

5

JEUX VIDÉO : D'UNE INDUSTRIE TECHNIQUE À UNE INDUSTRIE CULTURELLE

[Pierre-Jean Benghozi](#), [Philippe Chantepie](#)

La Découverte | « [Regards croisés sur l'économie](#) »

2022/1 n° 30-31 | pages 75 à 84

ISSN 1956-7413

ISBN 9782348076060

DOI 10.3917/rce.030.0075

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2022-1-page-75.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

*Jeux vidéo : d'une industrie
technique à une industrie culturelle*

*Video games: from a technical to a
cultural industry*

PIERRE-JEAN BENGHOZI

Directeur de recherche au CNRS

Professeur à l'École Polytechnique et à l'Université
de Genève

PHILIPPE CHANTEPIE

Inspecteur général des affaires culturelles au
ministère de la Culture et de la Communication

Chercheur associé à la Chaire Innovation &
Régulation de l'École Polytechnique

Résumé

Dernière-née des industries culturelles, d'emblée numérique, l'industrie du jeu vidéo s'est cependant construite en empruntant aux modèles plus classiques des industries culturelles, mais en s'en différenciant par quelques traits essentiels. À ce titre, le jeu vidéo est pionnier d'évolutions générales qui touchent désormais l'ensemble du secteur des contenus. Pour autant, le secteur du jeu vidéo n'a pas été épargné par les mutations du numérique. Elles ont conduit le secteur à des évolutions fortes de ses modèles économiques et de son écosystème.

Abstract

The video game industry is the latest addition to cultural industries and is digital from the outset. If it has been built on the traditional principles of the cultural industries, it differs from them in many essential ways. In this respect, the video game industry is a pioneer in general trends that now affect the entire content field. However, the video game business has not been spared by digital changes. They have led the industry to significant changes in its business models and ecosystem.

Secteur dynamique, fort de revenus importants, l'industrie du jeu vidéo fait l'objet, dans la presse comme chez les acteurs publics, d'une attention qui ne se dément pas. Cette dernière-née des industries culturelles a connu et enregistre une croissance forte et régulière (Benghozi et Chantepie, 2018). Elle est très présente dans les stratégies des acteurs dominants du numérique (Facebook, Amazon, Microsoft...) et au cœur de l'économie des magasins d'applications mobiles (Apple, Android). Elle fait l'objet de mouvements de fusions-acquisitions d'ampleur¹ et incite à des réorganisations d'entreprises historiques de l'audiovisuel telles que la création de grands départements dédiés au sein des studios hollywoodiens.

***Un secteur à forte croissance,
récent et anticipateur***

À ce titre, les jeux vidéo sont fréquemment présentés comme un modèle emblématique du devenir des

1 L'une des dernières et inédite par son ampleur, par exemple, a été le rachat d'Activision par Microsoft début 2022 pour 69 milliards de dollars.

industries culturelles (Benghozi et Chantepie, 2018 ; Le Diberder et Le Diberder, 1998).

Les arguments avancés se limitent néanmoins à une simple comparaison des chiffres d'affaires, des nombres d'utilisateurs, des intensités de pratiques ou des niveaux d'usage. Des constats plus profonds permettent de mieux comprendre des dynamiques aujourd'hui à l'œuvre dans tous les domaines de la culture. Les singularités de l'industrie des jeux vidéo sont en effet devenues des traits généralisés aux autres industries culturelles (dématérialisation dans l'édition de livres, de la presse et de la musique, montée en puissance des plateformes de distribution des contenus pour la musique et le cinéma), marquées par des modèles économiques anciens, fixés très tôt, mais demeurés largement inchangés au fil du temps. Elles empruntent désormais le modèle bien connu des éditeurs et fabricants de consoles de jeu vidéo.

Ainsi du cinéma par exemple, dont les branches appuyaient leur rentabilité sur une économie de coûts fixes (la production d'un film) couplée à la force de canaux de diffusion (les salles, la TV) et à la création de valeur par la qualité de contenus (logique de *bestsellers*, économie de *hits* et *star system*). Ce modèle traditionnel a évolué depuis la fin du siècle dernier en s'ouvrant à de nouveaux acteurs et en refondant les bases de la rentabilité. L'industrie vidéoludique a été le fer de lance de cette révolution, en dissolvant les frontières sectorielles historiques, en faisant une place inédite à la technologie, et surtout, contrairement au cinéma, en proposant une dimension interactive des formes de consommation.

Alors que chaque industrie culturelle s'est constituée sur une catégorie de création revendiquée comme telle (littérature, musique, cinéma...), le jeu vidéo en combine plusieurs dans un produit multimédia, spécifique et complexe, qui échappe aux « silos » historiques des autres secteurs culturels.

En outre, les jeux vidéo ne reposent pas seulement sur une seule force anthropologique liée à la création et l'imaginaire comme la littérature, la musique ou le cinéma, mais aussi sur celle du jeu. Le succès des jeux s'appuie, naturellement, sur la spécificité de leur contenu, la créativité de leur esthétique, la force des univers qu'ils proposent (Clais et Dubois, 2011). Pour autant, ce n'est pas seulement par tel ou tel contenu, tel ou tel imaginaire, dont la force de différenciation est réelle, ou tel environnement linguistique, que se déploient les jeux vidéo, mais selon une offre singulière fondée sur un *gameplay*² spontanément adoptable par tous, malgré des sensibilités culturelles différentes. Cette force dont l'universalité et les ressorts sont spécifiques a d'emblée permis au jeu vidéo de construire son secteur dans un marché mondial avec de nouvelles formes de pop culture comme l'*e-sport*.

Une structuration de la filière marquée par la technologie

Une des premières conséquences de ce qui précède est que l'organisation de la filière ne se traduit pas par la coupure traditionnelle entre artistes ou créateurs, producteurs, distributeurs et industries techniques. D'ailleurs, l'important chiffre d'affaires du secteur, souvent mis en exergue, ne se réduit pas uniquement aux seules ventes des supports de jeux, il intègre aussi les ventes d'interfaces techniques telles que consoles de jeu et accessoires associés (manettes, volants, sièges de *gamer*...).

Cette caractéristique du secteur des jeux vidéo tient à ce que sa dimension technico-industrielle était, pour elle,

2 On parle de *gameplay* pour désigner la modalité du jeu, par exemple : jeu de combat, immersif, intellectuel... et la manière de jouer avec, *c.-à-d.*, son aspect proprement ludique ou sa jouabilité.

native. Elle n'a pas seulement procédé de l'industrialisation progressive des supports de reproduction des contenus créatifs (imprimerie, phonogrammes, cinéma, médias), mais est issue de la recherche scientifique et des développements informatiques effectués dans des laboratoires publics autant que dans des entreprises comme Atari ou Sega. L'industrie du jeu vidéo, issue de l'électronique grand public puis de l'informatique personnelle, est ainsi née comme un modèle singulier où l'aval (les consoles ou à présent les plateformes de distribution) domine la création et la production (Davidovici-Nora, 2016). Dans les autres industries culturelles, la qualité ou l'investissement de la création avaient tendance à dominer et justifier par exemple des droits de propriété intellectuelle des auteurs et des artistes, ce qui n'est pas le cas dans le secteur du jeu vidéo.

Un secteur qui n'a pas échappé à la vague du numérique

Dans ce contexte, il est intéressant de se pencher sur la manière dont les jeux vidéo ont affronté une vague numérique qui ne les a pas épargnés. Cette dernière s'est en effet traduite par des mouvements de natures différentes, mais qui ont tous contribué à repenser les formes historiques de structuration de l'industrie : dématérialisation de l'offre (*cloud gaming*³), déspecialisation (Twitch⁴), apparition de nouvelles catégories de jeux (*casual*⁵), désintermédiation de la

3 Le *cloud gaming* est une offre de jeu à la demande, par laquelle les joueurs louent l'accès à une gamme de jeux par internet, tout en profitant des capacités de calcul d'un serveur distant.

4 Twitch est une plateforme de *streaming* initialement vouée à la rediffusion de contenu vidéoludique.

5 Le *casual gaming* réfère à une pratique du jeu vidéo orientée vers des joueurs « occasionnels », via des produits faciles à prendre en main et calibrés pour

distribution, difficulté de maintenir des stratégies de contrôle technique des consommateurs, nouveaux entrants (comme Xbox dans les consoles), poids de la régulation... Ces facteurs ont conduit le secteur à faire radicalement évoluer les modèles économiques (*free to play*⁶, micropaiements⁷, abonnement illimité...). Néanmoins, il faut noter que contrairement aux crises profondes observées dans des secteurs comme la photographie ou la musique, les acteurs en place ont pu réagir plus rapidement pour résister. Ils ont su créer des alternatives en s'appuyant sur une structuration par la technologie inscrite d'emblée au cœur de leur activité : c'est ainsi que l'évolution des formes de monétisation (gratuité, micropaiement...) a pu, par exemple, s'opérer d'autant plus facilement qu'il était possible de faire intervenir des « *economist designers* » très en amont, pour intégrer les nouvelles modalités de paiement dès le stade du développement informatique des jeux. C'est sans doute là qu'il faut voir le caractère emblématique de cette industrie.

Une dynamique marquée par les caractéristiques de l'économie numérique

Comme dans les autres secteurs de la culture, l'offre de jeux vidéo s'inscrit dans une économie de prototype aux coûts fixes élevés (production, infrastructure de

cibler une population très large.

- 6 Les jeux *free to play* (« gratuits à jouer ») consistent en l'ouverture du jeu sans paiement préalable, le modèle économique étant basé sur des transactions en jeu ou des abonnements pour accéder à un contenu de jeu plus complet.
- 7 Un « micropaiement » est un élément de modèle économique de certains jeux vidéo, qui consiste à agrémenter un jeu d'une boutique virtuelle permettant d'effectuer des achats pour des contenus supplémentaires à faible valeur unitaire.

diffusion), mais aux coûts variables faibles, voire quasi nuls (coût de reproduction des supports d'enregistrement, coût d'accès de spectateurs). Elle se caractérise, d'autre part, par un aléa de production que connaissent les biens d'expériences, à savoir une incertitude radicale du succès. La réussite et le développement du secteur ont été construits sur les fondements de l'économie numérique. Cela a consisté, d'une part, à exploiter les caractéristiques économiques de cette industrie en favorisant et se nourrissant de synergies et d'externalités de réseaux directes ou indirectes entre l'offre de matériel (*hardware*) et de logiciels de jeux (*software*). Il s'est agi, d'autre part, d'un point de vue plus stratégique, de s'appuyer sur la force de plateformes technologiques pour tirer parti de rendements croissants d'adoption et mieux favoriser le contrôle d'une base de consommateurs tout autant que d'un écosystème de production.

Cette position centrale de la technologie s'exprime ainsi à la fois dans les plateformes de jeu (consoles ou smartphones) et par la nature des écosystèmes de production associés qui ont su se diversifier (pour les jeux mobiles par exemple) à partir d'un caractère techno-industriel natif. Ce dernier place l'industrie du jeu vidéo dans une situation très particulière. Portés avant tout par des industriels de l'électronique et l'informatique, les jeux en tant que tels ont longtemps surtout constitué une forme de produit d'appel pour favoriser la vente de matériels⁸. La structuration de l'industrie s'est donc construite historiquement par le renversement de l'organisation traditionnelle des filières d'industries culturelles. Dans les jeux, le centre de gravité s'est situé d'emblée au niveau des acteurs de la technologie (De Prato *et al.*, 2010). Ce sont

8 Leur faible qualité a pu d'ailleurs provoquer de graves crises sectorielles comme en 1983 où le marché fut divisé par deux.

eux qui, via les accords de licence et la maîtrise des moteurs de jeux ou *middlewares*, contrôlaient la création effectuée dans les studios et chez les éditeurs. Cette situation a naturellement d'abord visé une emprise sur les revenus. Mais elle a aussi permis de maîtriser l'accès aux utilisateurs pour les éditeurs, en verrouillant éditeurs comme consommateurs dans un écosystème technique propriétaire, à la hiérarchie fortement affirmée entre studios propres aux consoliers, éditeurs partenaires, voire studios plus éloignés (Evans, Hagiü et Schmalensee, 2006).

Cette structure industrielle, habituelle aujourd'hui dans l'univers numérique, a moins pesé sur le segment du jeu pour PC où le caractère ouvert du système d'exploitation empêchait le contrôle de la filière par les équipementiers. Sur le segment des consoles, il a prédominé jusqu'au milieu des années 2000 avant de se voir progressivement complété par un autre modèle. Toujours à base de plateformes technologiques, il repose sur un nouveau segment de marché en forte croissance, celui des jeux sur mobiles, partagé par les écosystèmes et magasins d'application d'Apple et d'Android (Leaver et Willson, 2016).

La structuration particulière du secteur, portée par la place déterminante des acteurs de la technologie, explique que les jeux vidéo furent les premiers, parmi les industries culturelles comme dans l'ensemble de la nouvelle économie, à s'organiser autour de cette économie de plateformes qui est aujourd'hui au cœur de l'économie numérique et de sa régulation. Les mutations en cours ces dernières années montrent que la dominance actuelle de ces plateformes ne doit pas être simplement envisagée comme la maîtrise d'une interface technique. Elle tient aussi à une position économique d'intermédiation reposant sur la mise en relation et la valorisation croisée de marchés distincts : celui des matériels, celui des

développeurs de jeux souhaitant valoriser leurs créations et celui des joueurs.

Si l'industrie du jeu vidéo a su, en quelques décennies, anticiper les transformations à l'œuvre aujourd'hui dans le numérique, elle est aussi devenue une industrie culturelle comme les autres avec une même difficulté paradoxale. Malgré son ancrage natif dans l'informatique et une organisation sectorielle qui anticipait les évolutions futures, cette industrie a pourtant dû aussi affronter et résoudre une vague du numérique qui ne l'a pas épargnée.

Au-delà de ce seul exemple, les disruptions qu'ouvre le numérique voient aussi leurs marques dans les importants mouvements qui traversent le secteur aujourd'hui : instabilité des modèles économiques, fusions-acquisitions, engagement dans les jeux des grands acteurs d'internet, innovations portées par certains acteurs dans les formes de monétisation (micropaiement ou abonnement), dans les formats de jeux coopératifs ou dans les investissements considérables des jeux AAA, c'est-à-dire de taille « XXL ». À ce « jeu » entre plateformes, équipementiers, grands éditeurs de jeu et autres groupes de la culture, bien fort qui saura prédire les gagnants et les perdants.

Bibliographie

- BENGHOZI P.-J. et P. CHANTEPIE (2018), *Jeux vidéo, l'industrie culturelle du XXI^e siècle ?*, ministère de la Culture et Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris.
- CLAIS J.-B. et P. DUBOIS (2011), *Game Story – Une histoire du jeu vidéo*. Paris, Grand Palais, galerie sud-est, 10 novembre 2011 - 9 janvier 2012, RMN Grand Palais, Paris.

- DAVIDOVICI-NORA M. (2016), « Typologie et stratégies des plateformes de distribution en ligne des jeux vidéo : panorama et enjeux concurrentiels », *Revue d'économie industrielle*, n° 156, p. 91-121.
- DE PRATO G., C. FEJOO, D. NEPELSKI, M. BOGDANOWICZ et J. P. SIMON (2010), *Born digital/Grown digital: Assessing the future competitiveness of the EU video games software industry*, European Commission Joint Research Centre, Luxembourg.
- EVANS D. S., A. HAGIU et R. SCHMALENSSEE (2006), *Invisible Engines: How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries*, MIT Press, Cambridge (MA).
- LE DIBERDER A. et F. LE DIBERDER (1998), *L'univers des jeux vidéo*, La Découverte, Paris.
- LEAVER T. et M. A. WILLSON (éd.) (2016), *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape*, Bloomsbury Academic, New York.