



## **Les jeux vidéo mobiles peinent à décoller en France alors que le Français Gameloft part à la conquête du marché mondial**

**Londres, le 31 juillet 2008.** Les quatre plus grands éditeurs mondiaux de jeux vidéo sur téléphones mobiles, EA Mobile, Gameloft, Glu et THQ Wireless, se partagent une part de marché de plus en plus importante sur ce secteur mais Gameloft est en passe de devenir le leader du marché selon le dernier rapport des analystes média de Screen Digest ([www.screendigest.com](http://www.screendigest.com)).

### **Gameloft bientôt en tête, devant EA Mobile**

En éditant systématiquement des jeux de bonne qualité et en concentrant ses efforts sur la diversification de son catalogue, Gameloft s'est distingué par son dynamisme et l'entreprise a ainsi connu une forte croissance sur le marché mondial du jeu vidéo pour mobile. En comparaison, le leader actuel du marché, EA mobile, fait pâle figure. Au 31 mars 2008, plusieurs sources indiquent que Gameloft gagnait déjà 25,3 millions d'euros, soit seulement 650,000 euros de moins que son principal concurrent, EA mobile. Screen Digest prévoit que Gameloft devrait s'imposer comme leader du jeu sur mobile d'ici la fin de l'année 2008 et conserver cette position dans un futur proche.

L'étude révèle aussi que Gameloft a réussi à doubler ses revenus sur les dix huit derniers mois tandis que le marché mondial du jeu vidéo pour mobiles n'a augmenté que d'environ 15% sur cette même période. L'atout majeur de Gameloft réside dans son puissant réseau de distribution.

Le Français collabore avec plus de 170 opérateurs sur chaque continent. Gameloft s'est également démarqué par une collaboration active avec les portails

téléphoniques, signant jusqu'à 150 accords de redistribution. Grâce à ses nombreux contrats passés avec les opérateurs et les portails téléphoniques, Gameloft possède aujourd'hui un réseau de distribution dans plus de 75 pays. Et le Français est aussi bien implanté localement avec 6 studios de création dans chaque pays, employant au total 2400 personnes.

La gestion de ces nombreux marchés locaux ne va pas sans soulever un enjeu majeur pour l'éditeur : l'adaptation systématique des jeux pour répondre aux spécificités techniques locales. 90% des équipes de Gameloft s'occupent uniquement de la production et déclinent les jeux afin qu'ils soient compatibles avec de nouveaux terminaux et combinés téléphoniques.

Le succès de la compagnie réside aussi dans la création permanente de nouveaux jeux. Gameloft a produit le plus grand nombre de nouveaux titres en 2007 ajoutant ainsi 50 nouveaux jeux à son large catalogue de plus de 200 titres.

Mais le Français doit encore faire face à un défi de taille : conquérir le marché américain, le marché le plus stratégique pour les jeux vidéo sur mobiles.

### **Un marché porteur d'une valeur de 2,6 milliards d'euros d'ici à 2012**

Screen Digest prévoit que le marché du jeu vidéo sur téléphones mobiles devrait générer un milliard supplémentaire dans les cinq prochaines années et atteindre une valeur totale de 2,6 milliards d'euros d'ici 2012. Historiquement, l'Asie est le plus gros marché pour l'industrie du jeu vidéo en termes de chiffre d'affaires puisqu'elle représente 37% de part de marché. Mais Screen Digest prévoit qu'à partir de 2009, le marché nord Américain devrait dépasser le marché asiatique. Le marché nord américain a connu une croissance continue sur les quatre dernières années et cette croissance devrait se poursuivre jusqu'en 2012.

## **Les jeux vidéo sur mobiles peinent à décoller en France**

Screen Digest prévoit pour les cinq prochaines années une augmentation d'environ 30% du chiffre d'affaires de l'industrie du jeu vidéo sur mobiles en France. Le taux de pénétration croissant du 3G ainsi que l'augmentation des ventes de téléphones mobiles haut de gamme devaient encourager cette croissance.

Cependant, au niveau européen, le jeu sur mobile en France perd des parts de marchés. Et avec 11% de part de marché, la France se place derrière ses voisins européens, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne. Cette tendance devait se renforcer au cours des prochaines années puisque la France devrait perdre 1% de part de marché supplémentaire d'ici 2012.

Cette baisse de part de marché s'explique surtout par la stagnation anticipée des revenus accordés aux jeux mobiles à partir du portail i-mode de Bouygues Télécom et par le déficit de couverture 3G sur le réseau de l'opérateur mobile. Cependant, si Bouygues parvient à changer sa stratégie de distribution des contenus pour mobile et réussit à améliorer son réseau de téléphonie mobile pour ses 9,3 millions d'abonnés, la France peut espérer regagner la part de marché perdue au cours des dernières années.

Ronan de Renesse, analyste senior en téléphonie mobile précise : "On peut s'étonner de voir le marché du jeu vidéo pour téléphones mobiles à la traîne en France alors que l'acteur le plus prometteur du marché au niveau mondial, Gameloft, est une entreprise française. "

**Fin**

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Géraldine Gitel, PR Consultant (Française)

Tel : + 44 (0) 791 7885380     [ggitel@greenfieldscommunications.com](mailto:ggitel@greenfieldscommunications.com)

Lucy Green, PR Consultant

Tel : +44 (0) 7817 698366      [lgreen@greenfieldscommunications.com](mailto:lgreen@greenfieldscommunications.com)

Screen Digest : Fay Hamilton, PR & Promotions Manager

Tel : +44 (0) 20 7424 2827      [fay.hamilton@screendigest.com](mailto:fay.hamilton@screendigest.com)

### **Au sujet de cette étude**

Ce communiqué de presse reprend une analyse de la dernière étude de Screen Digest intitulée – L'industrie du jeu vidéo pour mobiles, de nouvelles opportunités pour les éditeurs, les développeurs et les opérateurs. Cette étude comprend une description détaillée des plateformes de distribution, une analyse des principaux concurrents sur le marché des jeux mobiles et une description des différents modèles de distribution. Les projections sont fournies jusqu'en 2012 et incluent la croissance totale du marché, la croissance des revenus des éditeurs et des opérateurs pour l'Asie Pacifique, l'Europe et l'Amérique du Nord.

### **A propos de Screen Digest**

Screen Digest est la principale société d'analyse des marchés médias internationaux. Basée à Londres, avec des bureaux à New York et Carmel (Californie), elle est composée d'une équipe de 40 analystes spécialisés sur les médias audiovisuels : cinéma, télévision, distribution vidéo/DVD, internet, jeux vidéo et services mobiles. Ses services en ligne et rapports offrent, à des centaines d'entreprises à travers le monde, l'information et les analyses sur lesquelles se basent leurs décisions stratégiques.

Screen Digest a dernièrement lancé Global Media Intelligence (GMI), un nouveau service développant des données de recherche et des analyses spécialement pour les investisseurs institutionnels traitant avec des entreprises de médias. [www.screendigest.com](http://www.screendigest.com)

Pour plus d'informations, merci de contacter notre équipe commerciale: [sales@screendigest.com](mailto:sales@screendigest.com)

Tel: +44 (0) 20 7424 2820.