BAROMÈTRE ANNUEL DU JEU VIDÉO EN FRANCE

2017

QUATRIÈME ÉDITION

UNE COLLABORATION

SNJV
SYNDICAT NATIONAL DU JEU VIDÉO

IDATE DIGIWORLD

PICTANOVO SOUTIENT LE JEU VIDEO

Vous avez un projet ? Pensez à déposer un dossier au fonds jeu vidéo de Pictanovo !

Le fonds dédié au jeu vidéo propose **2** types d'aide :

- Une aide au prototype, plafonnée à **50.000€** par projet,
- Une aide à la production, plafonnée à **200.000€** par projet.

En mars 2017, Pictanovo, avec le soutien de la région Hauts-de-France, lançait le 1er fonds régional dédié au jeu vidéo : déjà 11 projets aidés !

SAVE THE DATE

Dépôt de dossier	16/02/18	Dépôt de dossier 21/09/18
Comité de lecture	15/03/18	Comité de lecture 23/10/18

CONTACT

Pour en savoir plus, consultez notre site **www.pictanovo.com/financer-un-projet**

Maud Renusson, mrenusson@pictanovo.com **03 20 28 24 80**

Drag'N'Boom © Ankama Productions

Région Hauts-de-France · Pictanovo Images en Hauts-de-France · CNC · Culture · MEL Métropole · Valenciennes Métropole · La Porte du Hainaut · CCI Grand Hainaut

PICTANOVO - 21 rue Edgar Quinet CS40152 - 59333 Tourcoing Cedex

SOMMAIRE

BAROMÈTRE ANNUEL DU JEU VIDÉO EN FRANCE

CONTEXTE INDUSTRIEL 04

06 CHIFFRES CLÉS

RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE 07

08 LE TISSU ÉCONOMIQUE ET LA PRODUCTION DE JEUX VIDÉO EN FRANCE

L'EMPLOI DANS L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EN FRANCE 25

33 LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE DES ENTREPRISES FRANCAISES DE JEUX VIDÉO

PERSPECTIVES : LES ENTREPRISES ET L'ÉCOSYSTÈME DU JEU VIDÉO EN FRANCE 39

44 À PROPOS DU SNJV

À PROPOS DE L'IDATE DIGIWORLD 45

CONTEXTE INDUSTRIEL

LE DIGITAL AU CŒUR DE LA CROISSANCE

LE JEU MOBILE, PREMIER SEGMENT DE MARCHÉ DU JEU EN VALEUR

Le segment de marché du jeu « mobile » se compose de trois sous-segments, le téléphone mobile, le smartphone et la tablette. Le jeu mobile apparaît en 2000 sur les téléphones, mais il s'impose au grand public qu'à partir de 2009, deux ans après la commercialisation des premiers smartphones iPhones à écran tactile multipoint, adossés à l'Appstore d'Apple.

En 2010, Apple poursuit son offensive innovante en commercialisant sa première tablette tactile iPad. Les tablettes sont le chaînon manquant des terminaux d'électronique grand public dans le foyer. Doté d'un écran tactile entre 8 et 13 pouces, la tablette se positionne à côté de l'ordinateur individuel et entre les smartphones et la TV. Samsung répondra à chaque offensive du fabricant américain d'électronique grand public sur les mêmes segments de marché, smartphones, tablettes.

Le segment du jeu mobile devient le plus important en valeur du marché du jeu vidéo à partir de 2016. Il va continuer d'enregistrer une croissance à deux chiffres principalement grâce au succès rencontré dans les pays émergents. Les marges de progression y sont d'autant plus importantes que les pouvoirs publics privilégient le déploiement des réseaux non filaires.

LA 8ÈME GÉNÉRATION DE CONSOLES DE SALON RELANCÉE PAR LA CONSOLE SWITCH

Le segment de marché des consoles de jeux vidéo se compose de deux sous-segments, celui des consoles de salon et celui des consoles portables.

Aujourd'hui deux consoles portables sont exploitées commercialement. La console Playstation Vita (PS Vita) de Sony Computer Entertainment et la 2DS de Nintendo. Cette dernière est leader d'un segment de marché qui souffre de la concurrence des téléphones mobiles.

Les consoles de salon impliquent de recourir à un écran de TV tiers. La qualité de « l'expérience joueur » va dépendre des performances de la console de salon (puissance de calcul et d'affichage…), de celles de la TV (résolution de l'image, taille de l'écran, technologie de l'écran) et de la façon dont le jeu vidéo tire profit des fonctionnalités et des capacités techniques de l'écosystème de la console. La fonctionnalité principale des consoles de salon demeure le jeu vidéo, mais leur connexion en standard à la TV et au Web leur offre la possibilité d'adresser d'autres usages en lien avec les médias : vidéo, musique, film, réseau social…

3 consoles de salon de 8ème génération son actuellement commercialisées : la Playstation 4 (PS4) de Sony Computer Entertainment, la Xbox One de Microsoft et la Wii U de Nintendo. La PS4 domine largement le marché. L'IDATE estime qu'à la fin de l'année 2017, presque 70 millions de PS4 auront trouvé un acquéreur. Nintendo essuie un échec retentissant avec la Wii U qui peinera à dépasser les 20 millions d'unités vendues dans le monde. Contre toute attente, elle commercialise depuis mars 2017, une nouvelle console, la Switch, qui fait office à la fois de console de salon et de console portable (elle se connecte à la TV via une plate-forme d'accueil).

Le segment de marché des consoles a longtemps été le plus important en valeur avec un pic en 2008 à plus de 25 milliards d'EUR de chiffre d'affaires, contre 18,1 milliards fin 2017. Depuis 2016, il est devancé par le segment de marché du jeu mobile.

LE PC, PLATE-FORME D'EXPÉRIMENTATIONS ET D'INNOVATIONS

Le PC accueille une grande variété de jeux vidéo, des titres AAA ou blockbusters pour joueurs chevronnés aux jeux occasionnels, de patience ou de « match 3 », en passant par les jeux massivement multijoueurs en univers persistant ou les jeux disponibles sur les réseaux sociaux. La connexion du PC au réseau haut et très haut débit est le facteur explicatif du succès de ce terminal. Au-delà de l'acquisition des contenus de façon dématérialisée, la connexion introduit le « multijoueur » dans l'expérience utilisateur. Cette fonctionnalité prend toute sa mesure dans un contexte compétitif ou coopérative et démultiplie l'intérêt et le plaisir de jouer.

La partie occasionnelle du catalogue de jeu PC connaît une vive concurrence sur les marchés où le smartphone s'impose progressivement. La partie AAA du catalogue et notamment celle qui intègre des jeux multijoueurs utilisés en compétition se maintient. A ce jour, pour certaines catégories de jeux, aucun accessoire n'a en effet encore remplacé le clavier et la souris (Multiplayer Online Battle Arena / MOBA, Real Time Strategy / RTS, First Personal Shooter / FPS), indispensables pour les jeux AAA sur PC.

LE « CLOUD GAMING » OU JEU EN STREAMING, LE FUTUR DU JEU

Le jeu à la demande ou « cloud gaming » ou encore jeu en streaming utilise la connexion des Smart TV pour « streamer » le contenu d'un jeu sur un poste de TV ou un autre écran connecté du foyer. Le moteur du jeu est réparti sur des serveurs distants, aucun composant dudit jeu n'est installé sur le terminal du joueur. Les requêtes lancées par un joueur sont traitées à distance et renvoyées en temps réel sous la forme d'images vidéos. Cette technologie d'avenir, qui voudrait rendre caduc le recours à tout terminal excepté l'écran, s'appuie uniquement sur les réseaux, l'optimisation de sa bande passante et de son temps de latence. Elle est intégrée dans un terminal comme une console de salon ou un set-top box de fournisseur d'accès Internet. Le marché est émergeant.

LES JEUX DE RÉALITÉ ARTIFICIELLE SUSCITENT INTÉRÊT ET QUESTIONNEMENT

Le jeu de réalité artificielle, composé de jeu en réalité virtuelle, mixte ou augmentée, suscite un intérêt indéniable, et commence à montrer les premiers signes du succès. Le jeu de réalité augmentée Pokémon Go en témoigne, de même que les investissements consentis par les éditeurs de jeux AAA. Pour autant, le rythme d'acquisition des casques n'est pas pour l'heure à la hauteur des attentes suscitées et des espérances de leurs fournisseurs. Prix élevé, catalogue en construction, encombrement de certaines installations, vertiges sont les arguments avancés pour expliquer ce démarrage poussif. Il conviendra sans doute d'attendre quelques années avant de voir ces écueils disparaître.

UNE CROISSANCE PÉRENNISÉE PAR LA DISTRIBUTION DÉMATÉRIALISÉE

Le marché mondial du jeu vidéo s'élève à 60 milliards d'EUR fin 2017 et devrait avoisiner 80 milliards d'EUR fin 2021. L'ensemble des segments de marché est concerné par cette croissance sur la période.

Le segment de marché le plus important en valeur est celui du jeu mobile, intégralement dématérialisé. Il affiche un chiffre d'affaires de 22.5 milliards d'EUR fin 2017. Il va poursuivre sa croissance pour s'élever à 33.8 milliards d'EUR en 2021 grâce à l'engouement qu'il suscite dans les pays émergents.

Le marché du jeu PC (Computer Game Market) poursuit sa croissance mais à un rythme plus lent désormais, étant concurrencé par le smartphone qui accueille également les jeux sociaux et occasionnels.

Le marché console est cyclique, en général de 6-7 ans. Les consoles de dernière génération ont été commercialisées entre 2012 et 2013. On peut s'attendre à ce qu'un nouveau cycle démarre en 2020 avec la commercialisation de la 9ème génération de consoles de salon.

Le marché du jeu sur console est également marqué par l'ouverture des boutiques en ligne à la commercialisation des jeux AAA. Jusqu'à cette 8ème génération de machine, les jeux AAA n'étaient pas accessibles en téléchargement sur les boutiques en ligne des consoliers (Playstation Network, Nintendo eShop et Microsoft XBLA). Ils pouvaient être achetés exclusivement sur support optique (Blu-Ray) dans les enseignes physiques de vente au détail.

LE MARCHÉ MONDIAL DU JEU VIDÉO PAR SEGMENT - ÉQUIPEMENT NON INCLUS *(Millions €)*

	2017	2018	2019	2020	2021
Mobile game Market	22 529	25 148	27 721	30 214	32 878
Computer Game Market	18 231	18 706	19 217	19 776	20 476
Console Game Market	18 122	17 978	17 658	17 743	18 962
AR Game Market	830	1 516	2 496	3 853	5 803
Smart TV Game Market	140	211	308	438	588
Total	**59 852**	**63 559**	**67 400**	**72 024**	**78 707**
Growth rate	*8,3%*	*6,2%*	*6,0%*	*6,9%*	*9,3%*

Source: IDATE DigiWorld - World video game market data base - March 2017

Il est de coutume d'appréhender aussi le marché mondial du jeu vidéo en y intégrant les ventes de matériel dédié, c'est-à-dire le chiffre d'affaires issu des ventes de consoles de salon, de consoles portables et des accessoires. L'IDATE se plie également à l'exercice, mais ajoute aussi le chiffre d'affaires issu des ventes de casques de réalité virtuelle et de réalité mixte. Dans ce cadre le marché mondial du jeu vidéo s'élève à 75,6 milliards EUR en 2017 et pourrait dépasser 100 milliards EUR de chiffre d'affaires en 2020 pour atteindre 116,5 milliards EUR en 2021.

CHIFFRES CLÉS

DE L'ÉDITION 2017 DU BAROMÈTRE SNJV – IDATE DIGIWORLD

28,7
EMPLOIS PAR STUDIO EN MOYENNE

Les studios de développement comptent en moyenne 28,7 emplois ETP sur l'exercice 2016. Le premier semestre 2017 semble avoir été l'occasion de recruter puisqu'on observe une augmentation de 3,5 emplois ETP.

85%
PLÉBISCITENT STEAM

85% des développeurs de jeux pour ordinateurs plébiscitent Steam comme plate-forme de diffusion prioritaire. La distribution physique se maintient en dessous des 20% de suffrages.

+1 300
NOUVEAUX EMPLOIS D'ICI 2018

Le secteur des jeux vidéo pourrait créer près de 1 300 emplois ETP en 2018, dont 890 dans l'activité de développement. Pour l'ensemble du secteur en France, cela équivaut à la création de 1.2 emploi ETP par entreprise.

26%
DU BUDGET DE PROD DÉDIÉ À LA PROMOTION

L'ensemble des studios réserve en moyenne 26% du budget de production à la promotion des jeux (marketing, communication). Lorsqu'on exclut du calcul les studios qui réalisent plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, la part du budget promotion ne représente plus que 7,5% du budget de production.

+40%
VISENT LES CONSOLES DE SALON

En 2016, plus de 40% des studios de développement visent les consoles de salon comme plateformes de prédilection pour accueillir leurs jeux. L'ouverture des consoles de salon aux modèles économiques alternatifs et indépendants explique cette croissance constante (+6,2 points en un an) observée depuis 2014.

72%
PENSENT QUE LA FRANCE EST ATTRACIVE

72,1% des entreprises interrogées considèrent la France comme un pays attractif. Selon les entreprises, cette attractivité est due à la qualité et à la productivité des équipes, à l'écosystème, aux aides financières, aux conditions de travail et à la présence de très bonnes formations.

65%
DES STUDIOS SOUHAITENT RECRUTER

Les acteurs du jeu vidéo devraient étoffer leurs équipes à court terme. 65% d'entre eux souhaitent recruter d'ici 2018. Un résultat en hausse par rapport à 2016, puisqu'elles étaient 51% à le souhaiter à cette époque.

64%
ADOPTENT LE MODELE PAYANT À L'ACHAT SANS DLC

63,9% des studios déclarent adopter un modèle économique payant à l'achat sans contenu additionnel. Il s'agit du modèle dominant dans l'industrie cette année, passant devant le modèle free-to-play jusque-là plébiscité.

455 K€
BUDGET ANNUEL MOYEN DE PRODUCTION

En ne considérant que les studios qui réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros, le budget annuel moyen de production des studios implantés sur le territoire s'élevait à 455 K euros en 2016, soit une baisse de 25% par rapport à 2015.

+1 STUDIO SUR 2 A

- DE 5 ANS

Un tissu majoritairement composé de jeunes entreprises. Plus d'un studio de développement sur deux en France à moins de 5 ans. 16,7% ont plus de 10 ans.

2,45 M€

CA MOYEN DES STUDIOS

Le chiffre d'affaires des studios de développement enregistre une hausse de presque 50% entre 2016 et 2017, et devrait atteindre 2,45 millions d'euros en moyenne. En revanche, les studios de développement (hors studios enregistrant un CA de plus de 10 millions d'euros) affichent un chiffre d'affaires moyen en recul par rapport à 2015

830 JEUX

EN COURS DE PROD

Près de 830 jeux sont en cours de production en France en 2017. C'est 20% de plus qu'en 2016. Le taux de production annuel moyen en 2017 est de 2,3 jeux par studio, contre 2,1 en 2016.

14,4%

DE FEMMES

DANS LES STUDIOS

Les femmes représentent 14,4% des effectifs dans les studios de production à mi-année 2017.C'est presque 3 points de mieux qu'à fin 2016.

8,5

EMPLOIS CHEZ LES STUDIOS

— DE 100 SALARIÉS

Depuis 2 ans, le nombre moyen d'emplois se stabilise à 8,5 équivalent temps plein dans les studios de développement de moins de 100 salariés.

88%

SONT CONFIANTS

DANS L'AVENIR DU SECTEUR

88% des entreprises interrogées sont confiantes dans l'avenir du secteur (contre 77,9% en 2016, 65% en 2015 et 45,5% en 2014).

62%

DE CDI

Les contrats CDI restent largement majoritaires dans le secteur du jeu vidéo (62,3%) en 2017, en progression de 3,8 points par rapport à 2016.

RAPPEL MÉTHODO-LOGIQUE

Cette enquête a été réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 via un questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing). Ce questionnaire a été adressé aux dirigeants des entreprises adhérentes du Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV) ainsi qu'à un panel de sociétés, ressortissantes du secteur des jeux vidéo, non adhérentes du SNJV. Le sondage a fait l'objet d'une publicité initiée par ses commanditaires et principalement relayée sur le Web.

La méthode de sélection des répondants est non probabiliste, fondée sur un échantillonnage a priori. Compte tenu de la taille réduite de la population étudiée, la loi des grands nombres ne s'applique pas. Pour autant, le consortium livre une photographie représentative du secteur, qui reflète son activité (nature et volume), sa santé économique et financière et sa perception de l'avenir.

Le traitement des données a été réalisé au moyen du logiciel d'enquête Sphinx.

On compte 198 répondants qui sont entreprises françaises du jeu vidéo, développeurs, éditeurs, distributeurs, fabricants d'accessoires, prestataires, etc. Cet échantillon représente un taux de sondage jugé satisfaisant, de 19.1% d'une population estimée par le SNJV et l'IDATE à environ 1 000 structures professionnelles qualifiées en France1.

Lorsque l'on mentionne « entreprise », nous faisons références à l'ensemble des répondants (studios de développement, éditeurs, etc.) et lorsque nous mentionnons « studios de développement », il est question des entreprises qui s'attellent à la production de jeux.

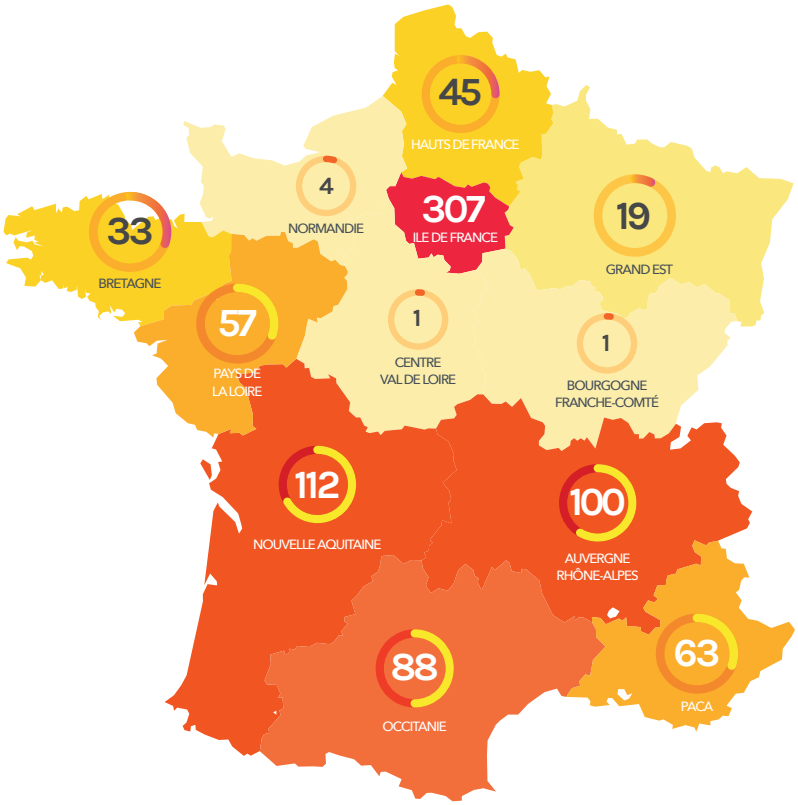
[1] La base de données constituée par le SNJV et l'IDATE compte 1 040 établissements référencés par leurs soins et les acteurs régionaux du secteur des jeux vidéo. Cette base contient les professionnels du développement, de l'édition, de la distribution, mais également les prestataires techniques, les fournisseurs d'accessoires, les clusters régionaux, les structures et parcours de formations.

LE TISSU ÉCONOMIQUE ET LA PRODUCTION DE JEUX VIDÉO EN FRANCE

1 LES ACTIVITÉS DE PRODUCTION SONT MAJORITAIRES, L'ÉDITION PREND DE L'AMPLEUR

1.1 Des entreprises réparties sur tout le territoire et fédérées autour de grands acteurs historiques

1 - LE JEU VIDÉO EN FRANCE MÉTROPOLITAINE



307 ÎLE DE FRANCE
112 NOUVELLE AQUITAINE
100 AUVERGNE RHÔNE ALPES
88 OCCITANIE
63 PACA
57 PAYS DE LA LOIRE
45 HAUTS DE FRANCE
33 BRETAGNE
19 GRAND EST
4 NORMANDIE
1 BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
1 CENTRE VAL DE LOIRE

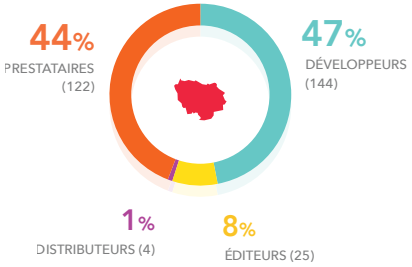
Sont comptabilisés : les développeurs, éditeurs, distributeurs et détaillant, prestataires de services

Ne sont pas comptabilisés : les organismes de formation, les associations, les travailleurs indépendants

Cartographies réalisées sur la base des informations communiquées par les associations de professionnels en région

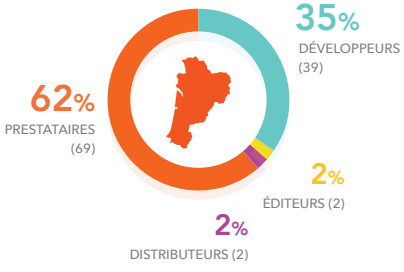
ÎLE-DE-FRANCE

307
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



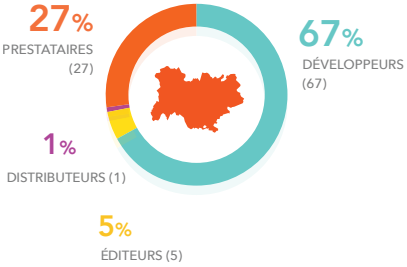
NOUVELLE-AQUITAINE

112
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

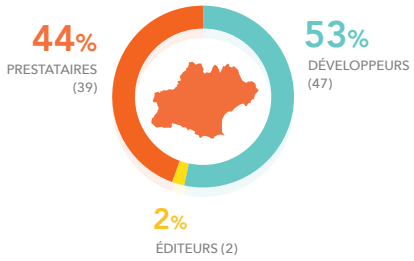
100
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



1 - LE JEU VIDÉO EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

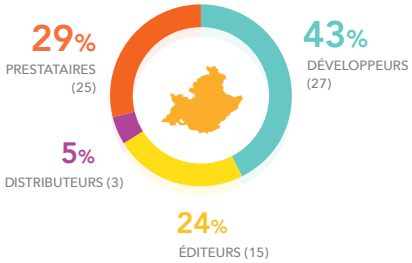
OCCITANIE

88
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



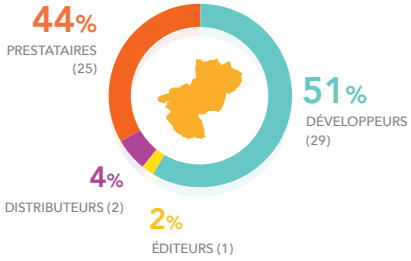
PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR

63
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



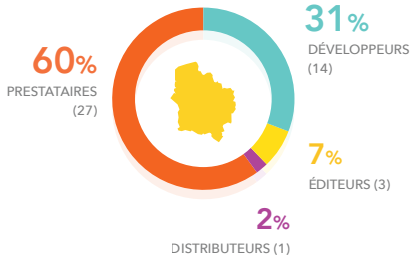
PAYS DE LA LOIRE

57
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



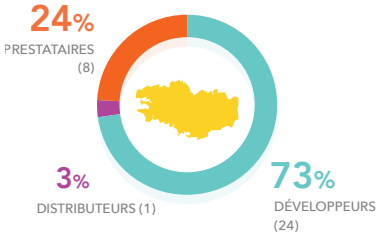
HAUTS-DE-FRANCE

45
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



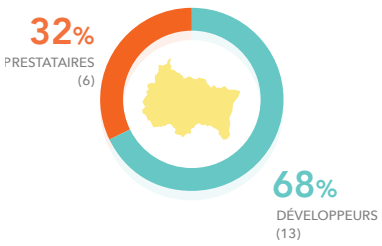
BRETAGNE

33
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



GRAND EST

19
ENTREPRISES AU TOTAL DONT



NORMANDIE

4
ENTREPRISES AU TOTAL DONT

BOURGOGNE-FRANCE-COMTÉ / CENTRE-VAL-DE-LOIRE / CORSE / ILE DE LA RÉUNION

1
ENTREPRISE
DANS CHAQUE RÉGION

1.2 Un secteur structuré en France autour du développement où les activités d'édition et de marketing prennent de l'ampleur

La composition des répondants au baromètre 2017 a évolué par rapport à 2016. Comparativement, plus d'éditeurs ont pris part à l'enquête. Cela ne présume en rien des changements structurels dans ce secteur d'activité en amont de la chaîne de valeur. En outre, à la faveur du phénomène de « l'indépendance », on compte un nombre d'acteurs du développement de moins en moins important, au sein de structures souvent réduites à son équipe dirigeante.

Ainsi, on note que la moitié des entreprises interrogées ont pour activité principale le développement de jeux vidéo. Par ailleurs, le volume de développeurs qui répond à l'enquête est toujours plus important.

Il convient de noter que l'activité de développement est surreprésentée en France comparativement à d'autres pays. Cette surreprésentation est la résultante non seulement d'un héritage important en matière de création, mais aussi des nombreuses écoles et universités qui forment des talents pour le jeu vidéo et d'un véritable appétit d'entrepreneuriat chez les graphistes, les programmeurs et les jeunes managers.

En outre dans notre échantillon, on observe cette année encore un effectif plus important d'entreprises relevant de l'édition. Cela confirme une nouvelle dynamique dans l'industrie, liée à la prépondérance de l'accompagnement à la mise sur le marché de jeux, malgré la désintermédiation de la chaîne de valeur. Le raccourcissement de la chaîne de valeur oblige à reconsidérer les métiers de l'édition et du marketing et renforce donc les liens entre ces acteurs historiques de la chaine de valeur. Ces compétences apparaissent également au sein de sociétés historiquement positionnées sur des compétences de production.

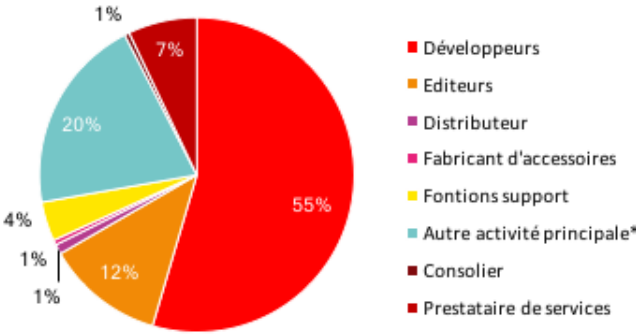
1 - L'ACTIVITÉ PRINCIPALE DES ENTREPRISES INTERROGÉES

QUELLE EST L'ACTIVITÉ PRINCIPALE DE VOTRE ENTREPRISE ? *(une seule réponse possible)*

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Développement	55 %	68 %	75 %	79 %
Autre*	20 %	16 %	17 %	6 %
Edition	12 %	8 %	5 %	10 %
Prestataire**	7 %	4 %	nd	nd
Distribution	1 %	2 %	2 %	4 %
Fabricant d'acc.	1 %	1 %	2 %	1 %
Fonction support***	4 %	nd	nd	nd
Consolier***	1 %	nd	nd	nd

*services, média, marketing, communication, formation, R&D **Pour les éditions 2014 et 2015 développeur de middleware est intégré dans l'activité développement ***Pour les éditions 2014, 2015 et 2016 fonction support est intégrée dans Autre* et consolier dans distribution. Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017. Nombre de répondants : 198 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 100%. Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2 - L'ACTIVITÉ PRINCIPALE DES ENTREPRISES INTERROGÉES EN 2017



*services, média, marketing, communication, formation, R&D Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 198 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.3 Un tissu principalement composé de structures de moins de 10 salariés

Le nombre moyen d'emplois ETP (équivalent temps plein) est de 8,5 au premier semestre 2017 dans les studios de développement de moins de 100 salariés. Fin 2016, il était de 8,6 soit une baisse de 0,1 ETP. Cette variation est due à la baisse des effectifs dans les studios de plus de 10 ans, qui passent d'une moyenne de 20,1 ETP fin 2016 à 14,7 mi-2017. On observe également une baisse des effectifs dans les studios âgés de 5 à 10 ans. On peut considérer que les studios de développement de moins de 100 ETP connaissent un ajustement de leur outil de production imputable à la concurrence et aux gains de productivité.

2 - LE NOMBRE D'EMPLOIS ETP MOYEN EN FONCTION DE L'ANCIENNETÉ DES STUDIOS

QUEL EST L'EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE EN VOLUME D'EMPLOIS ETP EN CLÔTURE D'EXERCICE ?

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
Estimation 2017	5,7	11,7	14,7	8,5
2016	4,4	12,4	20,1	8,6
2015	6,1	12,8	26,5	9,3

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 95 entreprises (studios de développement de moins de 100 ETP), taux de réponse : 88,0% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.4 Une vitalité entrepreneuriale toujours intense

En 2017, près de la moitié des entreprises interrogées a moins de 5 ans d'existence (47,0%) et plus de 76,3% ont moins de 10 ans. La baisse significative de la représentation des entreprises de moins de 2 ans n'est pas due à un phénomène industriel, mais sans doute davantage à la structure de l'échantillon des entreprises interrogées.

3 - LA RÉPARTITION DU VOLUME D'ENTREPRISES INTERROGÉES PAR ANNÉE DE CRÉATION

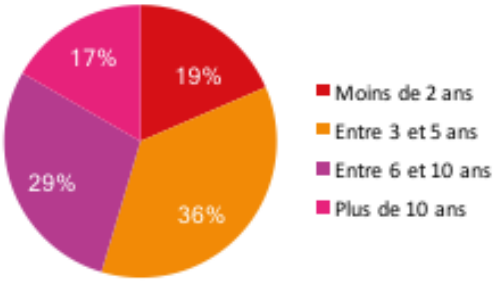
QUEL EST L'ÂGE DE VOTRE ENTREPRISE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016
Entreprises de moins de 2 ans	**20 %**	33 %
Entreprises ayant entre 3 et 5 ans	**27 %**	28 %
Entreprises ayant entre 6 et 10 ans	**29 %**	19 %
Entreprises de plus de 10 ans	**24 %**	19 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 198 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

En 2017, la moitié des studios de développement a moins de 5 ans (54,6%) et 16,7% ont plus de 10 ans. Cela confirme la présence d'une industrie jeune et dynamique.

3 - QUEL EST L'ÂGE DE VOTRE ENTREPRISE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

ican
institut de création et animation numériques

LA GRANDE ÉCOLE DES JEUX VIDÉO, DE L'ANIMATION 3D ET DE LA CRÉATION WEB ET GRAPHIQUE - DE BAC A BAC+5

Diplômes reconnus par l'État Niveaux 1 & 2

CYCLE BACHELOR
- Game Design
- Design 3D & Animation
- User eXperience Design
- Web Design & Communication Graphique
- Bande Dessinée

CYCLE MASTÈRE
- Game Design
- Design 3D & Animation Interactive
- User eXperience Design
- Management & Entrepreneuriat du Numérique

Alternance possible dès la 1re année

ADMISSIONS OUVERTES
D'Octobre à Septembre

www.ican-design.fr - Tel : 01 44 68 10 09 - Mail : admissions@ican-design.fr

1.5 Le recours à la prestation de service reste indispensable

Comme l'année dernière, la moitié des studios interrogés (55,1%) déclare réaliser des **prestations de service** en 2017. Même s'ils sont moins enclins à le faire au fil du temps, cette activité demeure indispensable pour assurer des revenus et faire vivre l'entreprise, a fortiori lorsque cette dernière est jeune.

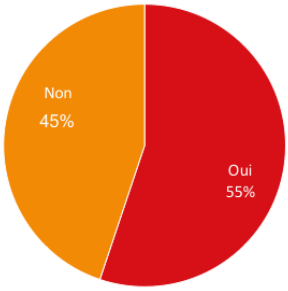
4 - LA PRESTATION DE SERVICE DANS L'ACTIVITÉ DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

EN PLUS DE VOTRE ACTIVITÉ PRINCIPALE FAITES-VOUS DE LA PRESTATION DE SERVICE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Oui	55 %	56 %	59 %	65 %
Non	45 %	44 %	41 %	35 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017
Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 99,1%
Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

4 - EN PLUS DE VOTRE ACTIVITÉ PRINCIPALE FAITES-VOUS DE LA PRESTATION DE SERVICE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017
Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 99,1%
Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

64% des studios réalisant des prestations de services proposent une sous-traitance spécialisée. On retrouve dans cette spécialisation majoritairement de la programmation et du game design pour le quart des entreprises.

5 - LES DIFFÉRENTS TYPES DE PRESTATIONS SPÉCIALISÉES RÉALISÉES PAR LES STUDIOS

QUELLE(S) PRESTATION(S) PROPOSEZ-VOUS ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016
Programming	74 %	61 %
Game Design	45 %	52 %
Autre*	32 %	30 %
Animation	37 %	27 %
Gestion de la production	18 %	24 %
User Interface	40 %	21 %
Modeling	29 %	21 %
Level Design	32 %	18 %
Texturing	29 %	12 %
Music	5 %	12 %
Audio Voice Sound**	3 %	9 %
Artificial Intelligence	8 %	9 %
Middleware	11 %	3 %
Special Effect	18 %	3 %
Physics	8 %	3 %
Game First Level	5 %	3 %
Motion Capture	5 %	3 %
Cinematics	11 %	3 %
Authoring	3 %	3 %
QA & testing**	18 %	nd
Localization**	5 %	nd

*Formation, communication, consulting
**QA & testing et Localization sont des nouvelles modalités de réponses en 2017 Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017
Nombre de répondants : 38 entreprises (studios de développement réalisant des prestations spécialisées), taux de réponse : 35,2%
Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2 UNE INDUSTRIE TOURNÉE VERS LES ACTIVITÉS DE PRODUCTION

2.1 La production de jeux « indés » plébiscités par les studios de développement, les AAA en forte croissance

Avec 86% de studios qui se disent **indépendants** en 2017, le phénomène « indé » reste fort. Cela provient à n'en pas douter de la multiplication du nombre de microentreprises dans un tissu d'entreprise issu de la disparition d'intermédiaires et en mesure d'assumer une grande partie des taches jusque-là assurée par des tiers.

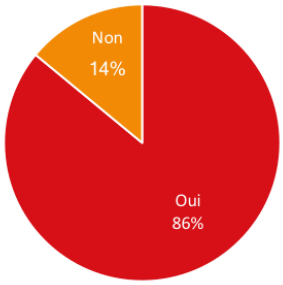
6 - LES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT ET LE PHÉNOMÈNE « INDÉ »

DIRIEZ-VOUS QUE VOUS ÊTES UN INDÉPENDANT ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Oui	86 %	93 %	94 %	86 %
Non	14 %	7 %	6 %	14 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

5 - DIRIEZ-VOUS QUE VOUS ÊTES UN INDÉPENDANT ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Concernant les **typologies de jeux développés**, 75% des studios interrogés déclarent créer des jeux « indés » contre 70% en 2016 et près de 61% en 2015. On observe une progression constante qui correspond à l'ouverture progressive des plateformes à ces créations et à un engouement toujours fort des développeurs pour les plateformes mobiles où les barrières à l'entrée en coût de développement sont basses.

Les « social games » sont beaucoup moins plébiscités par les développeurs. Ils accusent une baisse de près de 12 points en 2016 et 2017.

Les jeux AAA poursuivent leur ascension dans les studios français. Ils sont 13% à affirmer en développer en 2017 contre 2,7% en 2015.

7 - LES TYPES DE JEUX DÉVELOPPÉS PAR LES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

VOUS DIRIEZ QUE VOS JEUX SONT PLUTÔT ...

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Indie	75 %	70 %	61 %
Casual	32 %	32 %	51 %
Social	8 %	21 %	28 %
Serious Game	20 %	20 %	22 %
AAA	13 %	10 %	7 %
Autre*	11 %	10 %	3 %

*Éducatif, jeux pour enfants, applications objets connectés, AA Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

La production de jeux vidéo AAA en France

14 studios qui produisent des titres «AAA» ont pris part au baromètre du jeu vidéo en 2017. C'est 2 de plus que l'année dernière. Cette catégorie de jeux, destinée à une exploitation multiplateforme, a des budgets de productions très élevés et connaît des durées de développement de plusieurs années (assimilables aux blockbusters dans le cinéma). Les titres AAA représentent les principaux succès commerciaux sur consoles et sur PC. De surcroît, les coûts de distribution et de commercialisation ne sont pas moins importants puisque notamment la distribution physique y joue encore un rôle majeur.

Il est difficile pour les jeunes entreprises de se lancer dans la production de tels projets, et seuls les studios expérimentés et bénéficiant d'une stabilité financière peuvent se permettre d'investir dans un jeu AAA. Ainsi, les studios menant ces projets sont tous âgés d'au moins 10 ans, comptent en moyenne plus de 100 employés, et engagent un budget de production annuel moyen de plus de 8 millions EUR.

Face à l'ampleur des sommes à engager, la quasi-totalité des studios produisant des jeux AAA doit faire appel à des éditeurs pour financer leurs productions. Ces derniers financent en moyenne 50% des coûts de productions de ces studios en 2017, et sont donc importants à la réalisation de ces projets.

En retour de ces lourds investissements, lorsque les jeux AAA rencontrent leur public, et c'est de plus en souvent le cas, ils s'avèrent particulièrement rentables pour leurs ayants droit : ainsi, **parmi les studios interrogés, ceux qui produisent des titres AAA ont enregistré en 2016 un chiffre d'affaires moyen de 7 millions EUR** (hors chiffre d'affaires Ubisoft).

2.2 Les éditeurs et distributeurs accroissent leur présence sur les terminaux mobiles

Plus de **92%** des acteurs dont l'activité principale relève de l'édition et de la distribution, **commercialisent des jeux dédiés aux tablettes et smartphones**. Cela coïncide avec le plébiscite que les joueurs accordent aux plates-formes nomades. De surcroît, les éditeurs sont désormais conscients des complémentarités qui peuvent exister entre un jeu sédentaire et un jeu mobile. Les « companion app » trouvent désormais une base pour se développer.

Tous les autres segments sont en hausse, dont celui des ordinateurs individuels qui gagne 19 points ou encore des consoles de salon qui gagne 11,9 points en un an. Les écosystèmes natifs apparaissent ainsi à nouveau sur le devant de la scène. Il faut y voir plusieurs raisons :

- Les consoles de salon dernières génération rencontrent le succès et offrent un parc installé en France de 5.5 millions fin 2017 et environ 115 millions d'unités dans le monde. Une base attractive pour espérer rentabiliser les productions.
- Les fabricants de consoles ouvrent en grand les portes de leur boutique en ligne aux acteurs indépendants, développeurs et éditeurs.
- Le jeu vidéo sur ordinateurs connait une croissance continue, alimentée ces derniers mois par plusieurs phénomènes qui se combinent : Steam ouvre aussi sa boutique à des titres indépendants, au risque d'ailleurs de rendre l'offre moins lisible. Steam commercialise 4 600 jeux fin 2016, contre 2 900 fin 2015. Les éditeurs traditionnels multiplient les initiatives pour attirer et fidéliser leurs joueurs sur leur plate-forme digitale maison également.

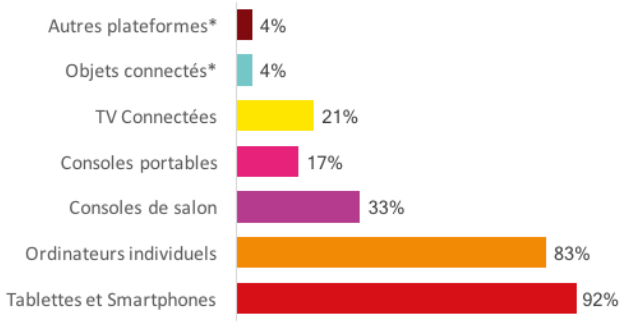
8 - LES PLATEFORMES D'ÉDITION/DE DISTRIBUTION DES ÉDITEURS/DISTRIBUTEURS

POUR QUELS TERMINAUX ÉDITEZ/DISTRIBUEZ-VOUS DES JEUX ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Tablettes et smartphones	92 %	71 %	60 %
Ordinateurs individuels	83 %	64 %	90 %
Consoles de salon	33 %	21 %	20 %
Consoles portables	17 %	14 %	20 %
TV Connectées	21 %	7 %	30 %
Objets connectés*	4 %	nd	nd
Autres plateformes*	4 %	nd	nd

* Pour les éditions 2014 et 2015 objets connectés et autres plateformes ne sont pas évalués Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 24 entreprises (éditeurs et distributeurs), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

6 - POUR QUELS TERMINAUX ÉDITEZ / DISTRIBUEZ-VOUS DES JEUX ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 24 entreprises (éditeurs et distributeurs), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2.3 Les studios privilégient les plateformes PC pour leurs production, mais les tablettes et smartphones progressent

La plupart des studios de développement français (84,3%) développent pour le PC. Les tablettes et smartphones sont en légère hausse et devant les plateformes de salon ou portables qui pourtant enregistrent une hausse non négligeable.

A noter également qu'en 2016, plus de 40% des studios de développement visent les consoles de salon comme plateformes de prédilection pour accueillir leurs jeux. Cette progression est importante (+6,2 points en un an). L'ouverture des consoles de salon aux modèles économiques alternatifs et indépendants explique cette croissance constante et observée depuis 2014.

Avec moins de 10% de développeurs sur objets connectés et sur télévisions connectées, ces plateformes perdent un peu d'intérêt auprès des studios avec respectivement alors même qu'elles en gagnent auprès des éditeurs.

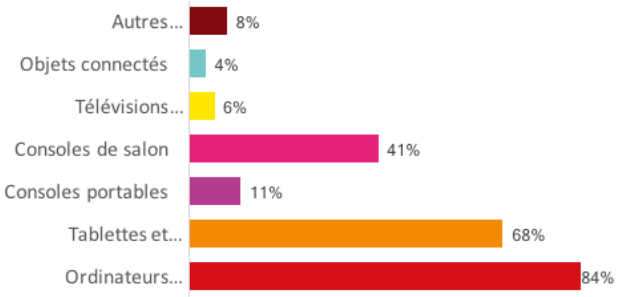
9 - LES PLATEFORMES DE DÉVELOPPEMENT PRIVILÉGIÉES PAR LES STUDIOS

POUR QUELS TERMINAUX DÉVELOPPEZ-VOUS DES JEUX ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Ordinateurs indiv.	84 %	73 %	71 %	75 %
Tablettes/smartph.	68 %	66 %	76 %	80 %
Consoles de salon	41 %	35 %	29 %	29 %
Objets connectés	4 %	10 %	13 %	18 %
TV Connectées	6 %	10 %	12 %	17 %
Consoles portables	11 %	8 %	16 %	18 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

7 - POUR QUELS TERMINAUX DÉVELOPPEZ-VOUS DES JEUX ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2.4 La production de jeux vidéo est en forte croissance

• Près de 830 jeux sont en cours de production en France en 2017. **C'est 20% de plus qu'en 2016.**
• Le taux de production annuel moyen en 2017 est de 2,3 jeux par studio, contre 2,1 en 2016.

84,3% des studios vont développer au moins un nouveau projet de jeu en 2017 contre 86,4 en 2016. Cet écart s'explique par une part plus importante de studios qui ne développent pas de titre en 2017, sans doute occupés par une production débutée l'année précédente.

Par ailleurs, on observe également que depuis 2014 la part des studios qui ne se consacre qu'à un seul développement croît. Elle est en effet de 38,9% en 2017, alors qu'elle était de 25.9% en 2014. Cela pourrait trouver son origine dans la volonté des studios de développement de concentrer leurs investissements sur un nombre moins important de titres pour limiter le risque commercial.

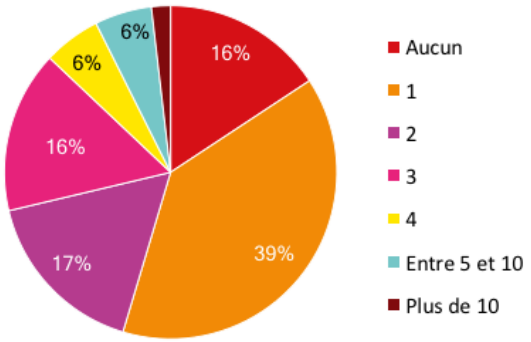
10 - EVOLUTION DU NOMBRE DE NOUVEAUX PROJETS DÉVELOPPÉS PAR LES STUDIOS (%)

COMBIEN DE NOUVEAUX PROJETS ÊTES-VOUS EN TRAIN DE DÉVELOPPER ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Aucun	**16 %**	14 %	7 %	6 %
1	**39 %**	37 %	28 %	26 %
2	**17 %**	20 %	23 %	22 %
3	**16 %**	15 %	21 %	18 %
4	**6 %**	7 %	20 %*	28 %*
Entre 5 et 10	**6 %**	6 %	nd	nd
Plus de 10	**2 %**	1 %	nd	nd

*Pour les éditions 2014 et 2015 4 et plus Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

8 - COMBIEN DE NOUVEAUX PROJETS ÊTES-VOUS EN TRAIN DE DÉVELOPPER EN 2017 ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

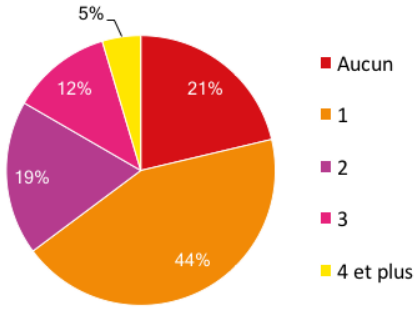
• 73% des jeux en production concernent des **nouvelles propriétés intellectuelles**, soit plus de 600 jeux. Parmi les jeux développés, on compte 89% de nouvelles propriétés intellectuelles. Cette vitalité créative est maintenue au fil du temps par les dispositifs de soutien tel que celui du CNC dédié aux nouvelles IP, et au renouvellement des terminaux de jeux.

11 - LA PART DES PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES ORIGINALES PARMI LES PROJETS DÉVELOPPÉS PAR LES STUDIOS

PARMI CES NOUVEAUX PROJETS, COMBIEN SERONT DES PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES ORIGINALES ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Aucun	**21 %**	2 %	11 %	7 %
1	**44 %**	56 %	37 %	32 %
2	**19 %**	27 %	28 %	28 %
3	**12 %**	11 %	14 %	17 %
4 et plus	**5 %**	4 %	10 %	17 %

9 - PARMI CES NOUVEAUX PROJETS, COMBIEN SERONT DES PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES ORIGINALES ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

• **60% des titres en cours de production seront commercialisés d'ici la fin de l'année**, soit près de 500 jeux (contre 435 en 2016). A noter que presque 1/3 des studios interrogés, n'entend pas commercialiser un titre en 2017, autant qu'en 2016, contre 18.5% en 2015. Et 56,5% des studios comptent commercialiser entre 1 et 2 jeux fin 2017 (50,4% en 2016 et 54,6% en 2015).

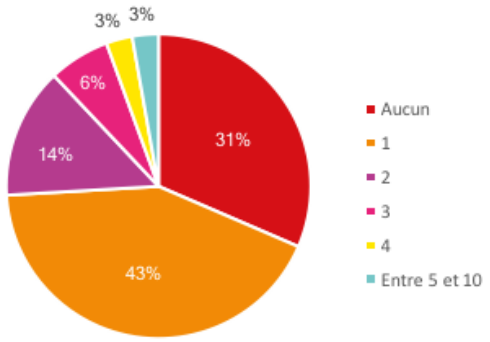
Néanmoins, de moins en moins de développeurs annoncent une production commercialisée de plus de 2 titres. Le pourcentage de studios qui commercialiseront plus de 4 jeux lui est de 5,6% contre 7,5% en 2016 et là où il était à 21,4% en 2014. On peut supposer que les studios ont concentré leurs efforts sur moins de jeux mais davantage de qualité et sur des durées de développement plus longues.

12 - LES NOUVEAUX PROJETS COMMERCIALISÉS PAR LES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

COMBIEN DE NOUVEAUX PROJETS ALLEZ-VOUS COMMERCIALISER CETTE ANNÉE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016
Aucun	32 %	33 %
1	43 %	34 %
2	14 %	17 %
3	7 %	9 %
4	3 %	5 %
Entre 5 et 10	3 %	3 %

10 - COMBIEN DE NOUVEAUX PROJETS ALLEZ-VOUS COMMERCIALISER CETTE ANNÉE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

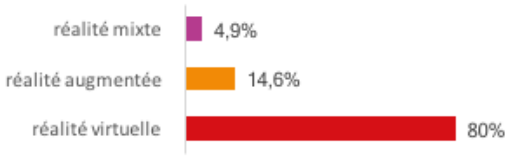
2.4 Une difficile percée de la réalité artificielle et de l'esport

Le terme réalité artificielle englobe les concepts de réalité virtuelle (VR), augmentée (AR) et mixte (MR). En France, un studio de développement de jeux vidéo sur 5 développent pour la réalité virtuelle, augmentée ou mixte.

En 2017, près de 150 jeux en cours de production sur le territoire, exploitent les technologies de réalité artificielle. Cela représente 18% de la production de jeux vidéo en France en 2017. Parmi cette production, 4 jeux développés sur 5 recourent à la réalité virtuelle.

L'intérêt pour la réalité augmentée s'est accentué depuis le succès de Pokémon Go. Pour autant, **seuls 15% des jeux de réalité artificielle** développés aujourd'hui s'orientent vers cette technologie.

11 - SI VOUS DÉVELOPPEZ UN JEU EN RÉALITÉ ARTIFICIELLE, QUELLE TECHNOLOGIE PRIVILÉGIEZ-VOUS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 22 entreprises (studios de développement avec développement de la réalité artificielle), taux de réponse : 20,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Si la réalité virtuelle suscite beaucoup d'intérêt (presqu'un quart des développeurs entendent publier un titre de VR dans les mois qui viennent), la réalité augmentée et mixte ne semblent pas en mesure de mobiliser les studios français à très court terme. La prudence semble pour le moment l'emporter.

13 - LA VOLONTÉ DES STUDIOS DE JEUX QUANT AU DÉVELOPPEMENT FUTUR DE JEUX DE RÉALITÉ ARTIFICIELLE

DANS LES MOIS QUI VIENNENT, VOUS ALLEZ DÉVELOPPER DES JEUX DE ...

	Oui	Non
Réalité virtuelle pour plateforme fixe (PC, consoles) ?	25 %	76 %
Réalité virtuelle pour plateforme mobile (smartphone) ?	15 %	85 %
Réalité augmentée pour plateforme fixe (PC, consoles) ?	3 %	97 %
Réalité augmentée pour plateforme mobile (smartphone) ?	10 %	90 %
Réalité mixte pour plateforme fixe (PC, consoles) ?	2 %	98 %
Réalité mixte pour plateforme mobile (smartphone) ?	4 %	96 %

Enquête réalisée entre le 1er juin et le 29 juillet 2016 Nombre de répondants : 94 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 87,0% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Un engouement modéré pour la production de jeux vidéo destinés à l'e-Sport

La création de l'association FRANCE ESPORTS est intervenue dans le contexte de l'adoption du projet de loi pour une République numérique en mai 2016. Ce texte permet entre autre un encadrement des compétitions de jeux vidéo et la reconnaissance du statut des joueurs professionnels de jeux vidéo en tant que travailleurs indépendants. En France à mi-2016 plus de 200 joueurs professionnels sont ainsi recensés.

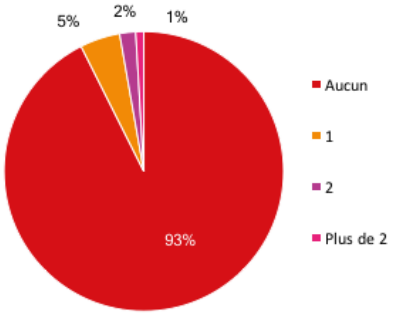
En 2017, **7,4% des studios de développement de jeux vidéo proposent des jeux compatibles e-sport** dans leur catalogue.

14 - PART DES JEUX DÉJÀ PRATIQUÉS EN MODE COMPÉTITIF (E-SPORT) DANS LE CATALOGUE DES STUDIOS

AVEZ-VOUS DANS VOTRE CATALOGUE DES JEUX E-SPORT ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016
Aucun	93 %	92 %
1	5 %	8 %
2	3 %	1 %

12 - AVEZ-VOUS DANS VOTRE CATALOGUE DES JEUX E-SPORT ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

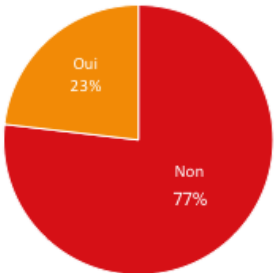
En ce qui concerne l'investissement futur, selon les studios interrogés plus d'un studio sur cinq affirme vouloir investir dans ce genre d'ici 2017.

15 - L'INVESTISSEMENT DANS LE DÉVELOPPEMENT DE JEUX E-SPORT D'ICI 2017

ENTENDEZ-VOUS INVESTIR DANS LE DÉVELOPPEMENT DE JEUX E-SPORT D'ICI 2017 ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016
Non	77 %	69 %
Oui	23 %	20 %
NSP	0 %	11 %

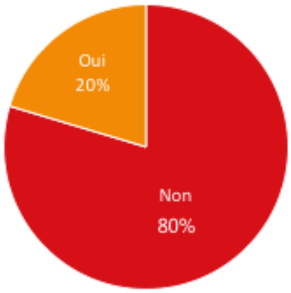
13 - ENTENDEZ-VOUS INVESTIR DANS LE DÉVELOPPEMENT DE JEUX E-SPORT D'ICI 2017 ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Plus de 20 % des studios vont ajouter une composante e-sport aux jeux existants (contre 19,4% en 2016).

14 - ENTENDEZ-VOUS AJOUTER UNE COMPOSANTE E-SPORT À L'UN DE VOS JEUX EXISTANTS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement, développeurs de middleware), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

3 LA DÉMATÉRIALISATION OBLIGE À RECONSIDÉRER LE PROCESSUS DE PRODUCTION ET DE COMMERCIALISATION

3.1 Le rôle des éditeurs renforcé dans un contexte de désintermédiation de la chaîne de valeur

L'**auto-commercialisation** et la **désintermédiation** sont au cœur des modèles de productions actuels. En effet, 63% des studios interrogés ont déclaré commercialiser eux-mêmes leurs productions. On constate cependant une baisse de -12,2 points par rapport à 2015. Cette chute s'inscrit dans un contexte industriel où les métiers de l'édition démontrent leur valeur ajoutée. Si les développeurs peuvent avoir des velléités d'assumer des tâches d'édition, ils ne disposent pas nécessairement des compétences correspondantes, ni des moyens pour réussir dans ce domaine. Le recours à un éditeur semble ainsi une étape qui restera nécessaire dans la plupart des cas, y compris dans une démarche de recherche d'indépendance.

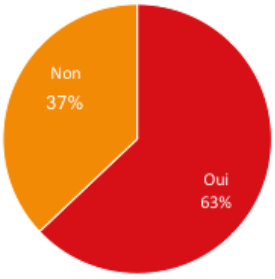
Pour autant, le métier d'éditeur évolue et se renforce au gré de la dématérialisation, notamment la partie avale de l'édition qui concerne la diffusion des jeux, leur marketing et la communication. Ces tâches ont largement été impactées par des habitudes d'achat qui s'expriment de plus en plus sur des supports digitaux (web stores..). Désormais, les éditeurs ont fait l'apprentissage de ces évolutions et ont formaté une nouvelle offre de services susceptibles d'attirer petits et gros développeurs.

16 - LA COMMERCIALISATION DES JEUX VIDÉO PAR LES STUDIOS

COMMERCIALISEZ-VOUS VOUS-MÊME VOS PRODUCTIONS ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Oui	63 %	62 %	75 %	72 %
Non	37 %	38 %	25 %	28 %

15 - COMMERCIALISEZ-VOUS VOUS-MÊME VOS PRODUCTIONS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

3.2 Des stratégies de commercialisation principalement « digitales », quelle que soit la plateforme

Les studios de développement optent majoritairement pour une commercialisation « digitale », plus accessible et permettant une relation directe avec les consommateurs.

- Sur **console portable**, ils sont un tiers à choisir Playstation Network et Nintendo Eshop. On remarque une baisse significative des plébiscites vis-à-vis de Playstation Network et du « store » de Nintendo, illustrant la désaffection progressive des joueurs pour des consoles portables qui arrivent en fin de cycle et qui font face à la concurrence vigoureuse et efficace des smartphones et tablettes. Les supports physiques de jeux pour consoles portables se maintiennent et recueillent ¼ des suffrages, après avoir enregistré plus de 20 points de baisse depuis 2014.

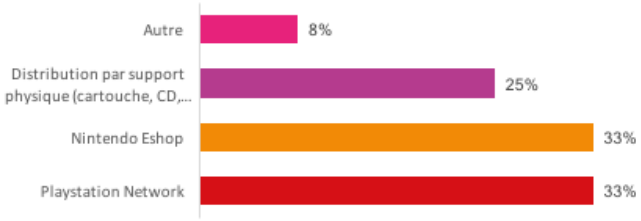
17 - LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION «DIGITALE» DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT SUR CONSOLES PORTABLES

INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR CONSOLES PORTABLES

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
PlaystationNetwork	33 %	78 %	77 %	60 %
Nintendo eShop	33 %	44 %	65 %	67 %
Support physique*	25 %	22 %	24 %	47 %
Autre**	8 %	0 %	0 %	7 %

*Cartouches, CD, DVD ** «KDDI Smart Pass» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 12 entreprises (studios développant sur consoles portables), taux de réponse : 11,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

16 - INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR CONSOLES PORTABLES EN 2017



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 12 entreprises (studios développant sur consoles portables), taux de réponse : 11,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

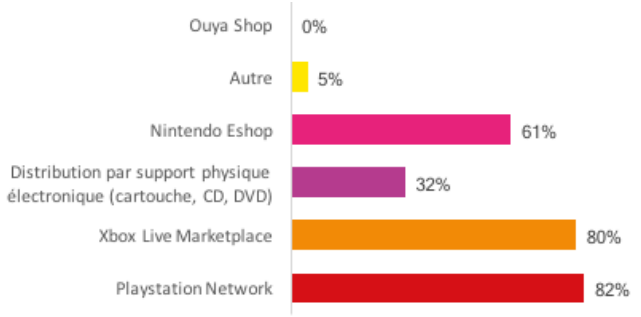
• Sur **console de salon**, Playstation Network maintient son leadership avec plus de 80% des suffrages suivi par le Xbox Live (79,5%). A la faveur de la commercialisation de la console Nintendo Switch, le magasin en ligne de eShop revient dans le trio de tête des « stores » les plus ciblés par les développeurs sur consoles de salon. La distribution sur support physique continue d'enregistrer une baisse lente et irréversible.

18 - LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION «DIGITALE» DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT SUR CONSOLES DE SALON

INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR CONSOLES PORTABLES

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
PlayStationNetwork	82 %	81 %	81 %	56 %
Xbox Live Marketplace	80 %	71 %	72 %	48 %
Nintendo eShop	61 %	24 %	44 %	48 %
Support physique (cartouche, CD, DVD)	32 %	34 %	38 %	40 %
Autre*	5 %	10 %	6 %	12 %
Ouya Shop	0 %	2 %	6 %	16 %

17 - INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR CONSOLES DE SALON EN 2017



* «Leap Motion», «Play Market», «U Play» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 44 entreprises (studios développant sur consoles de salon), taux de réponse : 40,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

• Sur **plateformes mobiles**, Apple Store et Google Play recueillent la plupart des suffrages : près de 95%. Leur poursuivant Amazon App Store recueille quant à lui un peu plus du quart des suffrages. Au fil du temps on perçoit dans le tableau ci-dessous les effets de la concentration dans ce secteur qui a vu successivement disparaître les stores mobiles de Samsung, Nokia, BlackBerry...

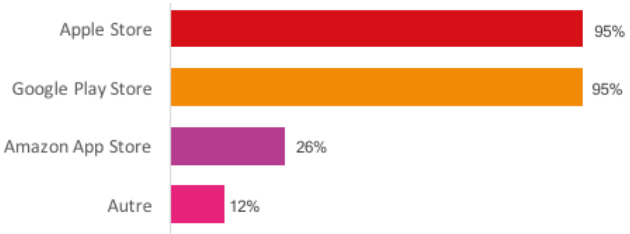
19 - LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT SUR TABLETTES ET SMARTPHONES

INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR TABLETTES ET SMARTPHONES

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Apple Store	95 %	90 %	95 %	96 %
Google Play Store	95 %	90 %	95 %	93 %
Amazon App Store	26 %	30 %	40 %	50 %
Autre*	12 %	7 %	1 %	9 %
Windows Store	0 %	21 %	34 %	37 %
BlackBerry World**	nd	1 %	5 %	7 %
Nokia Ovi Store**	nd	0 %	0 %	7 %
Navigateur Web***	nd	nd	1 %	7 %
Samsung Apps***	nd	nd	0 %	9 %
Facebook***	nd	nd	0 %	3 %

*Pour l'édition 2016 Navigateur Web, Samsung Apps, Facebook sont intégrés dans «autres» *Pour l'édition 2017 BlackBerry World, Nokia Ovi Store, Navigateur Web, Samsung Apps, Facebook sont intégrés dans «autres» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 73 entreprises (studios développant sur tablettes), taux de réponse : 67,6% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

18 - INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR TABLETTES ET SMARTPHONES EN 2017



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 73 entreprises (studios développant sur tablettes), taux de réponse : 67,6% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

• Enfin, sur **ordinateurs**, le mode de diffusion le plus répandu reste celui qui repose sur les plateformes de téléchargement. Steam en est le leader, 85% des développeurs de jeux pour ordinateurs le plébiscite ; viennent ensuite les autres plateformes comme GOG, Gamesplanet, Gamersgate etc (52,7%). La distribution physique se maintient en dessous des 20% de suffrages.

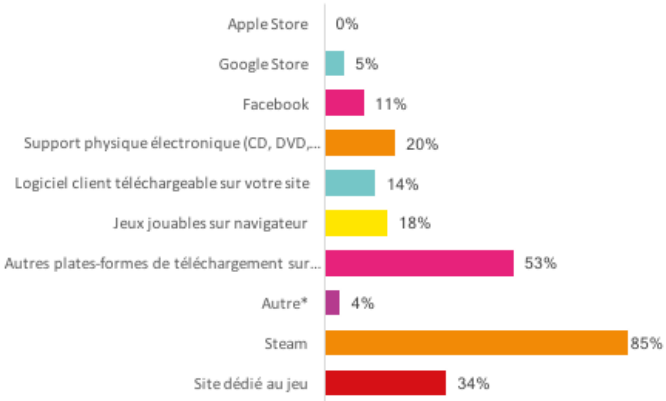
Désormais, plus que 11,0% des studios développant sur PC visent Facebook comme mode de diffusion contre 36,5% en 2014.

20 - LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT SUR ORDINATEURS INDIVIDUELS

INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR ORDINATEURS INDIVIDUELS

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Steam	85 %	79 %	nd	nd
Autres plateformes (GOG, Gamesplanet, Impulse, Gamersgate…)	53 %	52 %	nd	nd
Site dédié	34 %	37 %	38 %	44 %
Distribution par support physique électronique (cartouche, CD, DVD)	20 %	19 %	22 %	22 %
Jeux flash/streaming dans le navigateur (Kongregate, BigFish Games,Miniclip..)	18 %	19 %	16 %	nd
Logiciel client téléchargeable sur votre site	14 %	17 %	21 %	25 %
Facebook	11 %	13 %	23 %	37 %
Autre	4 %	6 %	4 %	8 %
Google Store	6 %	5 %	10 %	13 %

19 - INDIQUEZ LE MODE DE DIFFUSION DE VOS JEUX SUR ORDINATEURS INDIVIDUELS EN 2017

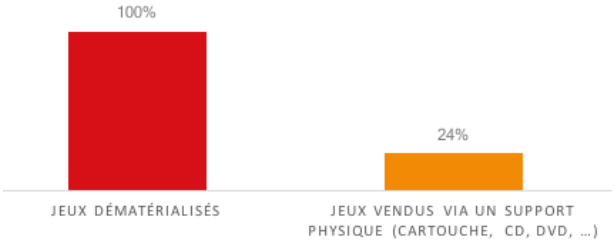


Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 91 entreprises (studios développant sur ordinateurs individuels), taux de réponse : 84,3% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

3.3 La distribution physique de jeux vidéo diminue d'année en année

L'intégralité des studios interrogés affirme commercialiser leurs productions en format dématérialisé tandis qu'ils sont 24% à assumer ce rôle sur support physique. Il y a une baisse de 5,4 points depuis 2015 mais reste stable par rapport à 2016.

20 - QUELS SONT LES MODES DE DIFFUSION DE VOS JEUX EN 2017



3.4 Modèles économiques : retour en force du modèle économique premium

63,9% des studios déclarent adopter un **modèle économique** payant à l'achat sans contenu additionnel. Il s'agit du modèle dominant dans l'industrie cette année, passant devant le modèle free-to-play jusque-là plébiscité. Le modèle free-to-play connaît un important recul de 26,8 points. Plusieurs raisons peuvent être avancées. La difficulté à maîtriser la mécanique du F2P dans sa conception et à maintenir son équilibre et son intérêt dans le gameplay. De plus, le déploiement de stratégies ARM (Acquisition, Retention, Monetization) inhérente au F2P est coûteux en investissement mais également en ressource humaine interne.

On note par contre une progression du modèle payant à l'achat avec contenu additionnel payant de 13,2 points, ainsi qu'une hausse sensible du modèle achat au chapitre (6,4%).

Enfin il convient de noter la baisse continue du modèle de la publicité in app (-9,3 points) et la cessation des abonnements.

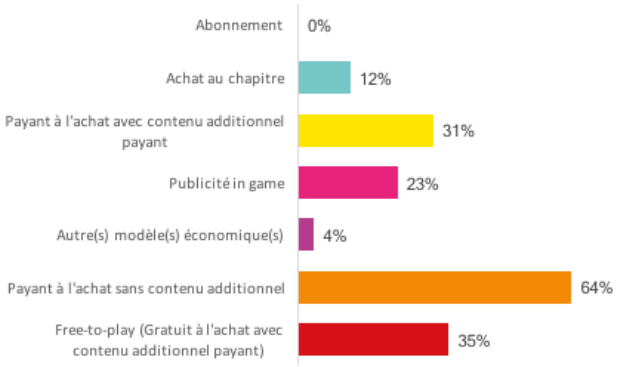
21 - LES MODÈLES ÉCONOMIQUES ADOPTÉS PAR LES STUDIOS

QUEL(S) MODÈLE(S) ÉCONOMIQUE(S) PRIVILÉGIEZ-VOUS ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Payant à l'achat sans contenu additionnel	64 %	45 %	48 %	48 %
Gratuit à l'achat avec in app purchase (free to play)	35 %	62 %	63 %	69 %
Payant à l'achat avec contenu additionnel payant	32 %	18 %	11 %	18 %
Publicité in app	23 %	32 %	39 %	38 %
Achat au chapitre	12 %	6 %	2 %	13 %
Autres modèles économiques	4 %	9 %	48 %	48 %
Abonnement*	0 %	3 %	1 %	0,0%

* «abonnement à une plateforme», «Licences», «Publicité hors app : bannière Adsense site Web»

21 - QUEL(S) MODÈLE(S) ÉCONOMIQUE(S) PRIVILÉGIEZ-VOUS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

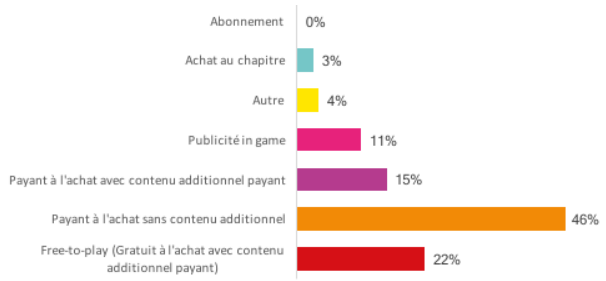
Conformément au choix fait par les studios en matière de modèles économiques, le **chiffre d'affaires** de ces derniers suit la même tendance. Le modèle économique payant sans contenu additionnel est à l'origine de presque 46% du chiffre d'affaires des studios. Le modèle free-to-play est désormais en retrait et ne compte plus que pour 22% du chiffre d'affaires des studios. On observe également une croissance significative du modèle payant associé à des **achat in app** additionnels. Désormais, ce modèle est aussi adopté par des éditeurs de jeux AAA.

22 - LE POIDS RELATIF DES MODÈLES ÉCONOMIQUES DANS LE CATALOGUE DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

QUELLE PART REPRÉSENTE CHACUN DE CES MODÈLES ÉCONOMIQUES DANS VOTRE CATALOGUE EN VOLUME DE JEUX ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015	Baromètre 2014
Payant à l'achat sans contenu additionnel	**46 %**	32 %	40 %	33 %
Gratuit à l'achat avec « in app purchase » (free to play)	**22 %**	44 %	40 %	43 %
Payant à l'achat avec contenu additionnel payant	**15 %**	10 %	4 %	6 %
Publicité in app	**11 %**	9 %	12 %	11 %
Abonnement	**4 %**	5 %	2 %	3 %
Achat au chapitre	**3 %**	1 %	1 %	4 %

22 - QUELLE PART REPRÉSENTE CHACUN DE CES MODÈLES ÉCO DANS VOTRE CATALOGUE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 108 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Dès lors que les entreprises augmentent leur masse salariale ou même leur chiffre d'affaires, elles ont tendance à utiliser plusieurs modèles économiques. Cela sous-entend en partie une volonté de diversifier la stratégie tarifaire pour adresser le plus grand nombre de joueurs.

3.5. Des budgets de production stables sur le court terme

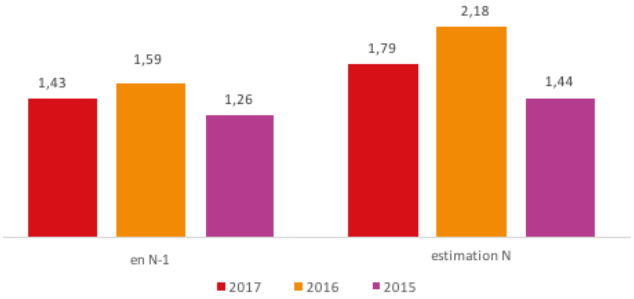
Les budgets moyens de production se stabilisent En 2016, le budget global de production annuel moyen des studios en France, était de 1,433 million d'euros soit un résultat légèrement en deçà du budget annuel moyen de 2015 et très en dessous des estimations faites par les développeurs en 2016. Selon les dirigeants des studios de développement le budget moyen prévu à fin 2017 pourrait avoisiner 1,8 million d'euros.

23 - LE BUDGET DE PRODUCTION ANNUEL MOYEN ENGAGÉ PAR STUDIO (M€)

BUDGET DE PRODUCTION ANNUEL MOYEN ENGAGÉ PAR STUDIO (M€)

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Estimation du budget moyen de l'année N-1	**1,433 €**	1,586 €	1,261 €
Estimation du budget en fin d'exercice de l'année N	**1,790 €**	2,176 €	1,440 €

23 - LE BUDGET DE PRODUCTION ANNUEL MOYEN ENGAGÉ PAR STUDIO (M€)



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 42 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 39,0% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

En ne considérant que les studios qui réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros, le budget annuel moyen de production des studios implanté sur le territoire s'élevait à 455 K euros en 2016 et les estimations des dirigeants des studios le porte en moyenne à 577 K euros à fin 2017.

Le budget de production moyen engagé par jeu vidéo en France enregistre une légère croissance entre 2016 et 2017.

Contrairement à l'année dernière, en 2017 pour les studios de développement dont le CA est inférieur à 10 millions d'euros, les budgets les plus élevés sont alloués aux jeux destinés aux consoles de salon, aux consoles portables, et aux ordinateurs individuels avec respectivement des budgets de plus de 591 K€ pour les consoles et environ 371 K€ pour les ordinateurs.

On remarque toutefois une baisse considérable du budget affecté au développement de jeux pour consoles portables, passant de 71 K€ en 2016 à un budget prévu de 11 K€ cette année. Les autres plateformes restent généralement en dessous

des 50 K€ de budget moyen par jeu. Cette différence s'accentue du fait de l'étalement des productions sur plusieurs années, à la différence des productions sur tablettes et smartphones qui peuvent être réalisées en une année voire moins.

24 - LE BUDGET DE PRODUCTION ANNUEL MOYEN ENGAGÉ PAR JEU ET PAR PLATEFORME PAR LES STUDIOS AYANT UN CA INFÉRIEUR À 10M€ (M€)

BUDGET DE PRODUCTION MOYEN ENGAGÉ PAR STUDIO PAR JEU ET PAR PLATEFORME *(hors CA > 10M€)*

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Consoles de salon	**0,591 €**	0,546 €	0,471 €
Ordinateurs Individuels	**0,371 €**	0,238 €	0,398 €
Tablettes et smartphones	**0,041 €**	0,035 €	0,155 €
Télévisions connectées	**0,032 €**	0,027 €	0,143 €
Consoles portables	**0,011 €**	0,071 €	0,050 €
Objets connectés	**0,050 €**	0,033 €	0,035 €
Autres plateformes*	**0,012 €**	0,015 €	*

*Non soumis en 2015. Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 79 entreprises (studios de développement avec un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions €), taux de réponse : 73,2% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Dans la perspective d'offrir de la visibilité à leur production, a fortiori dans le cadre d'un modèle économique free-to-play, les studios de développement font des efforts budgétaires significatifs. L'ensemble des studios réserve en moyenne 26% du budget de production à la promotion des jeux (marketing, communication).

Lorsqu'on exclut du calcul les studios qui réalisent plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, **la part du budget promotion ne représente plus que 7,5% du budget de production**. C'est très insuffisant, notamment sur le segment de marché des jeux pour smartphone et tablette, dominé par le free-to-play, qui est régi à cet égard par la règle tacite : pour 1euros d'investissement dans le développement d'un jeu, il faut consentir au moins 1 euros de dépense en acquisition de joueurs.

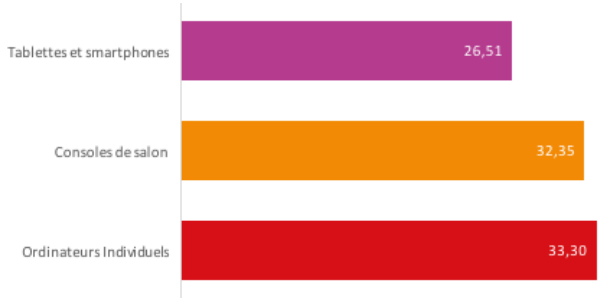
En 2017, le budget moyen de promotion par studio de développement s'élève à près de 240 000 euros. Lorsqu'on exclut les studios qui réalisent plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, le budget de promotion annuel moyen ne s'élève plus qu'à 22 700 euros par studio.

25 - LA PART DU BUDGET DE PRODUCTION CONSACRÉE À LA PROMOTION DES JEUX DES STUDIOS PAR PLATEFORME

PART DU BUDGET DE PRODUCTION CONSACRÉE À LA PROMOTION DES JEUX DES STUDIOS

	Baromètre 2017
Ordinateurs Individuels	33 %
Consoles de salon	32 %
Tablettes et smartphones	27 %
Moyenne	**26 %**

24 - LA PART DU BUDGET DE PRODUCTION CONSACRÉE À LA PROMOTION DES JEUX DES STUDIOS PAR PLATEFORME



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 82 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 75,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

26 - PART DU BUDGET DE PRODUCTION CONSACRÉE À LA PROMOTION DES JEUX DES STUDIOS AYANT UN CA INFÉRIEUR À 10 M€

PART DU BUDGET DE PRODUCTION CONSACRÉE À LA PROMOTION DES JEUX DES STUDIOS AYANT UN CA INFÉRIEUR À 10 M€

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Moyenne	**8 %**	13 %	10 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 79 entreprises (studios de développement avec un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions €), taux de réponse : 73,2% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

De façon générale, plus un studio de développement est âgé et plus il consacre des montants importants à la promotion de ses jeux. Ainsi, le budget moyen de promotion d'un studio de moins de 5 ans s'élève à 13,4 K euros, contre 42,3 pour les studios âgés de 5 à 10 et près de 308 K euros pour les studios de plus de 10 ans.

3.6 Une production majoritairement autofinancée et soutenue par les dispositifs publics

L'autofinancement constitue de manière générale une des principales sources de financement d'une entreprise. S'il assure une indépendance financière il est aussi, au regard de la faible capacité d'investissement des studios, un frein au développement des productions.

88,8% des studios interrogés ont donc recours à l'autofinancement pour produire leurs jeux. Les deux principales raisons à l'origine de ce chiffre: les importantes difficultés d'accès à des financements extérieurs combinées à la volonté de conserver la maîtrise de ses projets.

Néanmoins, les dispositifs publics de soutien à la production restent largement utilisés par les studios. Ainsi **les aides nationales et régionales sont utilisées par plus des 2/3 des studios**. 35,5% d'entre eux recourent au FAJV, 18,8% aux CIJV et 19,6% aux les aides régionales.

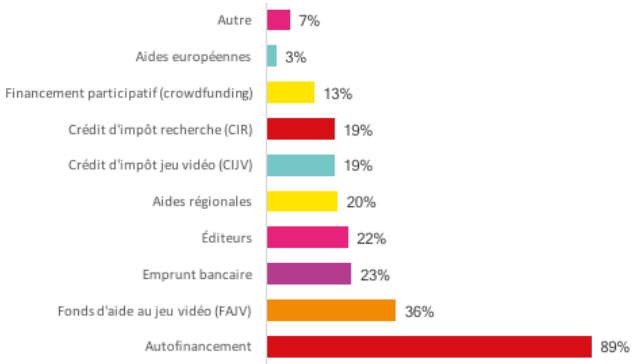
En 2017, pour la première fois, les entreprises interrogées recourent plus aux établissements bancaires qu'aux éditeurs pour financer leur production. Les entreprises du secteur rassurent progressivement les établissements de crédits.

27 - LES DISPOSITIFS DE FINANCEMENT UTILISÉS PAR LES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT POUR FINANCER LEUR PRODUCTION

COMMENT FINANCEZ-VOUS VOS PRODUCTIONS ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Autofinancement	89 %	92 %	91 %
Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)	36 %	48 %	44 %
Emprunt bancaire	23 %	28 %	15 %
Éditeurs	22 %	31 %	27 %
Aides régionales	20 %	27 %	19 %
Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV)	19 %	22 %	20 %
Crédit d'impôt recherche (CIR)	19 %	*	2 %
Financement participatif	13 %	14 %	12 %
Aides européennes	3 %	5 %	4 %

25 - COMMENT FINANCEZ-VOUS VOS PRODUCTIONS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017
Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

3.7 L'autofinancement et les éditeurs impactent la chaine de financement de la production

Lorsque l'on mesure l'impact des différents modèles de financement de la production, on note que l'autofinancement reste la source de financement prioritaire, les éditeurs arrivent en 2e position. On constate cependant une hausse importante de 11,5 points de l'autofinancement et une baisse du recours aux éditeurs et financements publics avec respectivement 4,8 points en moins pour les éditeurs et 4,4 en moins pour les financements d'Etat. Ainsi les mécanismes publics, bien que plébiscités par les studios ne contribuent in fine que faiblement à la production.

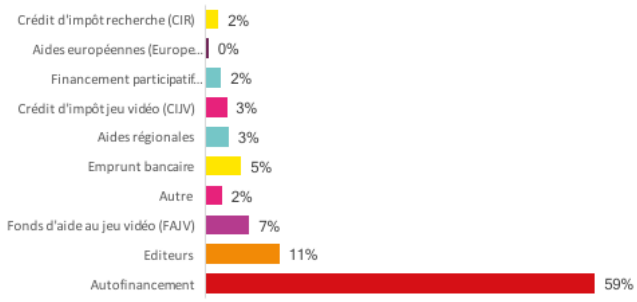
28 - LA RÉPARTITION DES MODES DE FINANCEMENT DANS LES BUDGETS DE PRODUCTION DES STUDIOS

À QUELLE HAUTEUR CES DISPOSITIFS PARTICIPENT-ILS AU FINANCEMENT DE VOTRE PRODUCTION ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Autofinancement	59 %	48 %	60 %
Éditeurs	11 %	16 %	14 %
Fonds d'aide au jeu vidéo	7 %	11 %	8 %
Autre*	2 %	8 %	11 %
Emprunt bancaire	5 %	6 %	3 %
Aides régionales	3 %	4 %	3 %
Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV)	3 %	3 %	2 %
Financement participatif	2 %	3 %	1 %
Aides européennes (Europe Créatives)	0 %	1 %	0 %

* Crédit d'impôt recherche, investisseurs privés, financement client (autre qu'un éditeur)

26 - À QUELLE HAUTEUR CES DISPOSITIFS PARTICIPENT-ILS AU FINANCEMENT DE VOTRE PRODUCTION ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Logiquement, les studios les plus matures (plus de 10 ans) sont ceux qui travaillent le plus avec les éditeurs (61,3%). Et on constate que le recours au CIJV évolue à la baisse avec l'ancienneté. 23,8% des studios de moins de 5 ans recourent au CIJV alors qu'ils sont 12,0% chez les plus de 10 ans. Le financement participatif diminue avec l'ancienneté des studios et tend à disparaitre pour les studios de plus de 10 ans. Ils sont 22,6% à l'utiliser chez les moins de 5 ans, 5,0% chez les 5 à 10 ans.

L'EMPLOI DANS L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EN FRANCE

1 UNE FORTE CROISSANCE DE L'EMPLOI DANS TOUTES LES TAILLES D'ENTREPRISES, QUELS QUE SOIENT LES ACTIVITÉS ET LES MARCHÉS VISÉS

1.1 Bien qu'en recul la convention Syntec demeure la convention collective la plus utilisée

Une grande majorité des entreprises est rattachée au Syntec (40,4%) en baisse depuis 2015 (63,0%).

29 - LES CONVENTIONS COLLECTIVES DES ENTREPRISES

À QUELLE CONVENTION COLLECTIVE EST RATTACHÉE VOTRE ENTREPRISE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Syntec	40 %	51 %	63 %
Autre*	18 %	18 %	15 %
Jeux et jouets	6 %	12 %	8 %
Bureaux d'études techniques	17 %	7 %	4 %
Audiovisuel	4 %	6 %	4 %
Animation	6 %	3 %	1 %
Organisme de formation	4 %	2 %	2 %
Commerce de gros	2 %	1 %	1 %
Commerce et services de l'audiovisuel	2 %	1 %	1 %
Entreprises techniques**	3 %	nd	nd
Intermittents du spectacle	1 %	nd	nd

*presse, édition de musique, vente à distance, publicité, programmation informatique, NR (ouvriers, employés), aucune affiliation ** Entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC2717) Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 198 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.2 La représentation des femmes dans les studios de développement est en progression chaque année

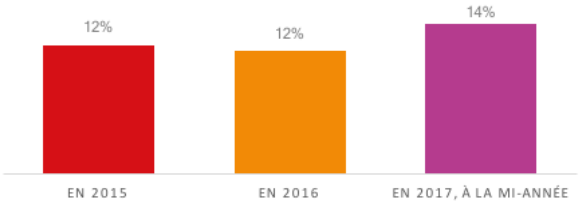
La part des femmes dans l'effectif des studios, si elle est encore faible, augmente chaque année. On constate une hausse en cours de 2,6 points en 2017 par rapport à 2016.

30 - LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS L'EFFECTIF DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT (%)

QUELLE EST LA PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF DE L'ENTREPRISE ?

En 2017, à mi-année	En 2016	En 2015	En 2014
14,4 %	11,8 %	12,4 %	10,6 %

27 - QUELLE EST LA PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 96 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

On constate que la part des femmes dans l'effectif est la plus élevé :
- en **2014** dans les studios de plus de 5 ans (15,6%),
- en **2017** dans les studios de moins de 5 ans (16,4%).

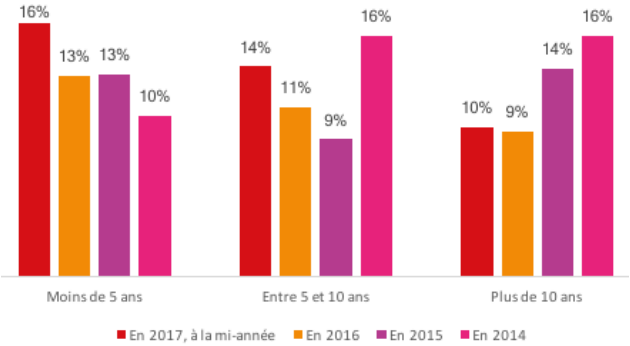
31 - LA PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF EN FONCTION DE L'ANCIENNETÉ DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

ANCIENNETÉ DES STUDIOS ET PART DES FEMMES

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
En 2017, à mi-année	16 %	14 %	10 %	14 %
En 2016	13 %	11 %	9 %	12 %
En 2015	13 %	9 %	14 %	12 %
En 2014	10 %	16 %	16 %	11 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 96 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

28 - QUELLE EST LA PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 96 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

* Une petite entreprise au sens de l'Union Européenne compte un effectif inférieur à 50 personnes, et un chiffre d'affaires annuel ou total bilan annuel inférieur à 10 millions d'euros

1.3 Le volume d'emplois équivalent temps plein (ETP) moyen toujours en progression

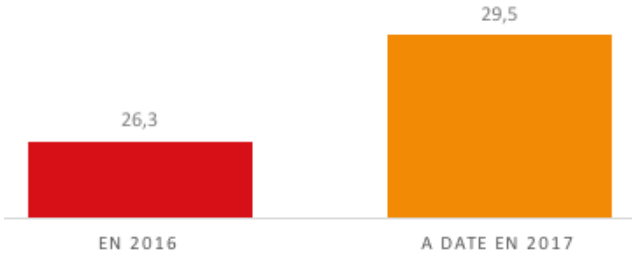
Les entreprises du secteur des jeux vidéo sont dans leur très grande majorité des petites entreprises[3], avec une moyenne de 29,5 emplois équivalents temps plein (ETP) en France en 2017. Cela constitue une progression de 3,2 ETP depuis 2016. On constate cependant d'importants écarts puisque la médiane est de 6 laissant donc la moitié des entreprises avec 6 ETP et moins.

32 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP PAR ENTREPRISE

EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

En 2017, à mi-année	En 2016	En 2015
29,5	26,3	26

29 - QUEL ÉTAIT L'EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE ?



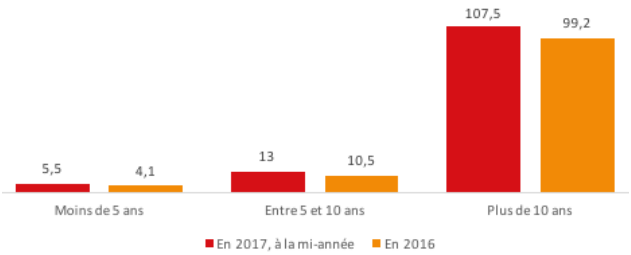
Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 136 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 68,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Le nombre d'ETP augmente de manière exponentielle avec l'âge de l'entreprise. Alors que les entreprises de moins de 5 ans comptent 5,5 emplois ETP en moyenne en 2017, celles âgées de plus de 10 ans en comptent 107,5.

33 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP PAR ENTREPRISE EN FONCTION DE LEUR ANCIENNETÉ

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
En 2017 mi-année	5,5	13,0	107,5	**29,5**
En 2016	4,1	10,5	99,2	**26,3**
En 2015	7,5	11,1	94,5	**26,0**

30 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP PAR ENTREPRISE EN FONCTION DE LEUR ANCIENNETÉ



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 136 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 68,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

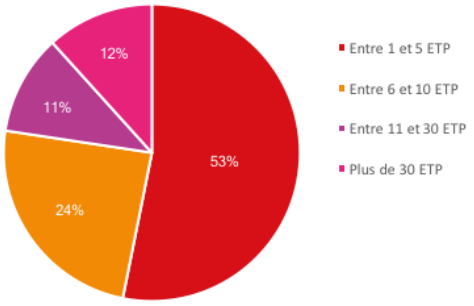
Plus de 77% des entreprises interrogées ont moins de 11 ETP en 2017. Parmi celles âgées de moins de 5 ans, aucune n'a plus de 30 personnes dans ses effectifs tandis que parmi celles âgées de 5 à 10 ans, seulement 6,7% ont plus de 30 ETP. On constate que les phases de recrutement diminuent avec la maturité des entreprises. Ainsi, seules 48,0% des entreprises de plus de 10 ans ont plus de 30 ETP.

34 - LA RÉPARTITION DES EMPLOIS ETP DE 2017 EN FONCTION DE L'ÂGE DES ENTREPRISES

RÉPARTITION DES EMPLOIS ETP DE 2017 EN FONCTION DE L'ÂGE DES ENTREPRISES

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Total
Entre 1 et 5 ETP	**78 %**	40 %	20 %	**53 %**
Entre 6 et 10 ETP	14 %	**40 %**	20 %	**24 %**
Entre 11 et 30 ETP	9 %	**13 %**	12 %	**11 %**
Plus de 30 ETP	0 %	7 %	**48 %**	**11,7 %**

31 - LA RÉPARTITION DES EMPLOIS ETP DE 2016 EN FONCTION DE L'ÂGE DES ENTREPRISES



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 128 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 64,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.4 Le volume d'emplois ETP augmente aussi chez les éditeurs et distributeurs

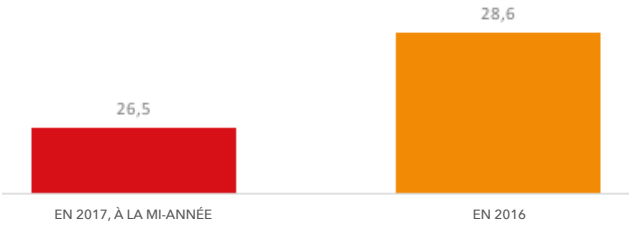
La moyenne des emplois ETP des éditeurs et distributeurs augmente en 2017 passant de 26,5 à 28,7 soit une **hausse de 8,3% en un an**. Après avoir subi un fort recul entre temps, on comptait 33,5 emplois ETP en moyenne en 2013.

35 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP DES ÉDITEURS ET DISTRIBUTEURS (HORS ACTIVITÉ ÉDITION D'UBISOFT)

EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Estimation 2017	En 2016	En 2015
28,7	26,5	12,1

32 - PROFESSIONNELS DU JEU VIDÉO - QUEL ÉTAIT L'EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 26 entreprises (éditeurs et distributeurs), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.5 L'emploi dans les studios de développement poursuit sa croissance en 2017

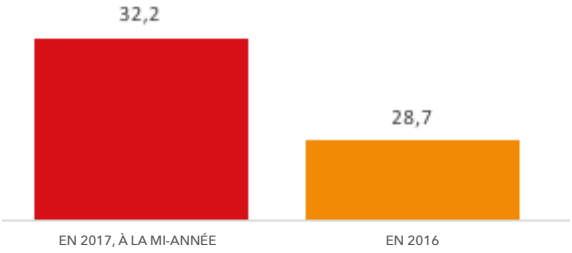
Les studios de développement comptent en moyenne 28,7 emplois ETP sur l'exercice 2016. Le premier semestre 2017 semble avoir été l'occasion de recruter puisqu'on observe une augmentation de 3,5 emplois ETP. Cette tendance est observée quelle que soit la tranche d'ancienneté des entreprises.

36 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP PAR STUDIO DE DÉVELOPPEMENT

EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Estimation 2017	En 2016	En 2015
32,2	28,7	25,2

33 - STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT - QUEL ÉTAIT L'EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE ?



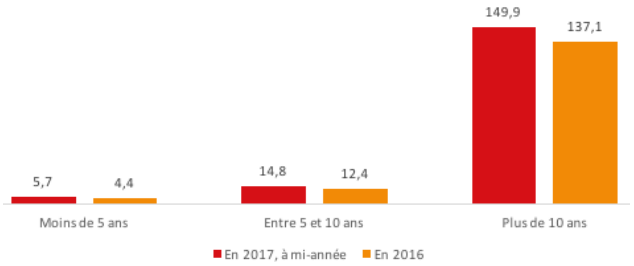
Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 97 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 89,8% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

37 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP EN FONCTION DE L'ÂGE DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

EMPLOIS ETP MOYENS EN FONCTION DE L'ÂGE DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
En 2017 mi-année	5,7	14,8	149,9	32,2
En 2016	4,4	12,4	137,1	28,7

34 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP EN FONCTION DE L'ÂGE DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 97 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 89,8% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Concernant la répartition des emplois ETP des studios par tranche d'âge, le constat est le même que celui effectué pour l'ensemble des entreprises.

38 - LA RÉPARTITION DES EMPLOIS ETP EN FONCTION DE L'ANCIENNETÉ DES STUDIOS EN 2015

ANCIENNETÉ ET EMPLOIS ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Total
Entre 1 et 5 ETP	81 %	38 %	7 %	55 %
Entre 6 et 10 ETP	9 %	41 %	21 %	22 %
Entre 11 et 30 ETP	11 %	13 %	14 %	12 %
Plus de 30 ETP	0 %	9 %	57 %	12 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 97 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 89,8% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Les emplois équivalent temps plein des studios de moins de 100 salariés. Notre échantillon est composé à 84% de studios de moins de 100 salariés. Cependant, la moyenne des ETP de l'ensemble des studios de développement français est fortement impactée par le volume d'emplois dans les entreprises de plus de 100 salariés. La moyenne des ETP (plus que) double lorsqu'on intègre les plus gros studios de développement français. Pour refléter la réalité de la grande majorité du tissu d'entreprises de développement, on recompose un échantillon constitué uniquement des studios de développement de moins de 100 salariés.

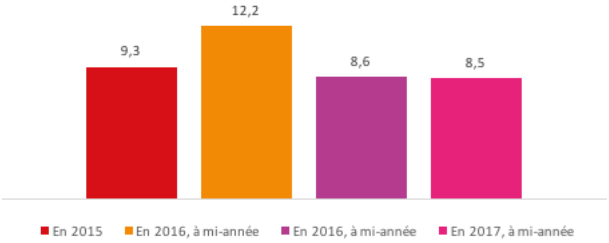
Ces studios comptent en moyenne 8,6 emplois ETP en 2016 contre 8,5 au premier semestre 2017, soit une baisse de 0,1 emploi ETP. Entre 2014 et 2017, les studios de développement de jeux vidéo en France de moins de 100 ETP pourraient perdre 3,1 ETP en moyenne.

39 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP PAR STUDIO DE DÉVELOPPEMENT

EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Estimation 2017	En 2016	En 2015	En 2014	En 2013
8,5	8,6	9,3	11,6	10,8

35 - EFFECTIF TOTAL DE VOTRE ENTREPRISE, EN VOLUME D'ETP À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 91 entreprises (studios de développement avec moins de 100ETP), taux de réponse : 84,3% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Le nombre d'emplois ETP évolue à la hausse en fonction de l'ancienneté de l'entreprise. Il passe d'une moyenne 5,7 ETP pour les plus jeunes studios à une moyenne de 14,7 ETP pour les plus anciens.

40 - LA MOYENNE DES EMPLOIS ETP EN FONCTION DE L'ÂGE DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

ANCIENNETÉ ET EMPLOIS ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN

	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
Estimation 2017	5,7	11,7	14,7	**8,5**
En 2016	4,4	12,4	20,1	**8,6**
En 2015	6,1	12,8	26,5	**9,3**
En 2014	8,0	11,2	24,9	**11,6**

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 91 entreprises (studios de développement avec moins de 100ETP), taux de réponse : 84,3% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2 DES EMPLOIS PÉRENNES ET QUALIFIÉS

2.1 Les talents privilégiés grâce aux emplois durables et hautement qualifiés

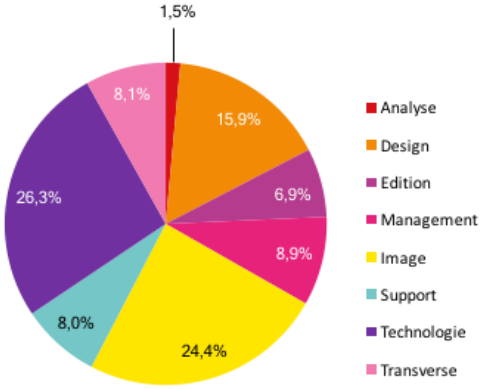
Les métiers issus de l'informatique et les métiers de la création sont ceux qui constituent la majorité des effectifs dans les entreprises du secteur. Ainsi, les emplois dits technologiques[4], représentent 26,3% des effectifs, suivis des métiers de l'image (24,4%), des chiffres légèrement différents de ceux de 2016.

Les métiers liés au design perdent cette année en représentativité dans les entreprises) avec une baisse de 0,9 points entre 2016 et 2017, après en avoir gagnée entre 2015 et 2016 de 2,1 points.

41-LA RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES ENTREPRISES EN FONCTION DES CATÉGORIES DE MÉTIERS

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Technologie	26 %	30 %	29 %
Image	24 %	26 %	24 %
Design	16 %	17 %	15 %
Management	9 %	11 %	14 %
Support	8 %	6 %	10 %
Transverse	8 %	9 %	8 %
Analyse	2 %	2 %	0 %

36 - RÉPARTITION DES EFFECTIFS ETP PAR GROUPES DE MÉTIERS



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 132 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 66,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2.2 Près de 2/3 des emplois sont des CDI mais le recours au CDD augmente

Les contrats CDI restent largement majoritaires dans le secteur du jeu vidéo (62,3%) en 2017, en progression de 3,8 points par rapport à 2016. La part de CDD est en hausse de 1,2 points alors qu'elle était en baisse en 2016 de 1,5 points en raison notamment du recours plus important aux freelances et aux prestataires (-3,8 points cette année, les mêmes 3,8 points perdus en 2016).

42 - LA RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES ENTREPRISES EN FONCTION DU TYPE DE CONTRAT

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
CDI	62 %	59 %	63 %
Freelances/prestataires	15 %	19 %	15 %
CDD	12 %	11 %	12 %
Stagiaires	7 %	5 %	5 %
Intermittents	1 %	2 %	3 %
Autre*	2 %	2 %	1 %
Travailleur Non Salarié	0 %	0 %	1 %
Intérim	1 %	2 %	0 %

* «Gérance», «Associés» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 132 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 66,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

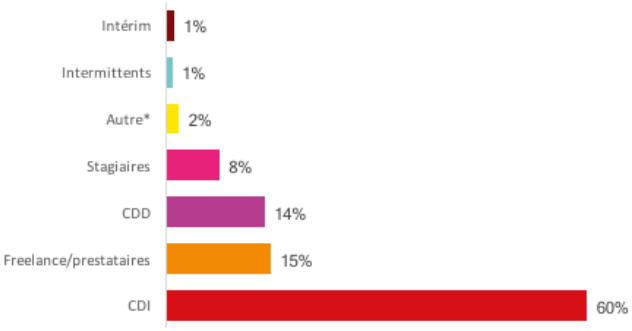
La répartition des effectifs des studios est peu différente de celle de la totalité des entreprises du secteur. Les contrats sont là aussi majoritairement des CDI (59,6%), comme en 2016 (59,4%).

43 - LA RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES STUDIOS EN FONCTION DU TYPE DE CONTRAT

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
CDI	60 %	60 %	60 %
Freelances/prestataires	15 %	19 %	17 %
CDD	14 %	11 %	13 %
Stagiaires	8 %	6 %	6 %
Intermittents	1 %	2 %	3 %
Autre*	2 %	2 %	1 %
Travailleur Non Salarié	0 %	0 %	1 %
Intérim	1 %	0 %	0 %

* «Associés» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 96 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

37 - RÉPARTITION DES EFFECTIFS EN FONCTION DES CONTRATS DE TRAVAIL



* «Associés» Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 96 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

[4] I.e. directeur technique, lead programmeur, programmeur moteur, programmeur gameplay, programmeur spécialisé (IA, Outils, Physique,…)

3 DE TRÈS NOMBREUSES CRÉATIONS D'EMPLOIS EN 2018

3.1 Une très grande majorité d'entreprise va recruter d'ici 2018

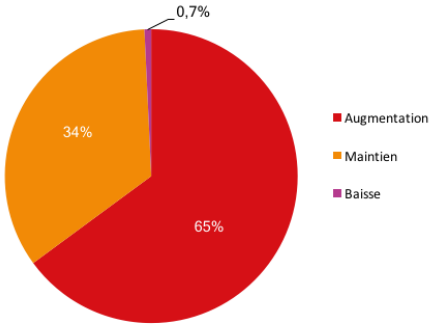
Les acteurs du jeu vidéo devraient étoffer leurs équipes puisque **65% d'entre eux souhaitent recruter d'ici 2018**. Un résultat en hausse par rapport à 2016 puisqu'elles étaient 51% à le souhaiter à cette époque. De surcroît, la part des entreprises souhaitant réduire leur effectif a diminué à 0,7% après s'être stabilisée à 3,9% en 2016.

44 - L'ÉVOLUTION DES EFFECTIFS DES ENTREPRISES

COMMENT VOS EFFECTIFS VONT-ILS ÉVOLUER D'ICI L'ANNÉE PROCHAINE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Augmentation	65 %	51 %	49 %
Maintien	34 %	45 %	45 %
Baisse	1 %	4 %	6 %

38 - COMMENT VOS EFFECTIFS VONT-ILS ÉVOLUER D'ICI L'ANNÉE PROCHAINE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 134 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 67,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

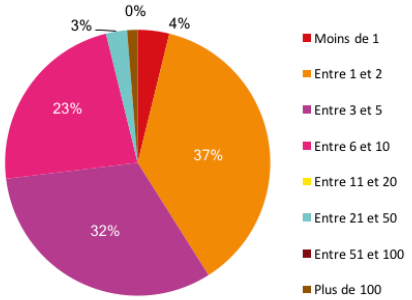
Les signes sont également encourageants concernant le volume d'emploi qui pourrait être créé. Près de 55,2% des entreprises qui se disent prêtes à recruter seraient disposées à le faire à hauteur de 3 à 10 ETP et 41% jusqu'à 2 ETP.

45 - RÉPARTITION DU VOLUME D'EMPLOI CRÉÉ D'ICI 2018

COMMENT VOS EFFECTIFS VONT-ILS ÉVOLUER D'ICI L'ANNÉE PROCHAINE ?

Moins de 1 emploi créé	4 %
Entre 1 et 2 emplois créés	37 %
Entre 3 et 5 emplois créés	32 %
Entre 6 et 10 emplois créés	23 %
Entre 11 et 20 emplois créés	0 %
Entre 21 et 50 emplois créés	3 %
Entre 51 et 100	0 %
Plus de 100	1 %

39 - COMBIEN D'EMPLOI ETP ALLEZ-VOUS CRÉER D'ICI À 2018 ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 87 entreprises (entreprises souhaitant recruter), taux de réponse : 43,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

3.2 Près de 1300 créations d'emploi en 2018 dans l'industrie

Dans un contexte décidemment très favorable, **le secteur des jeux vidéo pourrait créer près de 1 300 emplois ETP en 2018**, dont 890 dans l'activité de développement de jeux. Pour l'ensemble du secteur des jeux vidéo en France, cela équivaut à la création de 1.2 emploi ETP par entreprise.

Pour rappel, la création d'emploi dans le secteur avait été estimée à plus de 750 ETP pour l'année 2017. Les futures créations seront en majorité des CDI (44%) et des CDD (25%).

On constate une **baisse du recours aux freelances et prestataires**, passant de 21,7% en 2016 à 15,2% en 2017. Elle pourrait être à l'opposé de l'émancipation des talents dans l'industrie du jeu vidéo, qui s'inscrivent désormais dans le phénomène « indé » en adoptant un statut de travailleur indépendant et en développant une activité de sous-traitance.

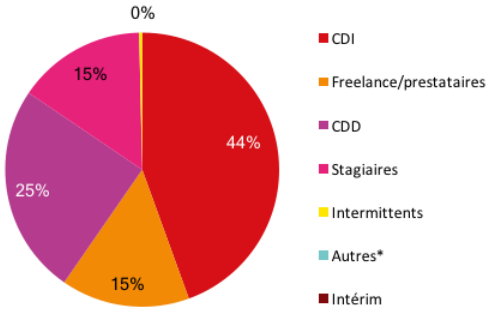
Très peu d'embauches se feront via des dispositifs contractuels plus précaires : 16% en totalisant les stagiaires ou encore les intermittents. Le recours au CDD se maintient structurellement en raison des fluctuations de la production. La nécessité d'étendre les CDD d'usages au secteur du jeu vidéo est donc devenue nécessaire pour assurer la pérennité de certaines productions en France.

46 - LES TYPES D'EMPLOIS CRÉÉS D'ICI À L'ANNÉE PROCHAINE

PARMI CE(S) NOUVEAU(X) POSTE(S) À POURVOIR, INDIQUEZ LE NOMBRE DE :

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
CDI	45 %	44 %	52 %
CDD	25 %	23 %	24 %
Freelances/prestataires	15 %	22 %	15 %
Stagiaires/apprentis	15 %	11 %	8 %
Intermittents	0 %	1 %	1 %
Intérimaires	0 %	0 %	0 %
Autre	0 %	0 %	0 %

40 - LES TYPES D'EMPLOIS CRÉÉS D'ICI À 2018



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 83 entreprises (entreprises souhaitant recruter), taux de réponse : 41,9% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

ESGI
école supérieure de génie informatique

La Grande École d'Informatique
N°1 en Alternance de Bac à Bac +5

Diplômes reconnus par l'État Niveaux 1 & 2

9 spécialisations
possible dès la 3e année

1000 entreprises
partenaires

Alternance possible
dès la 1re année

Spécialisation
Ingénierie de la 3D et des Jeux Vidéo

Admissions Ouvertes
D'Octobre à Septembre

www.esgi.fr - Tel : **01 56 06 90 41** - Mail : **admissions@esgi.fr**

LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE DES ENTREPRISES FRANÇAISES DE JEUX VIDÉO

1 DES ENTREPRISES TOUJOURS VIGILANTES DANS UNE CONJONCTURE ÉCONOMIQUE FRAGILE

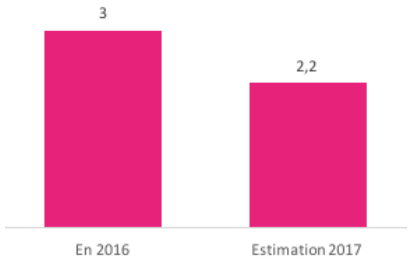
1.1 Le chiffre d'affaires moyen des entreprises du secteur accuse une baisse

Le chiffre d'affaires moyen déclaré par les entreprises interrogées était de 3 millions d'euros en 2016. Il diminue de 26,5% en 2017 pour s'établir à 2,2 millions d'euros La médiane est à 130 000 euros et illustre une forte disparité entre les petites et grosses entreprises. Le nombre grandissant de micro entreprises explique sans doute cette baisse.

47 - LE CA MOYEN DES ENTREPRISES INTERROGÉES (M€)

VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES	
Estimation 2017	2,204 €
En 2016	2,997 €
En 2015	4,058 €

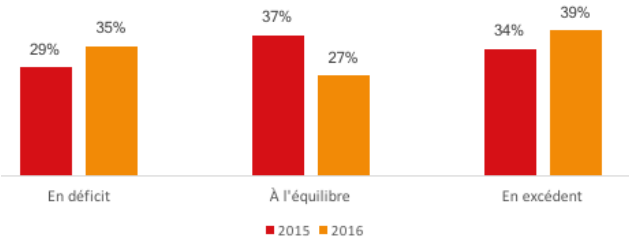
41 - LE CA MOYEN DES ENTREPRISES INTERROGÉES (M€)



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 143 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 72,22% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Cette baisse notable du chiffre d'affaires trouve également son origine chez les entreprises âgées de plus de 10 ans, qui anticipent une baisse de plus de 54% de leurs revenus entre 2016 et 2017.

42 - LA SITUATION FINANCIÈRE DES ENTREPRISES FIN 2015 ET FIN 2016



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 144 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 72,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

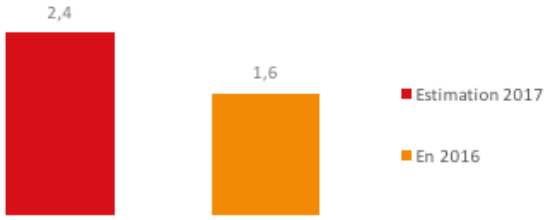
1.2 Le chiffre d'affaires des studios en forte progression

Le chiffre d'affaires des studios de développement enregistre une hausse de 48,9% entre 2016 et 2017, et devrait atteindre 2,45 millions d'euros en moyenne.

48 - L'ÉVOLUTION DU CA MOYEN DES STUDIOS INTERROGÉS (M€)

VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PÉRIODE	
Estimation 2017	2,446 €
En 2016	1,643 €

43 - ÉVOLUTION DU CA DES STUDIOS INTERROGÉS ENTRE 2016 ET 2017 (M€)



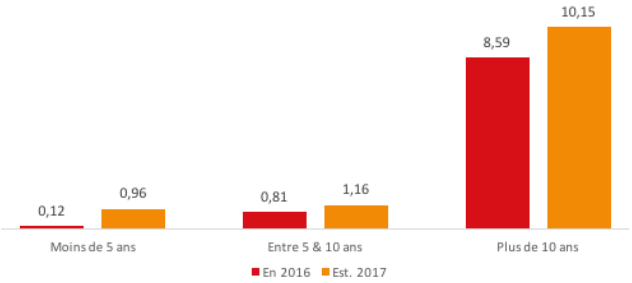
Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 103 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 95,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

En 2016 le chiffre d'affaires moyen des studios de développement de moins de 10 ans était de 929 K€, et, les entreprises de plus de 10 ans d'ancienneté culminent jusqu'à 8.6 millions €. Ces chiffres ont évolué de parts et d'autres en 2017, respectivement 2 117 K€ et 10.1 millions €.

49 - LE CA MOYEN DES STUDIOS INTERROGÉS PAR ANCIENNETÉ

CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES EN FONCTION DE LEUR ANCIENNETÉ	Moins de 5 ans	Entre 5 et 10 ans	Plus de 10 ans	Moyenne
Estimation 2017	0,961 €	1,156 €	10,145 €	2,447 €
En 2016	0,121 €	0,808 €	8,594 €	1,643 €

44 - ÉVOLUTION DU CA DES STUDIOS ENTRE 2016 ET 2017 EN FONCTION DE L'ANCIENNETÉ (M€)



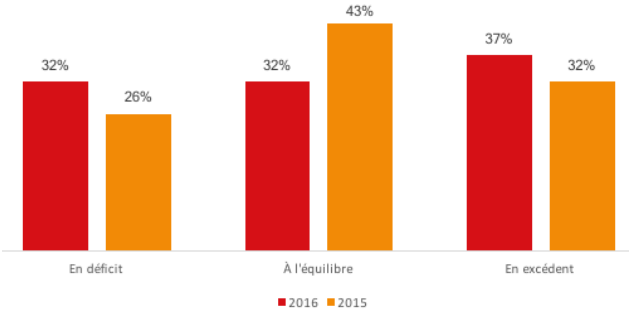
Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 103 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 95,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

La situation financière des studios fin 2016 montre que 68,3% d'entre eux sont au moins à l'équilibre. Cela correspond à un recul de 6 points par rapport à l'exercice 2015.

50 - LA SITUATION FINANCIÈRE DES STUDIOS FIN 2015 ET 2016

CLÔTURE DE L'EXERCICE COMPTABLE	En déficit	À l'équilibre	En excédent
En 2016	**32 %**	**32 %**	**37 %**
En 2015	**26 %**	**43 %**	**32 %**

45 - LA SITUATION FINANCIÈRE DES STUDIOS FIN 2015 ET FIN 2016



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 102 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 94,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

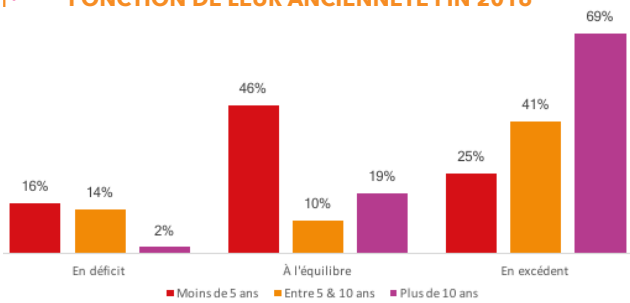
Sur l'exercice 2016, le déficit touche davantage les studios âgés de moins de 5 ans. Ils sont 15,8% à être dans cette situation contre 13,9% des studios de de 5 à 10 ans et 2,0% des studios de plus de 10 ans.

Les studios de plus de 10 ans semblent avoir connu une hausse d'activité en 2016. Ils sont près de 69% à être en excédent fin 2016 contre 53,3% fin 2015. A l'inverse, les studios de moins de 5 ans ont plus terminé l'exercice en équilibre l'année dernière. Le taux de stabilité chez ces studios a sensiblement régressé (53,6% l'année dernière), ils sont donc moins nombreux à être à l'équilibre (-7,2 points).

51 - LA SITUATION FINANCIÈRE FIN 2016 DES STUDIOS EN FONCTION DE LEUR ANCIENNETÉ

CLÔTURE DE L'EXERCICE COMPTABLE	En déficit	À l'équilibre	En excédent
Moins de 5 ans	**16 %**	**46 %**	**25 %**
Entre 5 et 10 ans	**14 %**	**10 %**	**41 %**
Plus de 10 ans	**2 %**	**19 %**	**69 %**
Total	**32 %**	**32 %**	**37 %**

46 - LA SITUATION FINANCIÈRE DES STUDIOS EN FONCTION DE LEUR ANCIENNETÉ FIN 2016



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 102 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 94,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Les studios de développement (hors studios enregistrant un CA de plus de 10 millions d'euros) affichent un chiffre d'affaires moyen en recul par rapport à 2015. Pour autant les dirigeants de studio anticipent une amélioration de leur situation d'ici la fin de l'année 2017.

52 - LE CA DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT (M€)

VOTRE CA POUR LA PÉRIODE	
Estimation 2017	**0,515 €**
En 2016	**0,436 €**
En 2015	**0,743 €**
En 2014	**0,884 €**
En 2013	**0,669 €**

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 97 entreprises (studios de développement avec un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions €), taux de réponse : 89,8% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.3 Les capitaux propres augmentent

Avec une moyenne de 496 K€ en 2016 et de 643 K€ en 2017, les capitaux propres des entreprises interrogées ont augmenté de 29,64%.

53 - LE MONTANT DES CAPITAUX PROPRES DES ENTREPRISES PAR ANCIENNETÉ (M€)

MONTANT DES CAPITAUX PROPRES DES ENTREPRISES PAR ANCIENNETÉ	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Moins de 5 ans	**0,233 €**	**0,119 €**	**0,092 €**
Entre 5 et 10 ans	**0,888 €**	**0,809 €**	**0,160 €**
Plus de 10 ans	**6,906 €**	**2,979 €**	**2,263 €**
Moyenne	**0,643 €**	**0,496 €**	**0,528 €**

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 140 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 70,7% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Du côté des studios, la même augmentation peut être constatée. L'augmentation la plus marquante est observée dans les studios de plus de 10 ans (+5%).

Comme c'est souvent le cas, cette croissance va résulter pour l'essentiel d'une accumulation de profits. Cette situation démontre la capacité des entreprises à créer du profit sur leurs productions et peut leur permettre d'investir sur des projets à venir.

54 - LE MONTANT DES CAPITAUX PROPRES DES STUDIOS PAR ANCIENNETÉ (M€)

MONTANT DES CAPITAUX PROPRES DES STUDIOS PAR ANCIENNETÉ

	En 2017	En 2016	En 2015
Moins de 5 ans	0,061 €	0,048 €	0,114 €
Entre 5 et 10 ans	0,217 €	0,183 €	0,148 €
Plus de 10 ans	3,132 €	2,979 €	3,448 €
Moyenne	0,534 €	0,496 €	0,636 €

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 101 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 93,5% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.4 Une industrie tournée vers l'exportation

En 2016, 34,4% du chiffre d'affaires des studios interrogés étaient réalisés à l'international. C'est moins qu'en 2015 et 2014. En revanche, les dirigeants interrogés sont plus optimistes pour 2017 où la part de chiffre d'affaires réalisée à l'international pourrait s'élever à 42%.

55 - LA PART DE L'EXPORTATION DES STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT

QUELLE EST LA PART DE L'EXPORTATION DANS VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES ?

Estimation 2017	42 %
En 2016	34 %
En 2015	38 %
En 2014	42 %
En 2013	41 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 103 entreprises (studios de développement ayant répondu «Oui» à la question 23 sur l'auto-commercialisation) Taux de réponse : 95,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Lorsqu'on prend uniquement en compte les résultats liés à la production de jeux vidéo (hors donc la part du chiffre d'affaires lié à la prestation), le chiffre d'affaires moyen généré par l'exportation est de 290 K€ en 2017 par entreprise, une part en baisse par rapport aux 329 K€ de l'année dernière.

La part du budget consacrée au développement international s'élève à 13.6% dans les studios de développement, une baisse de 0,3 points par rapport à l'année précédente. Cela représente un investissement moyen d'un peu plus de 357 K€ par studio (au-dessus des 220 K€ de l'année dernière) et qui en rapporte près de 223 K€ contrairement aux 330 K€ annoncés à la même époque il y a un an.

56 - PART DU BUDGET CONSACRÉ AU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL PAR LES ENTREPRISES

QUELLE PART DE VOTRE BUDGET CONSACREZ-VOUS À VOTRE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL ?

Estimation 2017	13 %
En 2016	17 %
En 2015	19 %
En 2014	16 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

57 - PART DU BUDGET CONSACRÉ AU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL PAR LES STUDIOS

QUELLE PART DE VOTRE BUDGET CONSACREZ-VOUS À VOTRE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL ?

Estimation 2017	14 %
En 2016	14 %
En 2015	20 %
En 2014	16 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 95 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 88,0% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2 LA QUESTION CRITIQUE DU FINANCEMENT DU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE

2.1 Un accès difficile au financement de la croissance des entreprises

28,0% des entreprises ressortissantes du secteur des jeux vidéo recourent au crédit bancaire pour financer leur activité. Malgré une légère baisse par rapport à 2016 (-3 points) son accès reste toujours difficile au regard du témoignage des entrepreneurs. Près de 58% d'entre eux accède difficilement ou très difficilement au crédit bancaire.

La part de recours aux fonds propres pour financer la production croît par rapport à 2016. Il correspond au recul net d'autres sources de financement (aides régionales, capital investissement, crédit bancaire, exploitation).

58 - LES SOURCES DE FINANCEMENT DES ENTREPRISES INTERROGÉES

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Fonds propres	87 %	69 %	72 %
Exploitation	49 %	51 %	59 %
Aides nationales	28 %	35 %	35 %
Crédits bancaires	28 %	31 %	22 %
Capital investissement	13 %	23 %	15 %
Aides régionales	19 %	20 %	23 %
Autre*	8 %	12 %	1 %
Aides européennes	3 %	7 %	8 %
Crédit d'impôt recherche	0 %	0 %	0 %

* «leasing», «filiale de société étrangère». Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 132 entreprises (éditeurs et studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

59 - LES CONDITIONS D'ACCÈS AU CRÉDIT BANCAIRE DES ENTREPRISES INTERROGÉES

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
J'y accède très facilement	8 %	5 %	5 %
J'y accède facilement	35 %	20 %	14 %
J'y accède difficilement	37 %	20 %	17 %
J'y accède très difficilement	21 %	11 %	10 %
On m'a refusé un crédit	*	3 %	6 %
Jamais eu recours au crédit bancaire	*	41 %	49 %

* Non soumis Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 131 entreprises (éditeurs et studios de développement), taux de réponse : 99,2% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2.2 Pourtant, des besoins affirmés de financements structurels

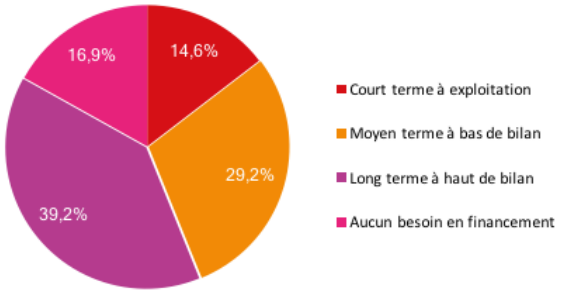
Les besoins prioritaires de financement concernent le long terme (39%) et moyen terme (29%). La distinction au niveau de la priorité entre ces 2 besoins se resserre puisque l'écart entre les pourcentages passe de 30 points en 2016 à 10 points en 2017.

60 - LES BESOINS EN FINANCEMENT DES ENTREPRISES INTERROGÉES

QUALIFICATION DES BESOINS EN FINANCEMENT

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Court terme à exploitation	15 %	12 %	13 %
Moyen terme à bas de bilan	29 %	29 %	38 %
Long terme à haut de bilan	39 %	59 %	49 %
Aucun besoin en financement *	17 %	*	*

47 - COMMENT QUALIFIERIEZ-VOUS VOS BESOINS EN FINANCEMENT ?



* Non soumis les différentes années Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 132 entreprises (éditeurs et studios de développement), taux de réponse : 100% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

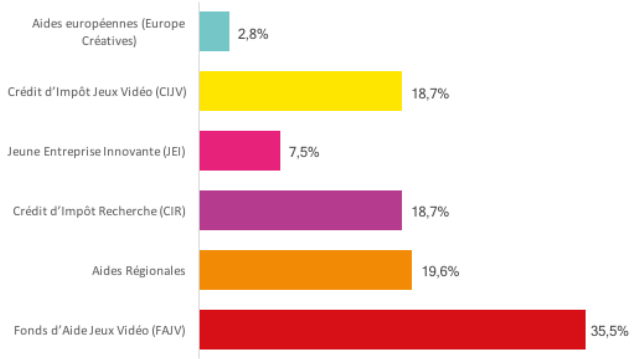
2.3 Les aides publiques, une ressource nécessaire et efficace

Plus du tiers des entreprises qui ont recours à une aide publique le fait auprès du fonds d'aide jeux vidéo, suivent les aides régionales (19,6%), et le crédit d'impôt recherche à égalité avec le crédit d'impôt jeux vidéo (18,7%).

61 - L'UTILISATION DES AIDES PUBLIQUES EN 2016

QUELS DISPOSITIFS AVEZ-VOUS SOLLICITÉ POUR FINANCER VOS PRODUCTION EN 2016 ?	
Fonds d'Aide Jeux Vidéo (FAJV)	36 %
Aides Régionales	20 %
Crédit d'Impôt Recherche (CIR)	19 %
Crédit d'Impôt Jeux Vidéo (CIJV)	19 %
Jeune Entreprise Innovante (JEI)	8 %
Aides européennes (Europe Créatives)	3 %

48 - QUELS DISPOSITIFS AVEZ-VOUS SOLLICITÉ POUR FINANCER VOS PRODUCTION EN 2016 ?



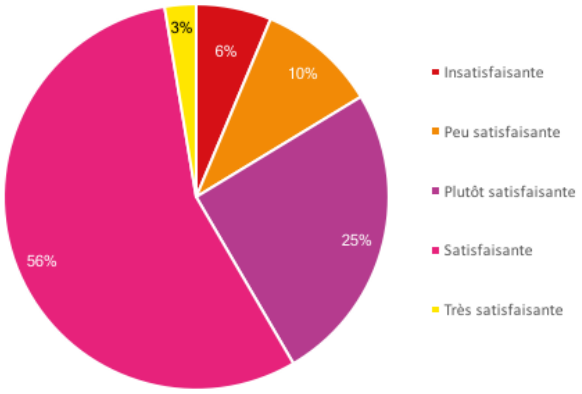
Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

83,7% des entreprises interrogées sont satisfaites de ces aides.

62 - L'OPINION SUR L'EFFICACITÉ DE CES AIDES

VOTRE OPINION SUR L'EFFICACITÉ DES AIDES PUBLIQUES AUXQUELLES VOUS AVEZ ACCÉDÉ	
Insatisfaisante	6 %
Peu satisfaisante	10 %
Plutôt satisfaisante	25 %
Satisfaisante	56 %
Très satisfaisante	3 %

49 - VOTRE OPINION SUR L'EFFICACITÉ DES AIDES PUBLIQUES AUXQUELLES VOUS AVEZ ACCÉDÉ



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 107 entreprises (studios de développement), taux de réponse : 99,1% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

PERSPECTIVES : LES ENTREPRISES ET L'ÉCOSYSTÈME DU JEU VIDÉO EN FRANCE

1 UN OPTIMISME RENFORCÉ DES ENTREPRENEURS DANS UN CONTEXTE DE VISIBILITÉ FINANCIÈRE À COURT TERME

1.1 Un optimisme avéré, même si les entreprises les plus confiantes sont en recul

À l'image de 2016 et 2015, et dans un contexte de marché difficile, les acteurs du jeu vidéo restent très optimistes vis-à-vis du futur de leur entreprise : 92,9% déclarent avoir confiance dans le futur de leur entreprise.

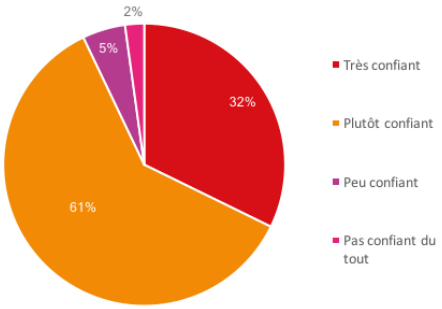
63 - LE NIVEAU DE CONFIANCE DES PERSONNES INTERROGÉES VIS-À-VIS DE L'AVENIR DE LEUR ENTREPRISE

ÊTES-VOUS CONFIANT VIS-À-VIS DE L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Très confiant	32 %	13 %	16 %
Plutôt confiant	61 %	71 %	67 %
Peu confiant	5 %	11 %	14 %
Pas confiant du tout	2 %	4 %	3 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

50 - ÊTES-VOUS CONFIANT VIS-À-VIS DE L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

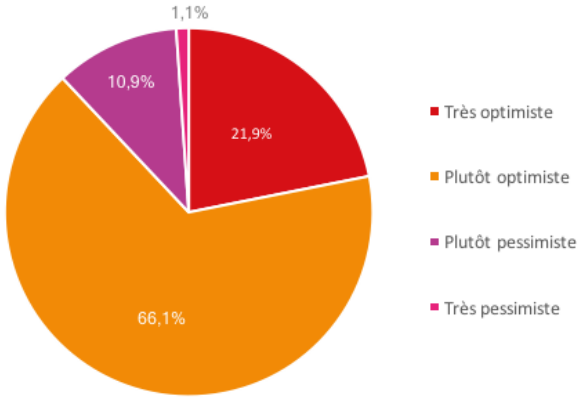
Les entreprises renforcent leur confiance vis-à-vis de l'avenir du secteur en France. Et cet optimisme croît toujours plus car désormais 88% des entreprises ont confiance dans l'avenir du secteur contre 77,9% en 2016, 65% en 2015 et 45,5% en 2014.

64 - L'OPINION DES ENTREPRISES SUR L'AVENIR DU SECTEUR VIDÉOLUDIQUE FRANÇAIS

CONCERNANT L'AVENIR DU SECTEUR VIDÉOLUDIQUE EN FRANCE, VOUS ÊTES ...

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Très optimiste	22 %	9 %	3 %
Plutôt optimiste	66 %	69 %	62 %
Plutôt pessimiste	11 %	21 %	33 %
Très pessimiste	1 %	1 %	2 %

51 - CONCERNANT L'AVENIR DU SECTEUR VIDÉOLUDIQUE EN FRANCE, VOUS ÊTES ...



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

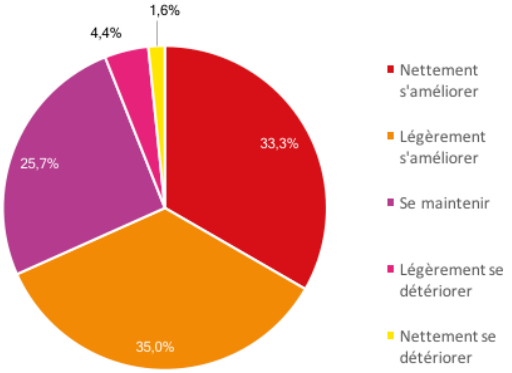
Cet optimisme s'accompagne d'une vision positive de la situation des entreprises sur leur marché. 68,3% d'entre elles considèrent que leur situation va s'améliorer et 25,7% qu'elle va se maintenir. Ces chiffres sont semblables à ceux de 2016.

65 - LA SITUATION DE VOTRE ENTREPRISE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS

DANS LES 12 PROCHAINS MOIS, LA SITUATION DE VOTRE ENTREPRISE VA ...

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Nettement s'améliorer	33 %	24 %	20 %
Légèrement s'améliorer	35 %	34 %	40 %
Se maintenir	26 %	29 %	30 %
Légèrement se détériorer	4 %	9 %	7 %
Nettement se détériorer	2 %	4 %	4 %

52 - DANS LES 12 PROCHAINS MOIS, LA SITUATION DE VOTRE ENTREPRISE VA ...



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

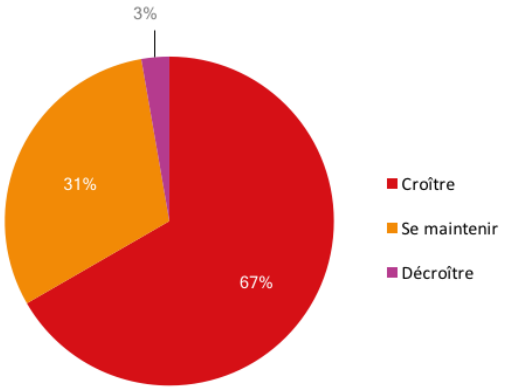
Et de façon logique, elles sont 66,7% à penser que leur chiffre d'affaires va croître sur ce même laps de temps et 30,6% de penser qu'il va se maintenir. Chiffres quasi identiques que ceux de 2016, avec une légère hausse.

66 - VOTRE CA AU COURS DE 12 PROCHAINS MOIS

COMMENT VA ÉVOLUER VOTRE CA DANS LES 12 PROCHAINS MOIS ?

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Il va croître	67 %	62 %	62 %
Il va se maintenir	31 %	28 %	27 %
Il va décroître	3 %	10 %	11 %

53 - COMMENT VA ÉVOLUER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES 12 PROCHAINS MOIS ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

1.2 Une visibilité financière à court terme

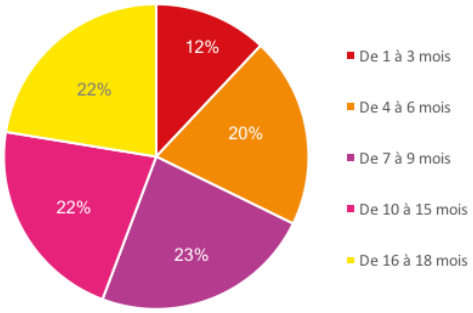
Malgré cet optimisme renforcé, les entreprises continuent de se développer avec, pour 32,2% d'entre elles, une visibilité financière réduite (1 et 6 mois). Cette situation est légèrement en baisse par rapport à 2016 et 2015.

67 - LA VISIBILITÉ FINANCIÈRE DES ENTREPRISES

SELON VOUS, VOTRE ENTREPRISE A UNE VISIBILITÉ FINANCIÈRE :

	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
De 1 à 3 mois	12 %	18 %	20 %
De 4 à 6 mois	20 %	27 %	22 %
De 7 à 9 mois	24 %	21 %	21 %
De 10 à 15 mois	22 %	19 %	22 %
De 16 à 18 mois	22 %	15 %	15 %

54 - SELON VOUS, VOTRE ENTREPRISE A UNE VISIBILITÉ FINANCIÈRE ...



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

2 LE RENFORCEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE DANS UN MARCHÉ COMPÉTITIF ET MONDIALISÉ

2.1 Un écosystème attractif en Europe

Aujourd'hui, **72,1% des entreprises interrogées considèrent la France comme un pays attractif**. Elles étaient 56,5% en 2016 et 50% en 2015. Cette attractivité est, selon ces entreprises, due à la qualité et à la productivité des équipes, à l'écosystème, aux aides financières importantes, aux conditions de travail et à la présence de très bonnes formations.

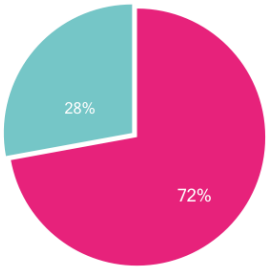
Les entreprises qui pensent que la France n'est pas attractive, y voient les raisons suivantes : des aides trop sélectives, la difficulté de faire venir des compétences de l'étranger, des charges sociales élevées, les réticences des politiques et des établissements financiers qui concourent à une défiance vis-à-vis du secteur des jeux vidéo.

68 - L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE POUR ACCUEILLIR LE SECTEUR DU JEU VIDÉO

DIRIEZ-VOUS QUE LA FRANCE EST UN PAYS ATTRACTIF POUR ACCUEILLIR LES ENTREPRISES DU SECTEUR DU JEU VIDÉO ?

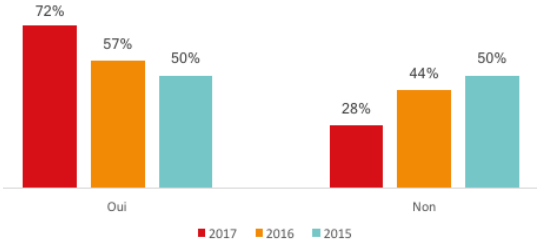
	Baromètre 2017	Baromètre 2016	Baromètre 2015
Oui	72 %	57 %	50 %
Non	28 %	44 %	50 %

55 - DIRIEZ-VOUS QUE LA FRANCE EST UN PAYS ATTRACTIF POUR ACCUEILLIR LES ENTREPRISES DU SECTEUR DU JEU VIDÉO ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

56 - L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE POUR ACCUEILLIR LE SECTEUR DU JEU VIDÉO 2014, 2015 ET 2016



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

Lorsqu'elles sont interrogées sur les pays qui leur semblent attractifs, une écrasante majorité des personnes interrogées place les Etats-Unis en tête (61,2%), devant le Canada (54,6%) qui ferme le podium cette année alors qu'il était le plus plébiscité l'année dernière avec 78,2%. Les Etats-Unis précédent dauphin sont rejoints par la France qui passe de la troisième place à la deuxième en obtenant 59% des suffrages.

69 - LE PODIUM DES PAYS LES PLUS ATTRACTIFS (QUESTION OUVERTE AVEC CLASSEMENT)

QUELS SONT LES PAYS LES PLUS ATTRACTIFS ?

	Nb. Citations en 2017	Nb. Citations en 2016
États-Unis	61 %	56 %
France	59 %	39 %
Canada	55 %	78 %

Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

La réforme du Crédit d'Impôt Jeu Vidéo place la France en tête des pays attractifs en Europe.

3 LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL, UN DÉFI JUGÉ DIFFICILE PAR LES ENTREPRISES

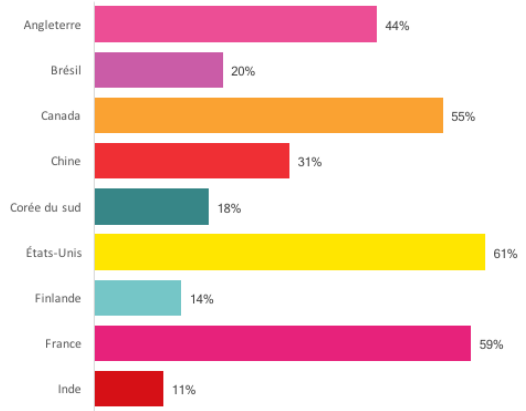
Concernant le développement international, l'Amérique du Nord arrive largement en tête des pays où les entreprises françaises développent ou souhaitent développer leurs activités. On retrouve ainsi en Amérique du Nord les États-Unis en première place avec près de 61,2% des suffrages, suivis du Canada avec 54,6% des suffrages. Un second « bloc » se dégage de l'ensemble avec l'Angleterre (44,3%), la Chine (30,6%) et le Japon (32,2%).

70 - LES PAYS OÙ LES ENTREPRISES SOUHAITENT DÉVELOPPER OU DÉVELOPPENT DÉJÀ LEUR ACTIVITÉ

DANS QUEL(S) PAYS/RÉGION(S) SOUHAITERIEZ-VOUS DÉVELOPPER OU DÉVELOPPEZ-VOUS DÉJÀ VOTRE ACTIVITÉ ?

	Nb. Citations en 2017	Nb. Citations en 2016
États-Unis	61 %	56 %
France	59 %	39 %
Canada	55 %	78 %
Angleterre	44 %	30 %
Japon	32 %	5 %
Chine	31 %	2 %
Brésil	20 %	6 %
Russie	20 %	4 %
Irlande	20 %	14 %
Corée du sud	18 %	5 %
Pologne	16 %	15 %
Finlande	14 %	18 %
Roumanie	10 %	5 %
Inde	11 %	4 %
Mexique	11 %	3 %
Maroc	10 %	1 %

57 - DANS QUEL(S) PAYS/RÉGION(S) SOUHAITERIEZ-VOUS DÉVELOPPER OU DÉVELOPPEZ-VOUS DÉJÀ VOTRE ACTIVITÉ ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

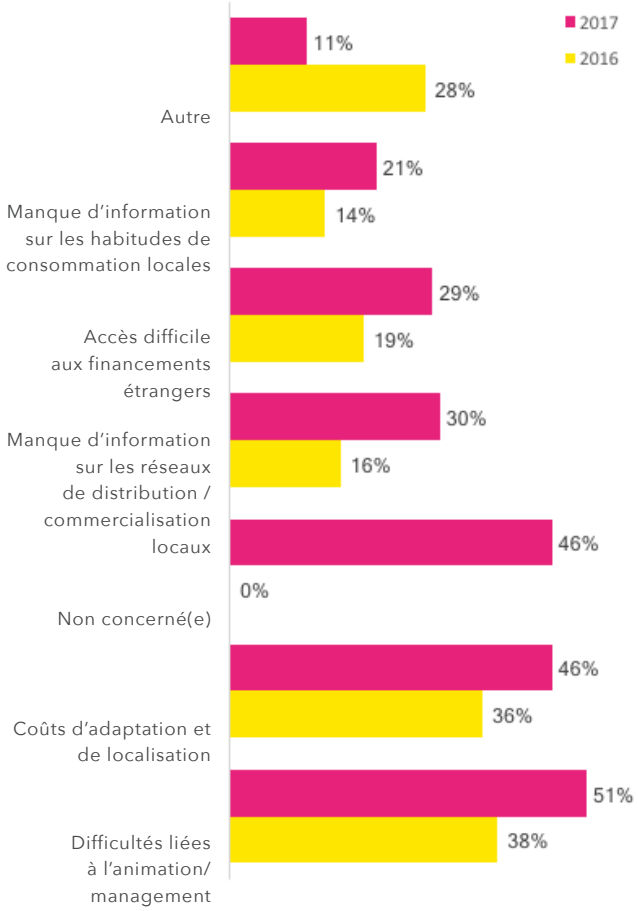
Pour 38,3% des entreprises interrogées, le principal frein au développement international se situe au niveau de la gestion à distance des activités. Le coût d'adaptation et de localisation spécifique à chaque région est également un obstacle pour 36,1% des interviewés.

71 - LES PRINCIPAUX FREINS AU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Difficultés liées à l'animation/management (nécessité d'un partenaire sur place, création d'une filiale, etc.)	38 %
Coûts d'adaptation et de localisation	36 %
Manque d'information sur les réseaux de distribution /commercialisation locaux	16 %
Accès difficile aux financements étrangers	19 %
Manque d'information sur les habitudes de consommation locales	14 %
Autre*	28 %

* jeunesse entreprise, pertinence, absence d'aide Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,4% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

58 - QUELS FREINS IDENTIFIEZ-VOUS AU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL DE VOTRE ACTIVITÉ ?



Enquête réalisée entre le 31 mai et le 31 juillet 2017 Nombre de répondants : 183 entreprises (toutes activités), taux de réponse : 92,42% Source : Baromètre du jeu vidéo en France – SNJV/IDATE DigiWorld – Octobre 2017

À PROPOS

À PROPOS DU SNJV

Créé en 2008, le SYNDICAT NATIONAL DU JEU VIDEO (SNJV) rassemble aujourd'hui plus de 200 entreprises et professionnels de la production et de l'édition de jeux vidéo et de programmes multimédias ludiques, ainsi que les organisations œuvrant au développement de la filière jeu vidéo en France;

Le SNJV a pour objet l'étude, la représentation, la promotion et la défense des droits ainsi que des intérêts matériels et moraux, tant collectifs qu'individuels, des entreprises adhérentes.

Le SNJV représente l'industrie française du jeu vidéo aussi bien en France qu'à l'étranger, auprès des pouvoirs publics, de l'ensemble des administrations, des compagnies ou sociétés publiques ou privées, des autres syndicats professionnels et, en général auprès de toutes les autorités compétentes.

Il procède à l'analyse des conséquences des choix politiques en France sur les intérêts économiques et sociaux des entreprises françaises du jeu vidéo.

Il fournit également de façon régulière toutes communications relatives à l'industrie du jeu vidéo et tous les renseignements d'ordre économique, technique et juridique y afférant.

Dans ce cadre le syndicat met en œuvre tous moyens et crée tous services de nature à faciliter à ses adhérents l'exercice de leurs activités en France.

Le SNJV travaille en étroite collaboration avec les différents territoires de production de Jeux vidéo en France, à travers l'implication des associations régionales et des pôles de développement économiques locaux.

Le SNJV est l'un des membres fondateurs de l'EGDF (European Games Developer Federation) qui assure la représentation des 1 500 entreprises de production de Jeux vidéo basées en Europe.

CONTACT

Julien VILLEDIEU
Délégué Général du SNJV

dg@snjv.org
0970 460 611
13 rue la Fayette, 75009 PARIS

snjv.org

À PROPOS DE L'IDATE DIGIWORLD

L'Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe (www.idate.org) est un cabinet d'études et de conseils spécialisé dans les télécoms, les médias et Internet.

• L'Institut a 40 ans d'expérience dans le «Consulting & Research».

• Il mène des missions d'étude et de conseil auprès des entreprises (grands comptes, PME et startups), des collectivités territoriales, des pouvoirs publics et des organisations internationales.

• Ses missions comprennent de la veille internationale industrielle et des marchés, des études de marché, des études de stratégie industrielle, des études de faisabilité technico-économique, des études prospectives et d'innovation et de R&D…

• Près de 30 consultants composent les équipes pluridisciplinaires de l'IDATE DigiWorld.

• Depuis plus de 18 ans, l'IDATE DigiWorld travaille pour et sur le secteur des jeux vidéo et compte parmi ses clients : des laboratoires de recherche, des prestataires techniques, des développeurs de middleware et d'outils de création, des développeurs de jeux vidéo, des éditeurs, des consoliers, des distributeurs, des détaillants.

• Sa practice jeux vidéo a accompagné plus de 45 entreprises, start-up, PME, grands comptes issus du jeu vidéo ou souhaitant s'y développer.

L'IDATE DigiWorld maintient une proximité avec l'industrie en organisant depuis 38 ans le DigiWorld Summit.

• Le DigiWorld Summit est une conférence internationale qui se déroule chaque année à Montpellier.

• Cet événement accueille près de 1 200 professionnels des télécoms, de l'internet et des médias.

• Le DigiWorld Summit se compose de séminaires thématiques dont un est dédié depuis 16 ans au secteur des jeux vidéo.

• Depuis la création de ce séminaire, plus de 500 industriels, dont la moitié est étrangère, sont venus s'exprimer sur les tendances de marché, les tendances industrielles et technologiques.

L'IDATE DigiWorld publie un catalogue d'études axé sur l'innovation et la compréhension des phénomènes économiques et industriels dans les télécoms et les médias.

• Son catalogue se compose chaque année de 80 publications : études de marché, note de conjoncture, état de l'Art industriel, bases de données.

• Chaque année 2 à 3 titres concernent le secteur des jeux vidéo.

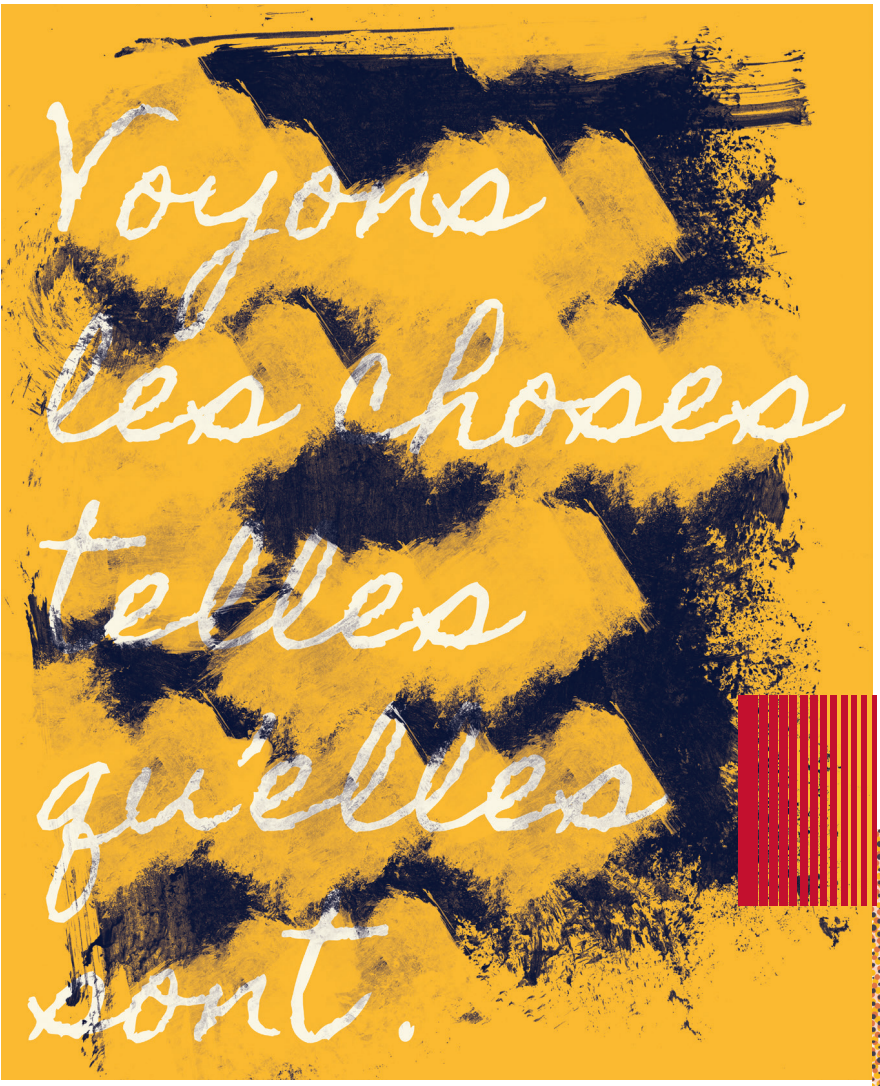
CONTACT

Laurent MICHAUD

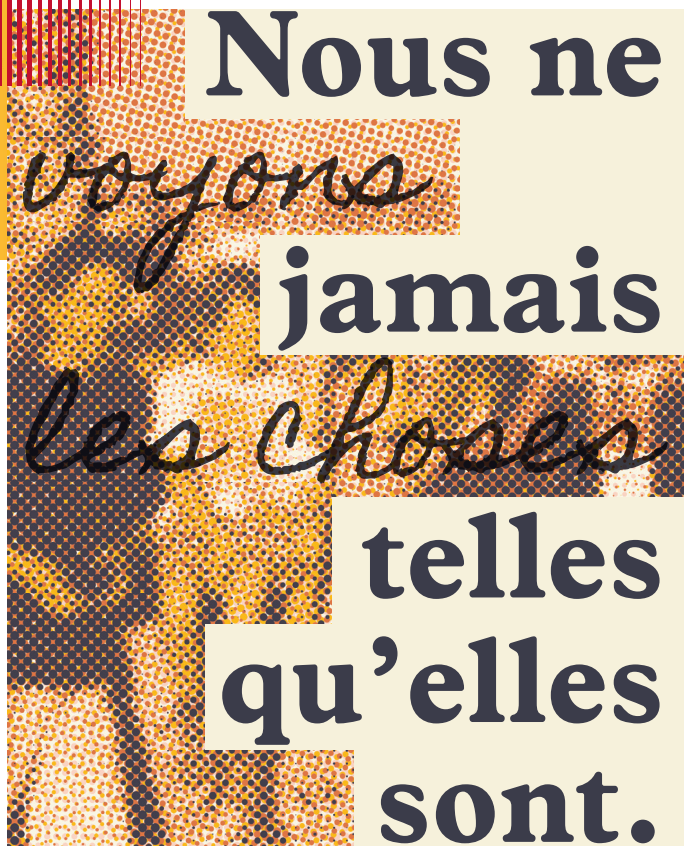
l.michaud@idate.org
04 67 14 44 39
CS 94167
34092 Montpellier Cedex 5

idate.org

le cnam
enjmin



La **Grande école publique** de tous les métiers du **jeu vidéo**



Ingénieur·e
Informatique sciences et technologies des médias numériques
Par apprentissage, à Angoulême et Toulon

Mastère Spécialisé®
Jeu vidéo et transmédia
Interactive Digital Experiences
En alternance, à Paris

Master
Jeux et médias interactifs numériques
En formation initiale, à Angoulême

www.cnam-enjmin.fr

Le Cnam-Enmin, une école du campus de l'Image

Illustrations issues du projet *Axiome* réalisé dans le cadre du master jeux et médias interactifs numériques coaccrédité par le Cnam, l'Université de La Rochelle et l'Université de Poitiers.

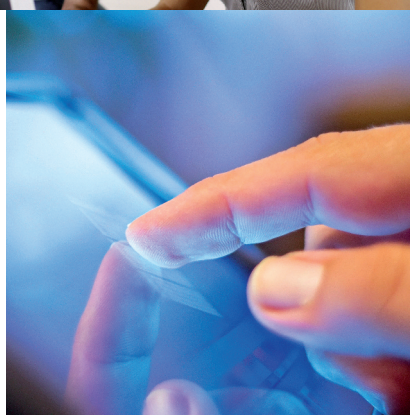
AUDIENS

LA PROTECTION SOCIALE PROFESSIONNELLE
Culture • Communication • Médias

PROFESSIONNELS DU NUMÉRIQUE NOUS PROTÉGEONS VOS TALENTS

EN SAVOIR PLUS

Retrouvez-nous sur **www.audiens.org** et sur les réseaux sociaux.



Nos métiers au service de la culture

RETRAITE COMPLÉMENTAIRE

Audiens en assure la gestion pour le compte de l'Agirc (cadres) et de l'Arrco (tous salariés du privé), dans son secteur professionnel où les salariés ont souvent des parcours spécifiques.

ASSURANCE DE PERSONNES

Pour les professionnels du numérique, Audiens a conçu des couvertures en santé et en prévoyance adaptées à leurs spécificités.

ACCOMPAGNEMENT SOLIDAIRE ET PRÉVENTION SOCIALE

Une politique de proximité à destination de nos publics : aides financières, accompagnement lors de situations de rupture où de transition (réunion sur le retour à l'emploi, préparation à la retraite, personnes endeuillées...).

SERVICES AUX PROFESSIONS

Audiens prend en charge la gestion de prestations déléguées par les organisations professionnelles ou l'Etat : études, recouvrement de cotisations...

LE RÉSEAU CULTURE & INNOVATION

Audiens accompagne les évolutions structurelles des professions qu'il protège. Le groupe a vocation à être le fédérateur et le porte-parole des industries de la culture et de la création.

RÉSEAU CULTURE & INNOVATION

C'est tout l'objectif du Réseau Culture & Innovation : fédérer autour de différentes initiatives les professionnels de la culture, qu'ils soient issus des secteurs traditionnels d'Audiens (presse, audiovisuel, spectacle vivant ou industries du cinéma) ou du numérique au service de la culture.
Le réseau comprend la Nurserie qui accueille et accompagne de jeunes start up dans le domaine culturel, le Prix de l'Initiative Numérique Culture, Communication, Médias qui s'adresse aux créateurs d'entreprise et start up porteurs d'un projet numérique culturel, des Afterworks autour d'une thématique digitale et des Rencontres Culture & Innovation, déjeuners de mise en relation entre décideurs et jeunes entrepreneurs.

En partenariat avec la start-up française Movinmotion, le groupe met à disposition des employeurs du secteur culturel la première plateforme collaborative RH de la culture. Un outil qui simplifie la gestion sociale des artistes et techniciens du spectacle.

MÉDICAL ET PRÉVENTION SANTÉ

Centres de santé, actions de prévention, bilans de santé professionnels…, Audiens met en œuvre des dispositifs, du préventif au curatif, dans une démarche d'approche globale du patient.

CONGÉS SPECTACLES

Audiens assure la gestion des congés payés des artistes et techniciens.

La protection sociale professionnelle **est une création continue**

2 JOURS
CONFÉRENCES
RENCONTRES AVEC EXPERTS
ESPACE SHOWROOM
DÉJEUNERS
SOIRÉES

+50
SPEAKERS
& CONFÉRENCES

5 THÉMATIQUES
GAME ART
GAME DESIGN
DEV / TECH
BUSINESS / PROD
COM / MARKETING

18 19 JUIN 2018 À LILLE

2e édition

LE GRAND RASSEMBLEMENT NATIONAL DES PROFESSIONNELS DU JEU VIDÉO

« C'est la GDC à la Française ! »

Game Camp France

Lille
18/19 Juin
2018

Un événement du SNJV organisé
en région Hauts-de-France avec Game IN

SNJV SYNDICAT NATIONAL DU JEU VIDÉO

game in Game Industry North

Avec le soutien de

Pictanovo · CNC · Ville de Lille · DGE · MEL Métropole · lille office de tourisme et des congrès · lille convention bureau · Préfet de la Région Hauts-de-France · Région Hauts-de-France