

**CONCOURS EXTERNE POUR L'ACCÈS AU GRADE
D'INSPECTEUR DES FINANCES PUBLIQUES**

ANNÉE 2023

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N° 1

Durée : 4 heures - Coefficient : 7

Note de synthèse

Toute note inférieure à 5/20 est éliminatoire.

Recommandations importantes

Le candidat trouvera au verso la manière de servir la copie dédiée.

Sous peine d'annulation, en dehors du volet rabattable d'en-tête, les copies doivent être totalement anonymes et ne comporter aucun élément d'identification tels que nom, prénom, signature, paraphe, localisation, initiale, numéro ou toute autre indication, même fictive, étrangère au traitement du sujet.

Sur les copies, les candidats devront écrire et souligner si nécessaire au stylo bille, plume ou feutre de couleur noire ou bleue uniquement. De même, l'utilisation de crayon surligneur est interdite.

Il devra obligatoirement se conformer aux directives données.

Le candidat complétera l'intérieur du volet rabattable des informations demandées et se conformera aux instructions données

Nom de naissance

Prénom usuel

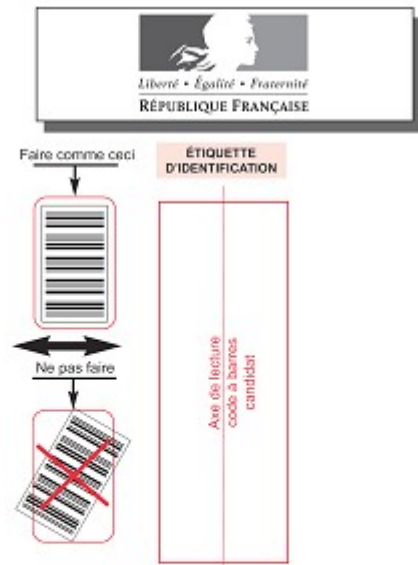
Jour, mois et année

Signature obligatoire

Numéro de candidature

À compléter par le candidat

Ne rabattre le cache qu'en présence d'un membre de la commission de surveillance



Concours externe - interne - professionnel - ou examen professionnel ⁽¹⁾
⁽¹⁾ Rayer les mentions inutiles

..... **Externe**
 Pour l'emploi de : **Inspecteur des Finances publiques**

Épreuve n° : **1**

Matière : **006 – Rédaction d'une note de synthèse**

Date : **2 1 | 1 1 | 2 0 2 2**

Nombre d'intercalaires supplémentaires :

Préciser éventuellement le nombre d'intercalaires supplémentaires

RÉSERVÉ À L'ADMINISTRATION

À L'ATTENTION DU CORRECTEUR

remplir ce document :
 stylo ou une pointe feutre
 leur NOIRE ou BLEUE.



Pour porter votre note, cochez les gélules correspondantes.

Reportez la note dans les zones **NOTE / 20** et dans le cadre **A**

En cas d'erreur de codification dans le report des notes cochez la case **erreur** et reportez la note dans le cadre **B**.

À L'ATTENTION DU CANDIDAT

En dehors de la zone d'identification rabattable, les copies doivent être totalement anonymes et ne comporter aucun élément d'identification tel que nom, prénom, signature, paraphe, localisation, initiale, numéro, ou toute autre indication même fictive étrangère au traitement du sujet.

Il est demandé aux candidats d'écrire et de souligner si nécessaire au stylo bille, plume ou feutre, de couleur noire ou bleue uniquement. Une autre couleur pourrait être considérée comme un signe distinctif par le jury, auquel cas la note de zéro serait attribuée. De même, l'utilisation de crayon surligneur est interdite.

Les étiquettes d'identification codes à barres, destinées à permettre à l'administration d'identifier votre copie, ne doivent être détachées et collées dans les deux cadres prévus à cet effet qu'en présence d'un membre de la commission de surveillance.

Suivre les instructions données pour les étiquettes d'identification

Cadre A réservé à la notation				Cadre B réservé à la notation rectificative			
20	19	18		20	19	18	
17	16	15		17	16	15	
14	13	12		14	13	12	
11	10	09		11	10	09	
08	07	06		08	07	06	
05	04	03		05	04	03	
02	01	00		02	01	00	
Décimales				Décimales			
,00	,25	,50	,75	,00	,25	,50	,75
				Erreur			

NOTE / 20

____,____

NOTE / 20

____,____

EN AUCUN CAS, LE CANDIDAT NE FERMERA LE VOLET RABATTABLE AVANT D'Y AVOIR ÉTÉ AUTORISÉ PAR LA COMMISSION DE SURVEILLANCE



FINANCES PUBLIQUES

SUJET

NOTE DE SYNTHÈSE

Code matière : 006

Les candidates et les candidats peuvent avoir à leur disposition sur la table de concours le matériel d'écriture, une règle, un correcteur, des surligneurs.

À l'aide des seuls documents joints, vous réaliserez une note de synthèse sur la place du jeu vidéo dans l'économie française en expliquant les raisons d'un tel succès et les moyens qui contribuent à le renforcer.

Vous exposerez ensuite dans une courte note (deux pages au maximum), en vous appuyant sur vos connaissances personnelles, les mesures que pourrait prendre la France pour renforcer son positionnement en matière d'économie vidéoludique, afin qu'elles profitent à l'ensemble du territoire national.

Liste des documents

- Document n° 1** Discours du Président Emmanuel Macron devant les acteurs de l'Esport français issu du site www.elysee.fr, du 3 juin 2022 (3 pages)
- Document n° 2** Extraits de l'article « L'industrie du jeu vidéo », issu du site www.sell.fr (3 pages)
- Document n° 3** Extrait de l'article « L'équipement des ménages » issu du site www.insee.fr, du 20 juillet 2020 (2 pages)
- Document n° 4** Article « Les ergonomes spécialisés en jeux vidéo » issu du site www.cnc.fr, du 4 août 2021 (2 pages)
- Document n° 5** Article « Jeux vidéo : le marché français a enregistré une nouvelle année record en 2021 » issu du site www.lesechos.fr, du 14 mars 2022 (2 pages)
- Document n° 6** Article « L'industrie du jeu vidéo en France : tissu économique et compétitivité » issu du site www.entreprises.gouv.fr (1 page)
- Document n° 7** Article « Le marché du jeu vidéo a généré 139,9 milliards de dollars en 2020 » issu du site www.bpifrance.fr, du 19 janvier 2021 (1 page)
- Document n° 8** Extraits de l'article « Le jeu vidéo en France : une industrie et une pratique en progression continue » issu du site www.vie-publique.fr, du 18 février 2022 (5 pages)
- Document n° 9** Article « Le secteur du jeu vidéo en pleine euphorie » issu du site www.lemonde.fr, du 20 février 2022 (2 pages)
- Document n° 10** Extraits de la synthèse « L'étude sur l'industrie du jeu vidéo en France » issu du site www.entreprises.gouv.fr, de mars 2021 (4 pages)

Le fonds documentaire comporte 25 pages.

Discours du Président Emmanuel Macron devant les acteurs de l'Esport français issu du site www.elysee.fr, du 3 juin 2022

« Non, je ne vais pas vous faire de longs discours. Je voulais vous remercier d'être là toutes et tous, vous féliciter pour vos performances, tout ce que vous avez fait. À ZeratoR aussi, et vous dire simplement quelques mots très simples. Le premier, si vous êtes là, c'est qu'on a souhaité en effet, avoir ce geste de reconnaissance et de se dire : dans notre pays où on reçoit les médaillés olympiques et paralympiques, après les Jeux, où on reçoit ici les grands sportifs après des compétitions, à l'occasion en effet du retour, comme vous l'avez très bien dit des grands événements et des grands rassemblements, de pouvoir ici célébrer l'Esport français international, mais vos disciplines et nos champions, c'est aussi une manière de vous reconnaître pleinement.

Et donc, aujourd'hui commence une nouvelle ère. C'est celle où on va essayer ensemble, pas simplement de vous connaître mais j'ai été interpellé et j'ai entendu, à vous aider à structurer, à avancer et à continuer à progresser à l'occasion justement de l'organisation de la Trackmania Cup. Et donc, je vous souhaite le meilleur pour demain et merci ZeratoR d'avoir décalé ces répétitions pour être là aujourd'hui. Ce que je voulais vous dire, et c'est pour ça aussi que la ministre des Sports est là à nos côtés, je reviendrai après sur l'aspect culture et c'est très important.

Je le disais, on le fait pour toutes les grandes compétitions sportives. Et donc, maintenant, compte-tenu de tout ce que vous avez su faire, de ce que vous arrivez à faire rayonner du modèle, notre volonté, c'est justement de pouvoir passer avec vous une nouvelle étape : la reconnaissance et l'accompagnement. Donc, oui, on va organiser des grands événements. Alors on a en plus un objectif, c'est pour ça que le faire en début de mandat à mes yeux a beaucoup de sens. Je veux par parenthèse remercier Cédric O qui est parmi nous aujourd'hui et qui, lui, a décidé de raccrocher les gants. Qui sait, ça va peut-être se faire comme ça, ils raccrochent les gants puis ils reviennent de leur retraite trop jeune. Mais en tout cas, il a beaucoup accompagné le secteur quand il était ministre en charge justement du Minitel et des Télécommunications. Donc, il a beaucoup accompagné les sports, mais ce que je veux vous dire, c'est qu'aujourd'hui, je veux qu'on passe vraiment à une nouvelle étape et qu'on arrive à structurer l'écosystème.

Vous l'avez dit, chacun, justement, avec vos mots, on a le rendez-vous Paris 2024. Et donc les J.O. 2024, les Jeux olympiques et paralympiques doivent être une occasion de nous donner des objectifs très importants et d'utiliser cet événement pour avoir un élément de mobilisation pour l'Esport français et international. Et comme on l'a fait avec d'autres compétitions comme le Vendée Globe, réussir à voir, si je puis dire, des compétitions miroir. Donc on va travailler ensemble sur ça. Ensuite, j'ai pris quelques engagements, donc on va se porter candidat et essayer d'obtenir quelques grands événements et sportifs mondiaux. Une major Counter Strike, une nouvelle compétition internationale de League of Legend. Si j'ai bien compris, malgré tout, on en a déjà eu pas mal, donc ce sera un peu plus dur. Mais il y a The International de Dota 2 où là, on a quand même pas mal de chances si on sait se positionner et se battre. On va essayer de l'obtenir.

L'objectif, c'est qu'on arrive, entre aujourd'hui et 2024, à se battre pour avoir ces grands événements internationaux et les tenir dans notre pays et réussir la mobilisation sur laquelle vous allez dès demain repartir et montrer la puissance d'attraction à la fois sur site et de toutes celles et ceux qui vous suivent.

La deuxième chose, vous avez dit, on veut des salles, on veut des stades, etc. Banco ! Mais il y a des tas de synergies à avoir avec le sport, avec la culture. On a des stades qui existent. On a des salles de cinéma qu'il faut réinventer complètement parce que le

modèle est en train de changer. Les usages changent. Et donc, il ne faut pas rester tous bloqués en se disant, on va toujours aller voir un film, ce n'est pas à vos générations que je vais dire qu'on ne regarde plus le cinéma, les séries de la même façon qu'il y a même 5 ans, ou avant le Covid. On a des infrastructures qui existent, qu'il faut complètement réinventer avec l'Esport. Je pense que nous, on va bosser avec vous pour se donner des perspectives communes et justement, vous accompagner, vous aider à multiplier les événements. Et en plus, moi, je vous félicite parce que sur beaucoup de ces événements, vous avez à chaque fois su mêler le sport, le culturel, le caritatif, ce qui je pense est un formidable esprit.

Troisième sujet, c'est ce que fait Vitality et ce que font beaucoup d'autres, c'est de progressivement structurer, et donc aider le tissu associatif à se structurer, accompagner les jeunes, accompagner les plus jeunes aussi pour qu'il y ait une discipline, pour réussir à faire de ce sport un sport où il y a plus de prévention, où on se prépare comme justement des athlètes olympiques et paralympiques pour le meilleur. Où on accompagne le sport-étude où on construit son avenir dans la durée et où en même temps, ensuite, on construit des vraies carrières, puis des reconversions. Et donc ça, je pense que là, vous avez beaucoup à apporter en termes d'innovation et aussi beaucoup à apprendre des autres fédérations sportives et autres et vous avez d'ailleurs commencé à le faire.

Il y a tout un travail pour accompagner les femmes et les hommes qui, dans l'Esport, ont envie de continuer à faire. C'est d'être reconnu. C'est pouvoir préparer une carrière, y être accompagné parfois être dans sa reconversion et puis pouvoir revenir comme vous l'avez fait, ou aller gagner des grandes compétitions internationales. Et donc, enfin, je voudrais qu'on puisse, à travers cette mobilisation, pouvoir vraiment vous aider à structurer, c'est-à-dire les clubs, les entraîneurs, les staffs, les organisateurs de compétitions, les streamers, les diffuseurs, les startup, les sponsors, les éditeurs de jeux, aussi, vidéos comme vous l'avez très bien dit au début. Et on a un écosystème français qui, je pense, est une vraie chance.

Et donc, pourquoi je voulais vous recevoir aujourd'hui, en cette veille de grand événement ? C'est pour vous dire d'abord, la reconnaissance de la nation, et chiche, allons-y ! Parce que je pense qu'on peut vous aider à faire beaucoup mieux, à avoir, au fond, des femmes et des hommes encore plus heureux de vivre leur passion, et de la vivre dans la durée. Et je pense en plus qu'on peut créer beaucoup de choses. On peut créer des contenus nouveaux, et on peut créer énormément de valeur pour le pays et pour vous, toutes et tous, si on sait collectivement l'organiser, le porter, et être une très grande nation de l'Esport. Et moi, j'ai envie de ça pour nous, tous et toutes. C'est l'engagement que je veux prendre auprès de vous et avec vous aujourd'hui. Et donc avec France Esport, avec tout le travail que vous avez fait, et je vous en félicite, pendant toutes ces années parce que vous ne devez rien à l'État. Vous avez vraiment fait... c'est le fruit d'engagement, de passion, d'entrepreneuriat, de talent. Maintenant, on voudrait vous donner ce coup d'accélérateur.

Le dernier mot que j'aurai, il est pour le lien avec la culture. C'est que vous, vous avez fait le lien dès le début entre l'Esport et les jeux vidéo. On est aussi un très grand pays de jeux vidéo, c'est à Xavier que je dirai ça et à d'autres ici. Et donc je veux qu'on puisse continuer à développer aussi, comme vous le faites, et aider les éditeurs, continuer à créer, mais aussi essayer ensemble, de tirer toutes les synergies qu'il y a entre l'Esport, les jeux vidéo, la création de métaverse et de nouveaux contenus parce que toutes les compétences qu'il y a dans vos disciplines sont celles dont on a besoin pour pouvoir exceller dans la création de ces nouveaux univers de demain. Et donc, là, on peut justement décider d'investir, de mettre parfois de l'argent public, d'accélérer les choses, c'est aussi à la convergence de ces mondes. On a des écoles qui forment en France, et qui sont très fortes, évidemment, les

Gobelins à Paris, mais on a des écoles, je pense à l'école de Valenciennes, et il y en a maintenant à travers tout le territoire. Montpellier s'est aussi beaucoup investie, on a un écosystème justement, de création et de formation dans notre pays du jeu vidéo, des gamers, etc. On a des entreprises qui sont là, qui sont des fleurons d'Ubisoft, à Quantic Dream, Voodoo, Gameloft, etc. Et donc, je veux qu'on puisse vraiment continuer à accompagner justement ces grands éditeurs, accompagner aussi les grands éditeurs internationaux qui sont en France, et qui ont commencé à se développer. Et surtout, réussir les grandes transformations technologiques et créatives en lien avec l'Esport et les jeux vidéo. Et je pense que c'est pour notre pays une immense chance et un formidable levier pour créer parce que les techniques qui sont utilisées, les effets qui sont utilisés par certains éditeurs. Les usages que vous inventez, les technologies et les compétences qu'on forme dans tous ces secteurs, ce sont exactement tout ce dont on a besoin dans ce qui va être les nouvelles manières de créer, et les nouvelles créations, et ce qui va être au cœur des industries culturelles et créatives françaises, européennes et internationales. Et moi, je crois beaucoup à ces nouveaux secteurs de création qui sont à la fois des lieux où on va, là aussi, exercer des passions, des gens vont s'engager. Ce sont des lieux de création, d'invention, mais qui vont être aussi des secteurs, où on va énormément créer de valeur, et pouvoir créer des emplois. Et surtout, développer, pardon de cet anglicisme, mais un soft power à la française. Parce qu'à chaque fois qu'on aura des Françaises et des Français qui créeront des univers, qui créeront des nouveaux acteurs, qui nous aideront à développer ce grand métaverse que je veux européen, peut-être même plusieurs, qui vont nous aider à inventer, justement, ces mondes nouveaux en quelque sorte. Et bien ce sera un peu la France qu'on arrivera à faire rayonner, et surtout de l'imaginaire qu'on arrivera à diffuser à travers tous les continents.

Je pense que vous en êtes la démonstration vivante. Il n'y a aucune fatalité comme vous l'avez fait, on peut battre les Américains, y compris sur leur sol et dans leur discipline. Bien sûr que sur ce sujet-là, je pense que si on s'organise mieux, qu'on arrive à créer un peu des convergences, les points de rencontre entre des univers qui, jusqu'alors, ne se parlaient pas suffisamment parce qu'il y avait des sujets de reconnaissance ou parfois d'écart qui s'étaient créés, on peut faire des choses formidables.

Je voudrais aussi qu'au-delà de tout ce qu'on va faire pour les événements, pour vous aider à structurer l'Esport français, européen, à l'international, qu'on ait aussi cette synergie entre l'Esport, les jeux vidéo, les gamers, la création, les industries culturelles et créatives pour réussir à faire beaucoup mieux.

Je ne vais pas être plus long, je vous ai promis de ne pas en faire des tonnes. Mais je voulais vous remercier d'être là aujourd'hui, vous souhaiter un super événement et une très bonne compétition demain. Et soyez bons ! Et vous dire qu'en effet, c'est le début d'une série. Donc je compte sur vous pour qu'on ait régulièrement ces rendez-vous. Et maintenant, on va se doter d'une ambition collective pour pouvoir avancer, aller plus loin, plus fort. Parce que ce que vous avez fait durant toutes ces années en vous battant, vous l'avez très bien dit, en faisant des sacrifices, en décidant, comme des sportifs de haut niveau, de vous investir, je veux qu'on puisse le faire à l'échelle de la nation et vous aider à rayonner. Donc merci infiniment à toutes et tous. »

Extraits de l'article « L'industrie du jeu vidéo », issu du site www.sell.fr

L'industrie

L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO REPRÉSENTE 5,65 MILLIARDS D'EUROS EN FRANCE EN 2021, EN CROISSANCE DE 1,6 % PAR RAPPORT À 2020

L'industrie du jeu vidéo

En quelques années, le jeu vidéo est devenu l'un des loisirs les plus populaires de France. Que ce soit en nombre de joueurs ou en chiffre d'affaires, le secteur est l'un des plus dynamiques de notre économie. Ainsi, en 2021, le chiffre d'affaires du jeu vidéo s'est élevé à 5,65 milliards d'euros, atteignant sa meilleure performance historique. Un dynamisme porté par le juste équilibre entre création artistique et innovation technologique, un engouement toujours plus grand de la part des joueurs, et une dimension sociale unique.

Répartition du chiffre d'affaires 2021 par écosystème :

- Écosystème Console : 2 749 millions d'euros, soit 49 % de la valeur globale.
- Écosystème PC Gaming : 1 492 millions d'euros, soit 26 % de la valeur globale.
- Mobile : 1 411 millions d'euros, soit 25 % de la valeur globale.

[...]

UN LOISIR UNIVERSEL

Un loisir qui touche toutes les tranches de la population

Longtemps réservé à un public jeune et masculin, le jeu vidéo est aujourd'hui un loisir qui touche toutes les tranches de la population. Pour preuve, alors que le nombre de joueurs et de joueuses n'a jamais été aussi important, l'âge moyen des utilisateurs est passé de 21 ans (en 2005) à 40 ans (en 2020). Véritable loisir intergénérationnel, le jeu vidéo touche aussi bien les enfants, les adultes, que les seniors. Alors qu'en 2005, 29 % de la population française reconnaissait jouer aux jeux vidéo, plus de 71 % de Français se définissent comme joueurs aujourd'hui.

Si cette incroyable augmentation s'explique, en partie, par la multiplication des supports de jeux (consoles de salon, consoles portables, ordinateurs individuels ou supports mobiles), impossible de ne pas prendre en compte l'adhésion massive du public féminin aux jeux vidéo. En 2019, les femmes représentaient 48 % des personnes déclarant jouer régulièrement aux jeux vidéo. Cette augmentation massive du nombre de joueuses s'explique par la démocratisation du jeu vidéo ainsi que par la variété des expériences proposées par les différents acteurs du marché.

UNE CROISSANCE PÉRENNE

Avec un taux d'équipement en smartphones et en tablettes toujours plus important, la croissance du marché des jeux sur supports mobiles ne semble pas prête à s'arrêter.

VR ET ESPORT

Réalité virtuelle (VR) et Esport : de nouvelles expériences de jeu, de nouveaux débouchés

Grâce aux premiers périphériques de réalité virtuelle grand public disponibles depuis 2016, le secteur du jeu vidéo vit une véritable révolution. Toujours en quête de plus d'immersion, les joueurs pourront profiter de leurs titres favoris comme jamais auparavant. En ce moment même, les principaux acteurs du marché travaillent à intégrer cette technologie à

leurs best-sellers. Et c'est sans compter sur les titres « originaux » qui nous promettent des expériences encore jamais vues, qui devraient faire de ce nouveau mode de représentation un incroyable levier de croissance pour le secteur du jeu vidéo. Bien qu'il soit encore trop tôt pour l'affirmer, l'intérêt du public pour cette nouvelle technologie est le meilleur indicateur de son succès annoncé.

Enfin, la popularité croissante de l'e-sport auprès des joueurs et l'intérêt qu'il suscite chez les médias généralistes promettent une exposition toujours plus grande pour le jeu vidéo ainsi que de nouveaux débouchés pour les différents acteurs du secteur.

L'ESSENTIEL DU JEU VIDÉO (EJV)

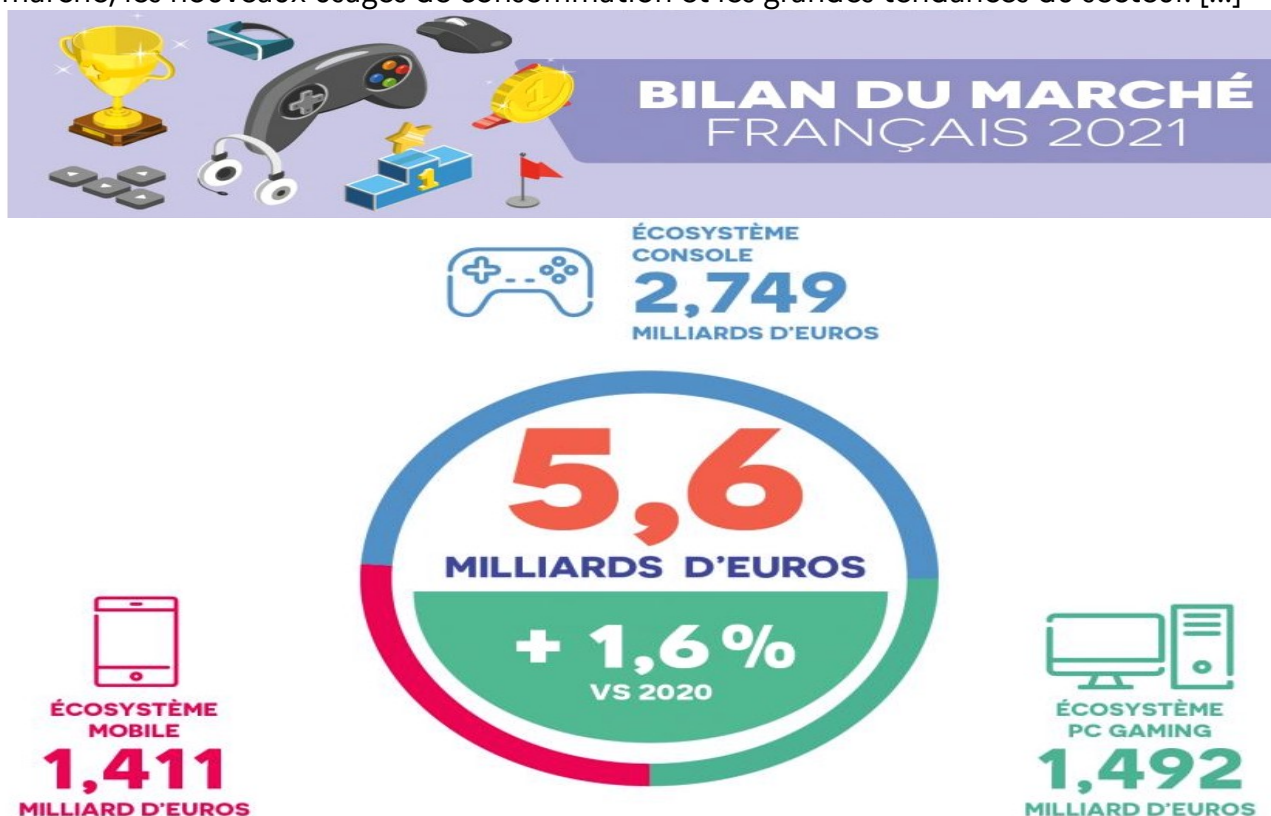
Comprendre les chiffres et les enjeux du secteur grâce à l'EJV

Parce que le jeu vidéo est un secteur en perpétuelle croissance et en évolution constante, le SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) publie chaque année l'Essentiel du Jeu Vidéo.

Depuis Février 2018, les estimations des chiffres marché sont le résultat de la collaboration entre trois organismes fournissant leurs données au SELL, permettant de dresser une analyse précise de l'activité du secteur. :

- GSD (Game Sales Data) : pour le marché physique ;
- GSD et GameTrack : pour le marché dématérialisé ;
- App Annie et GameTrack : pour les données Mobile ;
- IDC : pour le Hardware PC Gaming et les écrans PC Gaming.

S'appuyant sur des chiffres et des études indépendantes, chaque édition de l'EJV propose un instantané du marché du jeu vidéo en France. À la fois complet et didactique, ce livre blanc offre les clés de compréhension essentielles pour appréhender les évolutions du marché, les nouveaux usages de consommation et les grandes tendances du secteur. [...]





2,37

MILLIONS DE CONSOLES VENDUES EN 2021
VS 2020

+2,4%



24

MILLIONS DE JEUX VENDUS EN 2021
VS 2020

-14%



6,7

MILLIONS D'ACCESSOIRES VENDUS EN 2021
VS 2020

=



530K

ÉCRAN PC GAMING VENDUS EN 2021
VS 2020

+13,6%

ÉCOSYSTÈME CONSOLE



SOFTWARE

1 657

MILLIONS D'EUROS

-6%

VS 2020

HARDWARE

795

MILLIONS D'EUROS

+17%

VS 2020

ACCESSOIRES

297

MILLIONS D'EUROS

+10%

VS 2020

ÉCOSYSTÈME PC GAMING



SOFTWARE

338

MILLIONS D'EUROS

-31%

VS 2020

HARDWARE

971

MILLIONS D'EUROS

+26%

VS 2020

ACCESSOIRES

183

MILLIONS D'EUROS

+12%

VS 2020

ÉCOSYSTÈME MOBILE



SOFTWARE

1411

MILLIONS D'EUROS

-1%

VS 2020

ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2021 EN EUROS



98,4%

1 389 MILLIONS
APPLICATIONS
GRATUITES

-0,5%

VS 2020

1,2%

17 MILLIONS
APPLICATIONS
PAYANTES

-15%

VS 2020

0,4%

5 MILLIONS
JEUX SUR RÉSEAUX
SOCIAUX ET NAVIGATEURS

-51%

VS 2020

Extrait de l'article « L'équipement des ménages » issu du site www.insee.fr, du 20 juillet 2020

Présentation

En 2018, hormis les achats de téléviseurs, portés par la Coupe du monde de football, les achats de biens durables poursuivent leur ralentissement, tout en restant plus dynamiques que l'ensemble de la consommation : ils représentent 8,4 % de la consommation des ménages et progressent de 1,6 % en volume, après +3,1 % en 2017 et +5,9 % en 2016.

En 2018, le taux d'équipement des ménages en téléphone portable continue de progresser : 95 % des ménages en sont équipés. Il dépasse le taux d'équipement des ménages en téléphone fixe (82 %) qui baisse pour la cinquième année consécutive. Ce dernier a d'abord progressé à partir du milieu des années 2000 pour culminer en 2013 à 91 %, en lien avec le développement des offres de téléphonie illimitées couplées avec l'internet.

Le taux d'équipement en ordinateur (fixe, portable, tablette ou *netbook*) continue d'augmenter pour atteindre plus de 82 % en 2018, contre 45 % en 2004. Les plus jeunes sont davantage équipés que leurs aînés : 93 % des 16-24 ans disposent d'un ordinateur contre 67 % des 60 ans ou plus.

Parallèlement au développement de l'ordinateur et du téléphone portable et en lien avec l'essor des tablettes et des *smartphones*, de plus en plus de foyers ont un accès à l'internet : 85 % sont équipés en 2018, contre 31 % en 2004.

En 2018, plus de 96 % des ménages ont au moins un téléviseur. Cette part est quasiment stable depuis les années 1990, avec un point haut en 2010 où 98 % des ménages étaient équipés. Un phénomène nouveau apparaît : les jeunes sont de moins en moins équipés d'un téléviseur (79 % en 2018 contre 97 % en 2010).

En 2018, 36 % des ménages disposent d'au moins deux voitures, contre 32 % en 2004. Le **taux de motorisation** atteint 84 %. Les 40-59 ans sont les plus motorisés (89 %) contre 81 % pour les 60 ans ou plus et 73 % pour les 16-24 ans. Les exploitants agricoles et les professions intermédiaires sont très motorisés (plus de 90 %), tandis que les employés sont relativement moins équipés (82 %). En 2017, 94 % des ménages habitant les zones rurales possèdent un véhicule. Dans l'agglomération parisienne, 67 % des ménages sont motorisés ; dans les autres agglomérations françaises, les taux de motorisation dépassent 80 %.

En 2017, dans l'Union européenne (UE), près de 7 % des personnes n'ont pas les moyens financiers de posséder une voiture, contre près de 3 % en France. Elles sont près de 30 % en Roumanie, 21 % en Bulgarie et un peu plus de 20 % en Hongrie. Par ailleurs, 15 % des Roumains et plus de 14 % des Bulgares n'ont pas les ressources financières pour posséder un ordinateur contre seulement un peu plus de 2 % des Français et 4 % de la population de l'UE.

Tableaux et graphiques

Figure 1 – Équipement des ménages en biens durables selon l'âge de la personne de référence en 2018

en %

Équipement des ménages en biens durables selon l'âge de la personne de référence en 2018 (en %)					
	16-24 ans	25-39 ans	40-59 ans	60 ans ou plus	Ensemble
Lave-linge	79,1	95,7	97,6	96,8	96,3
Téléviseur couleur	79,2	93,1	95,3	97,9	95,4
Téléphone fixe	28,2	65,3	86,0	91,1	82,0
Téléphone portable	100,0	99,4	98,9	89,9	95,4
Micro-ordinateur (y c. portable)	93,3	93,2	92,1	67,4	82,3
Connexion à l'internet	96,6	96,6	94,4	69,7	84,9
Voiture	72,6	84,5	88,9	80,6	84,1
2 voitures ou plus	23,3	40,6	45,9	26,8	36,3

- *Champ : France métropolitaine, ensemble des ménages dont la personne de référence a 16 ans ou plus.*
- *Note : données provisoires.*
- *Source : Insee, SRCV-Silc.*

[...]

Article « Les ergonomes spécialisés en jeux vidéo » issu du site www.cnc.fr, du 4 août 2021

Méconnu du grand public, l'ergonome occupe pourtant une place essentielle dans le processus de création d'un jeu vidéo. Explications avec Sophie Peseux, enseignante et ergonome dans le milieu du jeu vidéo indépendant depuis plus de dix ans.

Chaque détail compte lors de la création d'un jeu vidéo. Dès les premières maquettes, un spécialiste intervient pour combler toutes les attentes des futurs joueurs. Ce spécialiste, c'est l'ergonome. Auparavant rare dans l'industrie vidéoludique, il est devenu indispensable à la réussite d'un jeu. Né après la Seconde Guerre mondiale, rappelle Sophie Peseux, le métier d'ergonome va de pair avec la cognition humaine (les processus mentaux et activités psychologiques liés à la connaissance) : « *Un ergonome s'intéresse à la manière dont les personnes traitent et comprennent les informations qu'elles reçoivent* ».

« Dans le milieu du jeu vidéo, son rôle est d'offrir la meilleure expérience de jeu aux joueurs. Il doit faire en sorte que leurs attentes soient comblées, que les interfaces et les tutoriels soient facilement compris. Il doit notamment répondre à la question : Est-ce que les émotions et les sensations que le créateur voulait communiquer sont bien celles vécues par le joueur ? », explique cette ergonome qui évolue dans le milieu du jeu vidéo indépendant depuis plus de dix ans. Aussi appelé « designer UX (Expérience Utilisateur) », il peut intervenir tout au long du processus de création, et ce dès la finalisation du cahier des charges : « *On peut déjà cerner de nombreuses problématiques dès les maquettes. Est-ce que l'architecture des menus est bien amenée ? Est-ce que les informations sont bien mises en valeur ? Est-ce qu'elles correspondent bien au joueur-cible ?* ».

De simples astuces suffisent parfois pour créer une expérience utilisateur positive. Exemple avec le jeu à succès *Fortnite*. Dans la première version, le joueur voyait une bûche s'afficher à chaque coup de pioche, pour symboliser « *plusieurs bouts de bois* » ramassés. Un détail qui a conduit de nombreux testeurs à se plaindre de la vitesse de récolte des matériaux, a expliqué Célia Hodent au *Monde*. Avec son équipe, cette spécialiste de la psychologie cognitive, qui a notamment travaillé pour Ubisoft puis Epic Games, a proposé une nouvelle version présentant non plus une, mais plusieurs bûches à l'écran. Une simple modification qui a transformé le ressenti négatif des testeurs.

La grande difficulté du métier

« Le plus grand challenge de ce métier, c'est d'évaluer la satisfaction du joueur avec des indicateurs concrets prouvant que le jeu remplit bien sa fonction de divertissement. C'est l'objet d'une longue réflexion. Si je travaillais sur un jeu de survie, je regarderais par exemple si les personnes sursautent, si elles se déplacent plus doucement lorsque la musique est stressante, etc... Dans un jeu de stratégie, je regarde si les mécanismes sont suffisamment complexes pour accrocher le joueur assez longtemps. Avec le comportement de la personne, on sait si les intentions sont bonnes et respectées », explique Sophie Peseux, qui a notamment travaillé pour Phoenix Studio ainsi que pour Virtual Beings et Okugi Studio (société de jeux vidéo qu'elle a créée avec plusieurs associés).

Pour être le plus pertinent possible, l'ergonome évoluant dans l'industrie vidéoludique doit prendre en compte le public-cible, mais également le contexte du jeu et sa plateforme. « *Si c'est un produit pour le mobile, on misera sur des sessions de jeu plus courtes que sur PC* », précise-t-elle. Des tests d'utilisation sont mis en place tout au long du processus de création. « *C'est ce qui permet de monter en puissance en terme d'intuitivité et d'accessibilité du jeu. On étudie son ergonomie structurelle, son architecture. On évalue les courbes d'apprentissage, de difficulté* », ajoute la jeune femme qui enseigne également l'ergonomie. Œuvrant pour que le jeu réponde aux attentes du public, l'ergonome est devenu essentiel dans l'industrie vidéoludique.

À l'heure actuelle, c'est un marché très compétitif. Il faut donc se démarquer. Le logiciel doit être pensé pour procurer rapidement du plaisir et de l'amusement. Il faut accrocher le joueur le plus tôt possible, dans les dix premières minutes de jeu en règle générale.

Aujourd'hui, certains établissements tels que l'ICAN (école d'infographie spécialisée en Game Design, Animation 3D et Web Design) de Paris ou le Cnam-Enjmin (École nationale du jeu et des médias interactifs numériques) ont fait de l'ergonomie une des matières étudiées dans leurs formations. Mais ce n'était pas le cas il y a encore quelques années, souligne Sophie Peseux. L'ergonomie s'apprenait alors dans des formations universitaires, notamment en psychologie. Un cursus suivi par Sophie Peseux. « *J'ai toujours été intriguée par le fait que les gens comprennent les choses différemment et j'adore ce qui tourne autour de l'informatique. Je jouais plus jeune avec mon frère sur la Megadrive, puis sur PC. Avec mes amis, on faisait des sessions de jeu. On devait transporter nos lourdes tours d'ordinateur avec les écrans et le câblage. J'avais ces deux passions, et je me suis aperçue que je pouvais les combiner dans mes études en découvrant l'ergonomie lors de ma troisième année de psychologie* », explique-t-elle. En arrivant sur le marché du travail, elle a fait face, à l'époque, à une méconnaissance de son métier : « *Il y a dix ans, c'était un mystère pour ceux qui m'employaient. Quand j'ai commencé, c'était tout un art de décrire ce métier qui n'était absolument pas courant en France. Mais cette profession est assez rare pour créer de l'intérêt.* »

**Article « Jeux vidéo : le marché français a enregistré une nouvelle année record en 2021 »
issu du site www.lesechos.fr, du 14 mars 2022**

L'an dernier, le secteur a généré un chiffre d'affaires total de 5,6 milliards d'euros, selon le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell). Un niveau historiquement haut. Mais la croissance a fortement ralenti après un exercice 2020 extrêmement dynamique pour l'industrie vidéoludique tricolore.



Pour le marché français du jeu vidéo, la croissance de l'exercice 2021 a été portée par les ventes de hardware, qui ont bondi de 22 % sur un an, à 1,76 milliard d'euros. (Shutterstock)

Le marché français du jeu vidéo décélère, mais poursuit sa marche en avant. L'an passé, le secteur a généré un chiffre d'affaires total de 5,6 milliards d'euros, selon le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell). Un niveau historiquement haut pour l'industrie vidéoludique tricolore. Sur deux ans, la hausse s'établit à 13,5 %. Mais par rapport à l'année 2020, la croissance du dernier exercice en date ne s'est montée qu'à 1,6 %. Une baisse de rythme semblable à celle enregistrée par le marché mondial, qui est notamment due aux effets de base défavorables après une année 2020 extrêmement dynamique pour le secteur.

En France, la croissance de l'exercice 2021 a été portée par les ventes de hardware, qui ont bondi de 22 % sur un an, à 1,76 milliard d'euros. Dans le détail, celles du segment PC/Gaming ont ainsi décollé de 26 % sur un an, à 971 millions d'euros. De leur côté, les consoles de salon, dopées par les machines de nouvelle génération (PlayStation 5 et Xbox Series sorties fin 2020 et qui ont connu leur première année de pleine d'exploitation), ont aussi enregistré une croissance à deux chiffres (+17 %), à près de 800 millions. En octobre, Nintendo a commercialisé une nouvelle version avec sa Switch Oled, qui a aussi redynamisé ses ventes de consoles.

Ces performances s'inscrivent dans un contexte pourtant compliqué avec la pénurie mondiale des semi-conducteurs et les problèmes d'approvisionnement en décollant. « Cela démontre que le réservoir de croissance est immense pour cette année et celles à venir, dès lors que les fabricants de consoles pourront satisfaire la demande, souligne Julie Chalmette, la présidente du Sell. L'an dernier, le segment des consoles a signé sa meilleure performance en France depuis 2008 et la deuxième de toute son histoire sur notre marché. »

« De nombreuses sorties de blockbusters ont été décalées à cette année »

Dans une moindre mesure, le secteur a aussi été tiré, l'an passé, par les ventes d'accessoires, qui ont grimpé de 11 % par rapport à 2020, à 480 millions d'euros. Sur consoles, les volants pour jeux de course ont été particulièrement prisés, bondissant de 136 % (en valeur), sur un an.

A contrario, les ventes de jeux en France ont, elles, plongé de 11 % en 2021, à moins de 2 milliards d'euros. « Le marché a subi le contrecoup de l'année 2020, qui a été

exceptionnelle au niveau du software », expose Julie Chalmette. « Animal Crossing : New Horizons », « Final Fantasy VII Remake », « The Last of Us Part II », « Cyberpunk 2077 » : de nombreuses superproductions et/ou titres très attendus par la communauté de « gamers » ont ainsi vu le jour cette année-là. Quand l'exercice 2021 a été moins riche en nouveautés. « De nombreuses sorties de blockbusters ont été décalées à l'année en cours », fait valoir Julie Chalmette.

Le mobile en légère baisse

De son côté, le marché des jeux sur mobile semble, lui, être arrivé sur une zone de plateau. Après plusieurs années de croissance très forte - le marché avait quasiment doublé entre 2017 et 2020, à plus de 1,4 milliard d'euros -, ce pan du secteur vidéoludique français a enregistré une légère décroissance de 1 % par rapport à l'année 2020. Alors même qu'à l'échelle mondiale, c'est celui qui a soutenu les ventes de jeux vidéo puisqu'il a été le seul segment en croissance en 2021.

« La France est un marché où le jeu mobile se monétise moins bien qu'en Asie, qu'aux États-Unis ou qu'en Angleterre, détaille Meryl Pioche, responsable data du Sell. Les joueurs français sur mobile sont surtout portés sur les jeux casual comme 'Candy Crush' [c'est-à-dire des titres faciles à prendre en main et dont les parties peuvent être courtes : NDLR], où l'on est moins enclin à faire des achats additionnels que pour des jeux de stratégie en temps réel comme 'Honor of Kings' ». Peu adepte des prévisions, le Sell parie tout de même que le marché français du jeu vidéo devrait être en croissance en 2022.

Article « L'industrie du jeu vidéo en France : tissu économique et compétitivité » issu du site www.entreprises.gouv.fr

Avec un chiffre d'affaires estimé à environ 5 Mds €, l'industrie française du jeu vidéo, en crise au début des années 2000, est aujourd'hui l'une des plus dynamiques en Europe et dans le monde. Troisième producteur européen de jeux vidéo, la filière s'appuie sur un écosystème structuré et actif, avec un leader mondial, Ubisoft, un cœur industriel de 575 studios, éditeurs et distributeurs, 11 900 emplois et des écoles de formation ayant une excellente réputation internationale. Ces atouts déterminent la capacité de l'industrie française à prendre des parts de marché à l'international, dans un environnement fortement concurrentiel. La trajectoire de croissance du secteur est corrélée à la mise en place et l'amélioration, depuis 2008, de plusieurs dispositifs de soutien au jeu vidéo notamment le crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) et le fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV).

La Direction générale des Entreprises (DGE) et le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), en collaboration avec le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL) et le Syndicat national du jeu vidéo (SNJV), publie la synthèse et l'infographie de l'étude Pipame « L'industrie du jeu vidéo en France : tissu économique et compétitivité », conduite par le cabinet PricewaterhouseCoopers Advisory (PWC) de septembre 2019 à octobre 2020.

L'étude a produit des données quantitatives (exploitation d'une base de données et de ressources documentaires) et qualitatives (réalisation d'entretiens et d'un atelier de réflexion) permettant d'établir un état des lieux de l'industrie du jeu vidéo en France, de son évolution, de son positionnement international et d'identifier les freins et leviers pesant sur le développement du secteur. Elle servira de base à la réflexion des pouvoirs publics pour l'élaboration d'une feuille de route visant le renforcement de la compétitivité et de l'attractivité de la filière française du jeu vidéo.

L'étude met en lumière dans ses principaux enseignements que le secteur est l'un des plus dynamiques de notre économie et dispose de nombreux atouts pour continuer à se développer :

- En 2018, la filière compte 960 acteurs économiques employant 11 900 personnes, soit une croissance annuelle de 9 % depuis 10 ans ;
- Avec une croissance du chiffre d'affaires des studios de production de 118 % en 10 ans, l'industrie française du jeu vidéo est portée par une capacité de production qui s'est fortement renforcée et qui repose sur un juste équilibre entre innovation technologique et création artistique ;
- La France dispose d'un système de formation de grande qualité, avec plus de 130 organismes de formation au jeu vidéo, qui bénéficie d'une excellente réputation dans le monde avec une présence régulière des écoles de jeu vidéo françaises dans les classements les plus prestigieux de l'industrie ;
- Dans un contexte de forte concurrence internationale, plus de 10 % des jeux vendus en France sont produits par des entreprises implantées en France ;
- Le secteur est ancré dans l'innovation tant par ses processus créatifs que par ses modèles de commercialisation : l'intelligence artificielle et la réalité étendue ont des cas d'usage concrets dans l'industrie et un potentiel d'exploitation future important ;
- L'accompagnement des pouvoirs publics en particulier le CIJV et le FAJV, a un impact positif pour la création de propriété intellectuelle, pour l'emploi et comme levier financier pour 97 % des studios interrogés (représentant 65 % des emplois du secteur).

Article « Le marché du jeu vidéo a généré 139,9 milliards de dollars en 2020 » issu du site www.bpifrance.fr, du 19 janvier 2021



En 2020, la crise du Covid-19 a impacté de manière significative de nombreux secteurs. Celui du jeu vidéo est l'un des seuls à voir ses revenus augmenter pour atteindre 139,9 milliards de dollars.

Nous vous en parlions il y a quelques mois : qui dit confinement, dit marché du jeu vidéo au meilleur de sa forme. Alors quand l'institut Superdata publie le chiffre d'affaires faramineux du secteur sur l'année 2020, il n'y a presque pas de surprise. L'an dernier, le marché a généré un montant de 139,9 milliards de dollars, soit 12 % de plus qu'en 2019. Superdata se penche sur les tendances fortes de l'année écoulée.

Une croissance d'envergure qui devrait durer

Certains chiffres sont encore plus parlants sur l'impact qu'a eu la crise sur le secteur. En janvier et février 2020, Superdata évalue la croissance dans le domaine à 6 % et jusqu'à 14 % au mois de mars, effet du premier mois de confinement dans de nombreux pays occidentaux.

Ironiquement, le modèle économique qui a rapporté le plus d'argent en 2020 est celui... des jeux gratuits. Les revenus du marché sont issus à 78 % de ce modèle économique, dont 59 % sur le marché asiatique. Alors que les joueuses et joueurs ont passé plus de temps chez eux en raison du confinement, le secteur du mobile a connu une croissance de 10 % et représente 58 % du marché, soit plus que les consoles et PC.

De son côté, la XR (« Extended Reality », qui regroupe les domaines de la réalité virtuelle et augmentée) a généré 6,7 milliards de dollars l'an passé. Les revenus des jeux vidéo en réalité virtuelle ont augmenté de 25 % entre 2019 et 2020 pour atteindre 589 millions de dollars.

À l'heure actuelle, difficile de savoir si d'autres confinements nous attendent en 2021. Malgré tout, Superdata se projette sur ce qui attend le marché du jeu vidéo cette année. L'institut prévoit une augmentation de ses revenus de 2 % et estime que les tendances du marché en 2020 sont amenées à perdurer.

Bpifrance lance l'Accélérateur Jeux Vidéo

Ce programme d'accompagnement innovant, sélectif et personnalisé a pour objectif d'apporter des réponses à des besoins concrets et opérationnels et de fédérer un collectif d'entrepreneurs lors d'un programme de 12 mois conçu pour et par des chefs d'entreprises.

Il vise notamment à adresser 5 enjeux majeurs pour les entreprises sélectionnées :

- Maîtriser l'évolution de son modèle économique
- Financer les cycles de production
- Développer son leadership et gérer ses talents
- Sécuriser son développement international
- Innover pour anticiper les attentes des joueurs

Extraits de l'article « Le jeu vidéo en France : une industrie et une pratique en progression continue » issu du site www.vie-publique.fr, du 18 février 2022

Le jeu vidéo est devenu en quelques décennies un des loisirs les plus populaires au monde. Entre développeurs et distributeurs, la France dispose de forces indéniables sur le marché mondial. Joueurs occasionnels ou passionnés, les Français s'adonnent à ce loisir désormais incontournable.

À la fois industrie, culture et divertissement, le jeu vidéo est, depuis 2006, **reconnu comme le 10^e art** par le ministère de la culture. Développeurs indépendants, multinationales, joueurs professionnels de e-sport... une diversité française a émergé en quelques décennies et s'exprime au niveau mondial.

Industrie et divertissement : structure d'une culture numérique

Une industrie culturelle dynamique

En 2020, l'industrie du jeu vidéo représente en France un **chiffre d'affaires marchand de 3,5 milliards d'euros** selon les **données publiées par le ministère de la culture**. Le jeu vidéo a été **le seul secteur culturel à croître durant la crise sanitaire** (+20 % en 2020). Si les pratiques vidéoludiques sont adaptées au contexte de confinement, ces chiffres ne font que mettre en valeur un phénomène culturel et industriel plus ancien. Entre 2015 et 2018, le secteur a crû de 11 % par an selon une **étude de la direction générale des entreprises (DGE)**.

Toutefois, ces chiffres ne prennent pas en compte **la distribution numérique, devenue majoritaire**. D'après le **bilan du marché 2020** du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), le chiffre d'affaires du secteur dans son ensemble représente **5,3 milliards d'euros en 2020** (+11,3 % par rapport à 2019).

À titre de comparaison, le chiffre d'affaires en 2020 du secteur du cinéma en France est de 3,2 milliards d'euros (-33 %) selon le **bilan 2020 du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)**. D'après une **étude de l'Insee sur l'édition de logiciels**, en 2020 le chiffre d'affaires dans **l'édition de jeux électroniques a connu deux pics** en mars (+50,9 % par rapport à janvier) et en décembre (+60,3 %), soit au moment des confinements (mais aussi de Noël pour le second).

Selon le **baromètre 2021 du jeu vidéo en France** du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV), en 2021, près de 1 350 jeux étaient en cours de production et 750 jeux ont été commercialisés en France. Cette tendance n'est pas nouvelle, puisque les studios (développement de jeux) et les éditeurs (diffusion et promotion) français ont une grande importance dans l'histoire du jeu vidéo.

Studios et éditeurs français

Dès les années 1980, studios et éditeurs français sont **reconnus pour leur savoir-faire** : Delphine Software, Microïds, Infogrames, Lankhor, Loriciel, Silmarils, etc. Souvent ces entreprises commencent par l'édition, pour se lancer ultérieurement dans le développement. Ubisoft, une entreprise familiale d'abord impliquée dans la distribution de jeux, croît jusqu'à devenir une multinationale qui dispose de studios implantés partout dans le monde en 2022.

En 2018, selon l'étude de la DGE, la filière française du jeu vidéo compte 958 acteurs économiques, dont 496 studios et 53 éditeurs.

Signe que la crise sanitaire n'a pas eu d'impact sur la vitalité du secteur, le SNJV estime dans son baromètre 2021 qu'il y a près de **700 studios de développement** en France sur **1 200 entreprises de jeu vidéo**. Les activités de production y sont majoritaires.

Les plus gros éditeurs internationaux font régulièrement appel à des studios français afin de développer leurs jeux (Asobo Studio, Quantic Dream, Arkane Studio, etc.).

***In the game...* de la disquette au musée**

Maupiti Island (1990), *Another World* (1991), *Alone in the Dark* (1992), *Rayman* (1995), *The Nomad Soul* (1999), *Beyond Good & Evil* (2003), *Dishonore* (2012), *Life is Strange* (2015), *Dead Cells* (2017), *A Plague Tale : Innocence* (2019), *Microsoft Flight Simulator* (2020) ... Comme ces titres ne l'indiquent pas, tous ces jeux sont français et connus des joueurs du monde entier. La plupart ont marqué l'histoire du jeu vidéo, tant pour leurs qualités artistiques que pour leurs innovations technologiques. Quelques exemples...

Dans *Another World*, Éric Chahi utilise des polygones vectoriels afin de créer des cinématiques en 2D. Les animations sont faites en rotoscopie. Le jeu, programmé dans un langage maison entre le basic et l'assembleur, est remarqué pour ses innovations tant techniques que narratives. *Another World* est entré en 2012 au Museum of Modern Art (MoMA) de New York.

The Nomad Soul, du studio français Quantic Dream, propose un des premiers mondes ouverts en 3D à être abouti et vivant. Il marque l'histoire du jeu vidéo en établissant des passerelles avec d'autres formes d'art : le chanteur David Bowie compose les musiques, prête sa voix à des personnages et participe à des animations.

Pour *Microsoft Flight Simulator*, l'un des **GAFAM** a demandé à **Asobo Studio** de développer un monde ouvert à l'échelle de la planète. L'entreprise bordelaise a été choisie pour son expertise technique : "*Il fallait des outils, des technologies et la capacité de les faire évoluer pour streamer un monde aussi grand.*"

Loisir et emplois : joueurs et métiers en France

Le jeu vidéo s'est largement diffusé en quelques décennies, *via* la notoriété de certains titres entrés dans la culture populaire (*Pac-Man*, *Space Invaders*, *Mario Bros.*, *Tetris*, *GTA V*, *Minecraft*, *Animal Crossing*, etc.), mais aussi grâce à la démocratisation de certains équipements comme les téléphones portables ou les ordinateurs.

Profil des joueurs français

Selon une **étude de l'Insee de février 2021**, le taux d'équipement des ménages français en ordinateurs (portables, fixes ou tablettes) a doublé en 15 ans. En 2019, **96 % des ménages possèdent un téléphone portable et 83 % un ordinateur**.

Le taux d'équipement en matériel informatique qui, contrairement aux consoles, n'est pas exclusivement ou initialement destiné au jeu vidéo contribue à expliquer l'engouement. Le fait que les jeux gratuits (*free to play*), avec des achats dans le jeu, soient un modèle économique très présent sur l'écosystème mobile explique aussi le développement de la pratique.

D'après l'enquête **Pratiques culturelles des Français** du ministère de la culture, **53 % des Français** âgés de plus de 15 ans **ont joué aux jeux vidéo en 2020**, contre **19 % en 1997**. L'effet des confinements ne suffit pas à expliquer ces chiffres, puisqu'ils étaient **36 % en**

2008 et 44 % en 2018. Il y a donc une **progression continue** qui exprime une tendance de fond.

En 2020, **74 % des femmes et 93 % des hommes nés entre 1985 et 2004** ont joué aux jeux vidéos **au cours de l'année**. Un enfant sur deux et un adulte sur trois jouent quotidiennement. Près de **20 % des Français jouent plusieurs fois par jour**. On compte **19 % de retraités parmi les joueurs français**.

Formation et emploi : la filière française du jeu vidéo

D'après l'étude de la DGE, avec 133 organismes recensés, la formation française est **reconnue au niveau international**. Une seule école publique, l'**École nationale du jeu et des médias interactifs numériques** (CNAM-Enjmin), propose des formations (licence, master, diplôme d'ingénieur) à l'ensemble des métiers. Le SNJV publie régulièrement un référentiel des métiers du jeu vidéo.

Le système de formation français **reste perfectible**. Il se concentre sur la **formation post-bac**, quand d'autres pays (Suède, Finlande, Canada...) proposent des formations dès le plus jeune âge ou disposent d'un plus grand nombre de formations publiques (63 écoles en Allemagne).

Selon l'étude de la DGE, la filière du jeu vidéo emploie en France près de 11 900 personnes en 2018 (dont 5 000 emplois liés à la production et 3 200 emplois chez les éditeurs). Le nombre d'emplois connaît à cette date et depuis 2010 un **rythme annuel de croissance de 9 % par an**.

En 2018, les emplois recensés dans les studios étaient :

- ◆ des contrats à durée indéterminée (CDI) à 65 % ;
- ◆ des contrats à durée déterminée (CDD) à 27 %.

Selon les estimations du SNJV dans son baromètre 2021, l'effectif des studios de développement est composé de **22 % de femmes en 2021** (contre 19 % en 2020), pour **seulement 11 % de femmes dans les directions** des entreprises. Fin 2020, entre 580 et 800 nouveaux emplois ont été créés.

Compétition et professionnalisation : l'e-sport en France

L'e-sport, ou sport électronique, désigne une **compétition de jeu vidéo, seul ou en équipe**. Depuis quelques années les joueurs se professionnalisent partout dans le monde.

Selon la DGE, avec un chiffre d'affaires de près de 50 millions d'euros en 2019, l'e-sport **représente en France près de 650 professionnels**, dont 189 joueurs répartis en 15 équipes professionnelles.

La **loi du 7 octobre 2016 pour une République numérique** crée un **contrat de travail de joueur professionnel de jeu vidéo**. C'est un **CDD** :

- d'une durée comprise entre **un an minimum et cinq ans maximum** (sauf en cas de remplacement d'un joueur ou lorsque la fin de saison est l'échéance) ;
- obligatoire pour les sociétés ayant reçu un **agrément du ministère chargé du numérique** ;

- qui ne comporte **pas d'indemnité de précarité obligatoire** ni nécessairement de **terme précis**.

Avec 1,3 millions d'amateurs pratiquants, l'e-sport attire de plus en plus de spectateurs : 5 millions en 2018, **plus de 7 millions en 2019**.

Financement et subventions : les pouvoirs publics dans le jeu

D'après l'étude de la DGE, le besoin d'un financement initial est crucial dans l'élaboration d'un projet qui ne sera rentabilisé que quelques années après son lancement. Les studios ont recours au financement privé et public.

Le financement privé

Selon la DGE, 90 % des studios ont recours à un **financement externe** dans le cadre de leurs projets, pouvant provenir de différentes sources :

- éditeurs ;
- fonds d'investissement ;
- établissements de crédit ;
- financement participatif (*via* des plateformes internet).

Seuls **10 % des studios autofinancent totalement** leurs jeux.

Les acteurs français du jeu vidéo ont **majoritairement recours à des investisseurs étrangers**. La DGE explique cette faible participation française par une différence de taille et de capacité entre les fonds d'investissement français et étrangers. Cela pose des questions de propriété intellectuelle et de **soft power**.

Malgré un fort potentiel économique, le financement du secteur par les établissements de crédit français est peu développé. Cela peut s'expliquer par la **difficulté d'appréhender le marché** et le **recours historique aux éditeurs**.

Le financement public

Le jeu vidéo dispose en France d'une cotutelle des ministères chargés de l'industrie et de la culture. Il existe des **dispositifs de financement public spécifiques au secteur du jeu vidéo** :

- **Le crédit d'impôt pour les dépenses de création de jeux vidéo (CIJV)**
Il s'agit d'un **crédit d'impôt** de 30 % des dépenses éligibles dans la limite de 6 millions d'euros par exercice.
- **Le fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)**
Ce **fonds géré par le CNC** accompagne les entreprises par des aides sur toutes les phases de création d'un jeu (écriture, préproduction, production).
- **Les financements régionaux dédiés au jeu vidéo**
Ces dispositifs servent à financer la création d'un nouveau projet (régions **Île-de-France, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Hauts-de-France**, etc.).
- **Le fonds de prêts participatif en faveur du jeu vidéo (FPJV)**
Ce **fonds géré par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries**

culturelles (Ifcic) octroie un prêt qui peut représenter jusqu'à 100 % du programme de dépenses sans pouvoir dépasser 2 millions d'euros.

D'autres dispositifs ne sont **pas exclusifs au secteur du jeu vidéo** et concernent :

- **La recherche et développement :**

- le **crédit d'impôt recherche** (CIR) ;
- le **crédit d'impôt innovation** (C2I) ;
- le **réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia** (RIAM) ;
- **l'aide pour le développement de l'innovation** de Bpifrance ;
- le statut de **jeune entreprise innovante** (JEI) ;
- **l'aide aux projets de recherche et développement structurants pour la compétitivité** (PSPC) ;
- le **programme d'investissements d'avenir** .

- **L'aide aux entreprises :**

- le **prêt industries créatives** ;
- la **garantie financière de l'Ifcic** pour les entreprises culturelles ;
- le **concours French Tech tremplin** .

D'après l'étude de la DGE, le **FAJV** (enveloppe annuelle de 4 millions d'euros) et **surtout le CIJV** (53 millions d'euros en 2019) sont les **aides publiques les plus sollicitées**.

[...]

Le financement public est **au cœur de la concurrence internationale**. Selon la DGE, les crédits d'impôt chez les principaux concurrents de la France (Royaume-Uni, Canada, États-Unis) sont **nettement moins sélectifs**. La Finlande est à la tête du modèle "*free to play*" sur mobile grâce à un fonds public performant et l'agence Business Finland.

L'Allemagne a mis en place un fonds public doté d'un budget de 250 millions d'euros pour la période 2019-2023.

La stratégie nationale pour l'e-sport

Afin de faire de la France le **leader européen de l'e-sport à l'horizon 2025**, les pouvoirs publics ont mis en place une **stratégie e-sport 2020-2025** qui repose sur quatre axes :

- promouvoir le développement d'une **pratique e-sportive responsable** et socialement valorisée ;
- accompagner la **création d'un parcours de formation**, avec une attention portée au **haut niveau** ;
- mettre en place une **politique de soutien aux acteurs français** de l'e-sport ;
- mettre en valeur **l'attractivité de la France** auprès des acteurs de la filière et des investisseurs.

Les principales actions de cette stratégie consistent à mettre en place dès 2020 des **parcours de formation adaptés à la haute performance** et des **solutions d'accompagnement et de financement**.

Article « Le secteur du jeu vidéo en pleine euphorie » issu du site www.lemonde.fr, du 20 février 2022

Le montant des fusions-acquisitions bat des records dans cette industrie portée par l'adoption massive des jeux sur smartphone. Alors que la concentration s'accélère, Microsoft fait déjà figure de grand gagnant.

Rachat d'Activision Blizzard par Microsoft pour 69 milliards de dollars (60 milliards d'euros), de Zynga par Take-Two (11,2 milliards de dollars) ou le Bungie par Sony (3,6 milliards)... En janvier, le montant des fusions-acquisitions dans le secteur du jeu vidéo a déjà dépassé 85 milliards de dollars. Soit autant que toutes celles réalisées en 2021, selon les calculs de Drake Star Partners. Pour 2022, cette banque d'investissement estime que le seuil des 150 milliards de dollars pourrait être atteint. Cinq fois plus qu'en 2020.

L'heure est aux grandes manœuvres dans une industrie bouleversée par de profondes mutations et tirée par un nombre sans cesse croissant de joueurs. Plus de 2,7 milliards de personnes s'adonnaient au jeu vidéo en 2021, contre près de 2 milliards en 2015, selon le site StatInvestor. Un public plus varié qu'il n'y paraît, loin de l'image du jeune geek enfermé dans sa chambre, puisque, selon une étude du cabinet Accenture, 46 % de joueurs sont des joueuses, et l'âge moyen excède 30 ans.

Cet élargissement du public s'est fait à la faveur de la pandémie de Covid-19 – on se rappelle du succès retentissant d'*Animal Crossing* (38 millions de ventes) – et, surtout, de l'adoption massive des smartphones.

«Certains ont pensé que le mobile allait tuer la console et le jeu sur PC, mais c'est tout le contraire : ils ne se sont jamais aussi bien portés. Il n'y a pas de cannibalisation», observe Charles-Louis Planade, de la banque d'affaires Midcap Partners.

Série de bouleversements

Résultat, le marché du jeu vidéo devrait peser 257 milliards de dollars en 2025, avec une croissance annuelle moyenne de plus de 12 %, selon le cabinet Mordor Intelligence. Une évolution qui oblige les acteurs du secteur à élargir leur catalogue de jeux en se renforçant, notamment dans un monde du mobile qu'ils avaient parfois trop négligé. Car, depuis 2021, c'est désormais sur ce support que l'industrie du jeu génère le plus de revenus (52 % du total, selon le cabinet d'analyse Newzoo).

Et avec la 5G, des jeux de plus en plus élaborés seront bientôt disponibles sur nos téléphones. D'où l'intérêt pour Microsoft d'acquérir Activision, qui compte le très populaire *Candy Crush* à son catalogue. Ou pour le puissant éditeur américain Take-Two de mettre la main sur le spécialiste du jeu mobile Zynga (4 milliards de téléchargements sur mobile, avec des titres tels que *Farmville*).

Au-delà, c'est aussi l'occasion d'attirer les talents du secteur, à l'heure où de plus en plus de studios transposent leurs licences-phares sur mobile, avec toutes les difficultés que cela suppose, en matière de jouabilité, mais surtout de monétisation.

Modèle freemium (offre gratuite, améliorée par abonnement), microtransactions dans l'application, publicités... Pour les acteurs historiques, c'est un nouveau modèle économique à intégrer.

Avec, toujours en tête, l'idée de ne pas se faire distancer sur ce qui constitue le nerf de la guerre : les jeux. *« Aujourd'hui, on constate une rareté en termes de production et de capacité de production. Si ce n'est pas vous qui rachetez, c'est votre concurrent qui va le faire. D'où cette accélération »*, estime ainsi Charles-Louis Planade. D'autant que la production de jeu de qualité – dit «AAA» – est de plus en plus onéreuse. Pour des titres

comme *Cyberpunk 2077*, *Destiny*, *Red Dead Redemption 2* ou *GTA V*, les budgets s'élevaient à plusieurs centaines de millions de dollars. «*Pour pouvoir couvrir des coûts de production de plus en plus importants et les risques industriels qui vont de pair, des rapprochements entre des gros studios sont nécessaires* », explique Julien Pillot, économiste et enseignant à l'Inseec, une école de commerce. Or, à mesure que la concentration du secteur se poursuit, les cibles se raréfient.

Parmi celles qui susciteraient le plus de convoitises, le français Ubisoft et l'américain Electronic Arts sont régulièrement cités par les observateurs du marché. L'accélération de cette consolidation intervient à un moment où le secteur s'apprête à connaître un autre bouleversement majeur : celui du monde postconsoles, et l'émergence du *cloud gaming*, qui permet aux joueurs d'accéder à leurs titres préférés depuis l'appareil de leur choix (téléphone, PC, tablette, TV...). «*Le confinement a fait émerger le cloud gaming et il va bientôt exploser* », soutient M. Planade.

Des géants aux aguets

Dans ce cadre-là, les champions de demain seront ceux qui disposent du plus grand nombre de licences exclusives à succès – à l'image de ce qui se produit dans l'audiovisuel, avec les plates-formes de streaming. Microsoft l'a bien compris, qui en a adopté les codes en installant une offre d'abonnement, le Game Pass. Pour le géant de Redmond (Washington), pourtant un poids lourd de l'univers de la console, peu importe par quel support les utilisateurs accèdent à ses jeux, l'essentiel est qu'ils soient abonnés. De ce point de vue, son concurrent historique Sony a pris beaucoup de retard et pourrait être menacé s'il ne réagit pas vite.

Encore faut-il en avoir les moyens. À l'annonce du rachat d'Activision par Microsoft, l'action du japonais a dévissé de 13 %. «*Sony va avoir de la peine à rivaliser avec Microsoft* », soulignait alors Kazunori Ito, de Morningstar Research. Ajoutant : «*Les investisseurs craignent que Sony ne puisse pas rester devant* » si l'industrie devient moins centrée sur les consoles. Avec une valorisation de 120 milliards de dollars, Sony est, de fait, un nain par rapport aux 2 240 milliards de la firme américaine.

Et d'autres géants du numérique sont aux aguets. Comme Microsoft, Amazon voit dans la massification du jeu vidéo une chance de mettre à profit son leadership dans le cloud. Apple, qui a développé sa propre offre vidéoludique (Apple Arcade) sans grand succès pour l'instant, peut être intéressé par des acquisitions de studios.

Quant à Facebook, il continue à parier sur ce qui pourrait être l'autre plate-forme du futur : la réalité virtuelle et au-delà, le métavers, qui est appelé à intégrer une très forte dimension de jeu vidéo. C'est d'ailleurs aussi dans cette optique que Microsoft a racheté Activision, y voyant la possibilité de réunir des «*briques* » essentielles à son projet. Dans un secteur où, plus que jamais, l'argent fait loi, les cartes sont vouées à être rabattues. Mais, pour Julien Pillot, les dés sont déjà lancés.

«*J'en suis persuadé depuis dix ans : à la fin, ce secteur sera le fait d'un petit oligopole à franges, dont le plus gros opérateur ne peut être, à terme, que Microsoft.* » Leader dans le cloud, poids lourds du jeu vidéo, riche à foison, qui pourra l'arrêter ?

Extraits de la synthèse « L'étude sur l'industrie du jeu vidéo en France » issu du site www.entreprises.gouv.fr, de mars 2021

[...]

Le financement public accompagne le secteur depuis plus de 10 ans

Les acteurs du jeu vidéo bénéficient de dispositifs de financement publics nationaux soit spécifiques (CIJV, FAJV, financement régional, FPJV³²) soit non spécifiques liés à l'innovation et à la recherche et développement (CIR, CII, RIAM, Aide pour le développement de l'innovation³³) ou aux entreprises culturelles (garanties financières, Prêt industries créatives).

Tableau 2 : Frise chronologique des dispositifs publics nationaux de financement du jeu vidéo

	CIJV	FAJV	Autres
1989		Fonds d'aide à l'édition multimédia (FAEM) pour accompagner les sociétés françaises spécialisées dans la création d'un catalogue original de titres interactifs	
2001			Création du Réseau de recherche et innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)
2003		Création de l'aide à la préproduction destinée à financer l'innovation dans la phase de préproduction d'un jeu vidéo	
2008	Création du crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) avec un taux de 20 % des dépenses éligibles plafonné à 3M€	Création du fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) qui reprend l'aide à la préproduction	
2010		Mise en place de l'aide à la création de propriétés intellectuelles, qui intègre le FAJV, pour favoriser les nouvelles créations de jeux vidéo	
2015	Réforme du CIJV avec l'abaissement du seuil d'éligibilité à 100K€ des dépenses effectuées et l'extension aux jeux PEGI		Création d'un fonds d'avances participatives pour les jeux vidéo à l'IFCIC
2017	Réforme du CIJV augmentant le taux de 30 %, le plafond de crédit à 6M€/an et le plafond des dépenses de sous-traitance européenne à 2M€		Lancement du prêt dédié aux industries créatives par la Bpifrance et le fonds européen d'investissement
2019		Lancement d'une nouvelle aide à l'écriture en juin 2019 par le CNC au sein du FAJV ciblant directement les créateurs	

Source : « les aides au jeu vidéo français », Communiqué de presse de l'IFCIC en octobre 2015, Bpifrance, Analyses PwC Strategy&

Dispositifs publics spécifiques au jeu vidéo (CIJV, FAJV, Régions, FPJV)

La politique publique de soutien au jeu vidéo a été initiée par des aides à la création de jeu vidéo, à travers le Fonds d'Aide au Jeu vidéo (aides sélectives) et le Crédit d'Impôt Jeu Vidéo (dispositif d'incitation fiscale, financé sur le programme 134 piloté par le ministère en charge de l'Économie). Ces deux dispositifs sont opérés par le Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC).

[...]

³² Crédits d'Impôt Jeu vidéo (CIJV) 2010 ; Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) ; Fonds de Prêts participatif en faveur du Jeu Vidéo (FPJV) 2015

³³ Crédit d'Impôt recherche (CIR) 2017 ; Crédit d'Impôt innovation (CII), Réseau Recherche et Innovation et Multimédia (RIA2019M)

Le **Fonds d'Aide au Jeu Vidéo³⁴ (FAJV)** est composé d'aides sélectives destinées à accompagner la création de nouveaux projets de jeux vidéo sur toutes les phases de réalisation : écriture, préproduction et production. Le fonds peut également soutenir des manifestations à caractère professionnel. L'aide à la production, intitulée « aide à la création de propriété intellectuelle », a la particularité de soutenir des studios qui détiennent les droits de propriété intellectuelle de leurs jeux. Entre 2010 et 2019, 1 095 projets ont été déposés au FAJV et 452 projets ont été aidés³⁵. L'aide à la création de propriété intellectuelle est la plus attractive, et représente 72 % des projets déposés et 67 % des projets aidés. L'enveloppe annuelle du fonds s'élève environ à 4 M€.

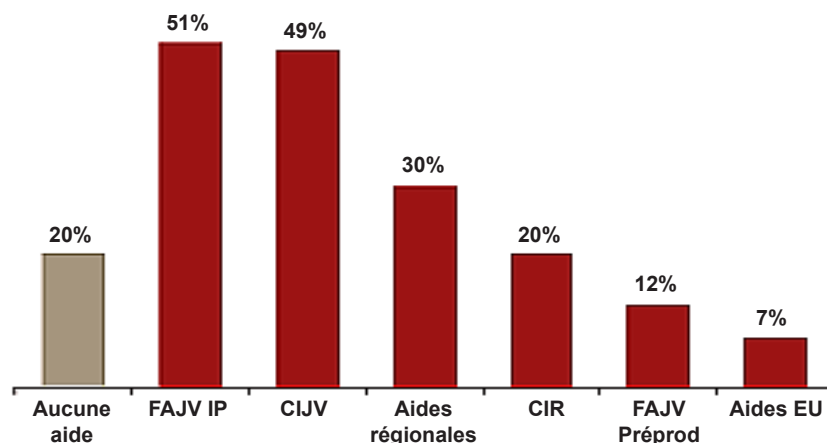
Le **Crédit d'Impôt Jeu Vidéo (CIJV)** est un dispositif d'incitation fiscale qui permet aux entreprises de création de déduire de leur impôt 30 % des dépenses de production d'un jeu. Les demandes d'agrément sont examinées au moyen d'un barème culturel qui nécessite d'obtenir un nombre minimum de points. Entre 2010 et 2019, 310 projets de jeux vidéo ont été déposés au CIJV et 73 % ont pu obtenir un agrément provisoire. Le dispositif représente un soutien financier annuel de 40 M€.

L'industrie du jeu vidéo bénéficie également de **dispositifs de financement public régionaux** destinés à financer la création d'un nouveau projet, en préproduction et/ou en production. Les principaux dispositifs sont ceux de la région Ile-de-France, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, AURA³⁷, Grand Est et Hauts-de-France.

Enfin, le Fonds de Prêts participatif en faveur du Jeu Vidéo (FPJV) est un outil de financement mis en place par l'IFCIC³⁸ à destination des entreprises de jeu vidéo. Ce prêt, remboursable entre 1 et 7 ans, peut représenter jusqu'à 100 % du programme de dépenses³⁹ et s'adresse à des sociétés dont l'activité principale est la production et/ou l'édition de jeux vidéo⁴⁰.

Le FAJV (enveloppe annuelle d'environ 4M€) et le CIJV (53 millions d'euros en 2019) sont les dispositifs les plus couramment sollicités.

Figure 9 : Répartition de l'utilisation des dispositifs de financement public parmi les répondants (% de répondants, échantillon de 81 studios⁴¹)



Source : Questionnaire en ligne, Analyse PwC Strategy&

Clé de lecture : 20 % des répondants n'ont bénéficié d'aucune aide ; 51 % des répondants ont bénéficié du dispositif FAJV IP

34 Dispositif cofinancé par le ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, via la Direction Générale des Entreprises (DGE), et par le Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC)

35 Toute aide confondue

36 Dispositif d'incitation fiscale, piloté conjointement par le ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance et le CNC

37 Auvergne-Rhône-Alpes

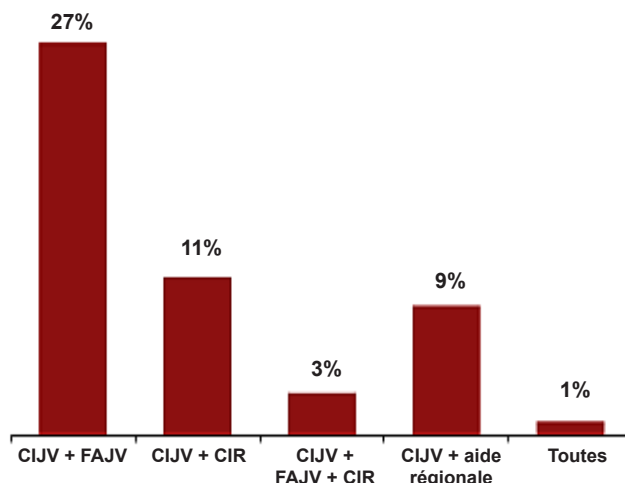
38 Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles

39 Sans toutefois dépasser un montant de 2M€ maximum par emprunteur ou groupe d'emprunteurs

40 <http://www.ifcic.fr/vous-etes-une-entreprise-culturelle/jeuvideo.html>

41 Représentativité de 65 % par rapport aux emplois des studios (tels que présentés dans la partie État des lieux)

Figure 10 : Répartition de l'utilisation, en cumulé, des dispositifs de financement public (% de répondants, échantillon de 81 studios⁴²)



Source : Questionnaire en ligne

Pour 97 % des studios interrogés lors de l'étude, le CIJV et le FAJV ont eu un impact positif sur leur activité et ont notamment permis de participer à la création de propriété intellectuelle (pour 48 % des studios répondants), de créer de l'emploi (47 %) ou de maintenir l'emploi (37 %) ou encore d'agir comme un levier financier pour 33 % d'entre eux. Dans un contexte de concurrence internationale accrue, le CIJV joue un rôle essentiel notamment dans le maintien de l'emploi en France en permettant de limiter la fuite des talents dans les pays proposant des dispositifs publics plus avantageux. Par ailleurs, d'après les acteurs de l'industrie⁴³, le CIVJ a permis d'améliorer la compétitivité et l'attractivité de la France, et à renforcer les capacités de production. La revalorisation du CIVJ en 2017 (relèvement du taux de 20 à 30 %) aurait été un accélérateur important en permettant de relocaliser certaines productions de jeu AAA en France et d'attirer de nouveaux éditeurs sur le territoire.

« Le CIVJ nous permet d'attirer les talents experts dans les nouvelles technologies et de recruter des équipes entières dédiées à la R&D. Toutes les technologies de nos jeux sont développées en interne. Cela nous permet d'avoir la maîtrise complète, de déployer une signature particulière et d'avoir un avantage compétitif. » Studio français

V – COMPÉTITIVITÉ ET CONCURRENCE INTERNATIONALE













Six pays prioritaires et un continent ont été sélectionnés, en raison de la maturité de leur industrie, la taille de leur marché, la spécificité de leur écosystème et leur modèle de financement public du secteur : L'Allemagne, le Canada, la Finlande, la Suède, le Royaume-Uni et les États-Unis.

⁴² Représentativité de 65 % par rapport aux emplois des studios (tels que présentés dans la partie État des lieux)

⁴³ Entretiens

Tableau 3 - Comparatif des différents tissus industriels du jeu vidéo









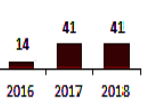
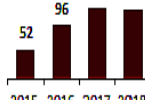
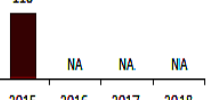
Les données détaillées comparables ne sont pas toujours disponibles

							
Chiffre d'affaires ⁵ (Mds €, software)	 2,7 2018	 3,3 2019	 2,1 2018	 4,0 2018	n.d.	 1,9 2018	n.d.
Employés en 2018 ⁶ (emplois directs)	10K <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	28K <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	3K	22K ² <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	12K <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)³</i>	8K	70K <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>
Nombre d'entreprises actives en 2018	960 <i>(studios, éditeurs, distributeurs, autres acteurs¹)</i>	692 <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	220 <i>(studios actifs dans le développement de jeux)</i>	2280 ⁷ <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	524 <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>	384 <i>(studios actifs dans le développement de jeux)</i>	3000 <i>(studios, éditeurs et prestataires de services)</i>
Niveau de compétitivité à l'international ⁸	Fort	Fort	Moyen	Fort	Fort	Moyen	Fort
Rayonnement international ⁴	Fort	Fort	Moyen	Fort	Faible	Moyen	Fort
Bilan	Une industrie de taille moyenne à fort rayonnement international	Une grande industrie à dimension internationale	Une petite industrie dépendante d'un acteur majeur et fort sur le mobile	L'une des plus grandes industries à fort rayonnement international	Parmi les écosystèmes du jeu vidéo les plus complets	Une industrie naissante à fort potentiel	Une industrie leader mondiale dans les jeux vidéo

1) Prestataires de services, écoles, fournisseurs de technologie, agence de communication, associations ; 2) Source : Statista 3) Source : game de (A Guide to the German Games Industry) ; 4) En termes de présence des éditeurs internationaux ainsi qu'en termes d'image ; 5) Chiffre d'affaires des acteurs basés dans le pays – en ligne avec la définition de l'étude (voir annexes) ; 6) 2019 pour le Canada ; 7) Selon <https://gamesmap.uk/#/map> ; 8) Positionnement des acteurs du jeu vidéo des pays en question sur le marché international ; Sources : Entretiens, PwC Strategy&

D'après les acteurs internationaux interrogés, les crédits d'impôt dédiés au jeu vidéo sont des instruments de politiques publiques qui alimentent fortement la concurrence internationale entre les pays producteurs de jeu vidéo. Par ailleurs, les crédits d'impôt au Royaume-Uni, au Canada ou bien encore aux États-Unis sont souvent bien moins sélectifs qu'en France.

Tableau 4 – Comparatif des principaux crédits d'impôts dédiés jeu vidéo existants sur le périmètre du benchmark

				
Création	2008	2014	1996	2009-2010
Périmètre	National	National	Par province	Par état (> 20)
% du CI				
Crédit d'impôt au jeu vidéo octroyé (M€)				Non connu
Conditions	<ul style="list-style-type: none"> Budget min. : ✓100K Test culturel : ✓min. 14/20 Plafond : ✓6M 	<ul style="list-style-type: none"> Budget min. : ✗ Test culturel : ✓min. 16/31 Plafond : ✗ 	<ul style="list-style-type: none"> Budget min. : ✗ Test culturel : ✗ Plafond : ✓25 000€/ employé 	<ul style="list-style-type: none"> Budget min. : ✗ Test culturel : ✗ Plafond : ✗
Niveau d'acceptation des dossiers	<ul style="list-style-type: none"> 40 dossiers/an en moyenne sur les 5 dernières années 79% d'acceptation sur les 5 dernières années 	<ul style="list-style-type: none"> 256 dossiers/ an 92% d'acceptation/ an 	<ul style="list-style-type: none"> Procédure non sélective et purement administrative 	<ul style="list-style-type: none"> Procédure non sélective et purement administrative

Source : Commission Européenne, Sites des gouvernements, ULIE, CNC, Revue de presse, Entretiens, Analyse PwC Strategy& [...]

