



ENJEUX

Ile-de-France

L'économie francilienne en bref

CROCIS
L'ÉCONOMIE EN ÎLE-DE-FRANCE

Un centre d'observation de

CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE
PROSPECTIVE

L'Ile-de-France, un territoire attractif pour les entreprises du jeu vidéo

Le jeu vidéo est aujourd'hui la première industrie culturelle au monde, loin devant le cinéma, et l'Ile-de-France occupe une place de choix dans cette filière : elle concentre à la fois des studios de développement performants, des éditeurs de premier plan et des écoles de formation de renommée mondiale. Le secteur bénéficie également d'un soutien public important et d'événements très attractifs. Mais sur ce marché mondialisé la concurrence internationale est forte et le secteur traverse une crise inédite, dans laquelle même des acteurs de premier plan sont bousculés.

L'Ile-de-France est la première région française du jeu vidéo : l'Association Française du Jeu Vidéo recense aujourd'hui plus de 300 sociétés spécialisées, soit 42 % des acteurs nationaux, qui emploient plus de 4 000 personnes.

Chiffres-clés et évolutions récentes

Le code NAF de l'Insee Editions de jeux électroniques semble très restrictif car il ne recense que 80 établissements employeurs dans la région (Urssaf, 2024). Le jeu vidéo étant un logiciel, de nombreuses sociétés du secteur sont en fait répertoriées sous le code Programmation informatique, qui dénombre plus largement 2 768 établissements employeurs (Urssaf, 2024). Au total les deux codes recensent donc 5 188 établissements employeurs dont 55 % sont implantés à Paris et 17 % dans les Hauts-de-Seine ; les deux codes recensent 62 600 salariés dans la région, dont 58 % travaillent à Paris et 26 % dans les Hauts-de-Seine.

Depuis 2014, le nombre d'établissements employeurs immatriculés sous ces deux activités a augmenté de 123 % dans la région, tandis que les effectifs croissaient de 134 % ; il faut sans doute y voir l'effet d'une baisse des barrières à l'entrée, à la fois techniques et financières liée à l'arrivée d'outils IA facilement accessibles, ce qui permet à de petites structures, et même parfois à des individus seuls, de développer leurs jeux.

n°269 - février 2026



300
entreprises
en Ile-de-France



42 %

des entreprises françaises
du jeu vidéo sont basées en Ile-de-France



plus de
4 000
salariés

1^{er} pôle français du jeu vidéo



La région abrite un écosystème dense qui regroupe tous les types d'acteurs qui interviennent dans la chaîne du jeu vidéo : les studios de développement, qui créent le jeu (scénario, graphisme, expérience de jeu « gameplay »,...), les prestataires informatiques et techniques (cybersécurité, informatique en nuage « cloud »), les fournisseurs de technologie (moteurs de recherche, outils graphiques,...), les studios spécialisés (animation, infographie 3D, réalité virtuelle, design sonore,...), les éditeurs, notamment internationaux, qui financent, promeuvent et distribuent les jeux, les distributeurs (de jeux physiques ou numériques).

La région dispose également d'incubateurs et d'écoles réputées ainsi que d'un cluster, « Capital Games » (Paris 19^{ème}), qui fédère les acteurs du jeu vidéo en Ile-de-France et les accompagne dans leur développement économique et international. La région compte enfin plusieurs manifestations professionnelles comme Paris Game Biz : organisée par Capital Games, cette convention d'affaires

internationale permet aux entreprises de trouver de nouveaux partenaires ou clients, tandis que la Paris Games Week figure parmi les plus importantes manifestations grand public autour du jeu vidéo au plan mondial (l'édition 2025 a réuni 161 000 visiteurs payants selon le SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs).

Les agglomérations de Lyon, Montpellier et dans une moindre mesure Toulouse, si elles ne rivalisent pas avec la densité d'établissements et d'emplois présents en région parisienne, manifestent un dynamisme certain et une attractivité non négligeable. « Lyon est historiquement le berceau du jeu vidéo en France », indique David Rabineau, président d'Homo Ludens et de Capital Games, « il a été dépassé par Paris au moment de la crise des années 2000, mais il reste le deuxième bassin d'emploi du jeu vidéo en France et il est très dynamique ; après l'Île de France qui représente 50 % des acteurs du secteur, la région Auvergne-Rhône-Alpes est le deuxième pôle en France ».

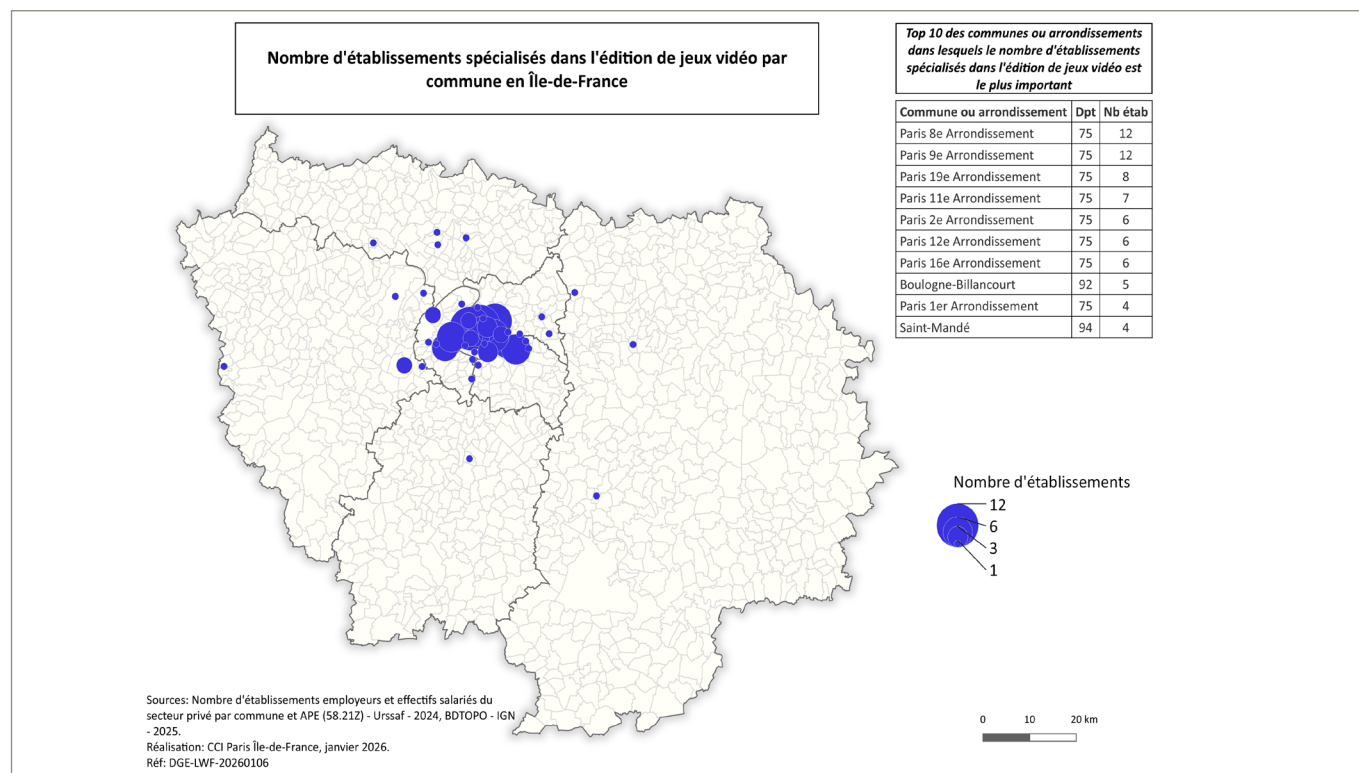
UNE FORTE DENSITÉ D'ÉTABLISSEMENTS DANS LA CAPITALE

Paris concentre tout un écosystème créatif et technologique dense autour du jeu vidéo, notamment autour de deux zones : la première, autour de Saint-Lazare (9^{ème} arrondissement), concentre de nombreuses entreprises travaillant à des jeux sur mobiles, à commencer par Gameloft, qui a longtemps été le leader français dans ce domaine et également Voodoo.

La deuxième se situe dans le 19^{ème} arrondissement, elle regroupe plutôt des acteurs du jeu sur console ou pc, notamment autour du quartier Rosa Parks (PulluP Entertainment dans le 19^{ème}, Don't nod (19^{ème}), Quantic Dream (19^{ème}). Dans ce quartier se situent en effet Le Cargo, incubateur et hôtel d'entreprises sur plusieurs thématiques du numérique ou du secteur vidéo, au premier rang desquelles le jeu vidéo, ainsi que la filiale jeu vidéo de Dargaud qui exploite de nombreuses licences de bande dessinée pour le jeu vidéo et est implantée dans l'immeuble Le Parks. Si une part importante des établissements et des emplois sont situés dans la capitale, c'est notamment car le principal actif des entreprises du jeu vidéo sont les talents

créatifs : il s'agit souvent de jeunes urbains désireux de bénéficier d'un environnement de travail agréable offrant un accès aisé aux commodités, sorties, loisirs comme en propose la capitale.

Être implanté à Paris permet également une forte proximité avec les écoles : plusieurs des meilleures écoles de jeux vidéo et d'animation du pays y sont présentes (Gobelins, école de la CCI Paris-Ile-de-France, – n°1 mondial en animation (13^{ème}), ISART Digital (11^{ème}), ICAN (16^{ème}), tout comme des écoles d'informatique renommées (École 42, 17^{ème} ...). Cette concentration favorise les synergies : les diplômés peuvent facilement intégrer les studios et de nombreux enseignants sont eux-mêmes des professionnels en activité. Paris offre aussi la proximité d'autres industries culturelles (cinéma, publicité, arts numériques, télévision, ...), mais aussi d'incubateurs comme le laboratoire LINCC (Paris 19^{ème}), 104 Factory (19^{ème}) spécialisés dans les industries culturelles et créatives ou Level 156 (20^{ème}) spécialisé dans l'e-sport.



PLUSIEURS PÔLES EN PETITE COURONNE, NOTAMMENT AUTOUR DE MONTREUIL

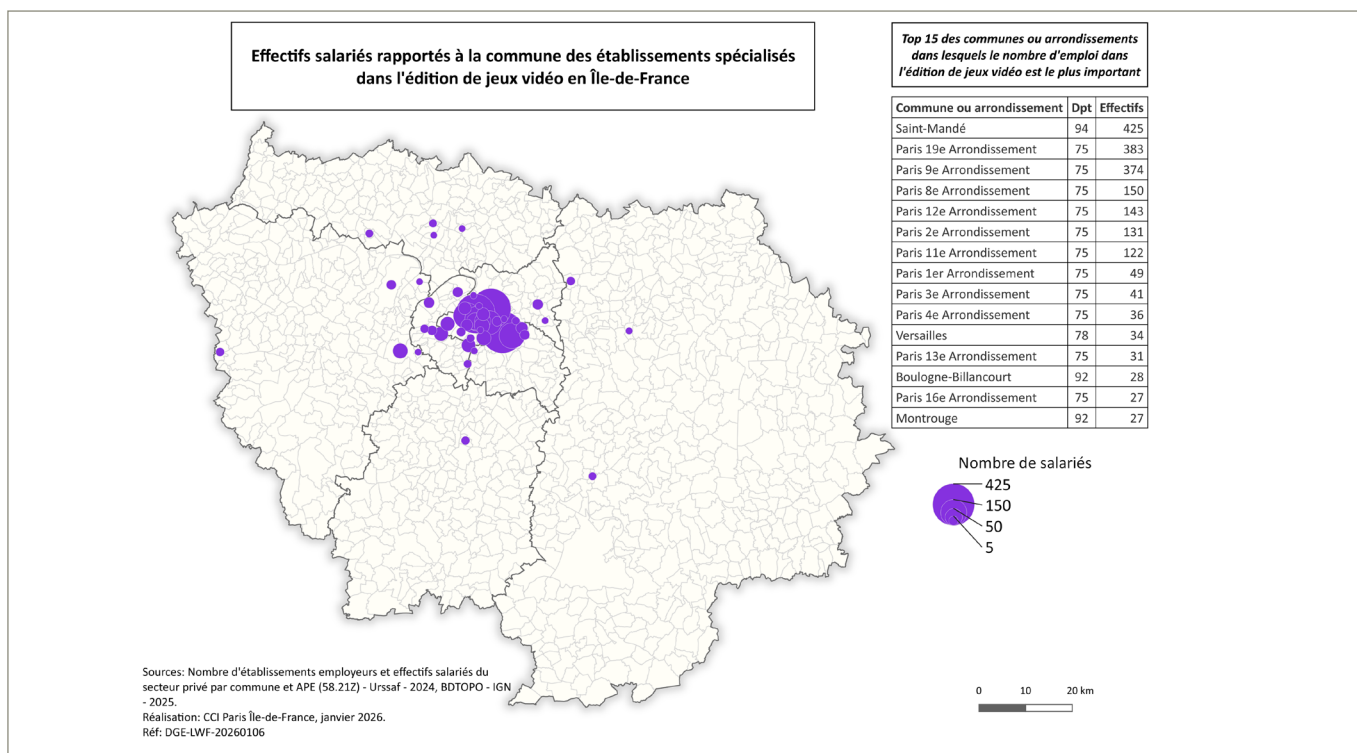
Les Hauts-de-Seine offrent également un environnement attractif avec des prix de l'immobilier plus accessibles ; on peut identifier un pôle à La Défense et dans l'ouest parisien où on trouve notamment Activision Blizzard (filiale de Microsoft) à Levallois-Perret, Wargaming Europe à Boulogne-Billancourt, Douze Dixièmes à Clichy, mais aussi les sièges français de grands éditeurs étrangers (Sony, Microsoft Xbox France à Issy-les-Moulineaux). Ce pôle de l'ouest parisien concerne souvent les activités commerciales plus que le développement de jeux. Chaque année le festival Hauts-de-Seine Digital Games réunit les acteurs du secteur, entreprises, écoles et le grand public autour d'ateliers couvrant plusieurs aspects du jeu vidéo.

Un troisième pôle régional peut être identifié autour de Montreuil et de l'est parisien, à la fois en Seine-Saint-Denis et dans le Val-de-Marne. Montreuil est le berceau historique du géant français Ubisoft qui y a implanté son siège français et européen, où travaillent près de 2 000 personnes réparties sur plusieurs sites. La société dispose également à Montreuil d'une structure dédiée à l'innovation, Ubisoft Strategic Innovation Lab., qui organise des événements et programmes où interviennent des acteurs extérieurs, comme des start-ups, des écoles et des experts en technologies. Montreuil propose en effet des loyers abordables et la commune met en place un environnement favorable aux industries créatives. Depuis 2024 et le prolongement de la ligne 11 du métro, Montreuil est désormais desservie via deux stations, ce qui bénéficie aux salariés des entreprises locales et augmente l'attractivité de ces dernières.

En 2020, Ubisoft a étendu ses bureaux vers la commune voisine de Saint-Mandé en Val-de-Marne où se trouvent désormais les bureaux d'Ubisoft international ; le poids économique de la société est tel que les villes de Paris, de Montreuil et la Région Ile-de-France ont toutes trois soutenu Ubisoft dans ce projet d'implantation.

La présence d'Ubisoft a permis, à Montreuil et aux alentours (Saint-Mandé, Vincennes...), l'implantation de nombreux studios ou éditeurs de jeu vidéo, souvent créés par d'anciens salariés, (Sleepy Mill à Saint-Mandé 94, Silent Keeper à Epinay-sur-Seine 93) ainsi que de structures dans des domaines adjacents : nouvelles technologies, effets spéciaux, animation, ... comme Innerspace VR, studio de réalité virtuelle implanté au Kremlin-Bicêtre, 93 ; une dynamique locale peut ainsi s'enclencher, facilitant les collaborations et donc l'enrichissement des jeux produits dans les studios de la zone. La licence professionnelle Métiers du jeu vidéo de l'IUT de Bobigny forme également de nombreux professionnels appréciés du secteur.

Les autres départements franciliens sont moins bien dotés en établissements du jeu vidéo ; dans le passé de nombreux emplois étaient localisés dans les Yvelines, à Vélizy-Villacoublay et à Versailles chez le groupe Activision Blizzard, qui avait notamment implanté à Versailles son support client pour toute l'Europe. Mais Activision Blizzard a fermé ses bureaux versaillais, entraînant de nombreux licenciements, avant même son rachat par Microsoft en 2022. Il subsiste dans le département le studio Asmodée (Guyancourt). En Essonne, on peut noter la présence de l'incubateur C19 qui accueille des start-up de l'innovation numérique à Evry (91).



DES MODÈLES ÉCONOMIQUES EN PERPÉTUELLE ÉVOLUTION

Le jeu vidéo est un marché dans lequel plusieurs modèles économiques cohabitent : le plus courant est le paiement à l'achat des jeux vidéo (sans contenu additionnel), utilisé par 44 % des éditeurs devant le paiement à l'achat avec du contenu additionnel (25 %) qui permet au joueur de personnaliser des éléments du jeu. Le marché étant très concurrentiel, 12 % des éditeurs proposent des jeux gratuits avec achats intégrés : le joueur accède librement au jeu, mais doit payer pour accéder à des fonctionnalités complémentaires ou des éléments qui enrichissent son expérience de jeu, tandis que 10 % proposent des jeux gratuits avec de la publicité intégrée (SNJV 2024). C'est notamment le cas des jeux sur mobile, segment qui progresse régulièrement grâce à sa facilité d'utilisation qui en permet l'usage au grand public ; ces jeux sont également moins coûteux à développer que des jeux sur PC ou console car techniquement moins exigeants.

Le marché mondial du jeu vidéo arrive aujourd'hui à maturité et les entreprises du secteur visent désormais à fidéliser les joueurs, développer les possibilités de jouer sur plusieurs appareils et à déployer une politique de monétisation à long terme. « Ces dernières années, ce qui s'est le plus développé c'est le « game as a service »

[NDLR : « jeu vidéo en tant que service », sur le modèle du logiciel en tant que service] » indique David Rabineau. « On va venir continuellement mettre à jour et renouveler l'expérience des utilisateurs : c'est un produit qu'on va vendre une fois, mais qui va en fait être utilisé par les joueurs pendant 5, 10, parfois 20 ans. Ce modèle instaure un lien permanent entre le joueur et l'éditeur et permet à ce dernier de faire évoluer le jeu, de l'enrichir en permanence, de proposer des événements et ainsi de renforcer l'engagement du joueur. Les jeux peuvent ainsi être utilisés pendant des durées très longues : « On a des jeux qui sont exploités pendant quinze, vingt ans. Aujourd'hui le jeu le plus joué au monde est un jeu qui s'appelle Fortnite, c'est le jeu le plus joué en 2025, mais c'est un jeu qui est sorti en 2014. Mais en 2014, on ne jouait plus aux jeux qui avait été développés en 2003 ! Aujourd'hui on constate une sorte « d'embouteillage » parce qu'on n'a jamais produit plus de jeux qu'aujourd'hui, mais en même temps, il y a une part importante du temps de jeu des joueurs qui va dans des produits qui sont en fait assez anciens, qui sont maintenus et sur lesquels il y a de l'investissement ; on est donc en concurrence avec des jeux qui sortent en même temps que nous, mais aussi avec des jeux qui sont sortis il y a dix ou quinze ans. »

LA CRISE SANITAIRE, UNE PÉRIODE FASTE POUR LES INVESTISSEMENTS, AVANT LE REFLUX

Lors de la pandémie de Covid 19, les jeux vidéo étaient un des rares loisirs encore disponibles pendant les confinements imposés entre 2020 et 2022 : le secteur en a largement profité, enregistrant de fortes hausses de chiffre d'affaires jusqu'en 2023, année record de ventes.

Les autres domaines étant à l'arrêt, de nombreux investisseurs ont entre 2020 et 2022 injecté massivement des capitaux dans les jeux vidéo. « Pendant la crise sanitaire, on a assisté à une sorte de « ruée vers l'or », avec un phénomène nouveau dans notre industrie : les capitaux-risques qui jusqu'ici finançaient peu notre secteur [NDLR : en raison d'un retour sur investissement jugé trop aléatoire] se sont mis à investir massivement dans les jeux vidéo » indique David Rabineau.

Le secteur a ensuite entamé une phase de consolidation par le biais de fusions-acquisitions d'entreprises, favorisées par la baisse des taux d'intérêt. « Au moment du COVID, avec cet énorme afflux de capitaux, des investisseurs se retrouvaient à être tantôt actionnaires majoritaires, tantôt minoritaires de nombreuses entreprises. Plus tard, certains investisseurs ont souhaité rationaliser leurs participations, cela a entraîné des phénomènes de concentration et des groupes immenses se sont constitués à l'échelle mondiale ». Dopées par cet afflux de capitaux et la hausse des ventes liée à la période du Covid, les entreprises du secteur ont multiplié les recrutements et les projets de développement de jeux. « Mais ces investissements n'étaient pas toujours très réfléchis et à la sortie de la crise sanitaire, quand ces investisseurs ont réalisé que dans le jeu

vidéo il fallait des financements massifs pour des résultats non garantis, ils sont redevenus plus timides concernant leurs investissements dans le secteur ».

En effet, à la sortie de la crise sanitaire, les taux d'intérêt sont remontés, les investisseurs se sont réorientés vers des domaines jugés plus prometteurs comme l'intelligence artificielle, entraînant une baisse des financements. De plus, la sortie simultanée de nombreux jeux, dont la production avait pris du retard pendant la crise sanitaire, a provoqué une surabondance de l'offre qui a pénalisé l'ensemble des acteurs.

Un deuxième phénomène important a été l'afflux, puis le reflux, d'investissements en provenance de Chine : « Le marché chinois est immense mais en situation d'asphyxie financière car, pour des raisons de censure, il a longtemps été difficile pour les grandes entreprises chinoises du jeu vidéo de créer de nouveaux produits et de les distribuer en Chine ; elles avaient donc besoin de s'adresser au marché occidental. Elles ont aussi longtemps considéré qu'en raison de différences culturelles considérables, il était préférable de financer des équipes occidentales pour produire des jeux destinés au marché occidental ; finalement, les problèmes de censure ont été résolus et certains jeux produits en Chine ont pu avoir du succès en Occident. A ce moment-là, après avoir déversé des milliards sur le marché occidental, les entreprises chinoises ont très largement freiné leurs investissements à l'étranger pour plutôt réinvestir sur leur marché intérieur ».

APRÈS LA CRISE SANITAIRE, UNE PÉRIODE DE FORTES TURBULENCES

À ces années fastes a donc succédé une période plus délicate : le temps moyen de jeu des utilisateurs est revenu à un niveau plus habituel et les financements, des banques comme des fonds d'investissement, sont devenus beaucoup plus difficiles à obtenir. Le rythme des acquisitions a donc ralenti, les groupes qui avaient accumulé trop de dettes se sont retrouvés en difficulté et les petites et moyennes structures ont eu plus de mal à trouver des fonds. Or développer des jeux toujours plus complexes et immersifs nécessite des budgets de plus en plus importants, surtout pour les jeux AAA (jeux à gros budgets de développement et de marketing, à très fort potentiel commercial).

Les entreprises du jeu vidéo sont alors entrées dans une phase d'austérité, qui a touché l'ensemble des acteurs, ciblant les coûts et la masse salariale : des éditeurs annulant des contrats de développement, nombre de petits studios indépendants ont dû fermer leurs portes, et une grande

partie des entreprises au plan mondial a dû procéder à des licenciements massifs : ainsi le parisien Don't Nod (Paris 19^{ème}) a-t-il annoncé une réorganisation de l'entreprise et des coupes dans ses effectifs, et même le géant Ubisoft a supprimé de nombreux emplois. Sur le plan mondial, même Microsoft et Sony ont dû reconfigurer leurs groupes.

Ces restructurations ont entraîné des conséquences importantes sur les salariés : délocalisations, licenciements, pressions sur les plannings, surcharge de travail, précarisation des emplois via des recours aux contrats courts et aux freelances ; des mobilisations sociales ont eu lieu, notamment des grèves chez Ubisoft (93-94), Spiders (Vitry-sur-Seine (94), Kylotonn (Paris 20^{ème}), Don't Nod (Paris 19^{ème}). La baisse des financements et la réduction des projets ont également affecté les fournisseurs, sous-traitants et partenaires qui ont, à leur tour, dû réduire leurs effectifs.

SITUATION CONTRASTÉE POUR LES LEADERS FRANÇAIS

Leader européen et troisième éditeur mondial, le groupe Ubisoft connaît lui aussi depuis 2021 des difficultés financières. Après une phase de restructuration (licenciements, suppression de filiales à l'étranger), Ubisoft s'est recentré sur ses titres-phares. Le succès critique et public du jeu « Assassin's Creed Shadows », lancé en mars 2025, a représenté un signal positif sur les capacités créatives du groupe, ainsi qu'un apport d'argent frais. Toutefois, le groupe reste très endetté et continue sa politique de réduction des coûts, ce qui pourrait avoir un impact sur les sous-traitants et partenaires régionaux.

Le géant chinois Tencent est venu en aide du groupe français en entrant dans son capital en 2022 et en créant avec lui une nouvelle filiale, Vantage Studios. L'investissement d'un

acteur étranger majeur comme Tencent pose la question de l'indépendance d'Ubisoft, et, d'une manière générale, des acteurs français qui ont été rachetés par des acteurs étrangers, ou pour qui des investisseurs étrangers jouent un rôle-clé.

Plus heureux, le numéro 2 français, Pullup Entertainment a réussi à conserver ses effectifs malgré la crise ; de plus, le succès colossal de son jeu « Warhammer 40K : Space Marine 2 », lancé en septembre 2024, lui a permis d'afficher des revenus en forte hausse et d'envisager le lancement prochain de plusieurs jeux avec une certaine sérénité.

UN SECTEUR EN MANQUE DE FINANCEMENTS

Le modèle économique du jeu vidéo fonctionne selon le schéma suivant : le donneur d'ordres, c'est-à-dire l'éditeur, finance un studio pour le développement d'un jeu ; lors de la commercialisation du jeu, c'est lui qui engrange la plus grosse partie des revenus, au titre du risque financier qu'il a assumé seul. Mais les grands éditeurs sont peu nombreux : on en compte quatre, dont trois en Ile-de-France : Ubisoft (Montreuil 93), Gameloft (Paris 9^{ème}) et Pullup Entertainment (Paris 19^{ème}).

De plus, selon David Rabineau, une partie des éditeurs ont ces dernières années modifié leurs pratiques : comme les barrières à l'entrée pour produire un jeu vidéo ont diminué, ils laissent aux studios la charge de financer le développement des jeux, et « ont tendance à se spécialiser dans la distribution de produits qui sont déjà achevés ou quasiment achevés, pour minimiser les risques. Cela a un impact sur les studios : il y a quelques années, pour convaincre un éditeur on pouvait présenter un projet de jeu via un diaporama Powerpoint, aujourd'hui il faut présenter un prototype, ce qui est beaucoup plus cher pour le studio qui doit le financer sur ses fonds propres, sans aucune garantie ».

UN SOUTIEN PUBLIC APPRÉCIÉ ET INDISPENSABLE

Le marché du jeu vidéo est un marché mondial où la concurrence est très forte ; le Québec en particulier est un concurrent de l'Ile-de-France pour attirer les talents et les entreprises francophones. C'est pourquoi les pouvoirs publics ont très tôt développé des outils destinés à maintenir l'attractivité du territoire pour les entreprises du secteur.

Situé au croisement des industries technologiques et culturelles, l'industrie du jeu vidéo peut bénéficier de dispositifs de soutien public issus de ces deux domaines : des soutiens à l'innovation (crédit impôt recherche, crédit d'impôt innovation, label jeune entreprise innovante) ou des aides spécifiques au secteur (crédit d'impôt jeu vidéo, fonds d'aide au jeu vidéo, fonds d'avances participatives en faveur du jeu vidéo). Le secteur est soutenu par le Centre National du Cinéma et de l'Image Animée au même titre que le cinéma ; il est avec la Région Ile-de-France le principal soutien des entreprises du jeu vidéo dans la région.

La Région Ile-de-France propose en particulier le Fonds d'aide à la création du jeu vidéo : au moins 50 % des dépenses éligibles liées à la fabrication et à la production du jeu doivent être réalisées en Ile-de-France. Cette aide

est très appréciée des entreprises, d'autant plus qu'elle a évolué récemment : initialement conçue comme une avance remboursable, elle est aujourd'hui devenue une subvention, ce qui est vu comme une évolution très positive, même si les dotations ont baissé à un moment où la recherche de financements se fait plus problématique.

Selon David Rabineau, les aides doivent tenir compte de l'évolution du marché qui impose désormais de devoir financer des prototypes assez avancés pour convaincre un éditeur et surtout être prévisibles. *« Il y a deux sortes d'aides, les aides sélectives et les aides automatiques ; pour les aides sélectives, on monte un dossier, qu'un comité étudie, mais pour postuler il faut fournir un livrable et ça demande un investissement, de plus les décisions des comités peuvent être différentes pour deux projets très proches. Nous avons surtout besoin d'aides automatiques et transparentes, c'est-à-dire des aides attribuées selon une liste de conditions : on les remplit ou pas, et si on les remplit, on bénéficie de l'aide, automatiquement. Par exemple pour le crédit d'impôt du CNC, il nous est très facile de déterminer nous-mêmes si nous remplissons les conditions nécessaires, nous savons tout de suite à quoi nous en tenir ».*

L'IA, UNE INNOVATION ABORDÉE AVEC PRUDENCE

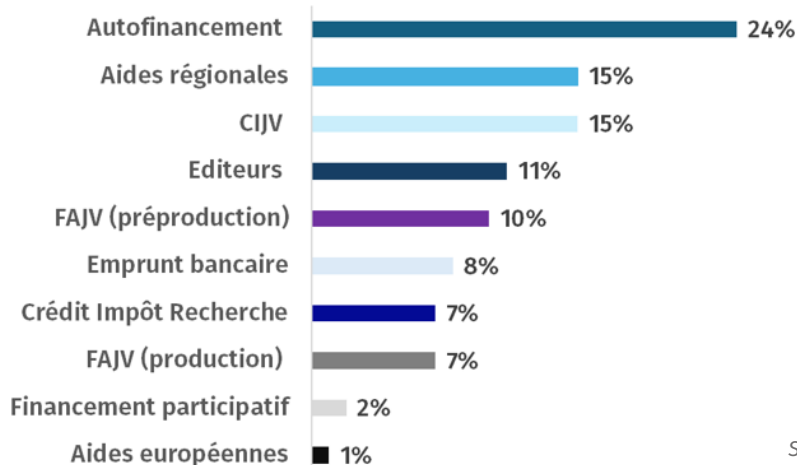
Les entreprises du jeu vidéo, rompues aux nouvelles technologies, auraient déjà pu s'emparer massivement des outils d'intelligence artificielle. En effet, l'IA générative - technologie qui crée du contenu nouveau, comme du texte, des images ou des sons, à partir de grandes quantités de données- offre de multiples usages possibles à différents stades de la création du jeu vidéo. De la conception du jeu (création de scénarios, de personnages, de dialogues, de niveaux de jeu...) jusqu'après son lancement (robot conversationnel pour le service client, modération des communautés...) en passant par la génération d'images 2D ou 3D, de sons, l'automatisation des tests de débogage, l'animation ou la personnalisation de l'expérience joueur, les possibilités de recours à l'IA sont extrêmement nombreuses. L'intelligence artificielle est une donnée que les formations aux métiers du jeu vidéo doivent désormais intégrer.

Pourtant le Syndicat National du Jeu Vidéo observe dans son Baromètre 2024 que l'usage de l'IA reste principalement cantonné à la préproduction, au prototypage ou à l'assistance sur des tâches précises. En effet les producteurs de jeu vidéo, bien que conscients des gains de productivité possibles via ces outils, restent réservés sur leur usage en raison d'une trop grande incertitude juridique : *« Je dirais que les entreprises se répartissent probablement en trois groupes en ce qui concerne l'usage de l'IA : une portion des entreprises qui s'y lancent à fond en pensant que c'est l'avenir, une autre portion qui ont peur et n'y touchent pas, et un dernier groupe qui y vont prudemment »* estime David Rabineau. *« Des programmeurs travaillent avec l'IA, mais c'est une évolution logique des usages, cela fait quinze ans que les outils de programmation accompagnent de plus en plus les programmeurs ; en ce qui concerne la génération d'images, c'est encore très peu utilisé ».*

Surtout, studios et éditeurs considèrent que le risque juridique est trop élevé sur les questions relatives à la propriété intellectuelle, l'originalité des créations et les droits d'auteur : *« Je gagne ma vie en vendant la propriété intellectuelle de mes créations »,* explique David Rabineau. *« Or les IA sont entraînées sur toutes les données accessibles sur le web ; mais si une partie d'une image générée par l'IA est piochée dans l'œuvre de quelqu'un d'autre et qu'il me fait un procès, je perds mon gagne-pain ».*

Reste toutefois la possibilité d'entraîner l'IA uniquement sur les créations propres de l'entreprise, ce qui résout les questions de propriété intellectuelle mais donne des résultats beaucoup plus limités. Les entreprises du secteur espèrent que le législateur s'empare maintenant du sujet, aussi bien sur le plan national qu'europpéen.

LES DISPOSITIFS DE FINANCEMENT DES PRODUCTIONS



Source : Baromètre SNJV, 2024

Rédactrices :

Bénédicte Gualbert, Responsable d'études au CROCIS

Lisa Wolff, Géomaticienne, CCI Paris Ile-de-France

Le CROCIS remercie David Rabineau, Président de Capital Games

POUR EN SAVOIR PLUS

ORGANISMES PROFESSIONNELS

- [SNJV – Syndicat National du Jeu Vidéo](#)
- [AFJV – Agence Française pour le Jeu Vidéo](#)
- [Capital Games](#)

REVUES PROFESSIONNELLES, ÉTUDES SECTORIELLES

- [Jeux Vidéo Magazine](#)
- [Canard PC](#)
- [JV – Le Mag](#)
- [L'industrie du jeu vidéo en France, Xerfi, janvier 2025](#)

Directeur de la publication : Stéphane FRATACCI
Directeur de la rédaction : France MOROT-VIDELAINE
Rédacteur en chef : Julien TUILLIER
Maquette et mise en page : Nathalie PAGNOUX
Reproduction autorisée à la condition expresse de mentionner la source
Copyright photo : ©Copilot
Dépot légal : janvier 2026
ISSN : 1266-3255



Un centre d'observation de



CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France

11, rue Léon Jouhaux - 75010 Paris

e-mail : crocis@cci-paris-idf.fr

Retrouvez toutes nos publications sur www.crocis.cci-paris-idf.fr

Suivez nous sur : [Instagram](#) ou [X @CROCIS_CCI_IDF](#) ou [LinkedIn](#)

Responsable : Julien TUILLIER

Industrie - Démographie d'entreprises - Enquêtes : Yves BURFIN

Conjoncture - Benchmark européen - Tourisme : Mickaël LE PRIOL

Services - Commerce - Développement durable : Bénédicte GUALBERT

Veille économique : Marielle GUERARD, Charlotte BIZIEUX

PAO - Multimédia : Nathalie PAGNOUX

Administration - Secrétariat : Isabelle BURGOT