

Les créateurs de Fortnite à l'assaut des stores en ligne

Epic compte bien faire trembler Steam, le géant de la distribution dématérialisée de jeux vidéo sur PC.

C'est un gros pavé jeté dans la mare du jeu PC. Epic a annoncé ce mois de décembre la création de son magasin de jeux vidéo téléchargeables. Logique, étant donné le succès planétaire et toujours pas démenti du mode « battle royale » de *Fortnite* qu'Epic a sorti gratuitement en 2017. Mais si l'annonce a fait des remous dans le milieu vidéo-ludique, c'est surtout parce que le nouveau store entre en compétition frontale avec Steam, le détenteur du quasi-monopole de la vente de jeux PC.

Il faut savoir que la pratique du jeu vidéo sur ordinateur se porte bien : « Le marché de vente des jeux est semblable et même parfois supérieur aux chiffres sur consoles », explique Valentin Cebo, journaliste chez Gamekult, un des sites français de référence sur le jeu vidéo.

Mais ce marché a une spécificité, il est essentiellement dématérialisé : les boîtes de jeux et les CD et DVD sont passés de mode depuis longtemps et dans cet univers, Steam est le roi : tout, ou presque, s'achète sur le magasin en ligne de Valve et même lorsque l'on achète un jeu au format « boîte », se connecter à la plateforme reste indispensable pour le lancer. Une fois un jeu acheté, il est téléchargeable à l'envi, à la manière de ce qui se pratique sur smartphone avec l'appstore ou le playstore.

La répartition des recettes en question

« Steam existe depuis onze ans et a

une bonne image auprès des joueurs, note Valentin Cebo. Mais depuis quelques années, la grogne monte chez les développeurs de jeux. » Notamment en raison de leur politique tarifaire. « Comme il est un acteur incontournable, Steam a imposé son modèle de partage des revenus, explique Laurent Grumiaux, un des fondateurs de la Wallonia Games Association (Walga), l'association qui regroupe les créateurs de jeux wallons. Sur chaque vente, la plateforme récupère 30 % de la somme

et laisse les 70 % restants aux développeurs du jeu. Ce partage 70-30 est devenu la norme dans le secteur. Et en tant que développeur indépendant, on ne peut pas se passer de Steam. »

Pour ce prix, les créateurs de jeux espèrent donc une certaine visibilité quand leur création atteint les états virtuels. Ce qui est loin d'être garanti aujourd'hui. « Il y a quelques années encore, il ne sortait que 400 jeux par an. Aujourd'hui, on tourne autour des 10.000. Et malheureusement, la plateforme ne fait aucun tri qualitatif dans les sorties. Toute personne qui paie 100 dollars peut lancer son jeu sans qu'aucun contrôle de qualité ne soit fait. » Un marché inondé par des jeux à la qualité parfois douteuse. Et pour mettre en valeur telle ou telle production, le site se repose exclusivement

sur les algorithmes et les accords commerciaux. Dans ces conditions, difficile de justifier cette ponction de 30 % des revenus des développeurs.

C'est essentiellement sur ce point qu'Epic se montre le plus agressif puisque son Epic Store se contentera d'une ponction de 12 % sur les revenus d'un jeu. De quoi enthousiasmer les développeurs. « Si en plus de ces tarifs, la nouvelle plateforme effectue un travail de "curation" et fait le tri pour s'assurer de la qualité des jeux, c'est une excellente nouvelle pour les studios de jeux vidéo », conclut Laurent Grumiaux.

Mais pour l'heure, la plateforme n'en est qu'à ses débuts et son contenu reste mince. Epic table sur des offres

exclusives. Son store sera par exemple la seule plateforme à vendre le jeu

Journey, un hit indépendant de 2012 sorti uniquement sur Playstation jusqu'ici. Le store offrira par ailleurs gratuitement un jeu toutes les deux semaines. En ce moment, c'est l'excellent jeu de survie aquatique *Subnautica*, qui est téléchargeable. « Mais à part ces quelques annonces, on ne sait pas trop quelles seront les fonctionnalités proposées aux joueurs, note Ivan Gaudé, directeur de la publication de *Canard PC*, magazine mensuel spécialisé. Sur Steam, le joueur a déjà sa bibliothèque bien remplie, ses amis et toute une série de services auxquels il s'est habitué. Et la communication agressive d'Epic se fait surtout auprès des développeurs, les joueurs ne savent pas trop à quoi s'en tenir si ce n'est qu'ils devront installer un programme de plus sur leur machine pour lancer de nouveaux jeux. »

Le public suivra-t-il ?

Toutefois, avec le succès de *Fortnite*, Epic dispose d'un levier important pour faire évoluer le paysage. Reste à savoir si ce public suivra. « Quand un joueur s'inscrit sur Steam, c'est parce qu'il a déjà acheté un jeu et qu'il veut l'utiliser. Mais le public de *Fortnite* joue à un jeu gratuit. Et comme il est sensiblement plus jeune que le public de Steam, il n'est pas certain qu'il soit prêt ou ait la possibilité d'acheter des jeux », continue le spécialiste.

Enfin, la pratique de *Fortnite* est bien souvent exclusive : « Les joueurs de *Fortnite*, la plupart du temps, ne jouent qu'à ce jeu, note Valentin Cebo. Il sera donc difficile de leur proposer autre chose. Pour attirer les joueurs, la plateforme d'Epic devra donc d'abord convaincre les développeurs de se lancer chez eux pour attirer le public par la suite. » Dans tous les cas, la bataille qui s'annonce entre les deux plateformes risque bien de faire évoluer les lignes d'un marché qui a peu bougé ces dernières années. ■

THOMAS CASAVECCHIA

NOUVELLE TECHNOLOGIE**Le streaming pour les remplacer tous ?**

Une nouvelle technologie pourrait elle aussi plomber l'avenir de Steam et avec lui, celui de tous les magasins de jeux dématérialisés : le streaming. Concrètement, plutôt que de laisser votre machine (console ou ordinateur) effectuer les calculs pour afficher le jeu sur l'écran, les calculs sont réalisés sur des serveurs distants et l'image rendue est alors transférée sur l'écran du joueur par streaming à l'instar de Netflix ou YouTube. La promesse est donc de permettre aux joueurs de s'adonner à leur loisir sur n'importe quel écran

connecté à internet. Pour certains, la possibilité de jouer au dernier Assassin's Creed, sur son smartphone ou sur un vieil ordinateur peut sembler alléchante. C'est justement ce qu'est en train de tester Google avec son projet « Stream » qui permet de s'essayer aux joies du streaming sur Assassin's Creed Odyssey directement jouable dans le navigateur Chrome. Toutefois le futur « Netflix du jeu vidéo » n'est pas près de débarquer. « Les prérequis techniques restent très importants pour le succès d'une telle technologie, note Ivan Gaudé, directeur de la publication de Canard PC. Les connexions internet par exemple doivent être à très haut débit pour garantir une bonne

qualité d'image et un temps de réaction acceptable. Or pour l'heure, les connexions à internet aux Etats-Unis, qui reste un marché du jeu vidéo très important, sont loin d'être assez implantées. Par ailleurs, même lorsque la connexion tient la route, le temps de latence entre le moment où le joueur appuie sur une touche et celui où l'action se déroule à l'écran est trop important. Cela peut marcher pour des jeux moins exigeants, mais pour les jeux en ligne compétitifs comme l'est par exemple Fortnite, c'est bien trop handicapant. Toutefois, l'offre de jeu en streaming fera, à n'en pas douter, partie du mix de l'offre du jeu vidéo dans quelques années, probablement sous forme d'abonnement à un service. »

TH.CA.

LES CONCURRENTS**Discord surenchérit**

Epic n'est pas le seul acteur à avoir tenté de concurrencer Steam sur son propre terrain. Discord, une application de chat vocal et textuel spécialisée dans la communication entre groupes de joueurs, a lancé en octobre dernier son magasin en ligne. Proposant la vente à l'unité ainsi qu'un abonnement à 10 euros par mois, le service peine toutefois à s'imposer comme une alternative crédible à Steam. C'est sans doute ce qui a poussé ses dirigeants à annoncer une répartition des recettes avec les développeurs particulièrement avantageuse pour ces derniers puisqu'ils ne prélèveront que 10 % sur les ventes.

**Itch.io, le commerçant équitable**

Difficile de faire entrer le site Itch.io dans une case. La plateforme est spécialisée dans la vente de jeux indépendants et de projets de moindre envergure. Si elle est ouverte à tous les créateurs (y mettre un jeu en ligne est gratuit), les jeux mis en avant sur le store sont sélectionnés par l'équipe du site. Chaque développeur peut choisir le pourcentage qui reviendra à la plateforme tandis que le joueur peut décider de payer plus cher le jeu acheté pour soutenir son créateur. Si le site s'adresse à un public niche passionné, y acheter un jeu relève presque du militantisme.

**GOG, les archives du jeu vidéo**

GOG, qui a commencé sa carrière sous le nom de Good Old Games, était à l'origine spécialisé dans la distribution d'anciens jeux qu'il était devenu difficile de faire tourner sur les systèmes d'exploitation moderne. L'équipe se chargeait donc de les rendre compatibles avec les machines récentes. Depuis quelques années, le catalogue de GOG s'est largement étoffé et propose de nombreux jeux indépendants. L'originalité de GOG est de ne pas imposer de protection antipiratage aux joueurs, leur permettant ainsi d'installer les jeux achetés sur les machines qu'il souhaite.



TH.CA.