

# Jeu vidéo, culture et industrie

À propos de l'ouvrage de Pierre-Jean Benghozi et Philippe Chantepie, *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXI<sup>e</sup> Siècle ?*, Presses de Sciences Po, 2017.

Par Pierre POINSIGNON

i3-CRG, École polytechnique, CNRS, Université Paris-Saclay

Avec plus de 70 % des Français qui jouent occasionnellement, un âge moyen de plus de 30 ans et autant de femmes que d'hommes parmi les joueurs, le jeu vidéo serait-il l'industrie culturelle du XXI<sup>e</sup> siècle ? Alors même qu'associer le jeu vidéo et la culture n'a rien d'une évidence, c'est pourtant à cette réflexion que nous invitent les auteurs de l'ouvrage en faisant un état des lieux inédit de cette industrie.

Pierre-Jean Benghozi, professeur à l'École polytechnique et membre du Collège de l'autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), et Philippe Chantepie, inspecteur général des affaires culturelles au ministère de la Culture et chercheur associé à la chaire « Innovation et régulation des services numériques » de l'École polytechnique, Telecom Paris-Tech et Orange, nous proposent un panorama de ce secteur parfois méconnu.

L'intérêt premier de leur ouvrage tient à ce qu'ils offrent une vue globale, précise et complète du secteur du jeu vidéo.

L'industrie du jeu vidéo présente effectivement les caractéristiques communes des industries culturelles, telles que décrites par Caves (2000).

En premier lieu, elle fait face à une forte incertitude : le succès d'une œuvre est imprévisible,

car relevant de la subjectivité du spectateur-consommateur. Il est en effet très difficile de prédire le succès d'une œuvre avant sa mise sur le marché. C'est ensuite une industrie de talents extrêmement diversifiés dont la détection et la rétention sont complexes, en raison, notamment, d'un fonction-

non rationnels du point de vue économique.

Industrie de projets uniques, mais surtout de coûts fixes élevés et de coûts marginaux historiquement faibles (reproduction sur un support physique) et aujourd'hui nuls (vente de produits dématérialisés), elle supporte donc un risque financier élevé, mais une fois le point mort atteint, les projets peuvent devenir extrêmement rentables, ce qui donne une importance considérable aux succès.

Dans cette économie de prototypes, chaque jeu est un bien singulier et donc en situation de monopole. Les éditeurs adoptent alors une stratégie de surqualité : la différence ne pouvant se faire sur les prix, les coûts de chaque projet sont de plus en plus importants pour permettre de produire un succès et de capitaliser sur ce dernier, notamment avec des suites et des produits dérivés. Nous assistons donc à une augmentation considérable des coûts de production. Pour une grosse production au début des années 2000, ils se chiffraient autour de 70 millions d'euros en moyenne. Dix ans plus tard on atteint 200 millions d'euros en moyenne.

On constate donc que les éditeurs n'ont pas choisi la stratégie consistant à diversifier le risque en multipliant le nombre de projets, mais surinvestissent plutôt sur un nombre restreint de projets dans l'espoir de décrocher un succès.

L'industrie du jeu vidéo n'en reste pas moins spécifique sur plusieurs caractéristiques.



nement de *star system*, qui fait qu'une personne, une équipe ou un projet ayant connu le succès obtiennent *de facto* une importance capitale. C'est aussi une industrie de projets uniques, difficilement comparables entre eux. Enfin, certains acteurs de l'industrie sont dans une logique de l'art pour l'art et ont donc des comportements

Caractérisé par un taux de croissance extrêmement important aussi bien en termes de revenus que d'usage, le jeu vidéo en France est la première industrie culturelle en termes de vente : dans les cinq biens culturels les plus vendus chaque année, figurent entre deux et quatre jeux. Ceci contraste avec la tendance moyenne des autres industries culturelles dont les valeurs globales ont plutôt eu tendance à baisser au cours des dernières années avec le développement des nouvelles technologies numériques.

La première particularité du jeu vidéo repose sur son objet même : c'est un jeu. Or, le principe de jeu, ou *gameplay*, qui définit l'expérience de jeu (courir, sauter, parcourir un niveau, vaincre un « boss », etc.), est largement indépendant de la langue. En conséquence, celle-ci ne s'est jamais érigée comme une barrière et l'industrie a toujours été mondialisée avec une division internationale du travail. Enfin, le jeu vidéo est une industrie culturelle numérique dans le sens où il est totalement dépendant de la technologie. Mais celle-ci doit plutôt être vue comme une opportunité : elle permet un renouvellement constant de l'offre. Ainsi, l'industrie du jeu vidéo a suivi une logique de cycles, définis par le renouvellement technologique des consoles.

Historiquement organisée autour d'un oligopole de « consoliers », aujourd'hui composé de trois acteurs – Nintendo, Sony et Microsoft –, l'industrie du jeu vidéo s'est construite autour du couple du *hardware* et du *software* avec une immense barrière à l'entrée pour les consoliers. La console jouait le rôle de produit d'appel, vendue avec des marges très faibles, voire nulles afin d'installer le plus rapidement possible le plus grand parc de consoles, puis de faire des marges sur la vente des jeux.

Le jeu vidéo s'est développé sur une pure logique de marché où les éditeurs seuls assument le financement de la production. Contrairement aux autres industries culturelles, il n'existe pas de préfinancement, d'aides à la

création, etc... L'économie du jeu vidéo s'est construite à l'abri des réglementations.

En finançant en amont la production et le développement, les éditeurs supportent intégralement le risque qui n'est parfois plus seulement un risque de projet, mais qui peut devenir un risque d'entreprise. Ceci n'est pas sans rappeler la période du Nouvel Hollywood<sup>(1)</sup> dans le cinéma et la faillite de United Artists à la suite de l'échec commercial cuisant de *Heaven's Gate* de Michael Cimino.

Enfin, une caractéristique du secteur est le bouleversement complet des chaînes de valeur classiques, sous l'effet des mutations numériques, notamment l'émergence des *smartphones* et la démocratisation de l'Internet mobile. De nouveaux modèles d'affaires se sont créés et coexistent, et nous pouvons observer la superposition de plusieurs écosystèmes et modèles de valorisation.

Ces nouvelles opportunités expliquent une grande vitalité de l'industrie et la remise en cause continue des stratégies.

Du côté de la distribution, deux grands bouleversements ont eu lieu ces dernières années : tout d'abord, la vente des produits physiques sur les plateformes de commerce en ligne comme Amazon, et ensuite la dématérialisation des produits et la vente de produits purement numériques sur des plateformes telles que Steam. Les conséquences en sont le raccourcissement de la chaîne de valeur, permettant notamment aux éditeurs d'augmenter leurs marges, voire même de créer leurs propres plateformes de distribution et d'assurer eux-mêmes la distribution de leurs jeux, et donnant la possibilité à de petits studios d'accéder directement au marché sans passer par des éditeurs en distribuant les jeux *via* les grandes plateformes comme Steam.

La dématérialisation facilitant le stockage et la mise à disposition sans limite des contenus, cela permet la mise sur le marché d'un nombre potentiellement infini de

références et donc la création de marchés de niche. Le phénomène de « longue traîne », classique dans les industries culturelles où un faible nombre de références captent l'essentiel de la valeur de marché, est ici accentué : nous observons une « longue traîne » de plus en plus longue, mais où la rentabilité peut être atteinte sur les références les moins vendues.

Ainsi, comme le concluent les auteurs, cette industrie qui partage la plupart des caractéristiques des autres industries culturelles s'est imposée progressivement comme l'industrie culturelle dominante du XXI<sup>e</sup> siècle.

En innovant et en repensant l'intégralité de sa chaîne de valeur en relation avec les mutations numériques, le jeu vidéo pourrait bien être avant-gardiste dans la transformation des économies des industries culturelles, voire de toute industrie organisée autour d'une économie de coûts fixes d'infrastructures et de plateformes.

La lecture de ce livre est donc recommandée pour trois raisons. Tout d'abord, en analysant le secteur du jeu vidéo, les auteurs décrivent le fonctionnement particulier des industries culturelles. Ensuite, ils proposent un panorama inédit de l'industrie du jeu vidéo. Enfin, ils montrent comment les problématiques auxquelles fait face l'industrie sont intéressantes et transposables au-delà des industries culturelles.

Laissons la conclusion aux auteurs : « qu'on le déplore, qu'on s'en réjouisse ou qu'on l'analyse simplement, le secteur du jeu vidéo apparaît bien comme l'industrie culturelle du siècle commencé ».

<sup>(1)</sup> La période du nouvel Hollywood (fin des années 1960 – début des années 1980) est notamment caractérisée par la place centrale qu'avaient les réalisateurs dans le processus de production au détriment parfois des logiques économiques. Les budgets des films n'étant plus sous contrôle, les risques pris étaient considérables.