

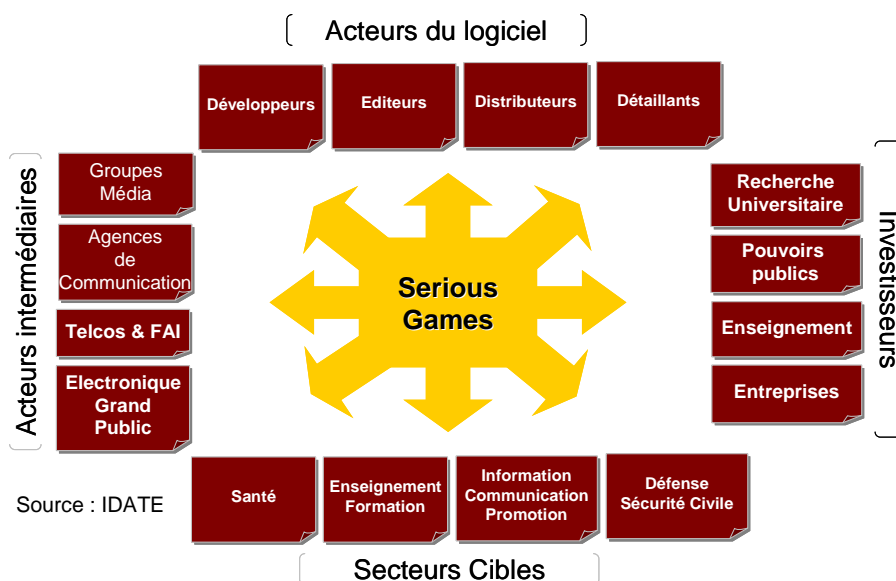
Serious Games

Un chiffre d'affaires mondial de 1,5 milliard EUR en 2015

Montpellier, 12 juillet 2010 - L'IDATE vient de publier l'étude « Serious Game » en conduisant une analyse approfondie sur les différents marchés et ses perspectives jusqu'à 2015. Les principaux acteurs du Serious Games sont présentés ainsi que les dernières tendances du secteur.

« Ce rapport permet d'avoir une vue d'ensemble sur le marché du Serious Game en analysant les impacts sur la chaîne de valeur de l'industrie du jeu vidéo et en présentant des nombreux modèles économiques », commente Laurent Michaud, Responsable de la practice Digital Home Entertainment, « A ce jour la plupart des Serious Games sont hébergés sur l'ordinateur personnel, cependant le mobile prend déjà un rôle plus important dans les pays émergents et c'est terminal prédestiné au développement d'applications Serious Games. »

Le secteur du serious game devrait connaître une croissance significative à moyen terme. L'IDATE estime qu'aujourd'hui ce secteur génère dans le monde un chiffre d'affaires de 1,5 milliard EUR. D'ici 2015, ses revenus devraient être presque 7 fois plus importants qu'en 2010. Son taux de croissance annuel s'élève à 47% sur la période 2010-2015. L'année 2013 devrait être marquée par une accélération de la prise en compte du serious game dans le milieu professionnel, et principalement chez les PME encore peu sensibilisées à ces outils.



Une chaîne de valeur originale

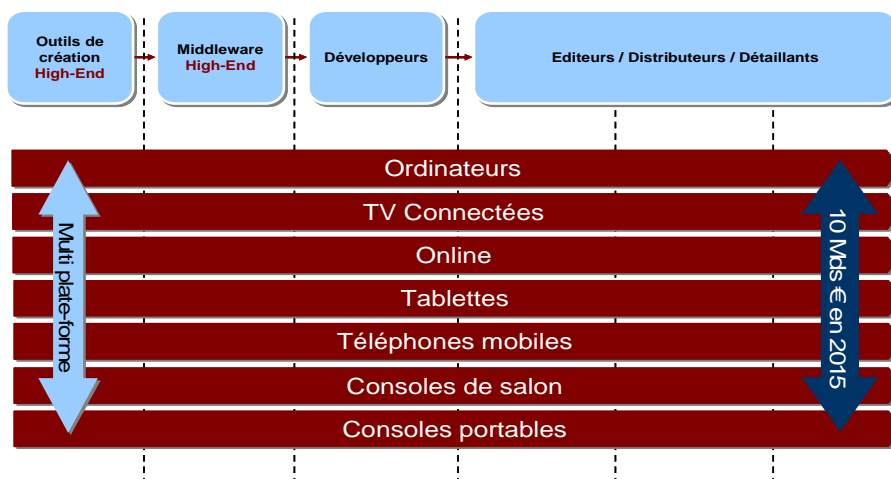
La chaîne de valeur du serious game est plus réduite que celle du jeu vidéo traditionnel. Comme évoqué précédemment, l'organisation la plus répandue se présente sous la forme d'un acteur qui prend en charge le développement, l'édition, la distribution et la vente de ses titres. Beaucoup d'acteurs n'ont d'ailleurs dans leur catalogue qu'un seul titre, dont la commercialisation et l'implémentation chez le client occupent la totalité de la force de vente et le support. Les outils aujourd'hui encore les plus utilisés dans ce secteur peuvent être qualifiés de Low-End, accessibles économiquement à des développeurs dont les moyens financiers ne permettent pas d'acquérir des moteurs de jeux coûtant parfois plus de 250 000 USD. A ce stade de développement du secteur du serious game, la chaîne de valeur est plus axée sur le logiciel et sur le service que sur le terminal. A cet égard, la plupart des serious games sont destinés à être hébergés sur un ordinateur personnel. Il en existe encore assez peu sur les autres plateformes. Le téléphone mobile est encore le terminal qui offre aujourd'hui l'alternative la plus intéressante au PC. C'est d'ailleurs la plateforme de prédilection de développement de serious game dans les pays émergents, où la population se dote plus aisément d'un téléphone que d'un ordinateur. Dans le secteur du serious game, le logiciel domine encore

largement le service qui y est associé, quand il y en a un. C'est-à-dire que l'utilisateur du serious game est encore le plus souvent isolé face à son jeu, qui finalement se consomme seul et en mode local par opposition au mode online. Or d'une part, le serious game n'a pas vocation à remplacer les modes d'information, de communication ou de formation existants mais plutôt à les compléter et à leur faire bénéficier de l'interactivité, des interfaces graphiques et des capacités du jeu vidéo à immerger un utilisateur dans un environnement où il sera plus réceptif aux messages qui lui seront transmis. D'autre part, le caractère social d'un serious game, qui induit le multiutilisateur voire le massivement multijoueur, représente l'enjeu majeur dans les années à venir pour le "joueur" comme pour le professionnel qui l'encadre.

De fait, le serious game ne doit pas se départir :

- d'un accompagnement professionnel dans ses usages ;
- d'un service associé (autre que la gestion de l'application et de ses fonctionnalités en mode "Software As A Service") qui propose :
 - de former les futurs utilisateurs du serious game, qu'ils soient professionnels citoyens, consommateurs ou étudiants ;
 - d'adapter régulièrement l'application aux cas d'usages ;
 - de paramétrer le jeu à distance ou non en fonction de l'utilisateur ciblé, patient, citoyen ou apprenant ;
 - de recueillir les résultats d'utilisation de l'application sérieuse, de les interpréter, de les restituer et de les réinjecter dans le gameplay pour faire progresser l'utilisateur.

La chaîne de valeur du serious gaming en 2015



Source : IDATE

« Serious Game » (Market & Data Report, Juillet 2010)

Cette étude analyse les différents marchés du serious gaming à partir d'une étude systématique des technologies, des usages et des métiers, en détaillant particulièrement les étapes clés de la conception, du développement et de la diffusion.:

- une analyse de l'évolution des usages et de l'industrie du Serious Game à long terme ;
- Une segmentation par marché – Enseignement, Sécurité & Défense, Santé et Information
- 50 modèles économiques
- Le chiffrage du marché 2010-2015

Chef de Projet
 Laurent Michaud
l.michaud@idate.org

A Propos de l'IDATE

Depuis 1977, l'IDATE s'est imposé comme l'un des premiers centres d'études et de conseil en Europe dont la mission est d'accompagner les décisions stratégiques de ses clients sur les secteurs Télécoms, Internet, Médias, à travers deux domaines d'activités : **Consulting & Research** (un conseil indépendant et la publication d'un

catalogue d'études de marché), **DigiWorld Programme** (un programme annuel supportées par ses membres : DigiWorld Club, DigiWorld Summit, DigiWorld Yearbook, Communications & Strategies, ...)

L'IDATE a développé **une expertise d'analyse dédiée aux Médias** (TV, Internet é Digital Content) en s'imposant comme un cabinet de référence des groupes médias, un interlocuteur clés des décideurs publics, un conseil des équipementiers et des opérateurs au niveau international.

Contacts

IDATE

Jeremy George

j.george@idate.org

Tel:+33 (0)4 67 14 44 44 88

PR

Emmanuelle Renaud, Presse & Technologies

erenauld@pressetech.fr

Tel +33 (0)1 56 56 64 64

Pour plus de renseignement concernant nos activités: www.idate-research.com