

L'entreprise et ses clients : la fonction marketing ^{TD5}

Thomas Petazzoni - GE01

27 octobre 2002

1 Analyse du marché des jeux vidéos

1.1 Définissez et caractérisez le marché des jeux vidéo.

Le marché principal que nous étudions est le marché des jeux vidéo, dont les offreurs sont des éditeurs de jeux vidéos et les demandeurs des consommateurs. Les éditeurs de jeux étant peu nombreux, et les demandeurs étant en grand nombre, ce marché peut être qualifié d'oligopolistique.

Le marché support est le marché des consoles de jeux et des micro-ordinateurs, sans lesquels il serait impossible de jouer aux jeux vidéos. Le marché des consoles de jeux est clairement oligopolistique : Nintendo, Sega, Sony et Microsoft sont à l'heure actuelle les seuls offreurs, alors que de nombreux demandeurs s'arrachent les consoles. En ce qui concerne les micro ordinateurs, le nombre d'offreurs est plus grand, mais le marché peut toujours être qualifié d'oligopole.

Le marché générique est le marché des loisirs, puisque les jeux vidéos n'ont qu'une vocation ludique.

Les marchés substitués (ou environnants) sont les marchés des télévisions, du cinéma, des films et des jeux traditionnels. Le marché des jeux vidéos génère actuellement un chiffre d'affaires plus important que le marché du cinéma, et laisse en difficulté de nombreuses entreprises qui oeuvraient sur le marché des jeux traditionnels.

1.2 Analysez l'offre sur le marché des jeux vidéo

Actuellement, il existe un petit nombre d'entreprises qui conçoivent des jeux vidéo, mais le nombre de jeux existants est très grand (5780 titres en France dans l'année 2000), et l'offre très diversifiée.

Tout d'abord, ces entreprises doivent rendre leur jeu disponible sur plusieurs plateformes si c'est possible : sur les différentes consoles, et sur micro ordinateurs.

D'autre part, il existe de nombreux types de jeux : les simulateurs de vol, les jeux de stratégie en temps réel, les jeux de plate forme, jeux de simulation de voiture, de moto, de sport, les jeux persistants, les jeux d'actions et de combat, etc..

Il faut aussi noter l'engouement actuel pour les jeux en réseau : une console qui ne permet pas de jouer en réseau est actuellement démodée, et les jeux multi joueurs suscitent plus d'intérêt de la part des consommateurs, et donc les entreprises essaient de répondre à cette demande en proposant des jeux avec lesquels on peut jouer en réseau. L'apparition des jeux persistants est un des indicateurs de cette demande croissante de jeux en réseau, ainsi que l'apparition de modem dans les consoles de nouvelles génération.

1.3 Identifiez les acteurs de la demande, leurs comportements et leurs attentes

En matière de jeux vidéo, les joueurs se divisent en deux catégories distinctes : les "pro-consoles" et les "pro-micro". Si le profil démographique de ces deux catégories de joueurs est assez semblable (population à dominante masculine, joueurs âgés de 14 à 35 ans), ceux qui préfèrent l'ordinateur sont en général un peu plus vieux, en raison du coût d'achat.

Les différences sur les comportements sont plus importantes : les joueurs sur micro jouent soit seul, soit en réseau sur Internet, tandis que les joueurs sur console jouent entre amis près de la télévision dans le salon. Le joueur PC est donc plus solitaire, plus personnel et plus cérébral, tandis que le joueur console est plus social. Il cherche une occasion de s'évader, pas une occasion de penser.

Les jeux doivent donc être adaptées à ces demandes : d'une part des jeux avec lesquels il faut réfléchir (simulation de vol, stratégie en temps réel, etc...) notamment pour l'ordinateur, et des jeux plus divertissants (simulation de sport, jeux de combats) pour la console.

1.4 Analysez les environnements de ce marché

L'environnement démographique est très important dans le marché des jeux vidéo : les éditeurs essaient donc d'élargir la variété de leurs consommateurs. En effet, on a remarqué que les consommateurs des jeux vidéo étaient de plus en plus vieux, grâce à un phénomène de démocratisation.

L'environnement économique est aussi primordial : les ventes des jeux est saisonnière, et suit les cycles d'apparition des consoles. Ainsi, depuis l'engouement pour la N64 et la Playstation, les ventes avaient baissées, mais avec l'apparition des consoles de nouvelles générations, celles-ci devraient repartir. D'autre part, le

piratage est un phénomène non négligeable sur le marché des jeux vidéo.

L'environnement technologique est complexe : les jeux sont des produits technologiques de plus en plus évolués, et les éditeurs doivent être de plus en plus performants pour utiliser au maximum les possibilités des nouvelles machines de jeux (consoles ou ordinateurs), afin d'avoir les meilleures images, les meilleurs effets, le meilleur rendu. Ils doivent aussi prendre en compte l'intérêt des joueurs pour le jeu en réseau sur Internet.

L'environnement légal évolue aussi en raison de l'épilepsie : certains parents n'achètent plus de jeu à cause des dangers de l'épilepsie. Sur un plan culturel, les parents sont de moins en moins satisfaits de la part de plus en plus grande que prennent les jeux vidéo dans la vie des enfants. Ces jeux sont de plus en plus violents, et les enfants ont des activités beaucoup moins diversifiées.

1.5 Faites une synthèse des suggestions que vous pourriez faire à nos jeunes entrepreneurs

Les entrepreneurs doivent répondre à la nouvelle demande des joueurs plus âgés, tout en conservant leur offre destinée à un public plus jeune. Ils devront développer des jeux nécessitant plus de réflexion, susceptibles d'intéresser un public plus âgé. D'autre part, ils devront absolument suivre la marche des constructeurs, qui tentent d'imposer la console comme machine à loisir, en proposant des applications plus originales, et plus évoluées que des jeux.

Les aspects technologiques sont aussi très importants : les éditeurs doivent continuer à suivre les évolutions technologiques des machines, pour proposer des jeux plus réalistes, et plus attrayants (notamment grâce à une puissance accrue, et des capacités de stockage plus grandes grâce au DVD). Ils devront aussi orienter leurs jeux vers le multi joueurs sur Internet, car cela intéresse de plus en plus les joueurs.