

Voodoo, Dontnod... Les enjeux derrière l'arrivée de Tencent dans le jeu vidéo français

En quelques mois, le géant chinois Tencent a investi coup sur coup dans les studios français de jeux vidéo indépendants Voodoo et Dontnod. Si cette arrivée offre à ces entreprises un moyen de se développer plus efficacement en Asie, différents acteurs de l'industrie alertent sur la possibilité d'une perte d'indépendance.

Temps de lecture : minute

8 février 2021

Ces derniers mois, Tencent fait ses emplettes en France. Le géant chinois des services en ligne se montre particulièrement intéressé par les studios de jeux vidéo indépendants de notre pays. En août 2020, il entrait ainsi au capital de Voodoo. L'opération a permis à la scaleup tricolore de se voir octroyer le statut de licorne : sa valorisation s'établit désormais à 1,4 milliard de dollars – selon une estimation effectuée par l'AFP, l'investissement de Tencent s'élèverait à 400 millions d'euros bien qu'aucun montant n'ait officiellement été communiqué.

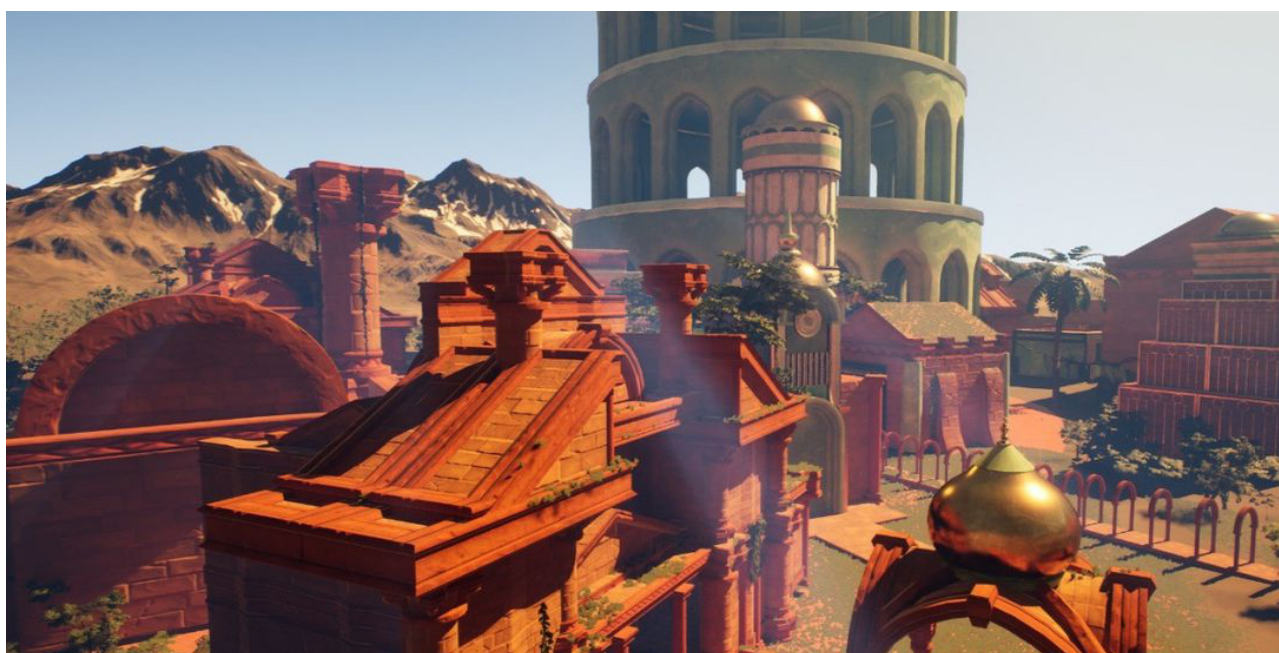
Fin janvier 2021, c'est dans le cadre de la dernière levée de fonds du studio parisien Dontnod – d'un montant total de 50 millions d'euros – que la firme de Shenzhen a mis un ticket de 30 millions d'euros. De quoi détenir 23 % de son capital. Tour à tour, les pépites françaises ont salué des opérations visant à accélérer leur développement et tout particulièrement en Asie du Sud-Est, la région d'où est originaire leur nouvel actionnaire. Des acteurs de l'industrie confient à *Maddyness* leur sentiment ambivalent vis-à-vis de l'arrivée fracassante d'un géant tel que Tencent sur la place française, entre réjouissances et inquiétudes. Témoignages.

Julien Villedieu, délégué général du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV)

"Les quelques prises de participation de Tencent dans de jeunes studios français doivent être perçues comme une confirmation de notre innovation et de notre créativité en matière de jeux vidéo. C'est une industrie mondiale par nature et nos entreprises peuvent toucher toutes les populations à travers le monde. Par ses récents investissements, Tencent ouvre des perspectives commerciales à ces acteurs. Le marché chinois est difficile à pénétrer et pouvoir compter sur le soutien des acteurs endémiques n'est pas négligeable. D'autant plus que la vitesse est importante dans cette industrie : plus on se positionne rapidement sur un marché, mieux on s'y installe. Cette implication de Tencent est donc plutôt positive. Le revers de la médaille, c'est une certaine perte d'indépendance. Ces géants pourraient un

jour avoir leur mot à dire sur la stratégie ainsi que le développement des sociétés dans lesquelles ils investissent. Il ne faut évidemment pas perdre de vue que leur financement n'implique pas qu'un lien financier. En revanche, je ne crois pas que la souveraineté des pays européens soit en danger. C'est plutôt une question de diplomatie culturelle, puisque nous devons faire émerger des géants sur le Vieux continent. Il n'en existe pas à date. Or, le jeu vidéo parvient à s'exporter, ce qui n'est plus le cas du cinéma et de la littérature.

Nous avons une valeur ajoutée et c'est pour la renforcer qu'accompagner la croissance des acteurs du secteur devient primordial. Cette industrie est gourmande en capitaux et il faut la financer. Nous apportons notre pierre à l'édifice, puisque nous avons mis sur pied un programme d'accompagnement sur 12 mois en lien avec Bpifrance [*sobrement nommé l'Accélérateur Jeux Vidéo, il reçoit les candidatures pour intégrer sa première promotion jusqu'au 24 mars 2021, N.D.L.R.*]. L'intérêt est là, il ne reste qu'à structurer les équipes et la filière pour nourrir l'intérêt dont font preuve les acteurs internationaux pour la France."



À lire aussi

Le pitch deck grâce auquel PowerZ a réussi à lever 3 millions d'euros en amorçage

Emmanuel Freund, fondateur de PowerZ

"L'industrie est en effervescence. Les investisseurs s'y intéressent de près et commencent enfin à comprendre qu'ils peuvent gagner de l'argent grâce aux diverses thématiques que permettent de traiter les jeux vidéo - dans notre cas, l'éducation. En matière de loisirs, le jeu vidéo devient plus intéressant que d'autres activités depuis les récents confinements. Et dans cette logique, Tencent cherche à infuser partout dans le monde. L'avantage pour une startup qui reçoit son appui : une plus grande facilité à se déployer à l'international, et notamment en Chine. Cela dit, je suis persuadé qu'avoir cette multinationale à son capital pose un dilemme. Il

Il y a une question de souveraineté. S'il ne me semble pas inquiétant de voir le Chinois investir dans un studio qui produit des titres purement ludiques, comme *League of Legends*, un produit tel que celui de PowerZ pourrait en pâtir.

Si Tencent devenait l'un de nos actionnaires, il pourrait contrôler les connaissances diffusées. Ce qui trancherait avec la méthode que nous avons mise en place pour élaborer nos contenus, avec l'appui d'un conseil pédagogique composé de professionnels. Il s'agit donc de s'assurer que ces financements ne sont pas de nature à bouleverser l'industrie, tout en en tirant parti. Encore une fois, l'arrivée de Tencent sur le marché français est naturelle puisque le groupe flaire les pépites : c'est réjouissant. Mais il faut que les fonds d'investissement nationaux continuent, eux aussi, à intervenir très tôt pour soutenir la croissance des entreprises. Cela a été le cas jusqu'à présent et l'enjeu pourrait devenir plus important encore dans les années à venir afin de consolider l'écosystème."

Daniel Nathan, co-fondateur de Homa Games

"Tencent est un acteur très agressif sur le marché du jeu vidéo. C'est un éditeur puissant, qui a atteint une taille critique lui permettant de développer un modèle basé sur des investissements massifs. L'intérêt d'un tel géant pour l'industrie française constitue à la fois une confirmation de notre attractivité et une source d'inquiétudes. Cela renforcera l'ambition de futurs entrepreneurs. La France est capable de faire grossir des entreprises dans le domaine du jeu vidéo. Nous disposons d'acteurs majeurs, tels qu'Ubisoft ou Gameloft, qui sont de vraies universités dans lesquelles presque tout le monde passe. Si les récentes prises de participation de Tencent sont donc de nature à rassurer quant à notre inventivité, elles doivent aussi nous encourager à faire émerger des mastodontes qui seront valorisés à plus d'un milliard d'euros, par exemple. L'objectif qui doit être le nôtre, en tant que collectif, c'est de devenir les acheteurs... et non plus les achetés."

Article écrit par Arthur Le Denn