

# le marché illicite de la distribution digitale de jeux vidéo sur pc



livre blanc

# sommaire



introduction **3**

**4** définitions

**1. état des lieux de la distribution digitale de jeux pc et parasitisme provoqué par le marché illicite**

**5**

**6** 1.1 canaux d'exploitation officiels des jeux vidéo pc par téléchargement

**11** 1.2 émergence et consolidation d'un marché illicite

**23** 1.3 agissements illégaux à la base du marché illicite

**27** 1.4 conséquences du développement du marché illicite

**2. recommandations pour lutter efficacement contre le marché illicite** **29**

**30** 2.1 tarir les sources d'approvisionnement du marché illicite

**33** 2.2 permettre une meilleure identification des canaux de distribution officiels et de leur relation avec les plateformes d'activation

# introduction



Ce document est destiné à décrire et mesurer le marché qui se développe en marge des plateformes officielles de distribution de jeux PC dans le monde et particulièrement en Europe.

Les canaux et processus de distribution mis en place par les ayants droits (ou avec leur assentiment) ont générés une série d'effets pervers qui permettent à des tiers artificiellement hébergés « offshore », sans contrat avec les ayants droits, et irrespectueux des règles fiscales européennes, de proposer au public des offres à même de déstabiliser l'ensemble des acteurs officiels.

Cette situation perdure depuis de nombreuses années et a permis à certains sites en question d'atteindre une grande notoriété parmi les joueurs PC et un chiffre d'affaires significatif.

Le plus connu d'entre eux, G2A, est ainsi classé 894ème site mondial par Alexa (générant autant de trafic qu'EA) et revendique plus de 5 millions de clients chaque mois.

Ce document s'attache donc à décrire le phénomène, en mesurer l'impact et à analyser les moyens utilisés par ces sites illégaux pour se procurer les jeux et assurer leur promotion en Europe.

Il avance également des solutions afin de lutter contre le phénomène malheureusement plébiscité par les joueurs sur PC qui peuvent ainsi se procurer les jeux récents à moitié prix de manière récurrente.

Le document fait référence à plusieurs notions dont les définitions sont données ci-après.

# définitions



## plateforme d'activation

Portail choisi par un ayant droit pour assurer le contrôle de la distribution de son jeu, généralement au moyen d'une clef alphanumérique (clef d'activation) permettant à l'utilisateur d'attacher à son compte sur la plateforme le droit de i) télécharger le jeu et ses mises à jour régulières, ii) d'installer le jeu sur différents PC connectés audit compte, et iii) de jouer au jeu conformément aux conditions d'utilisation prévues par la plateforme.

## distributeurs affiliés officiels

Portail choisi par un ayant droit pour distribuer les clefs d'activation d'un jeu. Le portail dispose à ce titre d'un contrat de distribution digitale conclu avec l'ayant droit ou un grossiste disposant du droit de sous distribuer les jeux de l'ayant droit concerné. Partant, les clients des affiliés officiels sont invités à télécharger le jeu acheté sur la plateforme d'activation concernée.

## marché illicite

Terme générique couvrant la part du marché constitué des acteurs non officiels c'est-à-dire ne disposant d'aucun accord de distribution avec les ayants droits mais pourtant à même de se procurer des clefs d'activation via des sources détournées. Ces mêmes acteurs disposant par ailleurs d'immatriculations de façade hors d'Europe afin de contourner plus facilement le droit fiscal, social ou de la consommation, s'imposant pourtant à tous les acteurs du marché.

1

état des lieux  
de la distribution  
digitale de jeux  
PC et parasitisme  
provoqué par le  
marché illicite



# 1.1 canaux d'exploitation officiels des jeux vidéo PC par téléchargement



## évolution des conditions de distribution depuis les années 2000

La distribution digitale de jeux PC a débuté à la fin des années 90 avec la mise en place de DRM (Digital Right Management) dits « PC centric » : le jeu distribué en ligne s'installait en « photographiant » le PC hôte et n'autorisait donc cette installation qu'un nombre de fois limité sur une même machine.

La popularisation par Valve, à travers sa plateforme Steam, d'un DRM « User centric », c'est-à-dire liant l'installation du jeu à un compte utilisateur unique et non plus à un PC, a posé les caractéristiques modernes actuelles de la distribution digitale :

- l'installation des jeux se fait au moyen d'une clef d'activation rattachée à un compte utilisateur permettant de télécharger et installer le jeu via une plateforme centralisée
- ces clefs peuvent permettre d'effectuer toute une série de contrôles : date d'ouverture du téléchargement, de l'installation, situation géographique des utilisateurs, lancement de mises à jour, accès à des bonus dédiés, etc.
- ces clefs peuvent être distribuées aussi bien en ligne que physiquement, de sorte qu'il n'y a plus de différence entre une version boîte et une version digitale, en dehors du packaging

### conséquence

La plupart des acteurs proposant des technologies de DRM obsolètes (Trymedia, Sony DADC/Securom, Tages, Starforce...) ont tous disparu au profit d'acteurs ayant développé des plateformes de distribution verticales, intégrant en leur sein un mécanisme de DRM « user centric » leur assurant un accès continu au client.

# principales plateformes d'activation des jeux

Les éditeurs de jeux PC ont tous progressivement adopté ce modèle de distribution devenu standard aujourd'hui et, soit se sont tournés vers une plateforme tierce comme Steam, soit ont mis en place leur propre solution, comme EA avec Origin ou Ubisoft avec Uplay.

La distribution est donc totalement dépendante des plateformes d'activation qui génèrent, enregistrent et administrent les clefs d'activation.

La plateforme plus populaire, **Steam** (<http://store.steampowered.com/>), détient une part de

marché significative (estimée entre 90 et 60% du marché en fonction des types de jeux concernés), assurant le contrôle de plus de 125 millions de comptes actifs début 2017<sup>1</sup> pour un chiffre d'affaires estimé à 3 ou 4 milliards de dollars annuels<sup>2</sup>. La plupart des éditeurs de jeux PC ont délégué à cette plateforme la gestion du DRM de leurs jeux et partant les modèles économiques qui en découlent, de sorte que Steam détient aujourd'hui, dans l'univers ouvert du PC, une place similaire à celle d'un Sony, Microsoft ou Nintendo dans l'univers de la console.

## Steam a conquis le marché autour de 3 axes

**1** Mise à disposition gratuite pour les ayants droits d'une technologie de contrôle des droits (DRM) dite « account centric »

**2** Couplage obligatoire de ce DRM avec la plateforme de vente Steam, celle-ci décidant quasiment seule, des conditions de distribution

**3** Incitation forte des ayants droits à globaliser le DRM Steam (Steamwork) sur tous les canaux de distribution, de sorte que chaque jeu PC vendu, de la Fnac à Best Buy en passant par Amazon, amène le joueur à s'enregistrer sur Steam pour accéder au produit de son achat

Ainsi, un grand nombre de jeux PC du marché s'accompagnent du service Steamwork et nécessitent la création d'un compte Steam pour pouvoir télécharger les fichiers du jeu, bénéficier des mises à jour, et jouer.

De manière concrète, Steam génère donc, pour le compte des éditeurs, des clefs d'activation

uniques qui permettent d'associer chaque jeu à un compte utilisateur contrôlé exclusivement par Steam. Celles-ci constituent à la fois la preuve d'achat et le moyen technique d'accéder à son jeu, toujours et exclusivement, via la plateforme Steam.

<sup>1</sup> Selon Valve, un compte actif est un compte possédant au moins un jeu et dont le titulaire s'est connecté au moins une fois durant les 30 derniers jours.

<sup>2</sup> Estimation sur la base des données Steamspy indiquant le CA en lien avec les jeux activés et joués sur Steam auxquelles il faut retrancher les ventes réalisées par les tiers officiels

# principales plateformes d'activation des jeux

Aux côtés de Steam, certains gros éditeurs, ont mis en place des plateformes alternatives, généralement axées sur leur catalogue propre :

- Activision avec Battlenet
- Electronic Arts avec Origin
- Ubisoft avec Uplay
- 2Kgames avec RockstarSocialClub
- L'éditeur CD Project a lui aussi mis en place sa propre plateforme d'activation (Good Old Games ou GoG) en la prétendant « sans DRM », à savoir sans rendre obligatoire pour le consommateur de se connecter en ligne pour jouer au mode solo des jeux. Il n'en reste pas moins qu'elle répond au même paradigme et rattache une clef à un compte

Quelle que soit la plateforme utilisée, la plupart des éditeurs ont donc adopté une stratégie similaire destinée à favoriser une distribution mondiale plus ou moins homogène, censée être porteuse de réduction des coûts, et répondant aux principes suivants :

## i) simplification et optimisation de la ligne de production

Les éditeurs produisent un master unique, identique pour tous les territoires, proposant par défaut plusieurs langues (EFIGS pour English, French, Italian, German, Spanish). Cela a le mérite de rendre la production d'un jeu et ses itérations, par essence compliquée, plus simple à générer, tester et maintenir... Des exceptions peuvent être réalisées, notamment en cas de contraintes légales fortes comme cela peut être le cas en Allemagne au regard de la législation sur la violence vis-à-vis des mineurs, mais elles sont globalement rares et circonscrites. Par ailleurs, utilisant Steam, les éditeurs génèrent donc facilement et à grande échelle des « clefs », constitutives de stocks de jeux, ceux-ci étant répartis entre les territoires à des prix parfois totalement différents en fonction de la politique commerciale locale de l'éditeurs. Mais chaque clef finira par conduire l'acheteur final à enregistrer (activer) le jeu concerné sur Steam, que celui-ci ai été acheté en boîte à la Fnac, en ligne sur Gamesplanet.com ou directement sur Steam. L'éditeur reporte ainsi sur Steam certains coûts (bande passante, serveurs) et dispose notamment d'un outil performant gratuit de mises à jour et d'hébergement multi-joueurs<sup>3</sup>. En contrepartie, il abandonne à Steam le contrôle pratique des modes d'exploitation de son jeu et la propriété du client.

<sup>3</sup> Des politiques différentes peuvent être préconisées, telle celle promue par Digital River, mais avec un succès tout relatif, v. en ce sens : <https://medium.com/@pierref/digital-river-or-the-don-quichotte-strategy-de581f96ad63>



# principales plateformes d'activation des jeux

## ii) adaptation aux marchés locaux

Les éditeurs couvrent l'ensemble du marché mondial en mettant en place un « Suggested Retail Price » (SRP), différent par territoire en fonction du pouvoir d'achat supposé des populations locales et de leurs politiques marketing. Ainsi il n'est pas rare de trouver un jeu identique à un SRP de 19€ TTC en Pologne, contre 49€ TTC en France ou en Allemagne ou un SRP de 39£ en Angleterre contre 49€ en France... Le tout dans un marché commun soumis à la libre circulation des biens et services...

## iii) fiscalité optimisée

A la manière des GAFAs, la plupart des acteurs étrangers dominants le marché Européens se sont installés dans des pays particulièrement attractifs du point de vue de la fiscalité (Electronic Art en Suisse, Valve au Luxembourg, etc.). De la sorte, les marges de ces acteurs affichent des différences significatives avec leur compétiteurs européens. Concernant en particulier la TVA, depuis 2015, la prise en compte du pays de l'acheteur pour l'établissement de la TVA permet en théorie d'assurer l'équité entre tous les acteurs mais beaucoup de sociétés rapidement installées offshore s'affranchissent totalement de toute déclaration comme le montrait de manière flagrante la déclaration d'Instant Gaming dans le n° 322 de Canard PC daté du 18 juillet 2015<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Ricardo, responsable marketing Instant Gaming : « Des pays hors Union Européenne, notamment les Etats Unis, ont déclaré que l'Europe ne pouvait pas obliger des sociétés étrangères (à payer de TVA) », page 36

# distributeurs affiliés officiels

Toutes les plateformes d'activation disposent de leur propre magasin en ligne et ont donc la faculté de distribuer elle-même les clefs d'activation des jeux qu'elles référencent, couvrant ainsi la totalité de la chaîne de valeur : stockage, distribution, lancement, promotion, vente et paiement, livraison au consommateur, mises à jour, service client...

Certaines ont donc une politique de distribution de leurs jeux plus ou moins exclusive (s'arrogeant seules la distribution digitale mais laissant parfois perdurer la distribution physique), d'autres à l'inverse cherchent à élargir leur empreinte en encourageant la distribution de leurs clefs sur tous les canaux annexes possibles, chaque vente réalisée par un tiers ramenant un client dans le giron de la plateforme pour le téléchargement, l'installation et l'utilisation du jeu acheté et permettant de faire grossir la base de son propre magasin de vente directe.

Il existe ainsi différents types de distributeurs affiliés officiels qui, tous, revendent les clefs d'activation des plateformes sur la base de contrat de distribution établis par les éditeurs :

## distributeurs historiques

Tout d'abord les distributeurs historiques que sont les vendeurs de « boîtiers cd/dvd-rom », qui malgré ce packaging physique, ne proposent au final qu'une simple clef à activer sur une plateforme tierce.

Les principaux acteurs sur ce marché sont contrôlés par des grossistes, à savoir : Exertis, Koch Media... Dont les clients, revendeurs physiques, sont de moins en moins nombreux face au développement des acteurs dématérialisés.

## sites de vente au public sur Internet

Ensuite, les sites de vente au public sur Internet, à même de générer des volumes suffisants pour entretenir des relations directes avec les éditeurs :

La plupart sont américains, comme Amazon ou Humble Bundle ou encore Gamestop (dont la position historique et le rachat de la solution Stardust, a permis de maintenir un semblant de statut). D'autres sont des acteurs précurseurs, présents sur le marché depuis plus d'une dizaine, voire d'une quinzaine d'années :

Gamergate, Gamesplanet, Metaboli, Greenmangaming

## grossistes digitaux & clients

En parallèle, on trouve les grossistes digitaux, qui centralisent et gèrent les commandes de sites de vente au public plus modestes. Les acteurs dans ce domaine sont Ztorm (groupe exertis), Nexway, ou encore Genba.

Et enfin, les clients de ces grossistes digitaux, trop petits pour pouvoir prétendre à une relation directe avec les principaux éditeurs.

# 1.2 émergence et consolidation d'un marché illicite



Si le développement de la distribution digitale a d'abord laissé croire à la disparition progressive de la distribution physique, l'écosystème décrit ci-dessus pour organiser la distribution digitale des jeux PC a ensuite engendré une série d'effets pervers :

- i)** Puisqu'une clef vendue en boîte à 19€ en Pologne est la même qu'une clef vendue en ligne en France pour 49€, il suffit de réimporter la clef polonaise pour la revendre à un prix plus attractif en France. En fournissant aux distributeurs et grossistes polonais<sup>5</sup> des clefs exploitables en France à des prix systématiquement plus bas, les éditeurs approvisionnent une concurrence déloyale qui tirera les prix vers le bas dans les pays à fort pouvoir d'achat et fera baisser les marges.
- ii)** Les grossistes physiques ont été les premiers à tenter de maintenir leurs volumes en revendant les clefs issues des boîtes à une myriade de revendeurs n'ayant plus aucun besoin de disposer d'accords de distribution avec les ayants droits. Une multitude de sites ne disposant donc d'aucun contrat avec aucun ayant droit sont alors en mesure de proposer tout un catalogue de jeux PC à prix cassés. Pour optimiser le modèle, ces sites se localisent à l'extérieur de la communauté européenne et surtout discrètement à Hong Kong ou dans les pays de l'Est.
- iii)** Puisque la valeur du jeu réside finalement dans sa clef d'activation, sésame pour obtenir et jouer à son jeu via une plateforme comme Steam, toute une industrie illicite s'est créée consistant à collecter des clefs licites sur les plateformes légales au moyen de cartes bancaires volées ou de comptes paypal usurpés. Les clefs volées sont écoulées sur les places de marchés entre utilisateurs ou recelées sur les sites non officiels en mal de stock.

<sup>5</sup> Ce n'est qu'un exemple, la distorsion des prix existent sur l'ensemble des territoires émergents (Brésil, Russie, etc...et est exacerbée dès lors que les conditions de distribution diffèrent entre les revendeurs

- iv) Ensuite, les moyens pour les sites illicites de se procurer des jeux au fur et à mesure que leur notoriété augmentait, se sont démultipliés : bundles à bas coût, vague de promotion chez les grossistes, « faux » site officiel, simplement référencé auprès d'un grossiste conciliant et situé hors d'Europe permettant d'écouler les clefs hors taxe, etc.
- v) Localisé en dehors de la communauté européenne, la plupart de ces sites illicites s'affranchissent effectivement ouvertement, et depuis de nombreuses années, du paiement de la TVA, jouant sur une vingtaine de pourcents significative pour accentuer fortement la différence de prix avec le marché officiel.

Et c'est ainsi, qu'aujourd'hui (et malheureusement depuis déjà une dizaine d'années), il est possible de trouver le même jeu, en précommande et avant même son lancement, avec plus de 50% de rabais par rapport au prix suggéré par l'éditeur (alors que la plupart des contrats de distribution ne propose pas plus de 30% au maximum aux grossistes) !



Dans l'exemple ci-contre, enregistré le 26 septembre 2017, Instant Gaming propose Fallout 4 Goty avec 40% de réduction par rapport au SRP, The Evil Within 2 à -50% ou encore Shadow of War à -53% !

Ne disposant d'aucun contrat avec Bethesda ou Warner, Instant Gaming ne fait que s'approvisionner discrètement auprès d'un grossiste en mal d'argent facile et rapide et escroquer le fisc.

<sup>6</sup>V. sur ce sujet l'article publié sur l'AFJV qui dénonce ce phénomène avec ironie : [http://www.afjv.com/news/6784\\_distribution-digitale-manuel-des-arnaqueurs-et-des-arnaques.htm](http://www.afjv.com/news/6784_distribution-digitale-manuel-des-arnaqueurs-et-des-arnaques.htm)

La plupart des comparateurs de prix spécialisés, très populaires auprès des joueurs, affichent régulièrement ce genre de discounts, comme ici, Allkeyshop, relevé le 26 septembre 2017, proposant Project Cars 2 avec 60% de rabais, ou Total War Warhammer 2 avec moins 37%.



Même chose, à la même date, sur le moteur de recherche français, DLcompare, qui référence les mêmes sites illicites et propose donc des rabais similaires, notamment Guild Wars 2 à -58% :



De sorte que la généralisation de ces offres, leur pérennité et les promotions systématiquement relayées, ont permis aux joueurs, année après année, d'intégrer que le prix suggéré par l'éditeur pouvait être jusqu'à 60% plus élevé que le prix public final, avant même la sortie. Et donc, qu'un jeu vendu au SRP était forcément un jeu vendu trop cher par un éditeur ou un distributeur cherchant à optimiser sa marge sur le dos du consommateur.

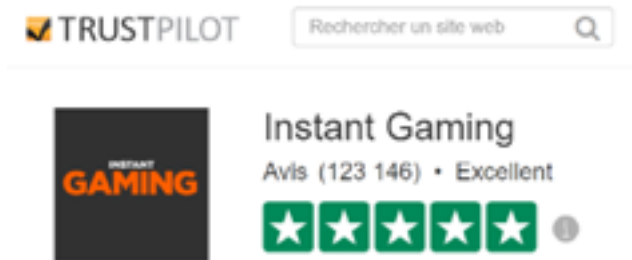
# poids du marché illicite dans le secteur du jeu vidéo PC

S'il existe une myriade de sites illégaux, il convient de s'attarder sur ceux qui, prospérant sur la passivité des ayants droits et des autorités fiscales, ont développé une empreinte telle qu'elle perturbe manifestement le marché. Cette empreinte peut assez facilement se mesurer dès lors que l'on se donne la peine de faire quelques recherches, même rapides :

- i)** Le site Alexa.com référence les audiences mesurées de tous les acteurs du web : ainsi l'audience des principaux sites ci-dessous est soit française, allemande, anglaise ou américaine mais toujours significative : G2A est par exemple classé régulièrement entre la 450ème et 800ème place mondiale sur Alexa, le site Instant Gaming, est classé autour de la 400ème place de tous les sites français ou espagnols. C'est plus que Uplay ou même Origin.
- ii)** Leurs pages Facebook sont particulièrement développées, parfois plus que les pages des plus gros éditeurs mondiaux : G2A affichent plus de 2,3 millions de fans Facebook !
- iii)** Ces sites cherchent à se créer une image irréprochable en utilisant des tiers de confiance pour attester de leur qualité de service, ces tiers comme « trustpilot » attestent publiquement à la fois du niveau de fréquentation et de la satisfaction des joueurs : un site comme Instant Gaming affiche plus de 120 000 avis et une note supérieure à 9. Par comparaison, Steam fait pâle figure .
- iv)** La plupart de ces sites sont les principaux sponsors des pans les plus dynamiques du marché PC (e-sport, plateformes de streaming, donateurs sur humble bundle, etc...).
- v)** Des partenariats forts peuvent être noués avec des acteurs clefs comme des campagnes de promotion mondiales conduites par Paypal pour G2A ou des contrats d'affiliation récurrents passés entre 01.net et Instant Gaming.
- vi)** Enfin, le nombre d'occurrences concernant ces sites sur les forums attestent de la pénétration de ces sites dans les différentes communautés de joueurs.



G2A.com affiche plus de 2,3m de fans sur Facebook



Instant Gaming fait l'objet de plus de 120,000 avis sur Trustpilot, au demeurant excellents

## principaux acteurs du marché illicite aujourd'hui

Bien que majoritairement hébergés à Hong Kong ou dans les pays de l'est, les principaux acteurs du marché illicite sont souvent animés par des équipes européennes hébergées localement, tirant parti des effets pervers et de la passivité expliqués plus haut.

La plupart disposent de bureaux plus ou moins officieux en Europe malgré une immatriculation de convenance à Hong Kong (cas de Instant Gaming dont le fondateur est européen et qui brouille les cartes en modifiant l'identité de ses directeurs régulièrement, le fondateur de MMOGA est pour sa part, allemand...Il ne s'agit donc pas de sociétés « étrangères » à l'union européenne mais de sociétés écrans destinées à éloigner et complexifier les personnalités morales...).

Voici, classé par zone d'influence en Europe et par taille, les principaux acteurs du marché illicite.



Ce site, artificiellement immatriculé à Hong Kong<sup>8</sup> mais fondé par Mikel Alig, un allemand de 33 ans et vraisemblablement localisé à Aschaffenburg, en Allemagne, a été revendu en 2015 à Kee Ever Bright Decorative Technology Co Ltd (KEBDT), une entreprise chinoise, pour 306m€. Il affichait à l'époque un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions d'euros pour 2015 et une courbe de progression impressionnante<sup>9</sup>. Le portail est classé aujourd'hui autour du 400ème plus gros site allemand par Alexa.



Copycat de MMOGA, ce petit frère allemand essaie d'exister dans l'ombre de son aîné et est néanmoins classé 3,000ème plus gros site d'Allemagne

<sup>8</sup> Le journaliste d'Handelsblat, Massimo Bognanni, s'est rendu sur place et n'a rien trouvé : <https://global.handelsblat.com/edition/495/ressort/companies-markets/article/gaming-the-video-game-business>

<sup>9</sup> Selon le document établi par la banque d'affaires allemande Angermann, en charge de l'opération de vente de MMOGA en 2015. Voir aussi <https://omr.com/en/mmoga-currency-real-exit/>



G2A.com est sans doute la plus emblématique des sociétés illégales agissant sur ce marché. Forte d'une capacité financière impressionnante, G2A adopte un positionnement triplement ambigu :

G2A se présente comme une simple place de marché B2B, n'assurant pas un service au consommateur final mais simplement un service d'intermédiation entre vendeur et acheteur. (En réalité, les principaux vendeurs sur G2A sont animés par les équipes de G2A et G2A n'assurent qu'un contrôle relatif de qui utilise sa plateforme de sorte qu'elle attire hackers et fraudeurs).

En proposant à n'importe qui de revendre n'importe quelle clef, la plateforme a encouragé et développé les pratiques de fraudes, vols et recels de clefs. Puisqu'une clef d'activation peut se revendre plusieurs dizaines d'euros, ces clefs deviennent source de convoitise pour tous les hackers et fraudeurs du net.

Pourtant créée en Europe de l'Est, la place de marché est immatriculée à Hong Kong Ce positionnement offshore a notamment servi à la société à légitimer pendant de nombreuses années la faculté de collecter la TVA sur la base d'un système déclaratif du consommateur, proposant par défaut une TVA à taux 0.

C'est ainsi, qu'après avoir pu se développer sans encombre et promouvoir facilement ses offres à bas prix sans être inquiétée, G2A est régulièrement classé à la 400ème place des sites mondiaux sur Alexa (mais aussi sous la 1000ème place aux Etats-Unis ou dans le top 100 des sites Polonais). Les chiffres ont atteint des proportions inégalées :

<b>11 millions</b> visiteurs mensuels	<b>5 millions</b> utilisateurs uniques par mois	<b>25 millions</b> opt in newsletters
<b>17,000</b> transactions/jour	<b>2,3 millions</b> de fan Facebook	<b>37%</b> nouveaux utilisateurs 63% récurrents
<b>240 employés*</b>		

\* Chiffres issus de la plaquette de présentation distribuée par G2A





Il s'agit de la seconde plus importante place de marché illicite de jeux vidéo digitaux. Sans atteindre les chiffres de G2A, elle affiche néanmoins un trafic impressionnant : classée 4,000ème site mondial par Alexa, la plateforme est populaire, comme G2A, aux Etat Unis, en Angleterre, et dans le nord de l'Europe (classée en dessous de 800ème au Danemark).



Il s'agit du plus gros site illicite britannique (classé 500ème site anglais et 4000ème nord-américain sur Alexa). Le portail référence plus de 589,000 fans sur Facebook et dispose de plus de 8600 avis positifs sur Trustpilot.

## INSTANT GAMING

Extrêmement actif en Europe du sud, le site est systématiquement parmi les moins chers du marché. Il affiche lui aussi des chiffres significatifs, avec un classement Alexa proche de 400 en France et en Espagne ou inférieur à 1000 en Italie.

**On peut estimer le chiffre d'affaires de l'ensemble de ces sociétés autour du milliard d'euros, faisant de ces acteurs des poids lourds du secteur, pouvant aller jusqu'à s'arroger 20 à 30% des activations Steam. Le manque à gagner pour l'administration fiscale n'est pas anecdotique. L'impact parasite pour la concurrence non plus. Cela représenterait potentiellement un tiers des jeux activés sur Steam.**

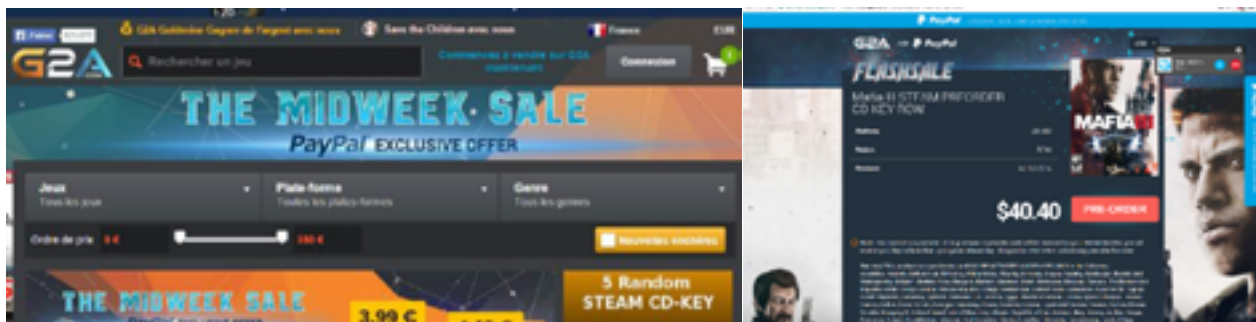
# acteurs économiques concernés par le marché illicite

Si l'ensemble des acteurs du marché illicite décrits ci-dessus pèse si lourd, c'est aussi qu'il reçoit régulièrement le concours volontaire ou involontaire de nombreuses entreprises pour établir ou soutenir leurs activités.

## i. plateformes de paiement

Les fournisseurs de moyens de paiement, comme Paypal ou Skrill sont des alliés motivés de ces sites. Selon G2A, en organisant une promotion de quelques jours conjointement avec Paypal, le site pourrait générer 1,3 million de visites et 85,000 ventes sur une opération !

Paypal fournit un service de paiement à une activité illicite et promeut activement le service à l'ensemble de ses utilisateurs afin de maximiser ses profits ; tel qu'en atteste la publicité reproduite ci-dessous (The MIDWEEK SALE : PayPal Exclusive offer) :



Il faut préciser que le porte-monnaie Paypal, qui permet à un utilisateur de répudier son achat en cas de mauvaise expérience avec un site est là particulièrement indiqué. Ainsi, G2A étant un bon pourvoyeur de clients pour Paypal, ce dernier est particulièrement enclin à en faire une promotion croisée

## ii. annonceurs

Un acteur comme Google tire également des revenus significatifs des acteurs illicites : ces derniers sont souvent les plus à même de proposer les meilleurs prix pour les mots clefs adwords. De fait, Google véhicule régulièrement des campagnes conduites par G2A ou Instant Gaming qui tous, disposent de comptes clients sans difficulté malgré les activités nébuleuses qu'ils concentrent.

Les moteurs de recherche spécialisés, comme DLCompare ou Allkeyshop font de même à leur plus petite échelle.

Il en est de même avec les sites éditoriaux comme [01net](#), [Hitek](#), [Parlons Geek](#) ou [O'gaming](#).

Bons payeurs, affichant des marges prises sur celles des ayants droits et du fisc, ces sites illicites entraînent également dans leur sillage, équipes et organisateurs de e-sport qui les promeuvent activement en contrepartie de sponsoring : Le Bled'art : <https://www.youtube.com/watch?v=By-8ioKYuDU>, Vadact : <https://www.youtube.com/watch?v=v-HlwW5DuCw>, jackfrags <https://www.youtube.com/watch?v=E8fKzRAVbz8>

### iii. prestataires et tiers de confiance

Toute une série de tiers vont également apporter un support récurrent et actif à cette économie illicite :

- les tiers de confiance type Truspilot qui vont recenser les avis positifs et fournir des outils permettant de gérer les retours clients et promouvoir le résultat
- les réseaux sociaux type Facebook qui vont participer aux campagnes de promotion et à l'animation des communautés
- les grossistes officiels, qui ne recherchent pas nécessairement l'origine des clés vendues, malgré des contrats restrictifs, gonflent ainsi artificiellement leurs volumes<sup>11</sup>

## sources d'approvisionnement en jeux du marché illicite

### i. ouverture des boites et distribution des clefs d'activation en ligne

#### **dans les marchés à bas prix et ré-import des clefs dans les pays à prix élevés**

Acheter des boites de jeux dont le SRP est plus bas à l'étranger pour en revendre la clef sur son marché local fut le premier réflexe de certains acteurs de la distribution digitale, encouragés par les politiques de prix disparates, y compris au sein de l'union européenne, des éditeurs, et la volonté des filiales de faire progresser coûte que coûte les volumes en local.

<sup>11</sup> V. ci-après d) sources d'approvisionnement en jeux du marché illicite, iii)

Ainsi la Russie et les pays de l'est ont longtemps été présentés comme l'un des premiers marchés de Steam mais la réalité des ventes était différente si l'on s'intéressait aux lieux où les jeux achetés étaient réellement activés. On s'apercevait alors qu'une partie plus qu'importante des ventes russes avaient été faites en France, en Allemagne, en Angleterre... Les éditeurs ayant longtemps persisté à vouloir maintenir une dichotomie des prix par territoire pour un jeu identique, même au sein de l'union européenne...

Steam a elle aussi encouragé ces pratiques qui lui permettent de démultiplier son nombre de comptes actifs, notamment en encourageant les éditeurs à adapter leur prix par région tout en mettant en avant le principe de libre circulation des marchandises : sans géolocalisation, Steam devenait la plateforme parfaite pour contourner les offres locales et disposer de prix cassé malgré l'apparence de prix hauts, hors soldes, sur les territoires considérés comme riches (c.a.d. Allemagne, France...).

Même en mettant en place des systèmes de géolocalisation (cad que la clef ne s'active que si elle est enregistrée depuis un territoire autorisé), la pratique des VPN (Virtual Private Network tel que proposé de manière transparente par hola.com) permettait de manière simple aux plateformes illégales d'expliquer à leurs clients de contourner les règles techniques<sup>12</sup>. Contestées par la commission Européenne, les règles de géolocalisation au sein du marché commun ont de toute façon disparue en Europe. Elles peuvent demeurer sur certaines régions (Amérique du Nord, Asie, Europe...)

## **dans les mêmes territoires**

Les éditeurs maintiennent parfois encore des accords de distribution plus favorables sur les canaux physiques que sur les canaux digitaux, les conditions tarifaires proposées à un grossiste qui s'engage sur des volumes de boites sont encore suffisamment attractives pour conduire à des effets pervers : les boites en question sont donc ouvertes par ce même grossiste et revendues avec une marge à des sites non officiels de distribution. Handelsblat relatait ainsi que le grossiste allemand Gross Electronic GmbH était le principal fournisseur de clefs du site illicite MMOGA.com de 2013 à 2015, site dont le chiffre d'affaires dépassait les 100 millions d'euros par an<sup>13</sup>.

<sup>12</sup>V. par exemple le logiciel « Hola » qui s'installe simplement dans le navigateur et permet de changer son pays de localisation à volonté pour afficher sur les sites les prix locaux

<sup>13</sup><https://global.handelsblat.com/edition/495/ressort/companies-markets/article/gaming-the-video-game-business>

## ii. clefs fraudées ou obtenues gratuitement puis revendues

La fraude en la matière prend des formes aussi diverses que l'esprit humain peut les imaginer ; les moyens pour un fraudeur de s'approprier toute une série de clef afin de la revendre à un site ou de les écouler sur une place de marché, sont multiples et variés.

Une des façons consiste à acheter une série de clefs licites sur les sites officiels avec un moyen de paiement volé. Un numéro de carte bleue dérobé permet d'usurper le moyen de paiement d'une personne et de recevoir en son nom le jeu acheté, qui sera immédiatement remis en vente.

Un autre consiste à entrer dans le compte d'un client Steam pour transférer à son insu certains jeux de sa bibliothèque à des gens qui auront préalablement payé pour.

Certains youtubers revendent également les jeux qui leur sont offerts pour en assurer la promotion.

Par ailleurs, puisque monsieur tout le monde peut revendre ses jeux sans contrôle sur G2A, la conjonction des reventes de l'ensemble de toutes ces personnes finit par représenter un volume significatif.

Steam a encouragé ces pratiques, notamment en autorisant pendant des années les joueurs à s'offrir des jeux (Steam Gift) sans en limiter le nombre ni en contrôler les flux. Ainsi s'était développé un marché parallèle de reventes des « Steam Gift » sur les place de marché comme G2A ou KInguin, permettant à certains de vendre des centaines de clefs russes partout en Europe.

## iii. achats lors des soldes Steam puis reventes hors soldes à prix cassé ou hors taxe

Sur GreenManGaming il est possible de commander jusqu'à 14 fois le même jeu par défaut. 14 fois le même jeu ! Même en achetant pour le compte d'une équipe de foot, cela ne se justifierai pas. A moins d'encourager les revendeurs à acheter sur GMG et donc de tabler sur le marché illicite pour doper ses ventes...

De même, les grossistes digitaux référencent toute une série de sites, nés subitement, sans

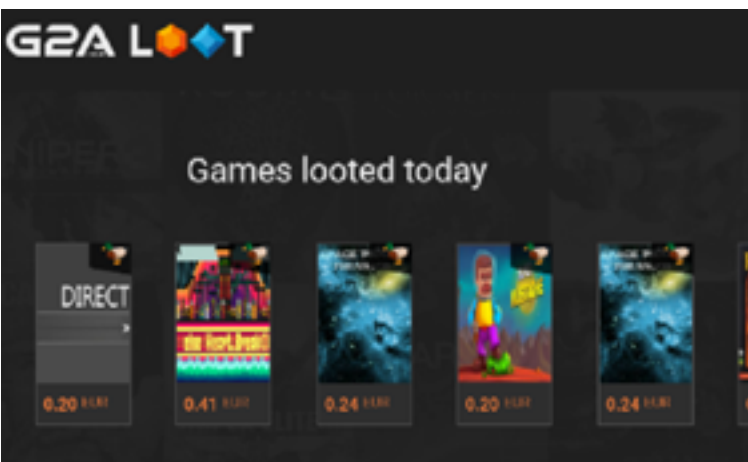
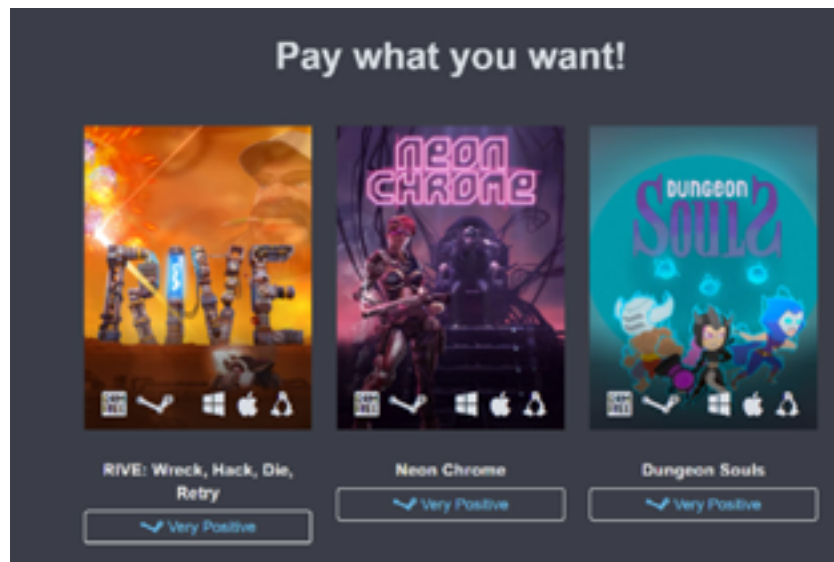
audience particulière au départ, qui, lors des soldes, explosent les compteurs. Ces sites, comme Gamebillet ou 2game.com par exemple, s'approvisionnent alors à bon compte chez les grossistes européens tout en étant prétendument situés hors d'Europe (Gamebillet serait situé aux USA, 2Games serait anglais mais dissoute<sup>14</sup>) puis écoulent leur stock sur le marché illicite ou revende hors taxe en Europe.

<sup>14</sup><https://beta.companieshouse.gov.uk/company/07961651>

## iv. achats de jeux au sein des bundles puis revendus

De même, il n'est pas surprenant de retrouver G2A dans les principaux contributeurs du site Humble Bundle. Les offres d'Humble Bundle permette d'acheter au prix que l'on souhaite des jeux peu réputés puis en mettant un prix minimum d'acquérir des titres plus populaires pour peu cher. Le tout sous couvert de charité.

**La fameuse étape 1 des bundles mensuels d'Humble : on paye ce que l'on souhaite – à commencer par 1\$- pour pouvoir récupérer 3 jeux...**



**....qui se retrouveront proposés sur G2A dans l'offre G2A Loot à 3€**

Il n'est par ailleurs pas étonnant qu'Humble Bundle atteigne des chiffres de ventes significatifs concernant ses bundles mais des résultats beaucoup moins avenants sur son magasin, hors promotion. Démontrant qu'en dehors des effets pervers expliqués ci-dessus, le site ne provoque guère de traction.

**Trois jeux bien notés sur Steam pour un dollar : une source du G2A loot**



# 1.3 agissements illégaux à la base du marché illicite



## fraude à la TVA

La plupart des sites illicites ne payent aucune TVA en Europe (ou ne pratique qu'un paiement minoré de façade), dans l'indifférence générale, alors que l'on parle de chiffre d'affaires significatif.

Leur modèle économique, fondé sur un prix attractif, jusqu'à 60% de moins que les prix recommandés, ne fonctionne qu'avec l'élimination de la TVA, payée en revanche par leurs concurrents officiels.

Pour justifier un tel abus, tous ces sites s'immatriculent offshore : la plupart à Hong Kong, d'autres dans les pays de l'est ou aux Etats-Unis.

Mais depuis 2015, les règles européennes concernant l'exigibilité de la TVA ont changé. Il ne s'agit plus de prendre en compte le pays du vendeur mais le lieu de résidence de l'acheteur. Les entreprises qui vendent sur le territoire européen doivent donc percevoir la TVA au taux du pays de l'acheteur, ce pays étant déterminé par des éléments objectifs tels que l'adresse de livraison ou, dans le cas d'une distribution dématérialisée, l'adresse IP de l'acheteur ou encore celle liée à son moyen de paiement.

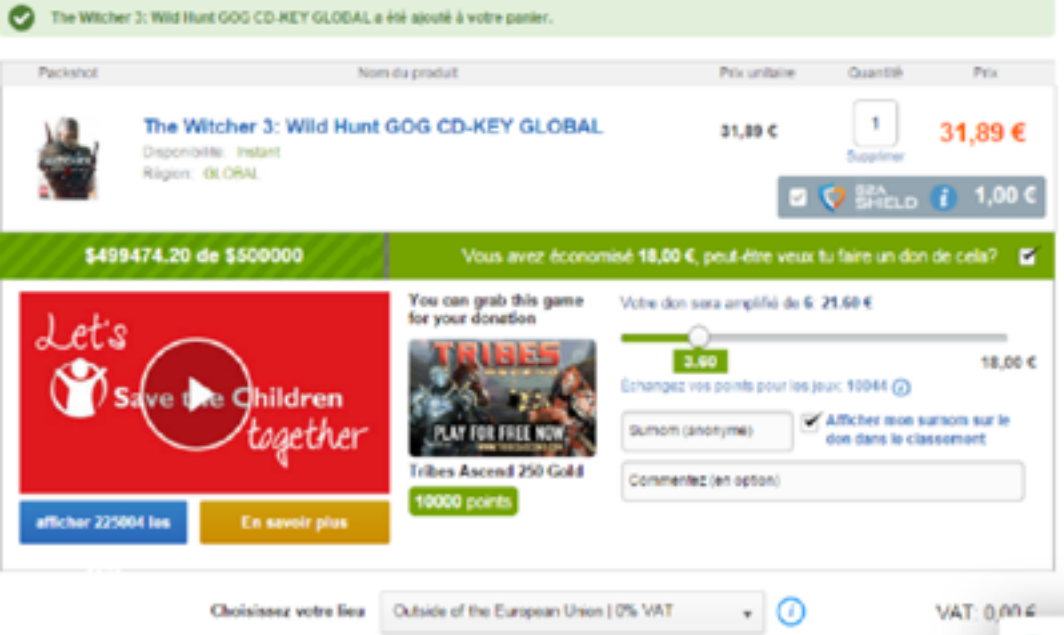
La règle est simple et s'applique à tous les vendeurs, quel que soit leur pays d'immatriculation.

Les sites illicites ont donc développé toute une série d'arguments pour continuer à éluder la TVA :

- ils se présentent comme des sites d'intermédiation, mettant juste en relation un consommateur et un éditeur, renvoyant le paiement des taxes au vendeur d'origine. Cet argument, développé notamment par MMOGA ou G2A, ne tient pas une minute dès lors que les jeux sont promus et mis en vente sur le site qui en assure également le paiement à son nom et le support direct vis-à-vis des joueurs. Le fait d'artificiallement organiser une intermédiation a posteriori ne suffisant pas à la qualifier juridiquement.
- un autre argument consiste à faire état, comme a pu le faire sans rire G2A<sup>15</sup>, de « l'extrême complexité » de la collecte de TVA dans un environnement dématérialisée, traitant des dizaines de milliers de transactions journalières. L'argument permettant alors de laisser la main au client qui déclarera lui-même son lieu d'imposition. En dehors du côté ridicule qui consiste à demander à un client final s'il souhaite ou non majorer lui-même son achat de la TVA adéquate, l'argument de la complexité est un leurre grossier : toutes les sociétés d'e-commerce en Europe, procède de la sorte, sans difficulté.

-

<sup>15</sup>V. document fourni par G2A : Assurance of G2A compliance with EU VAT regulations, 29/04.2016



Par défaut, le consommateur français se voit proposer d'effectuer son achat hors de l'union à une TVA de 0%

Un menu déroulant permettait de modifier à la convenance du client le taux de TVA à appliquer.



Cette pratique, impossible à défendre par G2A sur le long terme, n'est plus appliquée aussi ostentatoirement, mais elle laisse planer le doute sur la façon dont la société gère aujourd'hui ses déclarations fiscales et lui a surtout permis de prendre une place aujourd'hui incontournable sur le marché, au frais du contribuable européen.

Ces violations flagrantes des règles de TVA n'ont fait l'objet d'aucune réaction de la part des autorités, qui restent concentrées principalement sur les acteurs locaux. Incapables d'identifier des « empreintes territoriales locales » pourtant évidentes, les autorités françaises sont restées étrangement inactives malgré les sollicitations. Pourtant, le rattachement local des infractions existe :

Nationalité du dirigeant ayant créé sa société à HongKong afin de la « sortir » d'Europe (communication du n° de passeport résultant des documents d'immatriculation Hongkongais)

Empreinte économique du site parasite : chiffres communiqués publiquement par Alexa.com montrant que l'audience du site est constituée à plus de 60% par des utilisateurs français, page Facebook en France affichant plusieurs centaines de milliers ou des millions de likes locaux, support et facturation en France...

Absence d'enregistrement auprès du mini guichet, absence de n° MOSS...

Utilisation de système de paiement Français (Hipay) pour tous les paiements en cartes, et ce malgré les accords revendiqués par le ministère des finances et de la culture avec les acteurs du paiement sur Internet (à ce sujet Paypal est l'un des plus gros partenaires de sites comme G2A qui revendiquent régulière

Partenariats commerciaux avec des acteurs de premier plan en France comme 01net



# contrefaçon

Contrairement à ce que pourrait laisser penser la passivité affichée par les éditeurs, la violation du droit d'autoriser ou d'interdire des ayants droits leur permettrait de réagir :

En 2016, MMOGA.com a été jugé coupable de contrefaçon par la cour régionale de Berlin à la demande de l'éditeur Koch Media. Il a été clairement établi par le juge que MMOGA, qui n'était pas immatriculé en Europe et qui ne s'était pas présenté à l'audience, devait avoir obtenu une autorisation de l'éditeur pour séparer la clef d'activation de son boîtier d'origine.

Malgré une amende de 250,000€, MMOGA a continué de distribuer les jeux Koch Media.

Mais cette dernière n'était pas démunie : elle a pu en obtenir le paiement en saisissant les sommes auprès des fournisseurs de solutions de paiement du site illicite.

# concurrence déloyale et parasitisme

La concurrence frontale entre site illicites et sites officiels est violente : à titre d'exemple, le site Instant Gaming poste mécaniquement sur tous les sites d'importance, à commencer par jeuxvideo.com dont il parasite les forums. Le site a même développé un plug in permettant à ses clients de toujours garder un œil sur ses prix, même lors de leurs visites sur des sites tiers.



**Instant Gaming toujours présent, bien intégré sur les sites de ses concurrents, tel un Pinnothère sur sa moule....**

Le parasitisme relevant du droit commun, la faute est constituée des nombreux manquements aux règles commis par ses sites et le préjudice sera constitué du chiffre d'affaires réalisé, artificiellement retiré du marché officiel. Le lien de causalité apparaissant évident dans l'exemple ci-contre qui démontre bien que le site illicite vise directement les visiteurs du canal officiel Steam.

## violation du droit de la consommation

La plupart des sites illicites ne répondent pas aux règles du droit de la consommation adapté à plusieurs reprises à l'économie numérique. Là encore, alors que les marchands locaux font l'objet de sollicitations régulières de la DGCCRF, les sites offshore échappent à tout contrôle et ne sont jamais inquiétés.

## recel

La notion de recel pourrait s'appliquer à bon nombre d'acteurs de la chaîne : les moyens de paiement qui tirent bénéfice d'activités illicites, les annonceurs comme Google ou les moteurs de recherche spécialisés, ou encore les éditeurs eux même, dont la responsabilité dans les ventes faciles réalisées par leurs filiales ou l'absence de réaction face au non-paiement de la TVA par leurs distributeurs de fait ou leurs grossistes, pourrait se voir engagée.

# 1.4 conséquences du développement du marché illicite



Les conséquences du laisser-faire actuel sont loin d'être négligeables. Sans prendre le temps d'en mesurer concrètement la portée, il est aisé d'en dresser une liste objective à ce jour.

## incompréhension du consommateur sur les prix

Les joueurs ont eu largement le temps de se rendre compte que les clefs achetées sur Instant Gaming sont rapidement délivrées et permettent parfaitement de jouer aux bockbusters à moitié prix. Etre au courant du bon plan devient un gage de pertinence et faire partie du cercle des initiés devient un élément de reconnaissance sociale pour les joueurs. Sur lequel s'appuie la bouche à oreille...

**Acheter son jeu au prix recommandé par l'éditeur devient totalement ringard.**

**Raisonnement ultime : « Si cela était illégal, cela serait interdit ». Il faut donc être totalement stupide pour payer le prix demandé par ces « voleurs d'éditeurs ou de distributeurs officiels »**

## mauvaise expérience du consommateur

Les plateformes illicites accumulent cependant les loupés. Clefs en provenance de boîte mal scannée, revendeurs peu scrupuleux sur les places de marché illicite, désactivation des clefs volées... autant de mauvaises expériences qui attendent les joueurs sur ces plateformes. Sans compter les violations du droit de la consommation ou l'absence de relation avec les éditeurs permettant de proposer un support client pertinent. Certains consommateurs le voient comme un mal nécessaire, d'autres finiront par revenir vers les canaux officiels, dès lors que ceux-ci proposeront effectivement mieux, ce qui n'est pas toujours gagné : le support de Steam, extrêmement passif est mal noté et la plupart des plateformes officielles cumulent bugs et absences de réponses aux clients, et ne proposent pas toujours une différenciation à la hauteur

## **affaiblissement des canaux officiels mis en place par les éditeurs**      **évasion fiscale**

...et renforcement des monopoles autour des plateformes d'activation : la passivité des acteurs entraîne de grosses difficultés pour les réseaux officiels sur lesquels pèsent des obligations lourdes comparées à celles dont s'exonèrent les sites illicites. Le risque existe qu'au bout du chemin, certains acteurs illicites ayant obtenu des positions fortes soient régularisés par les ayants droits. Quoi qu'il en soit, au lieu de créer un écosystème varié, d'élargir l'audience des joueurs et diversifier les canaux de distribution, le marché se concentre sur quelques plateformes monopolistiques, Steam en tête, détenant à la fois le client et les modèles économiques s'imposant aux ayants droits<sup>16</sup>.

Le 17 septembre 2015, un rapport de la commission des finances du Sénat a dénoncé les pratiques des sociétés de e-commerce offshore en Europe. Malgré cela, rien n'a changé malgré un manque à gagner pour les états européens, chiffré à plusieurs centaines de milliards d'euros (Dans une étude de septembre 2015, la Commission européenne estimait ainsi que la France avait perdu 14,1 Mds€ de recettes de TVA rien qu'en 2013, soit largement plus que les 8 milliards de dérapage que dénonçait la cour des comptes sur le budget 2017 lors de l'arrivée du gouvernement Macron à son arrivée au pouvoir et bien plus que la somme de 2 milliards réclamée récemment à Google par la commission européenne

<sup>16</sup> Lire sur ce sujet « L'hiver vient... Ou pourquoi Steam est le « marcheur blanc » du jeu vidéo » : <https://medium.com/@pierref/l-hiver-vient-ou-pourquoi-steam-est-le-marcheur-blanc-du-jeu-vid%C3%A9o-1-d4f51fc0c393#.mdftrj4za>

2

recommandations  
pour lutter  
efficacement  
contre le marché  
illicite



# 2.1 tarir les sources d'approvisionnement du marché illicite



Les sources d'acquisition des clefs d'activation par les sites illicites sont multiples et souvent liées aux effets pervers laissés en place par les ayants droits. Quelques mesures simples permettent d'y palier.

## harmoniser les SRP d'un même jeu sur Internet

**les jeux distribués en Europe doivent avoir des prix cohérents sur tout le territoire de l'union...**

Il n'est pas justifiable sur internet que le marché anglais continue d'avoir un SRP significativement plus bas que le reste de l'Europe, exacerbé par ailleurs par la chute de la livre.

Maintenir cette dichotomie, c'est s'exposer inévitablement à maintenir les effets pervers déjà décrits et à affaiblir ses partenaires officiels, respectueux des règles. Du moins, jusqu'à l'effectivité du Brexit.

**...il en est de même des prix mondiaux, hors Europe**

Pendant des années, le site brésilien Nuevem.com a dérouté les consommateurs européens qui avaient accès à des prix fracassés, via l'utilisation de VPN.

Les éditeurs doivent être conscients qu'avant de développer le marché indien par exemple, proposer un SRP spécifique sur ce territoire, c'est prendre le risque d'encourager la remise en vente des jeux destinés à ce marché là où la demande est forte et déjà identifiée. Et de relancer les effets pervers déjà largement évoqué...

Si des zones géographiques différenciées perdurent, alors elles doivent être encadrées dès lors que la loi le permet. La géolocalisation des clefs doit être appliquée et contrôlée, allant jusqu'à bannir les clefs anormalement activées depuis des zones interdites.

# harmoniser les conditions de distribution entre physique et digital

## les conditions entre distributeurs physiques et digitales doivent également être identiques

Si le marché physique continue de bénéficier de conditions historiques avantageuses, elles continueront d'être utilisées pour concurrencer artificiellement les canaux digitaux. Au détriment des marges des éditeurs au final.

# maintenir la cohérence des conditions de distribution entre tous les acteurs et ne pas démultiplier les modèles

## la mise en place de bundle doit être encadrée

...ne pas s'industrialiser et rester une exception à la distribution classique, sans dénaturer la valeur des nouveautés. Cette mode des bundles, perverti par le marché illicite et soi-disant destinée à des fins caritatives, permet certes de réaliser des sauts de chiffre d'affaires ponctuels mais au-delà des avantages consentis à des sociétés comme Humble Bundle, elle perturbe à long terme le marché officiel et brouille les repères des consommateurs en matière de prix, y compris, et de plus en plus, en ce qui concerne les nouveautés.

# contrôler les revendeurs

## les grossistes et leurs clients doivent être responsabilisés

Il n'est pas normal de pouvoir s'enregistrer auprès d'un grossiste européen et de pouvoir vendre instantanément des clefs, via la réception de clefs dans un fichier excel ou même via une API, sans s'être identifié ou sans avoir fourni un numéro Moss. Un examen attentif des clients référencés par les grossistes doit être réalisé par les éditeurs et ceux-ci doivent s'interroger quand un site sans audience génère des volumes inattendus.

## supprimer les clefs d'activation

Certains éditeurs misent sur le « direct entitlement » pour mieux contrôler l'usage des clefs : au lieu de permettre aux tiers de délivrer une clef d'activation à l'utilisateur comme contrepartie de son achat, ces derniers vont reconnaître et accepter la transaction remontée par le distributeur tiers via une API et donneront ensuite accès au jeu au client de manière « silencieuse », sans échange matérielle de clef constatée.

Ce type de solution a été d'ores et déjà testé par des acteurs comme Steam (ou EA avec Amazon) et a fait état de nombreux écueils dans la gestion de la relation clients.

En effet, chaque erreur, liée à une déficience des échanges avec l'API, provoque un retard ou un rejet de l'activation concernée, mettant à la charge du nouveau système une gestion compliquée de l'incident, le plus souvent face à une incompréhension et à une insatisfaction totale du client final.

Ainsi, à ce stade, Steam n'a pas souhaité mettre en place le système, EA l'a doublé par sécurité d'un envoi de clef...

Cette solution reste intéressante mais pour éviter d'écorner l'image des éditeurs auprès de leurs clients, souvent sensibles aux questions liées à la mise en place des DRM, il est recommandé de travailler avec les distributeurs à la qualité de l'expérience client qui en découlera.



## 2.2 permettre une meilleure identification des canaux de distribution officiels et de leur relation avec les plateformes d'activation



Dès lors que les plateformes d'activation mettent en place un réseau de distributeur officiels destinés à promouvoir leurs jeux et leur technologie, plusieurs conséquences évidentes doivent être soulignées :

- comme dans le luxe par exemple, les ayants droits doivent clairement indiquer que ces acteurs officiels ont été formellement autorisés à vendre leurs produits. Et pas seulement par des mentions discrètes sur le site de l'éditeur. Le consommateur doit pouvoir vérifier qui est licite, dument autorisé, et qui ne l'est pas. Le doute ou le flou, profite aux sites illicites.
- la valeur ajoutée du distributeur officiel doit être claire : l'affilié promeut le jeu au sein d'un catalogue et fait des choix éditoriaux, communique auprès d'une audience, rapporte un client, assure un support. Il décharge les ayants droits de la gestion des paiements, des conversions de devises et de la fraude, très répandue sur ce marché.

La simple gestion de la chaîne du paiement représente facilement entre 2 à 5% du prix du jeu.

Le distributeur propose également aux ayants droits des actions marketing complémentaires des leurs, vise des audiences plus ciblées localement ou travaille conjointement avec des sites éditoriaux connexes.

Ces campagnes, autrefois payées localement par les éditeurs sans jamais être traquées en terme de transformation, ont une valeur significative, à la hauteur de celle que représente des clients transmis aux plateformes d'activation qui se nourrissent et se renforcent de ces actions récurrentes de la distribution.

Au-delà de la promotion d'un jeu, le distributeur officiel promeut au final une plateforme d'activation. Lorsque celle-ci est en concurrence frontale avec Steam, cette action a son importance. Enfin, il accompagne le client final en amont et en aval de l'achat : le convainc de précommander, de ne pas répudier son achat comme la loi l'y autorise souvent. Les ayants droits doivent donc s'attacher à identifier quels acteurs proposent cette valeur ajoutée et lesquels ne le font pas, afin d'adapter leurs conditions en conséquence et développer harmonieusement un réseau sérieux à même de renforcer leur part de marché.



## À propos du SNJV

Créé en 2008, dans la continuité des actions de l'Association des Producteurs d'Oeuvres Multimédia, le Syndicat National du Jeu Vidéo est le syndicat professionnel qui rassemble les entreprises de production et d'édition de jeux vidéo françaises et toutes les structures qui concourent aux activités de production en France ainsi que les partenaires de la création de jeux vidéo. Le SNJV réunit aussi au sein du réseau des écoles de jeu vidéo les organismes d'enseignement aux métiers de notre industrie. Le SNJV fédère également les clusters d'entreprises du jeu vidéo en régions.

### **SNJV**

13, rue La Fayette  
75009 PARIS

### **Julien Villedieu**

Délégué Général  
+33 970 460 611

[snjv.org](http://snjv.org)

[dg@snjv.org](mailto:dg@snjv.org)