

## Les jeux sur mobile menacent-ils le marché des consoles ?

Le succès de Flappy Bird est phénoménal. 50.000\$ rapportés, par jour, à son créateur. C'est le genre de réussite qui a de quoi effrayer la vieille industrie historique du Jeu-Vidéo. Surtout quand Nintendo semble s'écrouler. Alors, les jeux smartphones, la fin des consoles ? A voir !

Avec Nicolas  
Gaume

**Atlantico : Nintendo en fait actuellement les frais : les jeux sur mobile et sur tablettes se développent, au point de concurrencer les consoles traditionnelles. Quel est le risque pour celles-ci ? Les mobiles représentent-ils une vraie menace ?**

**Nicolas Gaume :** La console de jeux et les tablettes sont profondément différentes. **Les expériences et les plaisirs vidéo ludiques qu'elles procurent sont différents.** Les joueurs attirés par les jeux tablettes et les jeux consoles sont différents ? D'une manière certaine, on ne trouve pas les mêmes éléments sur tablettes (et mobiles) que sur une Play Station ou sur Xbox. Parmi les premiers acheteurs de ces consoles, on trouve incontestablement un public amateur de jeux très immersifs, très spectaculaires, et qui joue dans le salon. C'est une expérience à part entière, qu'ils ne retrouvent pas au travers des jeux mobiles. Pour prendre un exemple concret, et analogique ; c'est sensiblement la même chose qu'un passionné d'opéra, qui écoute également de la variété sur son baladeur. **Un jeu tablette attirera, à l'inverse, quelqu'un qui n'a pas besoin de tout cela pour apprécier un jeu :** quelqu'un qui jouera moins souvent, plus occasionnellement. **Le public historique des jeux vidéo tels qu'on le connaît sur support console est d'avantage masculin, adulte (ou jeune adulte), tandis que celui des mobiles est plus féminin.**

Les consoles évoluent. Elles développent de plus en plus de fonctions sociales, deviennent pluri-support, en permettant au joueur de reprendre et continuer sa partie sur une console portable, ou une tablette. Elles intègrent les nouveaux usages, de manière assez notable. **Les consoles sont de plus en plus protéiformes, et les joueurs répondent présents.** Quand on vend plus de 5 millions de Play Station 4 sur la période de démarrage, contre à peine plus d'un million de PS3 vendue sur la période équivalente, la traction est largement conséquente. **L'expérience des consoles reste, pour cette génération du moins, bien engagée.**

Il n'empêche. **Pour un million de consoles vendues, on compte cent millions de tablettes et de mobiles achetés.** Les proportions sont colossales (Il s'agit bien évidemment d'un ordre de grandeur). La croissance est bien plus soutenue sur le domaine des jeux mobiles, avec des modèles économiques qui sont très efficaces, quand ça marche. Simplement, la compétition est très forte... Et les barrières d'entrées ne sont pas les mêmes. **Si produire un jeu vidéo peut coûter très cher (30, 40, 50 millions d'euros...), produire un jeu mobile ne coûte rien ; la compétition est donc sur la masse d'applications produites.**

**Pourquoi les jeux sur mobiles et sur tablettes séduisent-ils les joueurs ? Qu'offrent-ils de différent ?**

Tout d'abord, pourquoi joue-t-on ? Parce que **le jeu, quelque soit le support sur lequel il est joué, offre des opportunités qu'on ne trouve pas dans la vie.** On joue, parce que dans le jeu on peut avoir une première chance, mais aussi une deuxième, une troisième, une quatrième... **Le jeu rétablit le droit de se tromper, qu'on a perdu dans le monde réel.** Et ça n'est pas la seule chose que le jeu rétablit. Contrairement à la majorité des loisirs, qu'il s'agisse de la lecture ou du cinéma, le jeu n'est pas passif. Il s'agit d'un loisir actif, où le joueur a un poids certain sur les événements. Ce qu'il n'a pas nécessairement dans le monde réel, une fois de plus, et moins encore s'il est seul. C'est pour cela qu'on joue.

Ensuite, les joueurs qui sont séduits par les jeux mobiles, au point de délaisser les consoles, ne sont pas les mêmes que ceux qui cherchent sur console ce grand spectacle qu'ils ne peuvent pas trouver sur mobile. Pour autant, dans un cas comme dans l'autre, on recherche la même chose : **jouer à un jeu, c'est remettre un équilibre en balance. Rétablir l'équilibre sur un univers.** Quand dans Candy Crush on aligne les pièces, il s'agit de tout remettre en place. Quand dans un jeu typé action on se bat pour un idéal, il s'agit de faire triompher cet idéal. C'est très responsabilisant, et cela fait parti de l'appétit des joueurs "casual" (qui jouent occasionnellement) autant que de celui des joueurs historiques.

En revanche, la barrière d'entrée, qui est un élément particulièrement important pour les joueurs historiques, l'est nettement moins pour les casual gamers. Si les premiers aiment avoir un jeu qui les challenge, sans les humilier, c'est nettement moins ancré dans la culture des casual. **Les jeux web, puis mobiles, ont amené une nouvelle façon d'entrer dans le jeu, plus en accord avec la culture du web, par étapes.** Le jeu casual est d'ailleurs développé par des gens qui ne viennent pas de l'industrie du jeu vidéo, mais qui viennent du web, et qui ont souvent l'obsession du trafic. Cette obsession s'est traduite sur une façon de réinventer la mécanique de jeu.

---

## Qu'est-ce que cette évolution traduit-elle sur les joueurs ?

Il y a de plus en plus de joueurs, et pourtant le jeu est très fragmenté **En dépit du fait que l'on joue de plus en plus, il reste une rupture nette entre les joueurs et les non-joueurs.** Vous ne trouverez personne pour vous dire "je n'ai jamais vu de film !" ou "je n'ai jamais écouté de musique !". Même si l'industrie du jeu vidéo génère plus de recettes que les industries musicales et cinématographiques, on est encore dans une période où la fracture entre ceux qui jouent et ceux qui ne jouent pas est particulièrement claire.

**Les jeux sociaux, sur le web et sur mobile ont réinventé les codes du jeu-vidéo** et après avoir attiré un public plus casual, les entreprises à l'origine de ces jeux ont engagé des développeurs issus du milieu du jeu-vidéo, afin de donner une forme de profondeur et enrichir leur contenus et l'expérience de jeu elle-même. Si on peut amener des gens de 30, 40 ou 50 ans à jouer, c'est que ce média a encore un sacré potentiel devant lui.

## Les téléphones ne sont pas les seuls concurrents des consoles de salon : l'ordinateur a aussi sa place. Comment s'en sort-il, vis-à-vis des consoles et des jeux pour téléphones et tablettes ?

**L'ordinateur ne s'en sort pas si mal. En vérité, il est même loin de s'en sortir mal** C'est véritablement là qu'on réalise que le marché est un marché d'offre : l'ordinateur était la plateforme par excellence dans les années 80, supplanté ensuite par les consoles, en termes de volume ; elles-mêmes dépassées aujourd'hui par les jeux mobiles. L'ordinateur a néanmoins su traverser ces moments, notamment grâce à des jeux de stratégie en temps réel, et de tir à la première personne (FPS, First Person Shooter), qui lui ont permis de maintenir son écosystème.

La distribution digitale qui s'est mis en place avec Steam (qui est à Valve ce qu'iTunes est à Apple), est vraiment exceptionnelle et a contribué à remettre le jeu PC au goût du jour. Et s'il y a toujours les jeux historiques, il est impossible de ne pas parler des jeux indépendants, comme Minecraft, qui génèrent une véritable économie. Et puis... Plus les jeux sont nombreux, plus ils sont acceptés, et moins jouer sur le PC apparaît comme une tare.

*Propos recueillis par Vincent Nahan*