

La dématérialisation du jeu vidéo

Quels enjeux pour cette industrie ?

Par **Alexandra Koeniguer**

(@GGMeredyth)

Directeur de mémoire : Gaëtan Pichon

Assesseur : Olivier Englander

*IUT Robert Schuman – Département Infocom – LP MIDEN – 2014
(réactualisé en 2016)*

© Tous droits réservés

Crédit image : © Mobile88

Remerciements

Je tiens à remercier en premier lieu toutes les personnes que j'ai rencontrées ces dernières années, notamment mes anciens collègues de **Mondes Persistants**, qui m'ont permis d'adopter une démarche plus professionnelle et engagée dans le milieu du jeu vidéo. Elles m'ont amenée à m'intéresser et à me questionner sur cet univers et ses enjeux, au point de vouloir l'étudier plus en profondeur et d'en faire mon principal projet professionnel.

Je remercie également **Gaëtan Pichon**, mon directeur de mémoire, pour m'avoir aidée à mettre mes idées en ordre afin de dégager le fil conducteur de ma réflexion.

Je souhaite également mentionner la rédaction de **Canard PC**, qui a accepté de relayer mes appels sur Twitter lorsque j'ai sollicité l'avis de la communauté sur mon sujet de mémoire. La communauté du groupe Facebook « **jeux vidéo en bibliothèque** » m'a également été d'une grande aide grâce aux conseils avisés de ses membres.

Je remercie également **Jean-Yves Gebel**, mon professeur de réseaux sociaux, pour ses suggestions personnelles en tant que joueur qui m'ont permis d'élargir mes recherches, ainsi que **Patricia Caillé**, directrice de la LP MIDEN, professeur de problématique de l'information, pour ses remarques constructives.

Enfin, je remercie mes proches pour leur présence et leur soutien au quotidien.

Sommaire

Remerciements	2
Sommaire	3
Introduction.....	4
I. Etat des lieux sur un marché en plein essor.....	6
1. Naissance de la dématérialisation.....	6
2. Les acteurs du marché.....	7
3. Le marché français et mondial	8
II. Les changements générés par la dématérialisation.....	12
1. Les parties prenantes : avantages et inconvénients	12
2. L'économie du milieu chamboulée	16
3. Le retour des indépendants	18
4. L'évolution des rapports entre joueurs et jeux vidéo	19
III. S'adapter à un nouveau système	21
1. Vers une redéfinition de la propriété sur les données numériques ?.....	21
2. La « fracture numérique » : un obstacle ?	23
3. Perspectives.....	25
IV. Conclusion	27
V. Bibliographie	29

Introduction

En tant que joueuse, je suis interpellée depuis longtemps par les conséquences du phénomène devenu quasi omniprésent de la dématérialisation dans le secteur du jeu vidéo. Cette dématérialisation apporte avec elle de plus en plus de questionnements dans ce milieu, autant de la part des joueurs que des professionnels, et tend à transformer durablement et en profondeur le paysage de cette industrie. La dématérialisation, ou le fait de s'affranchir du support physique pour distribuer en ligne des produits, touche actuellement de plein fouet le secteur culturel. Dans le jeu vidéo, ce phénomène concerne toutes les plateformes : jeux consoles salons et portables, smartphones, tablettes, ordinateurs. Plus largement, la dématérialisation impacte aussi à l'heure actuelle la musique, le livre, l'audiovisuel, les logiciels...

Lors de mes recherches, je me suis aperçue dans un premier temps que le phénomène de dématérialisation prenait place dans un contexte de flou juridique concernant la propriété de nos achats, selon qu'ils soient « en dur » ou « dématérialisés ». Cette différenciation juridique m'a interpellée, et m'a incitée à pousser mes recherches plus loin pour établir un panorama des changements induits par la dématérialisation.

Je me suis ensuite rendue compte que ce phénomène amenait des changements autant économiques que sociologiques. Le rapport des joueurs vis-à-vis des jeux est en train d'évoluer, et l'industrie s'est considérablement modifiée afin de s'adapter à cette nouvelle approche du jeu. Nous assistons par exemple à un retour presque triomphant des développeurs indépendants relégués depuis plusieurs années au second plan, alors que ce sont eux qui ont permis à cette industrie de se construire dans ses premières heures.

Par ailleurs, ce phénomène laisse aussi la porte grande ouverte à l'accentuation d'une disparité entre les joueurs, car de nombreuses personnes sans connexion internet ne peuvent bénéficier de cette dématérialisation.

Ce mémoire vise à répondre à la problématique suivante : quels sont les enjeux de l'industrie du jeu vidéo avec la dématérialisation ? Quel est son avenir ? Dans ce but, il propose un état des lieux sur la dématérialisation du jeu vidéo à l'heure actuelle pour comprendre comment elle s'est imposée dans le domaine. Un aperçu des acteurs qui

sont impactés, et la manière dont ils le sont, occupe également tout un pan de l'étude. Mais plus important encore, ce mémoire se focalise sur la façon dont la dématérialisation transforme l'industrie du jeu vidéo. Il propose une réflexion approfondie sur les enjeux soulevés par ce phénomène et auxquels les acteurs concernés doivent faire face, tels que les problèmes liés au droit et à la problématique de la fracture numérique.

Plusieurs terrains ont été étudiés afin de réunir suffisamment d'éléments pour répondre à cette problématique : les plateformes de jeux vidéo spécialisées dans le dématérialisé comme Steam et Origin, les revendeurs de clés sur Internet, mais aussi les retours d'expériences et avis sur le sujet de la part des joueurs, acteurs de l'industrie, et journalistes. Des écrits plus théoriques concernant la dématérialisation permettent également de comprendre les rouages de ce phénomène et de donner des pistes de réflexion quant au futur du jeu vidéo, dans une industrie qui n'a plus rien à voir avec celle que l'on connaissait auparavant.

I. Etat des lieux sur un marché en plein essor

La dématérialisation a entraîné de nombreuses modifications dans le paysage des produits culturels. Plus spécifiquement, le jeu vidéo subit en profondeur ces changements, impactant fortement ses acteurs. Mais comment cela a débuté, qui est concerné et qu'en est-il du marché français et mondial à l'heure actuelle ?

1. Naissance de la dématérialisation

Le concept de dématérialisation du jeu vidéo est apparu en 1981 avec l'apparition des services PlayCable (développé par Mattel et General Instrument) et GameLine (développé par Control Video Corporation pour les consoles Atari 2600). Ces services permettaient de télécharger des jeux via le réseau téléphonique pour GameLine et le réseau de télévision pour PlayCable, et ce contre des frais de souscription au service.

Cependant, à cause de restrictions techniques et du prix élevé des abonnements, ces initiatives ont rapidement été avortées. Dans le cas de PlayCable, les estimations au lancement prévoient que le service rassemblerait 1 millions d'abonnés en l'espace de 5 ans. Pourtant, malgré une vingtaine de titres mis à disposition chaque mois, PlayCable n'avait atteint en 1983 que 3% des 650 000 foyers capables de capter le service, ce qui a forcé Mattel à mettre fin à l'expérience. Quant à GameLine, la crise du jeu vidéo qui a eu lieu entre 1983 et 1985 aux Etats-Unis¹, due à la saturation du marché avec des jeux médiocres, a mené son concepteur à la faillite, l'obligeant à mettre un terme à ses activités.



Sega Channel (1994), Megadrive
© [Primary Ignition](#)

Il faudra attendre 1991 pour voir apparaître une nouvelle initiative proposant un service de dématérialisation, avec le modem Sega MegaNet de l'entreprise japonaise Sega, qui se connectait directement sur la console MegaDrive et permettait le téléchargement de jeux depuis un téléviseur. Cette même entreprise a sorti en 1994 le service Sega Channel, destiné au monde occidental. Les

¹ [La crise du jeu vidéo de 1983 \(Wikipédia\)](#)

services proposés par Sega proposaient des jeux de bonne qualité, souvent des portages de jeux qui avaient bien fonctionné comme Mortal Kombat II ou Street Fighter II. Pourtant, lancé trop tard après l'apparition de la MegaDrive (1989), le service voit son nombre d'utilisateurs décroître rapidement après avoir atteint un pic honorable de 250 000 utilisateurs aux Etats-Unis. En 1995, c'est Nintendo qui se lance dans l'aventure avec Stellarview, conçu pour la console Super Famicon, et qui permettait à l'utilisateur de télécharger des jeux via la réception de l'antenne parabolique. Ici encore, les ventes seront insuffisantes pour faire prospérer le service qui s'éteindra en 2000, d'autant plus que des consoles nouvelle génération sont apparues sur le marché (comme la Nintendo 64).

L'apparition de nouvelles technologies comme l'ADSL, la fibre, ainsi que la généralisation de l'utilisation d'Internet a construit un terrain propice pour que ces services puissent s'enraciner durablement dans un contexte en constante évolution. Pourtant, l'idée de dématérialiser les supports était déjà présente dès les années 80, mais la complexité et le coût des systèmes employés ne rendaient ces services accessibles que pour un public restreint et initié.

Il est toutefois intéressant de noter que chacun de ces services permettaient également de télécharger des magazines en ligne, des actualités et bien d'autres données.

2. Les acteurs du marché

- **Les concepteurs**

On pense en majorité aux studios de développement, qu'ils soient importants ou plus modestes. Ils regroupent tous les métiers qui vont créer le jeu vidéo : développeurs, graphistes, sound designer, scénaristes, level designer... Les indépendants sans structure définie sont également concernés par cette catégorie.

- **Les éditeurs**

Ils font le lien entre le travail fourni par les studios de développement et le circuit de distribution. Dans le secteur du jeu vidéo, les éditeurs assurent aussi parfois une partie ou tout le développement d'un jeu, avec pour objectifs de réduire les coûts et de maîtriser le processus de création pour s'assurer que le jeu final soit en adéquation avec leur public.

- **Les constructeurs**

La frontière est souvent floue concernant les constructeurs, car ils sont très souvent également développeurs et éditeurs de leurs produits (Sony, Nintendo, Microsoft...). Relativement peu nombreux, ils entretiennent une concurrence féroce les uns envers les autres pour équiper les foyers de leurs consoles. Ces acteurs ont une position toute-puissante concernant le jeu vidéo sur console. Cependant, depuis l'explosion du jeu sur smartphones et tablettes, d'autres types de constructeurs entrant dans le circuit du jeu vidéo sont apparus, ce qui oblige les constructeurs de consoles à s'adapter à une nouvelle forme de concurrence.

- **Les revendeurs**

Aussi appelés « grossistes », ce sont ceux qui vont vendre le produit au public. Ils peuvent être spécialisés dans le jeu vidéo (comme Micromania), être spécialisés plus largement dans les produits culturels (FNAC), ou ne rien à voir du tout avec le jeu vidéo de prime abord (hypermarchés). Depuis quelques années, les revendeurs Internet sont devenus légion : Amazon, AppStore, Steam... A l'heure actuelle, une véritable guerre de profits existe entre revendeurs Internet et revendeurs physiques, ces derniers voyant leur chiffre d'affaire baisser dangereusement tandis que les premiers s'enrichissent de manière exponentielle au fil des années.

- **Les joueurs**

Qu'ils soient joueurs sur PC, consoles de salon, consoles portables, joueurs sur smartphones ou sur tablettes, c'est grâce à eux que l'industrie se porte aussi bien, même s'ils obligent celle-ci à s'adapter à l'évolution constante de leurs besoins. Bien qu'ils soient en bout de chaîne en termes de production, ils sont la ressource principale qui impulse autant de vitalité dans ce secteur.

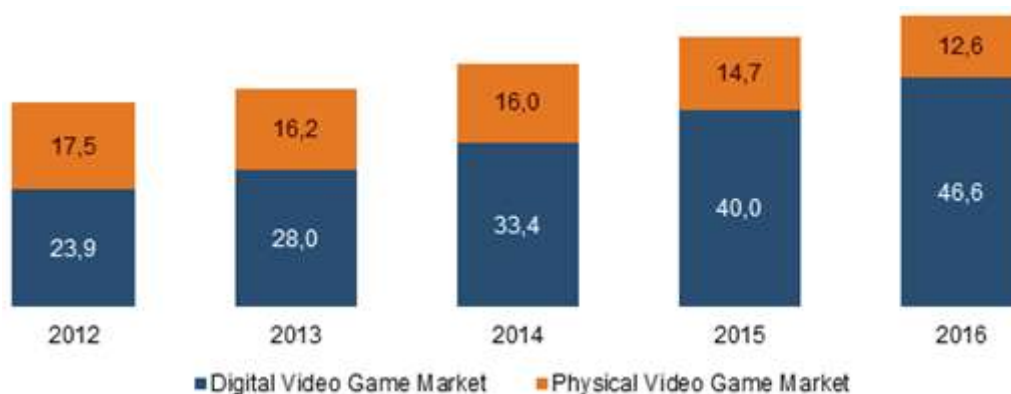
3. Le marché français et mondial

En 2015, en France, le marché du jeu vidéo représentait 2,87 milliards d'euros de chiffre d'affaire², soit une croissance de 5,5% par rapport à l'année précédente. La vente de jeux physiques sur console et sur PC ne représentait plus que 46% de parts sur le marché. Fait intéressant, les ventes de hardware console et d'accessoires

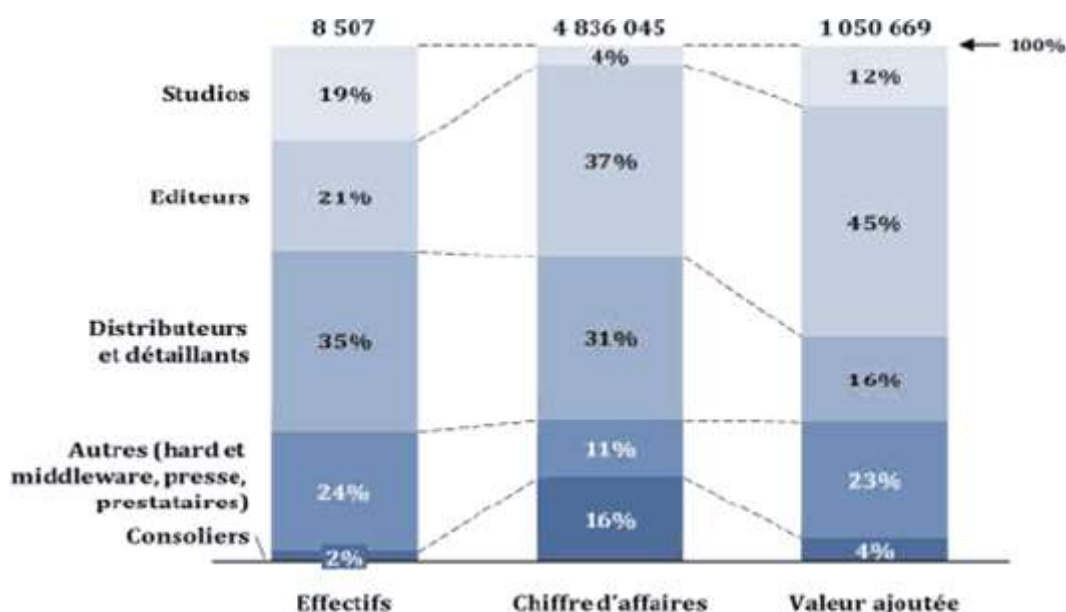
² [Chiffres du SELL, février 2016](#)

dédiés, boostées par la 8^{ème} génération de consoles, ont rapporté à elles deux plus de chiffre d'affaire que les jeux physiques en eux-mêmes !

Le dématérialisé se fait donc une place de choix sur le marché du jeu vidéo, absorbant des parts non négligeables de la vente de jeux sur support physique. A titre d'exemple, en France en 2012, le marché des jeux vidéo physiques a subi une baisse colossale de 25% par rapport à 2011. On retrouve la même tendance aux Etats-Unis. Ainsi, l'entreprise Electronic Arts, à qui l'on doit les célèbres franchises Battlefield, Mass Effect ou encore les Sims, a enregistré 76% de ses ventes en dématérialisé lors du premier trimestre 2013, dépassant largement les prévisions faites en 2012, alors que ce système de distribution ne représentait que 10% de leur chiffre d'affaire en 2009³.



Evolution du chiffre d'affaire généré par les ventes de jeu en dématérialisés (en bleu) par rapport à celui des supports physiques (en orange)
© IDATE 2012



Répartition du chiffre d'affaire suivant les acteurs du jeu vidéo et leurs effectifs
© Esane 2011 - Calculs réalisés par l'Insee

³ [Résultats financiers d'Electronic Arts, premier trimestre 2013 \(Business Wire\)](#)

On constate sur le schéma précédent que ce sont principalement les éditeurs et les constructeurs de consoles qui dégagent le plus de marge dans leurs activités. Il est intéressant de se demander comment ils vont alors appréhender cette transformation du paysage du jeu vidéo, qui implique une baisse de plus en plus rapide de la vente de jeux physiques ? De leur côté, les distributeurs et détaillants semblent avoir des difficultés à dégager suffisamment de chiffre d'affaire pour se tenir à flots, expliquant les fermetures nombreuses de boutiques spécialisées et leur besoin de se diversifier. Enfin, les studios semblent être les grands perdants. L'une des explications pour comprendre ce phénomène serait peut-être de chercher du côté du problème de la concurrence, de plus en plus rude, et de s'interroger sur la manière dont les éditeurs rétribuent le travail des studios.



De nouvelles offres chaque jour durant les périodes de soldes Steam, jusqu'à -90%

Aujourd'hui, on voit fleurir de nombreuses plates-formes permettant l'achat de produits dématérialisés, que ce soit dans le secteur du jeu vidéo ou pour tous produits culturels. On pense par exemple à Steam (125 millions d'utilisateurs en 2015), créée par le studio américain Valve Corporation, qui a révolutionné la manière d'appréhender l'achat de jeux vidéo. En effet, sa pratique des prix cassés

sur les jeux dématérialisés, allant

jusqu'à des réductions de -90%, et dont les soldes sont devenues légendaires, a propulsé Steam sur le devant de la scène. La plate-forme détient aujourd'hui environ 70% des ventes mondiales de jeux vidéo dématérialisés. Fleurant le bon filon, de nombreuses autres compagnies ont également lancé leurs propres systèmes : Origin (la plate-forme dédiée d'Electronic Arts), le service Xbox Live, le Playstation Network, le WiiWare, mais aussi l'AppStore ou le Google Play qui, grâce à l'essor des smartphones, occupent un terrain avec très peu de concurrence. Amazon, le site mondialement connu qui vendait initialement des livres, a même lancé récemment un

service d'achat de jeux et de logiciels dématérialisés⁴, et propose également des codes qui peuvent être utilisés sur d'autres services comme Steam ou Uplay (Ubisoft). Par ailleurs, des sites spécialisés dans la revente de clés pour des jeux vidéo ont vu le jour, plus ou moins légalement. On pense notamment à certains revendeurs chinois ou russes qui, achetant leurs clés de jeux moins chères, peuvent se permettre de les revendre à des tarifs défiant toute concurrence.

Des sénateurs français se sont même penchés sur la question. En septembre 2013, un rapport⁵ intitulé « Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires » a été déposé par M. Gattolin (EELV) et M. Retailleau (UMP). Celui-ci préconise la création d'une plate-forme à l'image de Steam, mais nationale et non gérée par les éditeurs, afin de promouvoir tous les jeux sur un même pied d'égalité, notamment les jeux originaux et innovants français. Les studios bénéficieraient d'une commission moindre sur la mise en ligne de leurs jeux, à hauteur de 5 à 10% au lieu d'une moyenne tournant autour de 30% sur les autres services. Cette proposition semble, de l'avis de beaucoup, assez utopique étant donné que, mondialisation aidant, il devient extrêmement difficile de rentabiliser un jeu en ne tablant que sur le marché français. Or, il est probable que des marchés importants tels que les Etats-Unis ou le Japon ne seraient pas du tout intéressés par cette plate-forme. Les développeurs français préféreraient donc, à long terme, privilégier tout de même les plates-formes internationales, permettant une bien meilleure visibilité et donc une meilleure rentabilité dans un contexte économique déjà difficile. L'initiative du Sénat mérite néanmoins d'être saluée, car elle consacre publiquement l'importance prise par le jeu vidéo et la dématérialisation ces dernières années, alors que ce produit culturel était encore victime d'une mauvaise réputation au début des années 2000.

Mais qu'est-ce que la dématérialisation change, concrètement, dans le secteur du jeu vidéo ? Y a-t-il un réel avantage à dématérialiser ? Qui en profite ? Comment le secteur s'adapte-t-il à cette évolution ?

⁴ « [Amazon lance un concurrent à Steam pour le jeu vidéo dématérialisé](#) » ([Numerama](#))

⁵ « [Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires](#) » ([Sénat](#))

II. Les changements générés par la dématérialisation

Chaque transformation d'un support physique en une suite de données numériques s'est toujours accompagné de profondes modifications pour les usagers, mais aussi pour le paysage économique dans lequel le changement s'inscrit. Dans le jeu vidéo, le passage au dématérialisé impacte ainsi de nombreux acteurs de manière directe. Mais on voit apparaître également des résultats indirects à ce changement d'état : dommages collatéraux, ou opportunité à saisir ? Les avis sont partagés, chacun souhaitant protéger ses propres intérêts.

1. Les parties prenantes : avantages et inconvénients

A. Avantages

- **Joueurs**

Côté pratique : il est plus facile de stocker un jeu dématérialisé, car il en résulte un important gain de place. De plus, il n'est plus utile de jongler entre plusieurs CDs d'installation, ni d'avoir un lecteur DVD pour pouvoir installer un jeu, notamment dans le cas des jeux sur tablettes et smartphones. Enfin, le joueur n'est plus obligé de se rendre en boutique, il peut acheter le jeu à n'importe quel moment de la journée sans avoir à se déplacer de chez lui.

« Immortalité » du jeu : il n'y a plus de problèmes de détériorations physiques (rayures...) rendant inutilisable un jeu. Il peut se télécharger autant de fois que nécessaire.

Tarifs plus attractifs : c'est relativement vrai grâce aux plates-formes telles que Steam. C'est toutefois un argument à double tranchant, car il arrive que des jeux dématérialisés coûtent plus cher que des jeux physiques disponibles dans des boutiques d'occasion⁶. Par ailleurs, lors de la sortie d'un nouveau jeu, il est fréquent que la version dématérialisée soit proposée au même prix que la version en boîte.

Panel de jeux accessibles : Tous les jeux sont disponibles, des plus anciens jusqu'aux dernières nouveautés. Le joueur a également accès à des jeux qui peuvent ne pas être commercialisés dans son pays en version « physique » (jeux indépendants, ou choix stratégique de l'éditeur). Par ailleurs, les émulateurs (utilitaires permettant de faire

⁶ [« Les jeux dématérialisés coûtent 30% plus chers qu'en boîte » \(Numerama\)](#)

tourner des jeux fonctionnant sur d'autres consoles) permettent également d'élargir le panel de jeux disponibles, notamment dans la niche du rétro-gaming.

- **Editeurs**

Réduction des frais : La dématérialisation entraîne une suppression des coûts de fabrication, de logistique et des intermédiaires qui représentent un coût non négligeable dans le produit final (entre 3 et 6% juste pour l'aspect logistique⁷). En passant par Steam, on estime qu'un éditeur qui vend un jeu en dématérialisé touche environ 70% des revenus engendrés, contre 30% dans les circuits de distribution classiques⁸.

Meilleure gestion logistique : Les éditeurs peuvent revendre n'importe quel jeu, ancien ou nouveau, sans problème de stockage et d'inventus. Il est donc souvent possible de trouver des jeux anciens à la vente à très bas prix, sans que l'éditeur ait à relancer la production d'un jeu dont les ventes sont incertaines.

Moins de concurrence : Concernant les gros éditeurs, on assiste à une élimination progressive de la concurrence portée par le marché de l'occasion et de l'import.

Baisse du piratage : La dématérialisation fait baisser le piratage grâce à la facilité d'accès des jeux. Une étude⁹ menée en 2011 auprès de plus de 500 joueurs PC par le consultant e-business Elastic Path a démontré que le principal facteur motivant l'achat de jeux dématérialisés était la possibilité d'installer et de jouer immédiatement, devant l'absence de support de stockage dommageable tel un CD ou le prix. De nombreux services (mises à jour, mode multijoueur...) ainsi que des prix plus abordables permettent également de rendre ces jeux plus attractifs. Cette baisse du piratage corrobore ainsi les propos de Gabe Newell (Directeur de Valve Corporation et Steam), qui estime que « le piratage est presque toujours un problème de services, et non un problème de prix ».

- **Concepteurs**

Regain de liberté : La dématérialisation permet de sortir des jeux originaux destinés à des publics dits « de niche » car il est plus facile de toucher le public concerné. De plus, elle encourage les studios possédant peu de ressources (les indépendants notamment) grâce à la mise à disposition de canaux de distribution beaucoup moins coûteux.

⁷ [« La création d'un jeu vidéo : étapes, acteurs... » \(Jeuxvideo.fr\)](#)

⁸ [« The Master of Online Mayhem » \(Forbes\)](#)

⁹ [« The State of PC Gaming 2011 : The Shift from Packaged Goods to Digital Distribution » \(Slideshare\)](#)

Plus de notoriété : Cet argument est à utiliser avec précaution (cf : les inconvénients pour les concepteurs ci-dessous) mais est tout de même un des plus importants concernant ces acteurs. En effet, le fait qu'il soit plus facile de toucher un public cible tout en minimisant les dépenses évoquées dans la partie « éditeurs » permet de donner sa chance à chacun. L'exemple le plus parlant est probablement le jeu de construction Minecraft, développé en 2011 par le studio indépendant Mojang, qui a généré plus de 23 millions d'euros de recettes. A l'heure actuelle, le créateur Markus « Notch » Persson comptabilise plus de 3,7 millions d'abonnés sur Twitter, ce qui lui assure une couverture suffisante pour chacun de ses nouveaux jeux.

Concernant les constructeurs et revendeurs, la dématérialisation du jeu vidéo ne semble pas s'accompagner d'avantages significatifs.

A. Inconvénients

• Joueurs

Disparition de l'aspect « collection » : Sans support physique, les joueurs n'ont plus d'objet palpable. Les joueurs sont particulièrement lésés lors des sorties de coffrets collectors : les artbooks numériques, OST¹⁰ sous format mp3 ou items ingame¹¹ exclusifs remplacent alors les figurines et autres goodies¹² qui constituent l'intérêt même d'une version collector. Les livrets d'aide sont également supprimés, remplacés généralement par des phases de tutoriels ingame.

Connexion Internet obligatoire : Les joueurs n'ont pas forcément accès à une connexion Internet suffisante pour télécharger un gros jeu. Certains jeux obligent également le joueur à être connecté constamment afin de jouer, ce qui provoque régulièrement des levées de boucliers obligeant les éditeurs à lever cette restriction (ex : SimCity en 2013¹³).

Prêt et revente impossible : Actuellement, l'utilisateur ne peut revendre un jeu rattaché à son compte (Apple, Steam...). Le jeu n'appartient pas au joueur, et il ne peut donc pas le prêter non plus car les logiciels sont concédés sous licence. Le joueur ayant acheté un produit dématérialisé est donc dans l'impossibilité de profiter du marché de l'occasion.

¹⁰ OST : Original Sound Track, bande originale

¹¹ Ingame : En jeu, inclu dans le jeu

¹² Goodies : Produits dérivés

¹³ [« Simcity Hors ligne arrive ! » \(SimCity\)](#)

Omniprésence du DLC¹⁴ : Le fait qu'il soit à présent très simple de proposer une mise à jour pour un jeu a donné lieu à une banalisation du DLC. Ces contenus additionnels, la plupart du temps payants, se rajoutent au prix d'achat d'origine d'un jeu afin d'en augmenter la durée de vie ou d'ajouter des éléments qui susciteront l'intérêt du joueur. On y retrouve pêle-mêle des bouts entier du scénario (avec des dérives, comme Prince of Persia dont la vraie fin était contenue dans un DLC payant), des objets cosmétiques, de nouvelles quêtes, etc... Les abus concernant les DLC sont légion, et semblent s'inscrire dans la mode économique des « micro-transactions », considérées comme plus rentables depuis que le marché du jeu s'est ouvert à un public plus large.



L'utilisation du DLC dans le jeu vidéo au fil du temps

© [Les Numériques](#) - 2011

- **Editeurs**

Nouvelles contraintes techniques : Les éditeurs doivent faire l'acquisition de nouveaux espaces de stockage.

Nouveaux coûts : Ceci implique de payer la location ou l'achat de serveurs, ainsi que d'assurer la maintenance de ces derniers pour éviter une coupure du réseau.

Concurrence accrue : Il est nécessaire de prévoir des budgets plus larges en marketing pour se démarquer du lot, car le marché est saturé de nouveaux titres chaque semaine. Par exemple, on voit ainsi apparaître de plus en plus d'annonces publicitaires à la télévision alors que cette pratique était relativement marginale, et réservée à des titres AAA¹⁵. Les coups marketing de grande envergure se multiplient

¹⁴ Downloadable Content : Contenu additionnel téléchargeable

¹⁵ AAA : Un titre AAA est équivalent à un blockbuster dans le milieu du cinéma

également. Pour un jeu comme « Call of Duty : Modern Warfare 2 », le budget marketing représente ainsi 82%¹⁶ du budget total !

Le monopole des distributeurs : Actuellement, les principaux acheteurs sont les joueurs dits « casual¹⁷ » qui achètent plutôt en magasin. Les éditeurs ne peuvent donc pas baisser les prix des jeux dématérialisés sans craindre que les distributeurs ne se sentent lésés et voient leur chiffre d'affaire baisser, et décident de retirer les jeux de l'éditeur de leurs étalages. NedGame, un distributeur aux Pays-Bas, a fait le choix de ne pas distribuer la PSP Go dépourvue de lecteur UMD¹⁸, les jeux jouables devant donc être téléchargés sur le service en ligne du PlayStation Network. En partie à cause en partie du boycott des distributeurs, Sony a dû mettre fin à la production de sa console portable en avril 2010, après seulement un an et demi de commercialisation.

- **Concepteurs**

Concurrence accrue : Bien que la dématérialisation représente une chance pour chaque studio de se faire connaître, le fait que n'importe qui puisse lancer son jeu implique qu'une concurrence féroce anime le milieu, et qu'il est très difficile de se faire repérer par la communauté et par les journalistes du milieu.

- **Revendeurs**

Pertes de revenus : Les revendeurs semblent être les grands perdants quand on évoque la dématérialisation des jeux vidéo. Ils subissent de plein fouet les conséquences désastreuses de la suppression des intermédiaires. Ainsi, le marché de l'import, le marché de l'occasion et les distributeurs spécialisés, confrontés à d'importantes pertes financières, sont contraints de licencier. Certaines chaînes ont fait faillite, ne parvenant plus à attirer les joueurs dans leurs magasins.

2. L'économie du milieu chamboulée

Les premières victimes sont les revendeurs de jeux sur support physique. En 2013, c'est la chaîne anglaise GAME qui se retrouve en faillite¹⁹. La plupart des boutiques installées en France, abandonnées par la maison mère, ferment, et plusieurs centaines de salariés perdent leur travail. Les autres sont reprises par d'autres revendeurs tels

¹⁶ « [Tout sur le prix de vos jeux](#) » ([Jeuxvideo.com](#))

¹⁷ Casual : Les joueurs « casuels » jouent occasionnellement. Ils sont l'opposé des « hardcore gamers ».

¹⁸ UMB : Le « Universal Media Disc » est un CD de petite taille créé par Sony pour la console PSP

¹⁹ « [Game France : des premières boutiques au dépôt de bilan](#) » ([Jeuxvideo.com](#))

Micromania, GameCash et... Free. Comment expliquer un tel échec ? Les offres en ligne sont quasiment impossibles à concurrencer et touchent beaucoup plus de public qu'une boutique qui va se concentrer principalement sur son secteur géographique et avoir beaucoup plus de coûts de fonctionnement. Le fait que de plus en plus de joueurs achètent directement sur les plateformes des éditeurs met plusieurs chaînes en difficulté, d'autant plus que l'explosion des smartphones a donné naissance à un nouveau type de joueurs que les boutiques ne peuvent satisfaire. De nombreux joueurs, autrefois acheteurs, ne viennent en boutique que pour faire du repérage avant de commander en ligne, ou pour bénéficier des réservations de coffrets collectors.

Reste-t-il toutefois un espoir pour ce genre de commerces ? Selon Nicolas Berthou, directeur du grossiste de jeux vidéo Innelec Multimédia, oui, mais à condition de se diversifier²⁰. Les boutiques devraient proposer plus de services et élargir leurs gammes de produits : produits dérivés, informatique/électronique, tablettes, bundle d'accessoires et jeux²¹... Certains revendeurs ont également trouvé leur salut dans la vente de produits d'univers proches comme l'airsoft²². D'autres comme Micromania ont ouvert leur propre plateforme dématérialisée afin de laisser le choix au client. Pierre Cuillerat, directeur du Micromania, indique que cette plateforme est devenue la plus grosse source de revenus de l'entreprise. Les boutiques physiques bénéficient cependant d'une certaine puissance dans le milieu, les éditeurs devant marcher sur des œufs afin de ne pas se brouiller avec elles. En effet, actuellement, l'achat en magasin reste la norme pour le grand public en quête de jeux « casual », qui représentent la plus grande partie du chiffre d'affaire des grands éditeurs²³. On pense par exemple au cas tragique de la console portable PSP Go de Sony (p.16).

Quand on s'attarde sur le modèle économique des jeux vidéo, on constate également une explosion du modèle « free-to-play²⁴ ». Pouvant toucher un public beaucoup plus large, les éditeurs se sont aperçus que le chiffre d'affaire pouvait sensiblement grossir en proposant des micro-transactions à l'intérieur d'un jeu gratuit (ou parfois même payant), donnant lieu à la construction de véritables empires comme Zynga, à qui l'on doit Farmville sur Facebook, à présent coté en bourse. Actuellement, la moitié des jeux

²⁰ [« Les difficultés des magasins face à la dématérialisation » \(Jeuxvideo.com\)](#)

²¹ Bundle : Un bundle est une offre de produits vendus ensemble

²² Jeu utilisant des répliques d'armes et des billes en guise de munitions

²³ [« La casualisation des jeux vidéo » \(InaGlobal\)](#)

²⁴ Free-to-play : jeu gratuit

acquis en France, Allemagne, Royaume-Uni et Espagne sont des free-to-play²⁵. Ce phénomène entraîne des modifications en terme même de mécanique de jeu, les développeurs étant contraints de réfléchir à l'avance aux éléments qui seront payants et à créer le jeu en fonction de ces éléments. Ainsi, les DLC (p.15) sont à présent souvent prévus dès le début du développement.

Enfin, les problèmes de fiscalité apparaissent : l'entreprise américaine Apple, propriétaire de l'AppStore, ne reverse aucune TVA à l'état français lorsqu'elle vend des applications²⁶ aux usagers. D'autres entreprises s'exilent dans des paradis fiscaux tout en continuant de distribuer leurs produits dématérialisés sur d'autres territoires.

3. Le retour des indépendants

Grâce à Internet, la simplification des canaux de distribution des jeux vidéo et la mise à disposition de nouveaux canaux de communication peu coûteux (les réseaux sociaux, sites web etc...) ont conduit à une renaissance du secteur du jeu vidéo indépendant qui peut enfin se « réapproprier » un terrain qu'il a lui-même contribué à construire. On voit ainsi une véritable explosion de titres indépendants originaux, dont plusieurs titres à succès tels que Minecraft, Braid, Super Meat Boy ou encore Fez. De plus, l'apparition des plateformes de crowdfunding²⁷ telles que Kickstarter, Indiegogo ou encore Ulule permettent aux développeurs indépendants de rassembler des fonds pour terminer un jeu ou rajouter des éléments grâce à des donations. Ces campagnes aident les indépendants à créer une communauté autour de leur jeu, et permettent aux donateurs de faire partie intégrante du processus de création d'un jeu. Notons également l'apparition de « Greenlight » chez Steam en 2012 qui, par un système de vote du public, permet de choisir les titres indépendants qui seront disponibles dans la boutique en ligne. Le 15 janvier 2014, sa fermeture a été annoncée, officiellement pour permettre à Steam de réfléchir à un nouveau système qui supprimerait encore plus d'intermédiaires entre la soumission d'un jeu indépendant et son apparition sur la boutique en ligne. Aujourd'hui, Greenlight existe pourtant toujours, mais la qualité des jeux proposée est sujet à controverse²⁸. De son côté, le site d'Humble Bundle proposant des packs de jeux indépendants devient de plus en plus populaire.

²⁵ [« Le Free to Play représente la moitié du marché Européen du jeu vidéo » \(HiMedia\)](#)

²⁶ GAUDE, Ivan. Numérique et vieilles recettes. *Canard PC*. Paris, Presse non-stop, novembre 2013, n°285, p.34.

²⁷ Crowdfunding : financement participatif

²⁸ [« Steam Greenlight is still broken » \(Kotaku.com\)](#)

Pourtant, cette facilité nouvelle avec laquelle les développeurs peuvent proposer leurs jeux amènent inévitablement à une concurrence accrue. Il est à l'heure actuelle très difficile pour un titre indépendant d'acquérir suffisamment de visibilité pour pouvoir faire vivre ses créateurs. Le marché est totalement saturé sur les plateformes PC et mobile, et très peu parviennent finalement à toucher un public suffisamment large pour rentrer dans leurs frais et faire grandir l'entreprise. On voit également poindre de nombreuses dérives : des développeurs qui hypothèquent leur maison pour achever leur projet, d'autres qui montent des campagnes crowdfunding et utilisent l'argent collecté pour acheter autre chose, des reventes de projets indépendants à de grosses entreprises après avoir réussi un financement crowdfunding (comme le rachat d'Oculus VR –le casque de réalité virtuelle indépendant- par Facebook), etc... Là où la commercialisation de jeux physiques était la chasse gardée des gros éditeurs et ne laissait pratiquement aucune chance à des indépendants, la dématérialisation permet à tout un pan du jeu vidéo de se manifester et d'avoir sa « chance » (au risque de créer un nivellement par le bas de la qualité des jeux vidéo en général). Mais cela l'oblige à jouer sur un terrain international beaucoup plus vaste où être talentueux ne suffit pas : il faut réussir à sortir du lot, et c'est à celui qui attirera le plus le regard des journalistes spécialisés, par le biais d'un marketing acharné, qui réussira.

4. L'évolution des rapports entre joueurs et jeux vidéo

On observe un vif engouement pour les jeux vidéo depuis quelques années, suite à la multiplication des supports, l'apparition de jeux gratuits et plus faciles, et à une « dédramatisation » du jeu. Longtemps réservés aux « hardcore gamers », les jeux vidéo s'ouvrent aujourd'hui à toute la famille et utilisent des supports aussi variés que Facebook, les smartphones ou encore les tablettes, sans compter les traditionnelles consoles et ordinateurs. Nintendo joue un rôle prédominant dans cette transformation du marché, suite à sa politique d'ouverture sur un public intergénérationnel et qui a pu découvrir des consoles plus accessibles (Nintendo DS, Wii) accompagnées de jeux ludiques et simples (Nintendogs, Wii Fit...). Les jeux Nintendo trustent d'ailleurs quasi systématiquement les premières places dans le classement des jeux vidéo²⁹. Les jeux ne sont donc plus l'apanage des « nerds³⁰ » comme auparavant, mais bien un loisir comme un autre qui se joue aussi bien seul qu'en famille, dans son salon ou dans les

²⁹ « Global Yearly Chart 2013 » (VGChartz)

³⁰ Nerd : Stéréotype d'une personne solitaire passionnée par les sciences

transports, y compris dans les écoles via les serious game³¹. Les consoles devenant moins chères, les supports se multipliant, et les jeux gratuits devenant un modèle économique à suivre, le jeu vidéo devient donc plus accessible et permet d'attirer toute une partie de la population qui ne pouvait investir auparavant dans des technologies trop coûteuses. La banalisation du smartphone, qui représente aujourd'hui 58% des téléphones en circulation en France, a attiré de nombreux développeurs et éditeurs dans la brèche, créant là encore des success stories comme Candy Crush.

Toutefois, on constate que l'accessibilité permise par la dématérialisation des produits a créé un clivage au sein de l'industrie du jeu vidéo, opposant les « casuels » et les « hardcore gamers ». Ces derniers tendent à voir cette « casualisation » d'un mauvais œil et craignent (à juste titre) l'abaissement du niveau de difficulté des jeux proposés. Le modèle free-to-play est également au centre du débat, puisque de nombreux jeux MMORPG³² ont basculé dans la gratuité, et que de nombreuses dérives en ont découlées : achats d'objets dans la boutique en ligne qui donnent des bonus en jeu, etc... Les joueurs ne sont ainsi plus sur un même pied d'égalité, amenant la problématique de la richesse personnelle au centre de la scène, alors même que le jeu vidéo était censé gommer cette fracture sociale, outre le coût d'achat initial du hardware. Enfin, certains joueurs opposent une certaine résistance à la dématérialisation des jeux à cause de la disparition des supports physiques. Ils peuvent être amateurs de coffrets, ne pas posséder de connexion Internet suffisante pour télécharger, ou tout simplement ne pas souhaiter effectuer de paiements via Internet.

La dématérialisation du jeu vidéo touche pratiquement tous les acteurs de cette industrie, et provoque de profondes modifications. L'arrivée d'Internet et du haut débit a obligé la totalité du secteur à s'adapter en basculant sur un nouveau modèle économique et en diversifiant son offre. Ceci implique de lourds sacrifices, et oblige les boutiques physiques à trouver des solutions pour continuer à exister, mais permet une bouffée d'air pur bienvenue grâce aux apports des créateurs indépendants. Maintenant que la dématérialisation s'est bien installée, aussi bien dans le jeu vidéo que dans les autres secteurs culturels, il semble évident qu'il va falloir « faire avec », ce qui implique de nombreux ajustements sur l'existant.

³¹ Serious game : un jeu avec une intention « sérieuse », dans ce cas pédagogique

³² MMORPG : jeu de rôle en ligne massivement multijoueur (Massively Multiplayer Online Role Playing Game)

III. S'adapter à un nouveau système

1. Vers une redéfinition de la propriété sur les données numériques ?

A. Propriété du jeu

Contrairement à un jeu acheté en boîte, un jeu dématérialisé ne confère pas de droit de propriété. Les conditions générales de vente des plates-formes de distribution de jeux digitaux fonctionnent toutes selon le principe que « les logiciels sont concédés sous licence, et non vendus ». On achète donc le droit de les utiliser, et non d'en avoir une copie. Comme le joueur n'a pas de droit de propriété, il ne peut ni le revendre en occasion, ni le prêter. Par ailleurs, les conditions générales empêchent également le joueur de se séparer de son compte au bénéfice d'un tiers.

Il y a une certaine ambiguïté dans le fait de payer un jeu et de ne pas le posséder. Ainsi, Steam (comme beaucoup d'autres plateformes) fonctionne avec le principe de la licence résiliable. Elle permet à Steam de retirer à son bon vouloir et sans justification l'autorisation d'utiliser un jeu vidéo. Lors de l'ouverture de son service de vente dématérialisée de logiciels, Amazon a clairement indiqué faire usage de cette licence résiliable : « *Nous nous réservons le droit de modifier, supprimer, suspendre ou désactiver toute application sans vous en notifier, notre responsabilité ne pouvant être engagée de ce fait* ³³ ». Plusieurs cas d'abus manifestes de la part d'entreprises fournissant des produits culturels dématérialisés ont déjà été rapportés, comme le cas de la norvégienne Linn qui s'est vu retirer sans explication la totalité de sa bibliothèque Kindle par Amazon³⁴, ou Steam qui a retiré un jeu de la bibliothèque des joueurs, à cause d'une coupure des serveurs³⁵.

B. Prêt et revente

L'absence de propriété sur un jeu dématérialisé entraîne une impossibilité d'en disposer à sa guise. Ainsi, le joueur ne peut ni le prêter à autrui, ni le revendre. Considérant

³³ [« Boutiques de téléchargements de Jeux vidéo et de Logiciels : conditions d'utilisation » \(Amazon\)](#)

³⁴ [« Outlawed by Amazon DRM » \(Bekkelund\)](#)

³⁵ [« Pour la première fois de son histoire, Steam retire un jeu de la bibliothèque des joueurs » \(Journal du Gamer\)](#)

qu'un jeu dématérialisé ne s'use pas et peut se dupliquer à l'infini, les éditeurs avancent le fait que permettre la revente d'un jeu en occasion alors qu'il ne subit aucune détérioration donnerait lieu à une importante perte financière. Il existe un véritable flou juridique actuellement sur le sujet de la propriété des données numériques, car le droit met du temps à s'adapter à un contexte qui a mis aussi peu de temps à se mettre en place. Cependant, plusieurs tentatives permettent de faire avancer cette problématique.

Le 3 Juillet 2012, la Cour de Justice de l'Union Européenne a pris une décision qui a fait jurisprudence dans l'affaire Usedsoft GmbH contre Oracle International Corp³⁶. Le premier revendait effectivement des logiciels créés par le second et qui avait déjà été utilisés. La Cour de Justice a affirmé que la vente pouvait porter sur un bien incorporel, mais en restreignant toutefois cette vente à un fichier qui ne sera transmis que sous contraintes, notamment celle d'effacer sa copie de son ordinateur. Pour rendre ce verdict, elle s'est basée sur la notion de propriété intellectuelle de l'épuisement des droits³⁷ (ou doctrine de la première vente), et a reconnu la validité de celle-ci sur les fichiers digitaux. L'épuisement des droits indique que le propriétaire de droits concernant un bien et vendant ce bien au sein de l'Union Européenne ne peut pas s'opposer à sa revente. Il ne définit les modalités de vente que pour la première transaction, mais n'a aucun pouvoir sur les reventes effectuées par les propriétaires suivants, rendant ainsi en théorie la vente de logiciels d'occasion possible.

Cette décision aurait dû s'appliquer à n'importe quel fournisseur de logiciels en Europe, mais Valve Corporation, propriétaire de la plateforme Steam, a estimé qu'en tant que diffuseur, il n'avait pas à respecter cette règle de l'épuisement des droits, et peut donc interdire à ses utilisateurs de revendre leurs jeux. Pourtant, Valve n'est pas que diffuseur mais bel et bien ayant-droit. L'association de consommateurs allemande « Verbraucherzentrale Bundesverband » a intenté une action contre Valve en 2010, mais la Cour Suprême allemande avait donné raison à Valve. Le verdict du procès de Usedsoft GmbH contre Oracle International Corp a incité l'association à intenter une nouvelle action en justice en 2013 afin de permettre aux consommateurs de revendre leurs jeux achetés sur Steam. Mais, coup de théâtre, les tribunaux allemands ont finalement statué en faveur de Valve en Février 2014³⁸. Cette décision provient du fait

³⁶ [« Cour de justice de l'Union européenne, COMMUNIQUE DE PRESSE n° 94/12 » \(Curia\)](#)

³⁷ [« Reconnaître le partage non marchand des œuvres numériques entre individus par l'épuisement des droits » \(La Quadrature du Net\)](#)

³⁸ [« En Allemagne, Valve ne fera pas de ventes d'occasion sur Steam \(ailleurs non plus, d'ailleurs\) » \(PC World\)](#)

que les juges se sont appuyés sur le principe d'extinction, propre au droit allemand, qui indique qu'on ne peut se déposséder d'une copie numérique, qui est reproductible à l'infini, contrairement à un support physique. De plus, les tribunaux allemands ont mis en avant le fait que la jurisprudence rendue par la Cour de Justice de l'Union Européenne le 3 juillet 2012 ne concernait que les « computer software », et que les jeux vidéo, en tant que produits multimédia, ne pouvaient donc pas être assimilés à cette catégorie. Cet exemple démontre qu'il est, à l'heure actuelle, encore difficile de combler le vide juridique qui entoure le prêt et la revente de jeux vidéo (et plus généralement de produits culturels dématérialisés), car chaque pays applique son propre droit. Ce qui, à long terme, ne peut être une solution viable étant donné que l'on ne peut appliquer de frontières à des données dématérialisées qui circulent librement d'un pays à un autre. Il faudrait probablement créer un droit universel qui s'affranchisse de ces frontières avant de pouvoir espérer voir une évolution quant à la propriété sur des données numériques. En attendant, le manque de cadre permet aux éditeurs de brider ce principe de propriété.

Cependant, on peut noter plusieurs tentatives de la part des éditeurs pour contenter les joueurs. Steam, malgré ses victoires juridiques en Allemagne, a mis en place le Steam Family Sharing en septembre 2013, un système permettant de « prêter » ses jeux à un maximum de 5 comptes de son entourage. Le planificateur de produits Microsoft Albert Penello³⁹ a également annoncé s'intéresser à un système de prêt et de revente des jeux téléchargés sur la Xbox One. Un récent sondage de la part de Microsoft en mars 2016 demande même aux joueurs de se prononcer sur leur intérêt quant à la revente de leurs jeux en échange d'un bon d'achat⁴⁰.

2. La « fracture numérique » : un obstacle ?

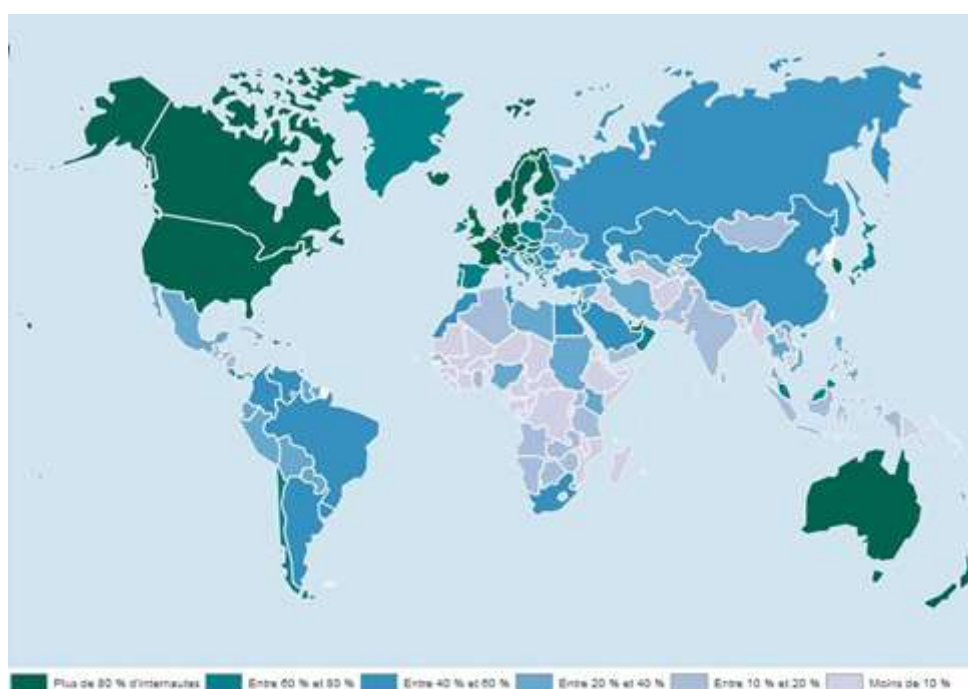
L'essor d'Internet et les prix de plus en plus abordables des nouvelles technologies permettent à beaucoup plus de personnes d'utiliser les réseaux connectés et d'être en capacité de télécharger des jeux dématérialisés. A l'heure où les smartphones conquièrent de plus en plus d'utilisateurs (plus d'un milliard vendus en 2013, soit trois fois plus que les ordinateurs⁴¹), on peut se demander si la dématérialisation peut

³⁹ [« Xbox One : Le prêt et la revente des jeux téléchargés intéressent toujours Microsoft » \(Journal du Gamer\)](#)

⁴⁰ [« Xbox One : seriez-vous intéressés pour revendre vos jeux dématérialisés 10% du prix d'achat ? » \(Clubic\)](#)

⁴¹ [« Un milliard de smartphones vendus en 2013, Samsung creuse l'écart sur Apple » \(Le Figaro\)](#)

encore se heurter au célèbre concept de « fracture numérique géographique », décrivant la disparité d'accès aux nouvelles technologies. Pourtant, même si la « fracture numérique générationnelle » se gomme progressivement grâce à la démocratisation des nouvelles technologies pour tous les publics, seuls quelques pays atteignent un niveau suffisant d'accès à Internet pour permettre de rendre le phénomène de dématérialisation juste et équitable, car abordable pour tous. Certains grands consommateurs de jeux vidéo, comme la Chine ou la Russie, sont lésés par le processus de dématérialisation car ils affichent un taux d'accès à Internet trop insuffisant (respectivement 42% et 53% de la population a un accès à Internet⁴²). Au niveau mondial, seule 38% de la population est connectée⁴³ !



Qui accède à Internet dans le monde ? par Guénaël Pépin
© [Le Monde](#) - 2013

Comment les joueurs de ces pays peuvent-ils alors s'adapter à cette nouvelle manière de consommer le jeu vidéo si les infrastructures sont insuffisantes ? On voit déjà poindre les prémices de ce qui pourrait devenir la source d'une grande inégalité entre les joueurs : la suppression pure et simple des boîtes de jeux physiques pour la sortie de certains jeux (Minecraft), l'obligation de se connecter pour utiliser sa console (Xbox One), des connexions trop lentes pour jouer sans « lag » ou pour mettre des jeux à jour, l'incapacité d'utiliser un moyen de paiement valable sur Internet (carte de crédit) etc...

⁴² [« Qui accède à Internet dans le monde ? » \(Le Monde\)](#)

⁴³ [« 62,1% de la population mondiale n'a pas accès à Internet » \(Blog du Modérateur\)](#)

Là où la dématérialisation est censée faciliter les choses à la fois pour les joueurs, mais aussi pour les acteurs des circuits de distribution et les créateurs, elle participe également à creuser cette fracture numérique et la disparité entre pays riches et pays pauvres. Et quid des nombreuses personnes, habituées à l'achat physique, qui n'ont pas les connaissances nécessaires pour utiliser une interface numérique afin d'acheter un produit culturel en ligne, que ce soit pour un jeu, un livre, un film ou de la musique ?

3. Perspectives

La dématérialisation est en passe de devenir la norme pour stocker de l'information, quel que soit le secteur. Le rapport Lévy-Jouyet remis en 2006⁴⁴ indique que *« les secteurs spécialisés dans les biens et services à caractère immatériel ont un poids économique en constante augmentation. En France, ils représenteraient, au sens large, environ 20 % de la valeur ajoutée et 15 % de l'emploi. Mais, au-delà de ces secteurs, c'est toute la valeur créée par l'économie française qui se dématérialise chaque jour un peu plus. »* Mais cette société de l'information peut-elle être viable avec le tout numérique sur le long terme ?

Se pose premièrement la question de la durée de vie des supports, car bien que l'on parle de dématérialisation, il ne faut pas oublier que les données sont toujours stockées via du matériel physique, même s'il est situé à l'autre bout du monde et accessible grâce au cloud. On constate que l'obsolescence programmée des supports permet aux disques durs, par exemple, de ne vivre en moyenne qu'une dizaine d'années, tandis que du papier peut survivre plusieurs siècles s'il est bien conservé. De plus, les formats utilisés peuvent ne plus pouvoir être lus par les logiciels d'ici quelques années. Comme le soulignent 4 étudiants de l'INSA de Rennes dans leur rapport *« La dématérialisation, quels enjeux pour demain ? »*⁴⁵ : *« Quel est l'intérêt de garantir l'intégrité des données si elles deviennent illisibles au bout de quelques années ? »*.

Et que penser de la consommation énergétique des fermes de serveurs qui, en France, consomment 10% de l'énergie totale ? Est-ce que la dématérialisation des données serait une mesure viable pour notre environnement sur le long terme ? Le problème de la dépendance à l'énergie se pose également : en cas de catastrophe naturelle

⁴⁴ [« L'économie de l'immatériel » \(IESF\)](#)

⁴⁵ [« La dématérialisation, quels enjeux pour demain ? » \(Insa-Rennes\)](#)

supprimant l'accès à l'électricité, perdriions-nous notre patrimoine dématérialisé à cause de l'impossibilité d'accéder aux interfaces contenant les données ?

Par ailleurs, on remarque que de plus en plus d'entreprises et de particuliers subissent des piratages massifs, avec vols de données personnelles (numéro de cartes bancaires etc...). Est-ce réellement une bonne idée de dématérialiser des données sensibles qui peuvent amener les plus grandes entreprises à la faillite, à l'heure où l'on parle de plus en plus de « cyberguerre »⁴⁶ et où des scandales tels que celui du NSA⁴⁷ éclatent ?

Le phénomène devient tel que l'on voit apparaître des concepts qui relevaient encore de la science-fiction il y a quelques années : le « cloud-gaming⁴⁸ », par exemple, implique un serveur distant qui fait les calculs permettant à un jeu de fonctionner et retransmet sur le terminal du joueur l'image ainsi créée. Cette technologie nécessite une connexion Internet à très haut débit, mais permettrait de passer outre la problématique de la puissance de l'ordinateur du joueur. L'économie est elle aussi bousculée, les acteurs d'aujourd'hui sont en concurrence avec les acteurs d'hier et les écrasent dans cette modification de la chaîne des intermédiaires. Qui pourrait prédire jusqu'où la dématérialisation ira, et comment nous allons aborder le problème de l'obsolescence à la fois du hardware, mais aussi du software, pour préserver notre mémoire collective et individuelle ? Que se passera-t-il quand nous atteindrons le point de rupture inhérent à toute évolution ? Que laisserons-nous aux futures générations de notre patrimoine stocké sur des supports aussi fragiles qu'éphémères ?

En attendant de voir où l'évolution nous mènera, nous savons que la seule manière de sauvegarder sa bibliothèque de jeux Steam est paradoxalement de graver ses jeux sur CD au cas où le service ferme un jour. Et encore, cela ne serait possible que pour les jeux pouvant être lancés en « offline »...

⁴⁶ « [Cyberguerre](#) » (Wikipédia)

⁴⁷ NSA : National Security Agency, Agence nationale de la sécurité aux Etats-Unis

⁴⁸ Cloud-gaming : jeu à la demande, en streaming

IV. Conclusion

Il est encore difficile actuellement de prédire si les supports physiques et les supports dématérialisés continueront de coexister, ou si l'un va finalement provoquer la disparition de l'autre. Cependant, il est clair que la place ambitieuse que brigue à présent la dématérialisation dans l'industrie du jeu vidéo, et plus généralement dans l'industrie culturelle, bouscule l'économie du secteur, notamment en termes d'emploi pour les revendeurs de supports physiques. L'amélioration galopante des nouvelles technologies et la démocratisation du jeu vidéo auprès du grand public amènent inévitablement l'industrie du jeu à repenser ses méthodes en profondeur. Une étude récente publiée par Global Entertainment & Media Outlook⁴⁹ a confirmé le virage que nous prenons et prévoit que d'ici 2017, la croissance du secteur médias et loisirs sera constituée à 64% d'échanges dématérialisés. Rien qu'en France, il est prévu que la croissance de ce secteur sera quasi uniquement digitale, et à hauteur de 15% supplémentaires par an. De ce fait, on peut se demander si les pays et usagers victimes de la fracture numérique ne seront pas « laissés pour compte » dans un futur plus ou moins proche, à l'heure où tout semble se dématérialiser, y compris les démarches administratives.

Afin de donner un cadre viable pour la prospérité de la dématérialisation, il faudrait que la justice s'intéresse réellement aux problèmes posés par les droits de propriété sur des informations numériques. Au lieu de créer un simple « patchwork » de jurisprudences, les différents pays pourraient travailler de concert pour mettre en place un véritable cadre juridique à échelle mondiale, afin de s'adapter à un nouvel espace sans frontières géographiques. Cependant, le fait que chaque pays possède un droit spécifique risque de bloquer de futures tentatives d'homogénéisation qui permettraient de mieux protéger les usagers.

La dématérialisation apporte également un effet surprenant dans les musées. On assiste en effet à un véritable mouvement de patrimonialisation du jeu vidéo. Les anciennes consoles et cartouches de jeu sont le sujet de nombreuses expositions, et sont exposées comme des « reliques » dans les vitrines pour permettre aux visiteurs de découvrir, ou de se remémorer, tout un pan de l'industrie vidéo-ludique. Ces anciennes

⁴⁹ [« 14^{ème} édition de l'étude annuelle sur les perspectives de l'industrie des médias et des loisirs » \(AFJV\)](#)

cartouches sont capables de fonctionner encore plusieurs dizaines d'années, mais pourra-t-on en dire autant des jeux dématérialisés ? Comment pourrions-nous nous « souvenir » et célébrer ce patrimoine une fois qu'il sera entièrement dématérialisé et qu'il sera devenu bien plus éphémère, à la merci de la volonté des éditeurs, des serveurs, et de l'obsolescence des logiciels et matériels informatiques ? Cette volonté de sauvegarder les premiers pas de ce qui est devenu aujourd'hui la première industrie culturelle, dépassant celle du cinéma, est pourtant bien présente, et est paradoxalement permise par la dématérialisation. Le succès du rétrogaming⁵⁰ est tel que l'on assiste à un véritable retour aux sources avec des sorties récentes de jeux en pixel-art⁵¹ et/ou en 2D, mais aussi par la profusion d'émulations permettant de jouer sur son ordinateur à des jeux provenant d'autres consoles (le plus souvent les plus anciennes). De nombreuses rééditions sont proposées régulièrement par les éditeurs qui surfent sur la vague de la nostalgie des joueurs des premières heures. La dématérialisation s'inscrit donc étrangement à la fois dans la sauvegarde, mais aussi dans la destruction de la patrimonialisation du jeu vidéo.

La question du support digital dans l'industrie du jeu vidéo se pose donc également dans d'autres secteurs, et implique des changements profonds dans notre manière de concevoir l'approche de l'information numérique. Il ne tient qu'à nous de faire de ce support un modèle durable et sécurisé en apprenant à réfléchir sur le long terme plutôt que sur le court/moyen terme comme les industries semblent le faire, victimes d'une économie instable qui évolue beaucoup trop vite. Mais divers freins, si l'on ne travaille pas à les dépasser, risquent de mettre à mal ce phénomène de dématérialisation et de causer plus de tords aux usagers qu'ils ne créeront d'avantages. En attendant, l'industrie du jeu vidéo semble sur la bonne pente pour prospérer et prodiguer encore de nombreuses heures de plaisir aux joueurs.

⁵⁰ Rétrogaming : désigne le fait de jouer à des jeux vidéo anciens

⁵¹ Pixel-art : création d'images pixel par pixel

V. Bibliographie

Articles de périodiques

- **GAUDE, Ivan.** Numérique et vieilles recettes. *Canard PC*. Paris, Presse non-stop, novembre 2013, n°285, p.34.
- **Auteurs multiples.** Dossier Steam. *Canard PC*. Paris, Presse non-stop, novembre 2013, n°285, pp.36-56.

Articles web

- **La rédaction.** *Business Wire*. « Electronic Arts Reports Q1 FY14 Financial Results » [en ligne], 23 juillet 2013.
[\[http://www.businesswire.com/news/home/20130723006494/en/Electronic-Arts-Reports-Q1-FY14-Financial-Results%23.U1LzY I u4k#.U2iaj I vTo\]](http://www.businesswire.com/news/home/20130723006494/en/Electronic-Arts-Reports-Q1-FY14-Financial-Results%23.U1LzY I u4k#.U2iaj I vTo)
- **KOCUBE.** *Le Journal du Gamer*. « [Infographie] La situation du marché du jeu vidéo en France en une image » [en ligne], 22 novembre 2013.
[\[http://www.journaldugamer.com/2013/11/22/situation-marche-jeu-video-france-une-image/\]](http://www.journaldugamer.com/2013/11/22/situation-marche-jeu-video-france-une-image/)
- **L, Julien.** *Numerama*. « Amazon lance un concurrent à Steam pour le jeu vidéo dématérialisé » [en ligne], 1 octobre 2013.
[\[http://www.numerama.com/magazine/27129-amazon-lance-un-concurrent-a-steam-pour-le-jeu-video-dematerialise.html\]](http://www.numerama.com/magazine/27129-amazon-lance-un-concurrent-a-steam-pour-le-jeu-video-dematerialise.html)
- **GATTOLIN André, RETAILLEAU Bruno.** *Sénat*. « Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires » [en ligne], 18 septembre 2013.
[\[http://www.senat.fr/rap/r12-852/r12-852_mono.html\]](http://www.senat.fr/rap/r12-852/r12-852_mono.html)
- **ROBIC, Simon.** *Numerama*. « Les jeux dématérialisés coûtent 30% plus chers qu'en boîte ! » [en ligne], 19 avril 2012.
[\[http://www.numerama.com/magazine/22349-les-jeux-dematerialises-coutent-30-plus-chers-qu-en-boite.html\]](http://www.numerama.com/magazine/22349-les-jeux-dematerialises-coutent-30-plus-chers-qu-en-boite.html)
- **D3VIANT.** *Jeuxvideo.fr*. « La création d'un jeu vidéo : étapes, acteurs... » [en ligne], 5 septembre 2005. [\[http://www.jeuxvideopc.com/creation-jeu-video-etapes-acteurs-article-678200-1.html\]](http://www.jeuxvideopc.com/creation-jeu-video-etapes-acteurs-article-678200-1.html)

- **CHIENG, Oliver.** *Forbes*. « The Master of Online Mayhem » [en ligne], 9 février 2011. [<http://www.forbes.com/forbes/2011/0228/technology-gabe-newell-videogames-valve-online-mayhem.html>]
- **ELASTIC PATH.** *Slideshare*. « The State of PC Gaming: The Shift from Packaged Goods to Digital Distribution » [en ligne], 5 octobre 2011. [<http://fr.slideshare.net/Elasticpath/elastic-pathpcgamingdigitaldistributionresearchpaper>]
- **La rédaction.** *Jeuxvideo.com*. « Tout sur le prix de vos jeux » [en ligne], 30 juillet 2010. [<http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00013178/tout-sur-le-prix-de-vos-jeux.htm>]
- **DHARN.** *Jeuxvideo.com*. « GAME France : des premières boutiques au dépôt de bilan » [en ligne], 15 février 2013. [<http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00018268/game-france-des-premieres-boutiques-au-depot-de-bilan.htm>]
- **SARRAZIN, Vincent.** *InaGlobal*. « La casualisation des jeux vidéo » [en ligne], 17 août 2011. [<http://www.inaglobal.fr/jeu-video/article/la-casualisation-des-jeux-video>]
- **DEVER, Eglantine.** *HiMediaGroup*. « Le Free-to-Play représente la moitié du marché Européen du jeu vidéo » [en ligne], 20 septembre 2012. [<http://blog.himedia.com/le-free-to-play-represente-la-moitie-du-marche-europeen-du-jeu-video/?lang=fr>]
- **La rédaction.** *VGChartz*. « Global Yearly Chart » [en ligne], date inconnue. [<http://www.vgchartz.com/yearly/2013/Global/>]
- **BEKKELUND, Martin.** *Bekkelund*. « Outlawed by Amazon DRM » [en ligne], 22 octobre 2012. [<http://www.bekkelund.net/2012/10/22/outlawed-by-amazon-drm/>]
- **KOCUBE.** *Le Journal du Gamer*. « Pour la première fois de son histoire, Steam retire un jeu de la bibliothèque des joueurs » [en ligne], 8 novembre 2013. [<http://www.journaldugamer.com/2013/11/08/steam-retire-jeu-bibliotheque-des-joueurs/>]
- **AIGRIN, Philippe.** *La Quadrature du net*. « Eléments pour la réforme du droit d'auteur et des politiques culturelles liées » [en ligne], date inconnue. [<https://www.laquadrature.net/fr/elements-pour-la-reforme-du-droit-dauteur-et-des-politiques-culturelles-liees#partagenonmarchand>]

- **VANDEBEUQUE, David.** *PCWorld*. « En Allemagne, Valve ne fera pas de ventes d'occasion sur Steam (ailleurs non plus, d'ailleurs) » [en ligne], 10 février 2014. [<http://www.pcworld.fr/jeux-video/actualites,valve-steam-marche-jeux-d-occasion-vzbv-verbraucherzentrale-bundesverband-ventes-dematerialisees,546397,1.htm>]
- **HENRI.** *Le Journal du Gamer*. « Xbox One : Le prêt et la revente des jeux téléchargés intéressent toujours Microsoft » [en ligne], 5 septembre 2013. [<http://www.journaldugamer.com/2013/09/05/xbox-one-le-pret-et-la-revente-des-jeux-telecharges-interessent-toujours-microsoft/>]
- **FERRAN, Benjamin.** *Le Figaro*. « Un milliard de smartphones vendus en 2013, Samsung creuse l'écart sur Apple » [en ligne], 30 janvier 2014. [<http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/01/28/01007-20140128ARTFIG00321-un-milliard-de-smartphones-vendus-en-2013-samsung-creuse-l-ecart-sur-apple.php>]
- **LAMESTAR.** *Millenium*. « Revente des jeux vidéo dématérialisés » [en ligne], 1 septembre 2013. [<http://www.millenium.org/home/accueil/actualites/revente-des-jeux-video-dematerialises-peut-on-revendre-les-jeux-video-dematerialises-94097>]
- **FORSANS, Emmanuel.** *AFJV*. « 14^{ème} édition de l'étude annuelle sur les perspectives de l'industrie des médias et des loisirs » [en ligne], 1 octobre 2013. [http://www.afjv.com/news/2948_perspectives-de-l-industrie-des-medias-et-des-loisirs-pwc.htm]
- **SARRAZIN, Vincent.** *Ina Global*. « La dématérialisation, vecteur de renouveau pour le jeu vidéo » [en ligne], 14 décembre 2012. [<http://www.inaglobal.fr/jeu-video/article/la-dematerialisation-vecteur-de-renouveau-pour-lindustrie-du-jeu-video>]
- **DUBOIS, Philippe.** *Gameblog*. « Le dématérialisé, entre progrès et danger : MO5.COM s'exprime » [en ligne], 7 février 2013. [http://www.gameblog.fr/blogs/mo5com/p_83052_le-dematerialise-entre-progres-et-danger-mo5-com-s-exprime]

Documents PDF

- **S.E.L.L.** « L'essentiel du jeu vidéo : marché, consommation, usages » [en ligne], février 2016. [http://www.essentiel-jeu-video.fr/media/pdf/EJV_01_2016_FR.pdf]
- **Curia.** *Curia.* « Un créateur de logiciels ne peut s'opposer à la revente de ses licences « d'occasion » permettant l'utilisation de ses programmes téléchargés via Internet » [en ligne], 3 juillet 2013. [<http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2012-07/cp120094fr.pdf>]
- **LEVY Maurice, JOUYET Jean-Pierre.** *IESF.* « L'économie de l'immatériel : la croissance de demain » [en ligne], 23 novembre 2006. [http://www.iesf.fr/upload/pdf/economie_de_l_immatériel.pdf]
- **AUDINOT Alexandre, GAUGRY Thierry, HURMAN Nicolas, PREVOSTO Gabriel.** *INSA Rennes.* « La dématérialisation, quels enjeux pour le monde de demain ? » [en ligne], 2013. [<http://dematerialisation.insa-rennes.fr/wp-content/uploads/2014/04/Dematerialisation.pdf>]

Vidéos

- **La rédaction.** *Jeuxvideo.com.* « Reportage - Les difficultés des magasins face à la dématérialisation » [en ligne], 29 juillet 2013, 7 min. [<http://www.jeuxvideo.com/reportages-videos-jeux/0000/00000000/les-difficultes-des-magasins-face-a-la-dematerialisation-00114749.htm>]
- **La rédaction.** *Jeuxvideo.com.* « Reportage - Les développeurs de jeux indépendants face au manque de visibilité » [en ligne], 27 février 2014, 5 min. [<http://www.jeuxvideo.com/reportages-videos-jeux/0000/00000000/les-developpeurs-de-jeux-independants-face-au-manque-de-visibilite-00119054.htm>]
- **SWIRSKY James, PAJOT Lianne.** *Indiegamethemovie.* « Indie game : the movie » [en ligne], 2012, 96 min. [<http://buy.indiegamethemovie.com/>]