

Les jeux sur mobile ont moins le vent en poupe

Avec les mobiles Edge et 3G, l'offre de contenus a explosé grâce à une meilleure vitesse de téléchargement. Mais, on le sait, les principaux utilisateurs de ces contenus sont les jeunes. Et leurs finances, ou celles de leurs parents!, ne sont pas inépuisables.

Apparaît donc un phénomène de hiérarchie dans les contenus. Aujourd'hui, les abonnés semblent d'abord se tourner vers la musique ou la vidéo mobile, délaissant mécaniquement les jeux. Par ailleurs, l'offre cible encore trop les initiés. C'est en tout cas l'analyse des auteurs d'une étude sur le sujet.

En effet, la croissance de jeu vidéo mobile, exponentielle jusqu'à aujourd'hui, semble se tasser. Selon le cabinet de recherches Informa, le marché, qui a doublé en 2004 et 2005, devrait croître de 53% en 2006. Cette prévision est supérieure à celles de nombreux professionnels, qui tablent sur une hausse de 50%.

Néanmoins, « *Le marché des jeux mobiles n'est pas un marché mature sur le déclin. C'est un tout jeune secteur qui a des difficultés à s'ouvrir au grand public* », a commenté Chris Coffman, analyste chez Informa.

Même tonalité de la part de Kamar Shah, patron du marketing chez Nokia, qui explique que les fabricants de téléphones portables doivent faciliter l'accès aux jeux sur leurs appareils afin de développer le marché.

« *Les jeux mobiles en sont encore à un stade embryonnaire* », a-t-il déclaré. « *Nous devons développer le marché au-delà d'un cercle d'initiés.* »

Le jeu vidéo mobile promet donc de belles opportunités. Electronic Arts le numéro un mondial du secteur ne s'y est pas trompé en investissant massivement sur ce marché.

L'éditeur avance ses pions et vient d'ailleurs de signer un accord avec Nokia. « *L'accord permettra à Electronic Arts de devenir un important fournisseur de jeux vidéo pour les millions d'utilisateurs de mobiles Nokia* », ont déclaré les deux groupes dans un communiqué.