

# Sur les smartphones et les tablettes, les jeux font un tabac

Les « gamers » dopent les revenus de l'App Store, qui va fêter son 50 milliardième téléchargement

Sur la page d'ouverture de l'App Store, le magasin d'applications d'Apple, un compteur : 49,2, 49,3... Cette semaine, le nombre de téléchargements effectués sur le « store » d'Apple devrait atteindre le chiffre record de 50 milliards !

Pour fêter l'événement, la firme à la pomme a décidé d'offrir 10 000 dollars (7 633 euros) en bons d'achat sur son magasin pour celui ou celle qui effectuera le 50 milliardième téléchargement. Et il y a fort à parier que « l'heureux élu » dépensera la quasi-totalité de son pécule dans les jeux.

Car si les réseaux sociaux, comme Facebook ou Twitter, monopolisaient jusqu'ici le classement des applications les plus téléchargées, aujourd'hui ce sont les jeux qui tiennent le haut du pavé. Sur les 20 premières applications gratuites les plus plébiscitées par les propriétaires d'iphones, le smartphone d'Apple, on recense pas moins de 12 jeux. Dont deux (Angry Birds et Le Jeu le plus dur du monde) sur le podium de tête.

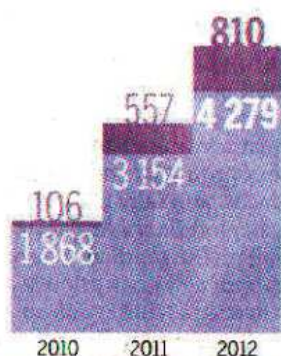
Selon le cabinet d'études IHS iSuppli, ils représentent 30 à 40 % des téléchargements en fonction des pays. Et pas moins de 70 % du revenu de l'Appstore.

« La démocratisation des smartphones et des tablettes, souligne Jack Kent, analyste chez IHS iSuppli, a provoqué une explosion dans les habitudes de jeu. Avant, il fallait avoir un ordinateur ou une console. Aujourd'hui, les nouveaux terminaux sont équipés de systèmes d'exploitation performants et disposent d'un écosystème avec notamment ces magasins d'applications très fournis. »

## Les revenus tirés du jeu sur Internet

POUR FACEBOOK  
En millions de dollars

■ Chiffre d'affaires tiré des jeux  
■ Chiffre d'affaires publicitaire



POUR L'APP STORE D'APPLE  
En % des téléchargements, en 2012

Part des jeux



Depuis sa création, près de 50 milliards de téléchargements au total

SOURCE : IHS iSUPPLI, FACEBOOK

Sans oublier que les terminaux mobiles disposent désormais d'écrans d'une qualité identique, voire meilleure que celle des téléviseurs. Résultat, de plus en plus de gens s'adonnent au « casual gaming » : ils jouent de temps en temps, dans les transports en commun, dans les files d'attente ou même parfois au bureau.

Ce qui ne les empêche pas de dépenser de l'argent. Le modèle économique de la plupart des développeurs de jeux repose sur ce qu'on appelle le « freemium » : le jeu est gratuit mais il faut payer pour obtenir des niveaux supérieurs, des nouvelles armes ou débloquent des personnages. Certains jeux, parmi les populaires, peuvent générer, selon les estimations d'IHS, jusqu'à 100 millions de dollars de chiffre d'affaires.

En 2012, l'éditeur de jeu finlandais Rovio, qui produit notamment le très populaire Angry Birds, a enregistré par exemple plus de 196 millions de dollars de chiffre d'affaires. Ses jeux ont été téléchargés 1,7 milliard de fois !

Ces nouvelles habitudes de jeu profitent aussi à Facebook. Bien que les revenus issus de Zynga, son partenaire historique éditeur notamment du jeu FarmVille, se soient écroulés, la part du jeu dans le chiffre d'affaires du réseau social ne cesse de grimper. Il a représenté 213 millions de dollars au premier trimestre. Un record.

« Le jeu est une tendance de fond, explique Julien Codorniou, responsable des partenariats de Facebook en Europe. Pour devenir fort sur le mobile, il faut démarrer sur Facebook. »

De fait, « le caractère social permet de diffuser un jeu plus facile-

ment », explique Steve Bailey du cabinet Screen Digest. Les utilisateurs de Facebook jouent sur leurs ordinateurs directement via le réseau social, invitent leurs amis et passent sur mobile quand le jeu est disponible sur un « store ».

**Certains jeux, parmi les populaires, peuvent générer jusqu'à 100 millions de dollars de chiffre d'affaires**

En France, le jeu Criminal Case de l'éditeur Pretty Simple Games réunit sur Facebook 20 millions d'adeptes chaque mois. Véritable succès, il a permis à la PME d'être rentable. Une version pour iPad, la tablette d'Apple, doit bientôt sortir.

Pour Facebook, la croissance du jeu, c'est l'assurance de maintenir un trafic important et de récupérer du revenu : de plus en plus d'éditeurs de jeux achètent de la publicité sur mobile pour promouvoir leurs applications. Pour l'éditeur, le réseau social est un moyen de se faire connaître.

Preuve de l'importance du jeu, en Europe, Facebook s'est doté d'une équipe de vingt personnes qui s'efforcent de convaincre les développeurs de venir sur la plateforme. « Un jeu uniquement sur mobile a peu de chances d'être remarqué : il y en a tellement. L'ambition de Facebook est d'être la plateforme multisupport de référence », conclut M. Codorniou. ■

SARAH BELOUEZZANE