006), avec des ventes digitales représentant un tiers de toutes les ventes de softwares du secteur.

Internet : une voie royale !

La ruée vers le jeu vidéo digital a bel et bien commencé. Les acteurs du marché montrent la volonté de se positionner comme précurseurs de l'évolution du secteur, notamment pour fidéliser les joueurs.

En effet, pour les éditeurs, la distribution dématérialisée permet un plus grand contrôle des coûts de production et de distribution, ainsi qu'une mise en vente sur le marché beaucoup plus rapide. De plus, les jeux téléchargés peuvent être sécurisés grâce à une clé d'activation unique, à durée de vie illimitée, puisqu'elle ne peut-être ni perdue ni endommagée. Enfin, grâce une distribution de leurs jeux via Internet, les éditeurs peuvent déployer des dispositifs e-marketing qui sont autant d'outils efficaces de fidélisation et d'amélioration de la relation client.

Force est de constater que la distribution digitale profite également au consommateur : celui-ci peut désormais accéder très rapidement à un catalogue extrêmement riche et varié de jeux vidéo et surtout à leur mise à jour en temps réel. Aujourd'hui, deux formes de services sont proposées aux internautes : l'achat à l'unité par téléchargement ou les forfaits illimités, qui se développent particulièrement sur d'autres secteurs culturels tels que la musique ou le cinéma.

Les distributeurs traditionnels de jeux en boîte, commencent eux aussi à emprunter la voie digitale. Les leaders ont déjà, à travers leur site Internet, une présence multinationale et des ambitions de croissance fortes et légitimes au regard des perspectives annoncées.

Quelques chiffres

Source Gartner : En France, le marché des PC s'est montré encore plus dynamique, avec une croissance de 13% en volume (3,2 millions d'unités vendues au quatrième trimestre). Une performance réalisée en partie à l'occasion des fêtes de fin d'année sur le segment grand public, où les ventes ont bondi de 32% sur un an. Comme pour l'ensemble de l'Europe occidentale, ce sont les PC portables - et notamment les netbooks - qui ont alimenté cette demande (+41%). Ainsi, près de deux PC sur trois vendus au T4 étaient des laptops.

* * *

Contacts:

Hotwire

Christophe Goudy – +33 (0)1.43.12.55.47 – christophe.goudy@hotwirepr.com

Nazim Nouri – +33 (0)1.43.12.55.66 – nazim.nouri@hotwirepr.com

Metaboli

Morgane Falaize – +33 (01) 44 67 45 78 – morgane.falaize@metaboli.com

Christophe Goudy

Joint Managing Director

Hotwire

15 rue de Choiseul, 75002 Paris

D: +33 (0) 1 43 12 55 47

T: +33 (0) 1 43 12 55 55

M: +33 (0) 6 80 01 97 50

E: christophe.goudy@hotwirepr.com

www.hotwirepr.com