



DIGIFRANCE 2007

1^{er} juin 2007
HELSINKI

Sommaire

3 ■ Editorial

4 ■ Gros plan sur les jeux vidéos

Des usages en expansion spectaculaire

Des perspectives économiques prometteuses

L'émergence d'une nouvelle culture

5 ■ Finlande, France, Europe

L'expertise de la Finlande dans les technologies de l'information

Le savoir-faire de la France en matière de création ludo-artistique

La dimension européenne face à la concurrence mondiale

6 ■ Le concept de DigiFrance

Un cycle de conférences franco-nordiques sur le secteur

7 ■ S'associer à l'événement

Vous souhaitez intervenir dans une conférence

Vous souhaitez être exposant

8 ■ Informations pratiques



Parlement européen à Strasbourg
European parliament in Strasbourg

Editorial

Building the future of digital creation in Europe : participate in DigiFrance 2007

The world's video game and multimedia creation industry is a lucrative business of about 18 billion euros per year, more than two and half-fold the turnover of American movie industry. The promises in this sector are such that perhaps in the future it will surpass the volume of music industry.

Whilst the world market in video games is dominated by American and Japanese big companies (Nintendo, Electronic Arts, Sony and Microsoft), representing 38% of the total sales, European companies still hold a significant position especially in the publishing and in the creative front. **Three French companies (Infogrames, Ubi Soft, and Vivendi Universal) publish 24% of the world markets of entertainment software.** Other competitors like Nokia and Sony-Ericsson, world leaders in mobile communications, have become interested to offer games on their mobile phones. Some of their products are even used only to play such as the N-gage mobile-console marketed by Nokia.

DigiFrance will be held in Finland. It will enable players and professionals of the video game industry to meet and share their passion for games. **For this second video game forum**, the conference will focus on 3D graphics.

The event will take place on **Friday 1 June 2007 at Helsinki technological centre (HTC)**. The event is coordinated by the French embassy in Helsinki. Financial support for the forum is arranged by the regional French audio-visual office based in Stockholm, the French-Finnish association for research and technology and the French foreign affairs ministry.

Pour construire l'avenir de la création numérique en Europe, participez à DigiFrance 2007

L'industrie du jeu vidéo et de la création multimédia représente un marché de près de 18 milliards d'euros dans le monde, soit plus de deux fois et demi le chiffre d'affaires du cinéma américain. Bientôt, ce sera au tour de l'industrie musicale de se faire dépasser tant les perspectives de croissance de ce secteur sont prometteuses.

Si cette industrie reste largement dominée par les États-Unis et le Japon avec près de 38% des jeux vidéo dans le monde édités par quatre leaders (Nintendo, Electronic Arts, Sony et Microsoft), les sociétés européennes du secteur ont su prendre une place remarquable, tant dans le domaine de l'édition que de la création. **Ainsi 24% des logiciels de loisirs édités dans le monde le sont par des sociétés françaises (Infogrames, Ubi Soft, Vivendi Universal).** D'autres compétiteurs comme Sony-Ericsson et Nokia, tous deux leaders dans le secteur de la téléphonie mobile, se sont également lancés dans la course en proposant aux utilisateurs de jouer sur leurs portables, parfois spécialement conçus à cet effet comme c'est le cas du portable-console N-gage de Nokia.

C'est dans un tel contexte qu'est née l'idée de **DigiFrance**, un événement qui se déroule en Finlande et au cours duquel le public et les professionnels du jeu vidéo pourront se rencontrer autour d'une même passion et d'un même métier pour partager leurs idées, affiner leur vision de l'avenir et construire ensemble des projets. Pour cette **deuxième édition 2007**, des conférences auront pour thème la création d'environnement 3D temps réel pour la conception des jeux-vidéos.

Cette journée du jeu vidéo européen à Helsinki se tiendra le **vendredi 1 juin 2007** dans le Helsinki technological centre (HTC). L'événement est organisé par l'Ambassade de France en Finlande avec le soutien de l'Association Franco-finlandaise de Recherche Scientifique et Technique et du Ministère des Affaires étrangères françaises.

A wide spectrum of users

Adults are joining the ever growing player community be it in Finland, France, other European countries or in the world. A European player spends on average 7 hours playing on his console. In France and Spain the average is slightly lower, about 6 hours and in Germany and the in United Kingdom, it is higher, about 8 hours. On average 10% of players spend more than 11 hours on a weekly basis playing on their machines. The Netherlands, the United Kingdom and Sweden hold the record with over 20% of such gamers.

Finland's player community is rather small compared to other European communities. However, with one out of five inhabitants having an internet connection, the potential for market development is very high. Finland can be used as an interesting marketing terrain for online multiplayer games, a type of entertainment which has seen rapid development in the past years.

The average age of players is in constant rise. Nowadays 40% of players are over 35 years old, which is as much as players in the 15-24 age bracket. The aging of the player population will be linked to a growing awareness of this phenomenon and with one fourth of female players the transformation is not entirely gender specific.

Promising economic prospects

In financial terms, it is not enough to say that the video game turn-over has surpassed the budget of movie screening. We have to dispassionately accept that it will overtake all other forms of « cultural business », beginning with music as video gaming has a tendency to incorporate music and use it on the same device.

The emergence of a new culture

On a cultural level, behind this financial escalation is an important phenomenon with consequences still difficult to measure but which could give rise to a new form of contemporary global culture: "digital popculture". Video game would just be a form of advanced sentry of which we just begin to compile its many sides around the globe. Plasticians, videasts, acousticians, musicians, graphic designers, stylists and film-makers are all concerned by this new reality, both cultural and technological.

Instantly global, this industry is the best witness of the rapid globalization of our daily lives, cultural practices and habits that have swept through our globe in the last 30 years.

■ Gros plan sur les jeux vidéos

Des usages en expansion spectaculaire

De plus en plus d'adultes rejoignent la communauté des joueurs, que ce soit en Finlande, en France ou ailleurs en Europe et dans le monde. Ainsi un joueur européen passe en moyenne 7h par semaine à jouer sur sa console. En France et en Espagne, cette durée n'est que de 6h par semaine alors qu'elle atteint 8h en Allemagne ou au Royaume-Uni. En moyenne plus de 10% des joueurs passent plus de 11h par semaine sur leurs machines. Ce chiffre atteint les 20% aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Suède, détenteurs du record en la matière.

Bien que ne bénéficiant pas d'une communauté de joueurs aussi vaste que les autres pays européens, la Finlande n'en est pas moins un acteur incontournable de la scène électronique avec une connexion internet pour cinq habitants. Cette statistique fait de la Finlande un des marchés tests les plus intéressants qui soit pour les jeux en ligne massivement multijoueurs, genre qui connaît une véritable explosion depuis ces dernières années.

Enfin, la moyenne d'âge des joueurs ne cesse de progresser, et avec 40% de la population des joueurs, les plus de 35 ans sont aussi nombreux que les 15-24 ans. A noter que contrairement aux idées reçues, un quart des joueurs sont en réalité des joueuses. Le vieillissement inéluctable de la population des joueurs est une excellente nouvelle puisqu'il permettra sans doute une prise de conscience mieux affirmée du phénomène.

Des perspectives économiques prometteuses

En termes financiers, il ne suffit plus de dire que le chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo a dépassé, depuis quelques années maintenant, celui de l'exploitation du cinéma en salles. Il faut envisager sereinement qu'il dépasse bientôt toutes les autres formes du « commerce culturel », à commencer par la musique puisque le jeu vidéo a vocation à l'accueillir et à la superposer sur son support unique.

L'émergence d'une nouvelle culture

En termes de « culture », ce qui se dessine derrière ces mouvements financiers, c'est un phénomène d'une ampleur encore difficile à mesurer mais qui pourrait être un vecteur crucial de la création contemporaine : l'émergence d'une « popculture digitale » globale dont le jeu vidéo serait une sorte de sentinelle avancée et dont on commence à recenser les manifestations toujours plus nombreuses autour de la planète. Plasticiciens, graphistes, vidéastes, acousticiens, musiciens, designers, stylistes, cinéastes, etc. sont tous concernés par cette nouvelle donne à la fois culturelle et technologique.

Instantanément globale, cette industrie est en outre l'un des meilleurs témoins de la mondialisation accélérée des modes de vie, des pratiques culturelles, des habitudes, qui ont gagné la planète depuis trente ans.



Paysage de Finlande
Landscape from Finland

Finlande, France, Europe

The Finnish expertise in ICT

At this turning point, it goes without saying that the internet plays an important role. The web is inseparable of video gaming and both develop more or less concomitantly. If paper articles were the common source of information for cinema culture and movie-goers, the web is most certainly the socializing and communicating vector for video games through its different on-line forms.

Finland is considered the most advanced real life terrain for information and communication technologies in Europe. It does not matter if it concerns private daily use, services (interactivity, mobile phones, e-business, e-banking, e-administration, high-speed connections...) or perhaps the number of computers per inhabitant and mobile phones where Finland is one of the forerunners. More recently, the country has also had a head start in sectors like interactive as well as mobile television, increasing the progress towards numerical convergence.

The French know-how in gaming and creativity

There is no doubt that video gaming is the fastest growing sector in the entertainment business. Video gaming today is in a comparable situation with the movie industry in its beginnings. It could be compared to a virtual Hollywood in the 1930: big cinema studio under constructions, new players spring up, money changes hands and a type of star-cult is created.

In this rising star-cult, French actors play a leading-role in terms of commercial and creative success stories. Thanks to highly trained infographists from Les Gobelins or Supinfocom, the French touch has become a quality token in the much closed world of video games studios. In publishing, French companies like Atari, Ubisoft, Vivendi Universal games have acquired worldwide acclaim through, for example, *Splinter Cell*, *Civilization*, *Alone in the Dark* or *Prince of Persia*.

The European standpoint vs. world competition

The European Union, from an economic and cultural perspective cannot be oblivious to the development of video games as a major art form.

Forerunners in information, communication and technology, Finland and France could play major and complementary roles to promote the European game industry. Finland for its excellent expertise in ICT and France for its world appreciated creativity in video game design.

L'expertise de la Finlande dans les technologies internet

Dans ce schéma encore en gestation, il va de soi que l'internet joue un rôle absolument central. Le web est LE média de référence du jeu vidéo, dont il est l'exact contemporain. Si la revue papier a pu être le support naturel par laquelle s'est exprimée la culture du cinéma et de la cinéphilie, le web sera certainement le principal vecteur de socialisation et de communication du jeu vidéo à travers ses déclinaisons dites *en ligne*.

Or, la Finlande est considérée comme un des laboratoires grandeur nature pour les technologies de l'information et de la communication les plus avancés d'Europe. Que ce soit dans l'utilisation quotidienne privée ou professionnelle, les services (interactifs, mobiles, e-commerce, e-banking, e-administration, haut-débit, ...) ou le taux d'équipements informatiques et de télécommunications, la Finlande occupe une place de précurseur ! Récemment encore, ce pays a démontré son avance dans des domaines tels que la télévision interactive et la télévision mobile, accélérant ainsi les progrès de la convergence numérique.

Le savoir-faire de la France en matière de création ludo-artistique

Il n'y a sans doute aucun autre secteur de l'industrie mondiale du divertissement où les situations évoluent aussi vite. Le jeu vidéo se trouve aujourd'hui dans une situation comparable à ce qu'ont pu être les premières heures de l'empire cinématographique sur le monde. Nous sommes en quelque sorte dans un Hollywood virtuel des années 30 : les grands studios se bâtissent, de nouveaux acteurs surgissent chaque jour sur le terrain, les fortunes se constituent, un star-système se met en place.

Dans ce *star-système* naissant, les acteurs français occupent une place de choix, tant en terme de succès créatifs que commerciaux. Ainsi la *touche française* est devenue un véritable gage de qualité dans l'univers très fermé des studios de développement de jeux vidéo, grâce notamment à des écoles comme Les Gobelins ou Supinfocom qui forment des infographistes de très haut niveau. De même, parmi les plus grands éditeurs mondiaux on peut compter aujourd'hui de véritables poids lourds français comme Atari, Ubisoft ou Vivendi Universal Games, dont certains sont à l'origine de succès planétaires comme *Splinter Cell*, *Civilization*, *Alone in the Dark* ou encore *Prince of Persia*.

La dimension européenne face à la concurrence mondiale

Le jeu vidéo est en passe de devenir un art majeur de notre temps pour lequel l'Europe comme entité économique et culturelle se doit de prendre position.

Précurseurs dans les technologies de l'information et de la communication (TIC), la Finlande et la France ont donc un rôle majeur et complémentaire à jouer pour la promotion du jeu vidéo européen. La Finlande pour son expertise incomparable dans les technologies de l'Internet et la France pour la créativité reconnue de son industrie du jeu vidéo.

■ Le concept de DigiFrance

La manifestation se déroulera **le 1 juin 2007** au Helsinki Technological Centre, non loin des centres de recherche de Nokia.

Un cycle de conférences franco-finlandaises sur le secteur

A travers un cycle de conférences, l'idée est de mettre en contacts des universitaires, des spécialistes et des professionnels du jeu vidéo et des TIC venant de France et de afin de faire naître d'éventuelles dynamiques de coopération. Par ailleurs, le secteur du jeu vidéo a longtemps souffert d'un manque de crédibilité, et même si la tendance s'inverse depuis peu, il est primordial de continuer à sensibiliser le grand public, les professionnels de la culture, des médias et du divertissement à l'importance croissante des enjeux qui gravitent autour du secteur des jeux vidéo dans le monde.

The event will take place on **1 June 2007** in the Helsinki Technological Centre.

Friday 2 June will be reserved for conferences given by professionals and academics.

A franco-finnish cycle of lectures on the theme

Through a cycle of lecture, the idea is to bring together academics, specialists and professionals of the video game industry and of ICT coming from France and Finland in order to spring together new collaborations. The video game sector has suffered for a long time of a lack of credibility. Even though this tendency is fading, it is important to heighten the public awareness in the fields of culture, media, and entertainments of the growing stakes that hover around the video game industry in the world.

■ S'associer à l'événement

You wish to make a presentation

Are you actively committed in the video game sector? Then you can choose to make a presentation from an economical, sociological, technical, or artistic aspect. The presentations will be held on Friday 1 June 2007. Your travel costs to Helsinki can be partially funded. Please contact the organisers regarding this issue.

- Targets: professors or professionals working in universities, engineering schools and in research institutes specialized in sociology, economy or technical aspects.

You wish to be an exhibitor at the open day

If you are a professional in the video game industry, you can have an exhibition stand outside the conference hall. The exhibitor is responsible for his stand (presentation of his activities and game activities). The DigiFrance organizing committee will guarantee proper electrical installations as well as internet access.

- Targets: publishing companies, development studios, European video game distributors.

Vous souhaitez intervenir dans une conférence

Si l'étude du secteur du jeu vidéo, que se soit sous l'angle économique, sociologique, technique, artistique ou autre, est votre principale activité, **il vous est possible d'intervenir dans une ou plusieurs des différentes conférences qui seront proposées au public au cours de la journée du vendredi 1 juin 2007**. En échange de votre participation, une aide pour le transport jusqu'à Helsinki pourra vous être accordée suivant des modalités restant encore à définir avec nos partenaires institutionnels.

- Public visé : professeurs ou professionnels intervenant dans des universités, écoles d'ingénieurs, de commerce, d'arts ou de design, ainsi que dans tout organisme de recherche sociologique, économique ou technique.

Vous souhaitez être exposant ?

En tant que professionnel du jeu vidéo, il vous est possible d'animer un stand d'exposition

- Public visé : éditeurs, studios de développement et distributeurs de jeux vidéos européens.

Contact information

Marie Aronson, science and university affairs
attachée at the French embassy in Finland

- In charge of university and scientific partners
- Contacts: phone +358 (0)9 2510 2123,
e-mail : marie.aronson@france.fi

Bernard Clouteau, audiovisual and multimedia
attaché at the French embassy in Finland

- In charge of the coordination of the event
and contacts with institutional partners
- Contacts: phone +358 (0)9 2510 2119,
e-mail: bernard.clouteau@france.fi

Where to find us?

SCAC French embassy in Finland,
French cultural centre in Helsinki

- Kaapelitehdas, Tallberginkatu 1
C 135 FI-00180 Helsinki, Finland

For more information

French embassy website
www.france.fi
French cultural centre website
www.france.fi/ccf

Credits

All the pictures used in this document are
Copyright © of their creators/ owners/
distributors.

Cathédrale de Helsinki
Cathedral of Helsinki

■ Informations pratiques

Qui contacter ?

Marie Aronson, attachée scientifique et de coopération universitaire à
l'Ambassade de France en Finlande

- En charge des partenariats scientifiques et universitaires.
- Contacts: tél +358 (0)9 2510 2123, mail marie.aronson@france.fi

Bernard Clouteau, attaché audiovisuel et multimédia à l'Ambassade de France
en Finlande

- En charge de la coordination et des partenariats institutionnels
- Contacts: tél +358 (0)9 2510 2119, courriel : bernard.clouteau@france.fi

Où nous trouver ?

SCAC de l'ambassade de France en Finlande,
Centre culturel français à Helsinki

- Kaapelitehdas, Tallberginkatu 1 C 135 FI-00180 Helsinki, Finlande

Plus d'informations sur Internet

Ambassade de France en Finlande www.france.fi
Centre culturel français de Helsinki www.france.fi/ccf

Crédits photos

Toutes les images utilisées dans ce document sont Copyright © par leurs créateurs/
propriétaires/ distributeurs.



RENDEZ-VOUS EN JUIN À HELSINKI



Direction générale
de la Coopération internationale
et du Développement

DgCiD