



HAL
open science

Les éditions collector de jeux vidéo : quel avenir pour le support physique et les objets de collection dans un médium qui se dématérialise ?

Charlotte Grunewald

► To cite this version:

Charlotte Grunewald. Les éditions collector de jeux vidéo : quel avenir pour le support physique et les objets de collection dans un médium qui se dématérialise ?. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03260171

HAL Id: dumas-03260171

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03260171>

Submitted on 14 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

Les éditions collector de jeux vidéo

Quel avenir pour le support physique et les objets de collection
dans un médium qui se dématérialise ?

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Thierry Devars

Nom, prénom : GRUNEWALD Charlotte

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 25/09/2020

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

Je tiens à remercier Thierry Devars, mon tuteur universitaire, pour ses conseils avisés, sa disponibilité et son accompagnement bienveillant tout au long de l'année.

Je tiens également à remercier Cyril Despontin, mon tuteur professionnel, qui a suivi tout le cheminement de mon travail, m'apportant un éclairage toujours pertinent et un soutien indispensable.

Je souhaite remercier tous les collectionneurs qui ont accepté de prendre le temps de répondre à mes questions et m'ont accueilli avec beaucoup de bienveillance dans leur communauté : Mathieu Chapuy, Auguste de Lambilly, Lightman, Sulli, Karim LR, Momo Brinks, Fab Lebeauwski, Christophe Gokudo, Thomas Cillia, Vincent Tomassetti, Olivier Back et Cédric Jegou.

Enfin, je tiens à remercier Jehan, Corentin, Hortense et Chloé pour leurs conseils et leur soutien.

Une longue vie, je l'espère, au marché physique !

Table des matières

Introduction	3
I. Les éditions collector de jeux vidéo : simple outil marketing ?	9
1. Une appellation trouble qui désigne une grande variété d'objets.....	9
2. Un modèle économique japonais, répliqué pour les marchés américains et européens.....	15
3. Une requalification de l'édition collector par les usages des consommateurs	22
II. Les éditions collector : un désir de prestige pour une pratique d'initiés ? ..	30
1. Une résistance du support physique à édition limitée, dans la même veine que d'autres produits de l'industrie culturelle, face à un essor de la digitalisation	30
2. Une pratique marginale qui permet de distinguer les fans d'une licence et de créer de forts liens communautaires	38
3. La place prédominante de l'argent et des échanges dans la communauté des collectionneurs..	44
III. Les éditions collector : une opportunité communicationnelle pour les éditeurs ?	53
1. Penser la création d'une édition collector.....	53
2. Une communication spécifique à l'édition collector, événementielle et proche des joueurs	60
Conclusion	68
Bibliographie	71
Annexes	75

Introduction

Ce 11 juin 2020, Sony présentait sa seconde conférence¹ en ligne dédiée à la PlayStation 5 qui sortira en fin d'année, tout comme la Xbox Series X de Microsoft. Les deux consoles ouvriront l'ère de la neuvième génération de consoles, plus puissantes et rapides que les modèles précédents. Lors de cette conférence, Sony a officialisé l'existence de deux versions de la PlayStation 5, l'une avec lecteur de disque et la seconde n'acceptant que des jeux dématérialisés, dite PlayStation 5 Digital². Microsoft avait déjà passé le cap en 2019 avec sa console Xbox One S All Digital, vendue moins chère que la Xbox One S. Ces consoles scellent la volonté des éditeurs de se tourner définitivement vers le digital, moins cher en termes de coûts de production et déjà plébiscité par de nombreux joueurs.

Actuellement, le jeu vidéo se vend majoritairement en dématérialisé, tous supports confondus. Chaque année, le SELL, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, publie un bilan des chiffres du jeu vidéo en France : en 2019³, 57% du chiffre d'affaires sur consoles provient du dématérialisé, tout comme 98% du chiffre d'affaires sur PC. Un virage déjà amorcé dès le début des années 2010, face à l'essor du jeu mobile, des jeux gratuits en ligne et de la plateforme Steam. Alain Le Diberder le confirme en 2012, expliquant que « le centre de gravité économique du secteur se déplace à grande vitesse vers des modèles nouveaux, où la boîte de jeu physique, et sa filière de distribution, deviennent minoritaires »⁴. Pourtant, selon le même rapport du SELL, 76% des Français préfèrent une version physique d'un jeu à une version digitale.

Cette dichotomie est au centre de notre questionnement sur les éditions collector de jeux vidéo et se retrouve dans de nombreux domaines culturels, que ce soit le marché de l'édition physique en cinéma, les livres ou encore les vinyles. Pour mieux comprendre cette résistance du marché physique, mais aussi le lien particulier qui se tisse entre le support

¹ La conférence est visible via ce lien : <https://www.youtube.com/watch?v=cSGmtcXOy8o>

² Page dédiée aux actualités de la PlayStation 5, Gamekult, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/plateforme/ps5-160113.html>

³ *L'Essentiel du jeu vidéo*, édition 2019, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, [En ligne] sur https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/sell_essentiel_du_jeu_video-oct2019.pdf

⁴ Le Diberder, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo. Un colosse en péril. », pp 136 à 143 dans *Hermès* n°62, 2012

physique et le consommateur, le jeu vidéo, en tant que première industrie culturelle mondiale en termes de chiffre d'affaires, est le terrain de recherche idéal.

Le choix de ce sujet s'inscrit dans la continuité d'une expérience professionnelle en tant qu'attachée de presse pour Wild Side, éditeur indépendant de DVD et Blu-ray, ainsi que de des rééditions de films anciens, dans des coffrets prestige comprenant le film remasterisé et de nombreux bonus. La communication autour de ces éditions était centrée sur les relations presse, puisqu'on ne pouvait trouver mieux que des journalistes passionnés de cinéma pour pousser un public de niche à acheter une édition coûteuse, alors que le marché du DVD périclité davantage chaque année. Étant personnellement attachée aux éditions physiques, que ce soit en cinéma ou en jeu vidéo, les questions entourant le rapport à l'objet de prestige ainsi que le flou concernant le futur du marché physique se posaient d'ores et déjà. Le choix final du domaine du jeu vidéo s'est imposé par la suite, pour sa plus grande offre de contenus, sa popularité et l'engagement fort de la communauté des joueurs et des collectionneurs autour du marché physique.

Nous avons souhaité concentrer notre travail sur les éditions collector, que l'on peut brièvement définir comme des éditions plus fournies que les éditions standard de jeu vidéo. Objets de collection, voire de prestige, les éditions collector étoffent leur contenu en ajoutant des bonus au jeu, qu'il s'agisse par exemple d'objets, de suppléments vidéo sur les coulisses de la conception du jeu ou de dessins provenant de son univers⁵. Par leur essence physique, elles cristallisent les questionnements entourant l'industrie culturelle autour du point de bascule que constitue sa digitalisation croissante. Par industrie culturelle, nous entendons la notion théorisée par Theodor Adorno et Max Horkheimer⁶, c'est-à-dire la production industrialisée de biens dont la valeur est essentiellement symbolique.

Depuis 2005 et l'arrivée de la septième génération de consoles, représentée par la Xbox 360 et la PlayStation 3, les éditions collector accompagnent systématiquement la sortie d'un jeu AAA, c'est-à-dire d'une superproduction destinée à apparaître au sommet des ventes le jour de sa sortie, en faisant partie intégrante d'un plan marketing destiné à plaire au grand public. Dans certains cas, les éditions collector pour un même jeu se multiplient, afin d'attirer également les fans et les collectionneurs, à la recherche du bel objet. L'approche

⁵ Nous détaillerons le choix du terme collector ainsi que la typologie des éditions dans la première sous-partie.

⁶ HORKHEIMER Max, ADORNO Theodor, *Dialectique de la raison*, Gallimard, 304 pages, 1944

communicationnelle dédiée au grand public sera analysée au fil de notre réflexion, mais ce sont les collectionneurs de jeu vidéo que nous avons choisi de placer au cœur de notre étude.

Les collectionneurs⁷ se définissent comme des personnes regroupant des objets liés à leur passion en les rassemblant dans une collection privée. En tant qu'industrie culturelle récente, le jeu vidéo a rapidement été submergé par tous types de consoles, de jeux distribués à échelle variable et de produits dérivés divers, ce qui en fait un domaine particulièrement propice à la collection. De plus, de nombreuses licences de jeux vidéo toujours actives et célèbres mondialement, telles que *The Legend of Zelda*, *Mario* ou *Final Fantasy*, comptent parfois plusieurs dizaines de jeux et ont traversé toute l'histoire du médium. Un grand pan de la collection en jeu vidéo concerne par exemple le rétrogaming, dont le but est de retrouver d'anciennes cartouches ou consoles de jeu, à des prix bien plus élevés que ceux d'époque selon leur rareté. Ainsi, pour les collectionneurs de jeu vidéo, attachés à l'aspect physique, le support, chargé d'histoire, prend parfois le pas sur le contenu même du jeu.

Du fait de leur connaissance poussée du médium vidéoludique, leur attachement au marché physique et leur fort engagement communautaire, les collectionneurs sont une cible privilégiée des éditeurs de jeu vidéo et constituent le cœur de cible des éditions collector.

Nous tenterons de répondre à la problématique suivante : Dans quelle mesure les éditions collector de jeux vidéo légitiment-elles leur appellation à la fois via la communication particulière des marques et via l'usage des collectionneurs ?

Pour y voir plus clair, trois hypothèses étayent notre problématique :

1. L'édition collector fait partie d'une économie centrée sur l'usage des utilisateurs, lesquels contribuent à légitimer sa dénomination.
2. Dans un contexte général de digitalisation du secteur du jeu vidéo, l'édition collector témoigne d'une culture d'initiés partagée, liée à la possession de l'objet physique à tirage limité.
3. La communication des marques autour des éditions collector s'appuie sur un double idéal de proximité et d'interactivité, qui permet de fidéliser et distinguer les fans d'une licence.

⁷ Nous reviendrons également sur la définition d'une collection et d'un collectionneur dans la première partie.

Afin d’appréhender au mieux le sujet, notre méthodologie mêle l’observation participante et la conduite d’entretiens semi-directifs⁸ avec des collectionneurs.

L’observation participante s’applique en particulier aux pratiques communautaires des collectionneurs, que ce soit en ligne sur les forums dédiés Gamopat et Limited Edition ou dans les groupes Messenger, ainsi que dans les boutiques spécialisées en revente de jeu vidéo du Boulevard Voltaire, dans le 11ème arrondissement de Paris.

Nous avons complété cette pratique par des entretiens semi-directifs à l’attention des collectionneurs, en les invitant à participer via deux sujets postés sur les forums mentionnés précédemment. Par des soucis de praticité et de confort pour les collectionneurs, ces questionnaires ont été conduits par écrit en suivant le même guide d’entretien pour chacun d’entre eux puis en rebondissant sur d’éventuelles précisions. L’accueil chaleureux de la communauté nous a permis d’intégrer deux groupes de discussion déjà existants entre collectionneurs sur Messenger, afin de poser toutes nos questions sur les éditions existantes, l’histoire du jeu vidéo ou encore les pratiques des collectionneurs.

Pour nous plonger dans les pratiques des collectionneurs, nous avons également étudié un corpus de vidéos YouTube de la chaîne Backintoys TV et sa série *Je viens chez toi*, qui donne la parole aux collectionneurs dans un format long pour présenter leur collection. Nous avons également visionné la série *Collector’s Quest* de la chaîne Petits Secrets de Playhistoire, qui propose un tour d’horizon de collections de jeu vidéo en Europe et au Japon. Pour du contenu dédié aux éditions collector, nous avons visionné plusieurs vidéos de la série *Hardcorner* de l’influenceur français Benzaie, qui, sur un ton humoristique, déballe les éditions collector qu’il reçoit et en présente leur contenu. Enfin, nous avons exploré la chaîne TheRelaxingEnd, uniquement dédiée à l’unboxing d’éditions collector.

Concernant la communication des marques sur leurs éditions collector, notre corpus se compose des différentes éditions du jeu *Assassin’s Creed Odyssey*, édité par Ubisoft et de l’analyse de leur communication sur les réseaux sociaux, ainsi que des éditions collector de *Persona 5* par Atlus, ainsi que celles de *Rage 2*, la licence *Halo* et *Resident Evil II*.

⁸ Notre guide d’entretien semi-directif est visible en annexe 1.

Pour compléter l'analyse des entretiens semi-directifs et explorer la notion d'élitisme qui entoure la collection, nous nous appuyons sur les analyses sociologiques et sémiotiques de Pierre Bourdieu, principalement dans son ouvrage *La Distinction*. Nous reviendrons également sur la définition de fans à travers le prisme des études d'Henry Jenkins.

Enfin, face au manque de littérature documentaire sur le sujet des éditions collector, une grande partie de notre bibliographie est composée d'articles de presse en ligne, issus des médias *Gamekult*, dont les dossiers fouillés et complets sont particulièrement riches, *Gameblog*, *Jeuxvideo.com* ou encore *Polygon*.

Dans un premier temps, nous reviendrons sur la composition des éditions collector et les divers usages qui les entourent. En explicitant la définition et la typologie des éditions collector, nous verrons que cette appellation désigne des objets disparates, ce qui s'explique en remontant l'histoire du jeu vidéo. Pour mieux comprendre les enjeux économiques et historiques des éditions collector, nous allons retracer leur histoire, des produits dérivés importés du Japon dans les années 90 aux collectors que nous connaissons aujourd'hui. Cette recontextualisation nous permettra de détailler les usages des consommateurs d'éditions collector et principalement ceux des collectionneurs, et nous verrons que ce sont dans les mains des consommateurs que la vie des éditions collector débute réellement, en tant qu'objet de collection.

Dans un second temps, nous étudierons la réception des éditions collector du côté des collectionneurs, en détaillant leur perception du marché et en analysant leurs pratiques communautaires. Face au contexte de dématérialisation du jeu vidéo actuel, nous verrons que la pratique de collection d'éditions collector reste marginale et qu'il s'y cache un réel enjeu de préservation du jeu vidéo via la notion de résistance pour le marché physique. Cette passion commune et cette lutte contre la dématérialisation du secteur vidéoludique permet de nouer des liens forts entre collectionneurs, qui sont très présents en ligne et entretiennent des pratiques communautaires qui les distinguent des autres consommateurs. Nous reviendrons, pour finir, sur la dimension marchande qui est omniprésente dans la communauté, que ce soit pour acheter ou échanger des jeux, mais aussi pour les estimer ou pour spéculer.

Dans un dernier temps, nous nous placerons cette fois du côté des éditeurs de jeux vidéo pour analyser à quel point les éditions collector représentent pour eux une opportunité communicationnelle, que ce soit en termes de marketing ou de rapprochement avec la communauté de joueurs. Nous essayerons de comprendre comment les éditeurs pensent les

éditions collector selon la cible souhaitée, puis nous nous pencherons sur l'opportunité médiatique que constitue l'annonce d'une édition collector dans la promotion d'un jeu. Enfin, nous analyserons la manière qu'ont les éditeurs de communiquer auprès de leur communauté, notamment des collectionneurs, pour nouer un lien de proximité et d'interactivité.

I. Les éditions collector de jeux vidéo : simple outil marketing ?

Le terme collector est étymologiquement lié à la notion de collection, il semble donc difficile de questionner le fait qu'un objet dit collector soit un objet de collection. Pourtant, face aux transformations de l'industrie vidéoludique, et en particulier à la multiplication des éditions collector dédiées au grand public, les collectionneurs ne semblent plus toujours y trouver leur compte. Qu'appelle-t-on réellement une édition collector ? Est-ce seulement une appellation marketing ou cache-t-elle une notion de bel objet et de rareté, qu'on attend communément d'un objet de collection ?

Nous reviendrons tout d'abord sur l'appellation collector et la variété des objets qu'elle désigne, afin de clarifier ce qui compose notre corpus. Ensuite, nous verrons que le modèle actuel des éditions collector est intrinsèquement lié à l'histoire des jeux vidéo, dominé dès les années 90 par le Japon, ainsi qu'à l'évolution du modèle économique importé du Japon et d'abord centré sur la production de produits dérivés. Puis nous creuserons la tension entre collector et objet de collection en s'intéressant aux usages des consommateurs et des collectionneurs spécifiques aux éditions collector.

1. Une appellation trouble qui désigne une grande variété d'objets

Afin de rassembler sous un même terme toutes les éditions de jeu vidéo dont le contenu diffère de l'édition standard, qu'elles soient physiques ou numériques, nous avons choisi d'utiliser le terme collector, le plus couramment employé et renvoyant directement à la notion de collection. Ces éditions, en quelque sorte améliorées, peuvent rassembler tout type de contenu additionnel, allant du steelbook à l'ajout d'une figurine avec le jeu. Nous détaillerons les types de contenus que l'on peut trouver dans une édition collector dans une typologie en suite de partie.

En principe, le terme collector renvoie à une notion de rareté et de nombreuses éditions collector ont en effet un nombre de tirage limité, voire une numérotation. Cependant, la digitalisation croissante des jeux a bousculé cette notion et les éditions collector numériques se multiplient, ajoutant du contenu exclusif en ligne sans limite de nombre de téléchargement. Ainsi, le terme collector reste avant tout un argument de vente et face à son succès grandissant, il n'est plus nécessairement le terme employé par les marques. Prenons en exemple le jeu *Assassin's Creed Odyssey*, dernière sortie de la licence à succès d'Ubisoft, se déroulant en

Grèce Antique⁹ : on distingue l'édition Panthéon, Sparte, Médusa, ou encore l'édition Numérique Ultimate, chacune comprenant le jeu et des contenus supplémentaires divers.

Une précision supplémentaire s'impose : collector est un terme large, que l'on peut lier à l'idée d'objet culte ou simplement d'objet de collection. Dans le jeu vidéo, la tendance au rétrogaming rend collector de nombreux jeux sortis sur les premières générations de console, de par leur rareté. Ici, il convient de recentrer notre propos sur les éditions collector pensées comme telles dès leur sortie, en excluant les anciens jeux devenus objets de collection postérieurement.

a. Typologie des éditions collector

Les éditions collector ont pour ambition d'offrir davantage que le simple jeu, en proposant aux joueurs des objets exclusifs ou une édition plus esthétique voire plus économique que l'achat de pièces séparées. Sans être exhaustifs, nous allons balayer les différents types de contenus que l'on peut y retrouver.

- Les goodies

Nous pouvons regrouper sous le terme de goodies tous les objets qui étoffent l'univers du jeu et donnent au joueur le sentiment d'en posséder une partie physiquement. Ces goodies se classent selon un certain ordre d'importance et de grandeur.

De nombreuses éditions comprennent des petits objets, tels des stickers, des cartes postales, une affiche ou des photos du jeu, qui sont ajoutés à des fins décoratives et n'ont pas de grande valeur économique.

Suivent les accessoires et vêtements, allant du pins au t-shirt ou bien à un accessoire emblématique de l'univers : récemment, le sac à dos d'Ellie dans *The Last of Us II* ou bien le katana du samouraï héros de *Ghost of Tsushima*. Ils s'adressent plus spécifiquement aux fans, les portant comme étendard pour affirmer leur affection envers une licence.

Enfin, une édition collector peut comprendre une figurine, allant de quelques centimètres à des répliques grandeur nature. Objet de collection par essence, les figurines sont généralement

⁹ Assassin's Creed Odyssey, Ubisoft Store, [En ligne] sur <https://store.ubi.com/fr/assassins-creed--odyssey---pantheon-edition/5afda8ab6b54a4271407a8a3.html>

la pièce maîtresse de l'édition lorsqu'elles sont intégrées et sont appréciées des fans, car elles peuvent être exposées facilement.

- Le contenu artistique

Pour étoffer l'univers, les éditions collector mettent également en avant les étapes de la création du jeu. L'objet le plus courant est l'artbook, un recueil de visuels et d'explications sur le processus créatif du jeu, avec ou sans interviews, souvent avec des visuels inédits. Leur qualité est variable, allant de quelques pages d'artbook à un véritable livre solide illustré.

On distingue ensuite la bande originale du jeu, qu'elle soit sous forme de coupon de téléchargement, de CD, voire de vinyle. L'ajout de la bande musicale dans l'édition collector est de plus en plus commun et apprécié par les fans qui peuvent replonger dans l'univers du jeu facilement.

Un documentaire, écrit ou vidéo, sur la création du jeu, peut également être inséré dans les bonus de l'édition et permet d'en savoir plus sur les coulisses de la création et sur l'équipe. Ici encore, sa qualité est variable, allant du clip promotionnel de quelques minutes à un réel documentaire de près d'une heure.

- Le contenu intégré au jeu

Avec la montée en puissance des jeux multijoueur en ligne, l'achat d'objets en ligne s'est démocratisé, allant jusqu'à créer un système à part entière : le pay-to-win, à savoir un jeu à l'apparence gratuit mais qui nécessite de payer pour profiter de l'expérience de jeu. Ce système est complété par celui du contenu additionnel, les DLC, des extensions de jeu généralement payantes qui ajoutent du contenu supplémentaire, que ce soit un nouveau monde, une nouvelle race ou encore des objets exclusifs. Désormais, le système du *season pass* est le plus commun : à la sortie du jeu, l'achat du *season pass* permet d'acquérir toutes les mises à jour et les DLC supplémentaires pour un temps donné sans frais.

On retrouve ces contenus dans les éditions collector, qui intègrent DLC, *season pass* ou encore des objets exclusifs en jeu. Reprenons l'exemple d'*Assassin's Creed Odyssey*, qui propose quatre éditions collector différentes. Elles contiennent toutes un *season pass* pour les deux prochains DLC déjà annoncés, ainsi que le pack Chronos avec trois sets d'armures exclusifs et des *boost* temporaires pour gagner en expérience et en puissance plus rapidement dans le jeu.

Les contenus numériques intégrés sont rarement le motif premier d'achat d'une édition collector, mais constituent un argument économique supplémentaire.

- L'aspect esthétique

Une édition collector ne se distingue pas uniquement par son contenu, mais également par sa finition et son aspect esthétique. En effet, les boîtes de jeu correspondant à une console sont toutes similaires : pour la Playstation 4, il s'agit d'un boîtier en plastique bleu avec une image du jeu sur le recto et un synopsis avec photos et spécificités techniques au verso.

Les éditions collector se différencient donc avec des éditions métalliques (steelbook), également prisées des joueurs car plus résistantes, des visuels plus travaillés sans le logo de la console ou encore des jaquettes phosphorescentes pour les jeux Nintendo *Luigi's Mansion 2* et *3*. L'aspect esthétique de ces éditions permet de démarquer le jeu en boutique, ainsi que dans la ludothèque des joueurs.

b. De collector à objet de collection ?

Nous l'avons vu, il n'y a pas de réelle norme dans le champ des éditions collector, que ce soit en termes de prix, de contenu ou de qualité. Les éditions collector, objets rares jusqu'au début des années 2000, se sont banalisées avec l'arrivée de la septième génération de console (Xbox 360, PlayStation 3, Wii) en proposant des contenus de plus en plus divers, parfois même sans y inclure le disque de jeu. La multiplication de ces éditions a redéfini la notion même de collector, voire de collectionneur, en proposant des éditions plus centrées sur les goodies et le merchandising. Cette vision du collector fait débat dans les communautés de joueurs, qui dénoncent une conception de ces éditions motivée par le marketing et non la passion des joueurs. En cristallisant de nombreuses attentes disparates, les annonces d'éditions collector constituent des événements médiatiques, relayés par les journalistes et les joueurs, provoquant de manière quasi-systématique un débat sur leur pertinence et leur qualité.

Ainsi, le site *Gameblog*, spécialisé dans les jeux vidéo, titre en 2017 un article « Les collectors de la honte »¹⁰, revenant sur la multiplication des éditions collector et résumant le phénomène à ceci : « reconnaissons-le : pour une addition souvent salée, on manque parfois de

¹⁰ PILLON Thomas, « Les collectors de la honte », *Gameblog*, [En ligne] sur http://www.gameblog.fr/dossier_1071_les-collectors-de-la-honte, mis en ligne le 01/05/2017, consulté le 9/08/2020

s'étouffer devant le contenu rachitique du plat qui nous est servi ». Impossible de savoir si le constat est partagé dans toute la communauté, tant les profils des acquéreurs sont divers. Nous pouvons néanmoins en distinguer trois grands types : les fans d'un jeu ou d'une licence, les joueurs curieux qui souhaitent déboursier un peu plus pour acquérir une édition plus complète et les collectionneurs à la recherche de beaux objets. Face à ce constat, peut-on réellement trouver des éléments qui différencient une édition dite collector d'un objet de collection ?

Le site *Editioncollector.fr*, un blog dédié à l'actualité des éditions collector jeux vidéo et cinéma, propose chaque année un top et un flop des éditions collector de l'année¹¹ en jeu vidéo. En 2019, nous retrouvons en top l'édition collector du remake de *Resident Evil II* et en flop l'édition collector de *Rage 2*.

L'édition collector de *Resident Evil II*¹², licence d'horreur de Capcom développée depuis 1996 et connaissant un succès mondial, contient le jeu dans un boîtier steelbook, un poster, un set de 4 clés du département de police du jeu, un badge, un artbook de 32 pages, la bande-originale du jeu sur CD, une figurine de 30cm du héros Léon Kennedy et quelques bonus cosmétiques téléchargeables, le tout dans un grand coffre rappelant ceux présents dans le jeu, pour un prix de 239€.

Quant à l'édition collector de *Rage 2*¹³, jeu de tir dans un monde post-apocalyptique, elle contient le jeu dans un steelbook, un poster, de nombreux bonus de contenu téléchargeables en jeu et une tête parlante d'un des héros du jeu, qui chante et parle, activable via un détecteur de mouvement, pour un prix de 130€.

Si les deux éditions possèdent une pièce maîtresse, la figurine de Léon et la tête parlante, force est de constater que l'édition collector de *Resident Evil II*, pour une centaine d'euros de différence, propose une édition complète, capable de séduire largement tous les fans de la licence et les collectionneurs, avec une finition soignée du packaging et de la figurine. L'édition collector de *Rage 2*, quant à elle, ne peut plaire qu'aux fans assidus de la licence, la tête parlante étant d'un certain mauvais goût avec un aspect très plastique. De plus, outre cet élément, le contenu de l'édition est mince, les bonus téléchargeables ne justifiant pas le prix.

¹¹ Shady 77, « Top 10 des meilleurs et pires collector de l'année 2019 », *Editioncollector.fr*, [En ligne] sur <https://editioncollector.fr/dossier/top-10-des-meilleurs-et-pires-collector-de-lannee-2019.html>, mis en ligne le 4/01/2020, consulté le 09/08/2020

¹² Shady 77, « Une édition collector pour Resident Evil 2 », *Editioncollector.fr*, [En ligne] sur <https://editioncollector.fr/jeux/une-edition-collector-pour-resident-evil-2.html>, mis en ligne le 21/07/2018, consulté de 09/08/2020

¹³ Shady 77, « Une édition collector pour Rage 2 », *Editioncollector.fr*, [En ligne] sur <https://editioncollector.fr/steelbook/une-edition-collector-pour-rage-2.html>, mis en ligne le 11/06/2018, consulté le 09/08/2020

Ces deux éditions, dictées par des stratégies marketing opposées, sont représentatives des réflexions qui reviennent dans les débats entre joueurs : s'assurer de la qualité des produits - surtout s'il y a une figurine, s'assurer de la richesse de l'édition, ainsi que d'un ratio qualité/prix le plus équitable possible.

Lors de nos entretiens, nous avons demandé à plusieurs collectionneurs ce qui distingue, selon eux, une bonne édition collector. Les éléments cités sont la présence d'une figurine, d'un steelbook, d'un artbook et de la bande-originale, des éléments tous présents dans l'édition collector de *Resident Evil II*. Lightman¹⁴ explique avoir « tendance à préférer les éditions collector qui ne comportent pas beaucoup de goodies mais plutôt un objet qu'il trouve cool ». Pour Momo Brinks¹⁵, ce qui fait une bonne édition collector, c'est le fait d'avoir « l'impression de posséder un morceau du jeu, qu'en le regardant, on se remémore les parties ».

Pour tous les collectionneurs interrogés, néanmoins, ce n'est pas l'aspect qualitatif mais quantitatif qui a rebattu la donne des éditions collector. En effet, en se multipliant, les éditions collector se sont majoritairement affranchies d'un tirage limité pour être accessibles à tous. Or, dans une collection, si la qualité des objets a son importance, c'est bien sa rareté qui lui donne toute sa valeur. S'il est difficile d'obtenir des chiffres précis, que ce soit le nombre de tirages d'une édition collector ou le nombre de jeux vendus, nous pouvons néanmoins prêter attention aux stratégies des éditeurs pour s'assurer d'une distribution suffisante.

Dans notre entretien, le joueur Karim LR¹⁶ nous parle de sa déception concernant l'édition collector de *Far Cry 5*, célèbre franchise de jeu de tir développée par Ubisoft, « qu'on trouve bradé et qui perd de sa superbe ». Plus tard, il nous explique que selon lui, cette édition a été distribuée en un trop grand nombre d'exemplaires et qu'aucun collectionneur de son entourage, pourtant cœur de cible du produit, n'était intéressé. En effet, si l'on se penche sur les chiffres, il existe deux éditions collector de *Far Cry 5*, l'une avec la figurine de l'antagoniste, The Father, et l'autre avec un crâne de cerf en résine. L'édition contenant le crâne de cerf, la plus chère, est numérotée à 6 000 exemplaires¹⁷; elle s'est rapidement écoulee et est actuellement indisponible sur tous les sites de revente d'occasion. Pour la seconde édition, The Father, le nombre d'exemplaires n'a pas été communiqué, ce qui est signe d'une distribution large. C'est

¹⁴ Voir annexe 5

¹⁵ Voir annexe 8

¹⁶ Voir annexe 7

¹⁷ Far Cry 5, Ubisoft Store, [En ligne] sur <https://store.ubi.com/fr/far-cry--5-coffret-collector-hope-county/5919b0d34e016541088b457a.html> consulté le 10/08/2020

cette édition qui s'est retrouvée bradée en France, encore disponible d'occasion¹⁸ à 54,99€ chez Micromania, pour un prix de base de 109,99€.

Eric Nguyen, directeur marketing de Microids, éditeur et créateur de jeux français comme *Syberia III* ou *Blacksad : Under the Skin*, confirme que ces éditions, pour les jeux à grand budget, ne sont plus pensées en termes de rareté mais de coût¹⁹ : « Plus une édition collector est confectionnée en grande quantité, plus il est possible de réaliser des économies d'échelle auprès des fournisseurs, notamment sur les figurines, les boîtiers en métal ou encore les artbooks. À l'inverse, il est nécessaire de produire en quantité raisonnable car une édition collector a peu de place dans les linéaires des magasins. Elles se vendent majoritairement en précommande et quelques jours après la sortie du jeu ».

Comme nous l'avons vu, l'appellation édition collector est évolutive et regroupe toute une diversité de produits qui diffèrent de l'édition standard d'un jeu par l'ajout de contenu additionnel, numérique ou physique. Si le terme collector renvoie directement à la notion de collection, la multiplication récente de ces éditions désormais populaire ne rend plus ce lien si direct, tant la qualité et la rareté des éditions fait débat entre joueurs et collectionneurs.

Pour mieux comprendre les tenants et les aboutissants du marché des éditions collector, il est nécessaire de retracer leur historique en commençant par le berceau du jeu vidéo, le Japon. Nous nous intéresserons également au modèle économique du marché de l'édition collector et à son évolution lors de sa popularisation sur les marchés américains et européens.

2. Un modèle économique japonais, répliqué pour les marchés américains et européens

Avant de retracer spécifiquement l'histoire des éditions collector, il convient de rappeler que le leadership du marché des jeux vidéo n'est pas possédé par les États-Unis, généralement moteurs de la mondialisation des productions, mais bien par le Japon. Inventé dans les universités américaines en 1962, les jeux vidéo se popularisent dès les années 70²⁰ avec le succès de *Pong*, vendu à 35 000 exemplaires. En 1977, la firme pionnière américaine Atari sort l'Atari 2600, sa première console à cartouches, qui marque l'avènement d'un marché de masse

¹⁸ Dealsdugamer, « Far Cry édition collector à 49.99€ sur PS4 », *Deals du Gamer*, [En ligne] sur <https://www.dealsdugamer.fr/far-cry-edition-collector-the-father/>, mis en ligne le 25/04/2019, consulté le 09/08/2020

¹⁹ Carnbee, « Comment sont créés les éditions collector de nos jeux vidéo ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1168656/comment-sont-creees-les-editions-collector-de-nos-jeux-video.htm>, mis en ligne le 19/01/2020, consulté le 04/05/2020

²⁰ AUDUREAU William, *Pong et la mondialisation - L'histoire économique des consoles*, Pix'n'love, Juillet 2014, p. 24

pour l'industrie²¹. Puis, face à une surabondance du marché et à des jeux de mauvaise qualité, le jeu vidéo américain rentre en crise en 1983, événement connu sous le nom de "krach du jeu vidéo"²². C'est à ce moment que les éditeurs japonais, Nintendo et Sega en tête, prennent de l'ampleur sur la scène internationale et que des studios de développement toujours en activité aujourd'hui, tel que Namco et Square Enix, sont créés. Aujourd'hui encore, le marché du jeu vidéo en Chine, Japon et Corée du Sud représente un chiffre d'affaires de 57,88 milliards de dollars, contre 31,54 milliards pour les États-Unis et environ 18 milliards de dollars dans les principaux pays européens consommateurs de jeux vidéo que sont le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie²³.

a. Le marché des éditions collector au Japon

Pour comprendre la popularité des éditions collector, nous devons revenir sur la culture populaire des produits dérivés au Japon, qu'ils soient liés à des mangas, des anime ou à des marques publicitaires.

Nous pouvons prendre comme exemple Tôei Animation, studio de production de films et séries d'animation japonaise depuis 1948, comparable au studio Disney et dont les productions ont été largement diffusées en France par le biais du Club Dorothée. Dans son article « Tôei Animation, l'usine à dessins animés »²⁴, le journaliste Mathieu Gaulène résume la stratégie financière du groupe, de plus en plus tournée vers les produits dérivés : dès 1974, Tôei signe un contrat avec Bandai, alors fabricant de jouets, pour créer des jouets *mecha* présents dans la série *Mazinger Z*. Cet acte signe le début d'une nouvelle manière d'exploiter les licences d'anime, centrée sur le *character business*, c'est-à-dire l'exploitation commerciale des personnages de chaque licence. Puis, à partir de 1981, tout le département commercial du groupe Tôei est réorganisé autour de ce business via la production de masse de produits dérivés - peluches, calendriers, jeux, objets du quotidien, figurines. Tôei se lie également avec Nintendo pour créer des jeux dérivés de séries anime comme *Ken le survivant* ou *Dragon Ball*

²¹ DEKONINK Basile, « De Pong aux cryptomonnaies : la saga Atari en cinq dates », *Les Échos*, [En ligne] sur <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/de-pong-aux-cryptomonnaies-la-saga-atari-en-cinq-dates-132917>, mis en ligne le 29/05/2018, consulté le 10/08/2020

²² AUDUREAU William, « La crise du jeu vidéo de 1983 va-t-elle se reproduire avec une indiepocalypse de 2016 ? », *Le Monde Pixels*, [En ligne] sur https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/04/la-crise-du-jeu-video-de-1983-va-t-elle-se-reproduire-avec-un-indiepocalypse-de-2016_4745640_4408996.html, mis en ligne le 02/09/2015, consulté le 04/05/2020

²³ Statista Research Department, « Classement des pays leader du marché mondial du jeu vidéo, par revenu 2019 », *Statista*, [En ligne] sur <https://fr.statista.com/statistiques/658404/pays-leader-industrie-jeux-video-revenu/>, mis en ligne le 29/04/2020, consulté le 10/08/2020

²⁴ GAULENE Mathieu, « Tôei Animation, l'usine à dessins animés », *La Revue des Médias*, [En ligne] sur <https://larevuedesmedias.ina.fr/toei-animation-lusine-dessins-animes>, mis en ligne le 06/02/2019, consulté le 20/06/2020

Z. Ainsi, en 2002, le commerce de produits dérivés représente la première part de chiffre d'affaires du groupe.

Florent Gorges, dans sa quadrilogie de livres *L'Histoire de Nintendo*²⁵, revient sur le passé de Nintendo, qui, là aussi, explique cet héritage centré sur les produits dérivés. En effet, avant d'être une firme célèbre pour ses consoles et jeux vidéo, Nintendo a débuté son activité en 1889 en vendant des *hanafudas*, un jeu de cartes traditionnel japonais. Un département dédié aux jouets est ouvert en 1969, développant l'*Ultra Hand*, une main mécanique, ou encore le *Love Tester* pour jauger la compatibilité amoureuse entre deux individus. Ce n'est qu'en 1970 que Nintendo se tourne vers la production de jeux vidéo, d'abord dédiés aux bornes d'arcade, avant de lancer sa première console, la Famicom, connue mondialement sous le nom de NES, en 1984²⁶.

Parmi ces produits dérivés, on compte d'ores et déjà des éditions limitées qui attirent de nombreux collectionneurs. Il est aussi courant de faire gagner des produits collector uniquement via des jeux-concours ou lors d'événements, comme l'explique Mitsugu Kikai, plus grand collectionneur de produits dérivés Mario au monde, dans un épisode de *Collector's Quest* animé par Florent Gorges²⁷.

De cet attrait pour les produits dérivés et les produits à tirage limité découle donc naturellement le développement d'éditions limitées avec la popularisation des jeux vidéo. Nous pouvons citer la série de jeu *Wave Jack*, sortie sur Famicom en 1986, qui propose une édition limitée basée sur le *media mix*. Ainsi, en plus du jeu physique, on y trouve une cassette audio, un disque et un roman illustré qui enrichissent l'univers du jeu²⁸. Les consoles de jeu elles-mêmes ne sont pas en reste : on compte 11 variantes colorées pour la Nintendo 64, sortie en 1996, certaines en édition ultra-limitée, comme la version Gold accompagnant la sortie de l'extension de la Nintendo 64 DD²⁹.

Néanmoins, nous devons préciser qu'avant les années 2000, ces éditions collector n'étaient pas pensées de la même manière qu'aujourd'hui. En effet, les sorties de coffret avec un packaging collector étaient rares et ce sont bien les produits dérivés qui étaient vendus en édition limitée. Les éditions collector actuelles se sont quant à elles popularisées via des

²⁵ GORGES Florent, *L'histoire de Nintendo volume 3 – 1983-2016, Famicom, Nintendo Entertainment System*, Omaké Books, 14 juin 2018, 244 pages.

²⁶ L'Histoire Nintendo, Nintendo, [En ligne] sur <https://www.nintendo.fr/Societe/L-Histoire-de-Nintendo/L-Histoire-Nintendo-625945.html>

²⁷ Petits Secrets de Playhistoire, Collector's Quest Saison 3 au Japon (Ep. 3) chez Kikai, YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=qoWDaNH1ahU>, mis en ligne le 01/07/2020, consulté le 01/07/2020

²⁸ Ibid. note 24, p. 214

²⁹ Le Conservatoire du jeu, Nintendo 64, [En ligne] sur <http://leconservatoiredujeu.fr/index.php/nintendo-64/#Var>

licences qui se sont exportées mondialement, telles que *Final Fantasy* ou encore *Halo*, sur les marchés asiatiques, américains et européens.

b. L'arrivée en 2000 des premières éditions collector sur les marchés européens et américains

Le début des années 2000 consacre la sixième génération de consoles avec, comme consoles principales, la PlayStation 2 de Sony, la Dreamcast de Sega, la Gamecube de Nintendo et la première console de Microsoft, la Xbox. La PlayStation 2 est clairement dominante avec plus de 155 millions d'unités vendues dans le monde³⁰, la Xbox étant en seconde position avec 24 millions d'unités. Cette période consacre de nombreuses licences toujours actives comme *Call of Duty* (2003), *Devil May Cry* (2001), *Halo* (2001) ou encore *Kingdom Hearts* (2002). Les jeux sur PC ne sont pas en reste avec la sortie de jeux cultes tels que *Diablo II* (2000), *Counter Strike* (2000) ou *Les Sims* (2000).

La popularité mondiale des licences à succès entraîne la sortie des premières éditions collector pensées spécifiquement pour les marchés européens. En effet, pour mieux comprendre les particularités du marché des jeux vidéo, nous devons nous pencher sur le phénomène du zonage des consoles de jeux et des jeux³¹. Ce zonage s'explique par les différents standards de codage analogique de la vidéo couleur : sans rentrer dans les détails, tandis qu'en Europe et en Asie on compte principalement le système PAL, les japonais et les américains sont soumis aux standards NTSC. Pour les jeux vidéo, tout comme les DVD, cette différence de codage a engendré un zonage limité des jeux, ce qui explique qu'un jeu PlayStation 2 importé du Japon ne marche pas sur une console française, sauf si elle a été modifiée. Pour Sony, ce problème disparaît avec la PlayStation 3, dont la majeure partie des jeux sont dézonés, tandis que Nintendo y a renoncé uniquement à partir de la Switch.

Ce phénomène de zonage explique donc la sortie d'éditions différentes entre les marchés japonais et européens, tandis que les américains pouvaient profiter facilement des imports japonais. Il est à noter qu'aujourd'hui encore, les éditions collector ne sont pas nécessairement

³⁰ SIRANI Jordan, « Where Switch, PS4 Rank Among the Best-selling Video Game consoles of all time », « Où se placent la Switch et le PS4 dans les consoles les plus vendues de tous les temps », IGN, [En ligne] sur <https://www.ign.com/articles/2019/10/30/top-15-best-selling-video-game-consoles-of-all-time>, mis en ligne le 30/10/2019, consulté le 11/08/2020

³¹ Moa 53, « PAL et NTSC, explications », Le Guide du collectionneur, [En ligne] sur <https://leguideductionneur.fr/2016/08/15/pal-et-ntsc-explications/>, mis en ligne le 15/08/2016, consulté le 11/08/2020

les mêmes selon les régions du monde, voire les pays, également pour des questions de négociation avec les ayants-droits sur l'exploitation des personnages et des licences.

Les premières éditions collector de jeux console ont des formats très similaires aux éditions collector que l'on retrouve dans le marché des DVD, c'est-à-dire que les jeux sont vendus en pack ou bien avec un second disque qui comporte des bonus vidéo. En 2006, l'éditeur Konami sort par exemple le pack *The Silent Hill Collection*³² qui comporte *Silent Hill 2*, *3* et *4* dans le même boîtier en édition limitée, donc collector. Ces éditions collector sont aussi dédiées à des game designer, comme Fumito Ueda, créateur d'*Ico*³³ et de *Shadow of the Colossus*, qui bénéficient tous deux d'éditions limitées avec un emballage cartonné entourant la boîte de jeu et cinq cartes détaillant des images du jeu. Un peu plus tardivement, en 2007, l'édition *Tomb Raider Anniversary*³⁴ est dévoilée sur PS2 et comprend le jeu, ainsi qu'un CD avec la bande-originale, un CD comprenant la compilation de toutes les bandes-annonce et un documentaire, ainsi que quelques artworks.

Ces éditions collector dédiées aux jeux console sont donc centrées sur l'approfondissement de l'univers du jeu et non sur les produits dérivés ou goodies, bien plus fréquents actuellement. Si ces dernières posent les prémices des éditions actuelles, ce sont bien dans les éditions collector de jeux PC que l'on retrouve déjà un goût pour les grands coffrets et les goodies.

Le site Collector's Edition, créé par un particulier américain qui recense toutes les éditions collector existantes, date le premier coffret collector sous forme de pack à l'année 1995, avec la Premier Edition du jeu *Wing Commander III : The Heart of the Tiger*³⁵ sorti sur PC. Le pack³⁶ se présente sous la forme d'une bobine métallique de film en 35mm contenant le jeu, la notice, un CD de making-of, une VHS avec un documentaire sur les coulisses, un t-shirt, un calendrier mural, la bande-originale du jeu et un roman adapté du jeu. Licence à succès de type space opera, *Wing Commander III* est particulièrement célèbre pour ses séquences en *full motion video* jouées en partie par les acteurs Mark Hamill et Malcolm McDowell, ce qui

³² Silent Hill Collection sur PS2, *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/jeux/playstation-2-ps2/00016015-silent-hill-collection.htm>, mis en ligne le 24/04/2006

³³ Ico Coffret Collector, Rakuten, [En ligne] sur <https://fr.shopping.rakuten.com/offer/buy/7190561/Ico-Coffret-Collector-Jeu-Playstation-2.html>

³⁴ La Rédaction, « Tomb Raider Anniversary : l'édition collector », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/2007/00020885-tomb-raider-anniversary-1-edition-collector.htm>, mis en ligne le 24/05/2007, consulté le 11/08/2020

³⁵ « Wing Commander III : The Heart of the Tiger Premier Edition », *Collector's Edition*, [En ligne] sur <http://collectorsedition.org/game-db/wing-commander-iii-the-heart-of-the-tiger-premier-edition-pc-cd-rom>

³⁶ Voir annexe 2

explique qu'une édition si complète à 100\$ ait été proposée. Par la suite, les coffrets collector sur PC sont de plus en plus fréquents, passant de 2 coffrets collector en 1999 à 4 coffrets en 2000³⁷, contenant toujours des artworks, la bande-originale du jeu et au moins un goodies.

Cette divergence entre les éditions collector sur PC et sur console s'explique par la frilosité des éditeurs japonais à proposer des éditions chères et complètes, par peur de ne pas trouver un marché suffisant. En effet, toutes les éditions collector présentes sur PC jusqu'à 2000 proviennent d'éditeurs américains, principalement Electronic Arts, mais aussi Blizzard ou Take Two Interactive. Ce sont également les éditeurs américains qui popularisent les coffrets collector sur console dès l'arrivée de la septième génération.

c. L'avènement des éditions collector avec la septième génération de consoles

La septième génération de consoles débute en 2005 avec la sortie de la Xbox 360 et est marquée par la sortie de la PlayStation 3, la Nintendo DS, la PSP et la Wii. Chacune de ses consoles possède des éditions collector, mais c'est bien la Xbox 360 de Microsoft qui se spécialise dans ces éditions pour marquer la sortie de ses jeux. Chaque sortie de jeu AAA a été accompagnée de son coffret collector, ce qui a permis à Microsoft de bénéficier d'une grande couverture médiatique.

En 2007, impossible de passer à côté de la sortie d'*Halo 3*, blockbuster du studio Bungie, comme le résume le journaliste Hiro dans son test pour jeuxvideo.com³⁸ : « Les quantités phénoménales de joueurs attendent fébrilement la venue du facteur qui, peut-être, amènera la tant convoitée édition collector précommandée il y a des mois. La grande question est maintenant de savoir si le bébé de Bungie est à la hauteur des monstrueuses attentes qui l'ont accompagné tout au long de sa conception ». *Halo 3* sort en édition standard, en édition limitée et en édition légendaire, dévoilées un an avant la sortie. L'édition limitée³⁹, avec son boîtier steelbook et divers bonus vidéo, est semblable aux éditions que l'on trouve sur la génération précédente. L'édition Légendaire reprend les mêmes bonus, en y ajoutant un second CD bonus sur les coulisses du développement du jeu et une réplique grandeur nature du casque d'armure

³⁷ Carnbee, « Comment sont créés les éditions collector de nos jeux vidéo ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1168656/comment-sont-creees-les-editions-collector-de-nos-jeux-video.htm>, mis en ligne le 19/01/2020, consulté le 04/05/2020

³⁸ Hiro, « Test : Halo 3 », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008010-halo-3-test.htm>, mis en ligne le 26/09/2007, consulté le 13/08/2020

³⁹ « Halo 3 (édition limitée) », Wiki Halo, [En ligne] sur [https://wiki.halo.fr/Halo_3_\(édition_limitée\)](https://wiki.halo.fr/Halo_3_(édition_limitée))

du Master Chief, un personnage emblématique de la saga *Halo*. Une gamme d'accessoires⁴⁰ dédiés à *Halo 3* est également disponible avec 2 manettes, un clavier thématique, un casque audio et deux figurines. Le nombre d'exemplaires de collector n'est pas communiqué, mais, en France, l'édition Légendaire est introuvable dès la sortie et le prix originel de 129€ grimpe à plus de 300€ sur eBay, comme en témoigne un fil de discussion sur le forum du site *Gamekult*⁴¹.

On retrouve, avec cette édition Légendaire, une stratégie de communication autour des jeux AAA encore actuelle : l'annonce des éditions collector très en amont, un budget conséquent consacré à la promotion du jeu et un relai médiatique poussé, dans les magazines et sites dédiés, tout comme à la télévision. Ce schéma va devenir le modèle des sorties des éditions collector, accompagnées de deux autres tendances qui émergent au fil des années : la sortie des éditions spécialement pour Noël et la diversification des objets présents dans les éditions. Cette diversification prend surtout la forme de paris osés, à l'image de la tête parlante que nous avons vu précédemment pour le jeu *Rage 2* ou de l'édition collector Premium de *Resident Evil 6* qui, pour 1000€, inclut les mêmes bonus que l'édition limitée à 200€, ainsi que la veste en cuir du héros Léon⁴².

En parlant de l'année 2007, dans son article « Le modèle économique du jeu vidéo, un colosse en péril », Alain Le Diberder⁴³ résume les mutations économiques du début du jeu vidéo à leur avènement simplement : « d'un marché de pionniers pour geeks technophiles et adolescents, le secteur était passé à un marché de masse, rythmé par les ventes de Noël et la nécessité d'être bien exposé dans les linéaires des grandes surfaces ». En effet, les éditions collector sont au cœur de ce modèle : à la suite du krach de 1983, les éditeurs japonais ont mondialisé la production de produits dérivés dédiés aux licences populaires vidéoludiques. Puis, les éditeurs américains, d'abord sur PC puis sur consoles, ont mis en valeur la sortie de leurs jeux via des coffrets collector, jusqu'à les multiplier pour toucher aujourd'hui le plus large public possible.

Si les éditions collector se multiplient, c'est bien parce que les joueurs sont au rendez-vous, prêts à investir davantage pour développer leur passion. Qu'ils soient collectionneurs ou fans

⁴⁰ Yukishiro, « Une gamme d'accessoires Halo 3 sur X360 », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/une-gamme-d-accessoires-halo-3-sur-x360-60850.html>, mis en ligne le 05/09/2007, consulté le 13/08/2020

⁴¹ Sujet de discussion sur le forum *Gamekult*, « Halo 3 Legendary vendu à 362€ sur eBay », [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/forum/t/halo-3-legendary-edition-vendu-a-362-sur-ebay/164918>

⁴² CHAO Maxime, « Resident Evil 6 : le collector à 1000 euros aussi en France », *JeuxActu*, [En ligne] sur <https://www.jeuxactu.com/resident-evil-6-tous-les-detaills-sur-le-pack-collector-a-1000-83007.htm>, mis en ligne le 11/09/2012, consulté le 13/08/2020

⁴³ LE DIBERDER Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo. Un colosse en péril. », pp. 136 à 143 dans *Hermès* n°62, 2012

d'une licence, les consommateurs d'éditions collector forment une communauté large et active, liée par divers usages : ce sont par ces usages que le terme collector prend tout son sens.

3. Une requalification de l'édition collector par les usages des consommateurs

Dans son article *Possessions and the extended self*⁴⁴, Russell Belk cite Beckham et Brooks, deux chercheurs qui ont travaillé sur le phénomène de collection au sein des universités américaines. Ces derniers constatent que les fabricants d'objets de collection ont deux approches diverses pour attirer les collectionneurs : promouvoir directement le produit en question en mettant en avant sa valeur affective ou tout simplement créer des objets directement dédiés aux collectionneurs, comme les goodies. Comme le résume Pascale Ezan⁴⁵ dans la revue *Management & Avenir*, « ils leur laissent ensuite le soin de s'emparer des objets pour en faire des systèmes de significations qu'ils partagent avec d'autres passionnés ».

Plus tôt, nous avons rapidement présenté les trois cibles auxquelles s'adressent les éditions collector : les fans d'un jeu ou d'une licence, les joueurs curieux qui souhaitent déboursier un peu plus pour acquérir une édition plus complète et les collectionneurs à la recherche de beaux objets. Avant d'aller plus loin dans notre pensée, revenons plus en détail sur ces trois profils de consommateurs, plus complexes que les seules notions de *geek*, *nerd* ou *gamers*, en se concentrant sur l'exemple français.

Chaque année, le SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) publie un bilan⁴⁶ des chiffres du secteur et du profil des joueurs : en 2019, 71% des Français jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement, dont 96% des enfants et 69% des adultes. 49% des Français, composés à égalité d'hommes et femmes, jouent régulièrement, soit plus d'une fois par semaine, avec une moyenne d'âge de 40 ans. Parmi les supports utilisés pour jouer, le smartphone est majoritaire à 53%, suivi de l'ordinateur à 50% et des consoles de jeux à 46%. Concernant leur comportement d'achat, 58% des joueurs préfèrent acheter en magasin plutôt que sur internet et 76% des Français préfèrent une version physique d'un jeu à une version digitale.

⁴⁴ BELK Russell W., « Possessions and the Extended Self », *Journal of Consumer Research*, Volume 15, pp 139 à 168, Septembre 1988, [En ligne] sur <https://academic.oup.com/jcr/article/15/2/139/1841428>, consulté le 14/08/2020

⁴⁵ EZAN Pascale, « Le phénomène de collection : une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation », *Management & Avenir* n°6, Avril 2005, pp. 46 à 62, [En ligne] sur <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-4-page-49.htm>, consulté le 05/06/2020

⁴⁶ *L'Essentiel du jeu vidéo*, édition 2019, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, [En ligne] sur https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/sell_essentiel_du_jeu_video-oct2019.pdf

Cette prédilection pour le support physique et ces données sont suffisantes pour expliquer le succès que peuvent avoir les éditions collector pour un joueur curieux avec un pouvoir d'achat suffisant pour acquérir une édition plus complète. En cumulant des bonus intéressants, une édition plus esthétique et parfois même une économie d'argent concernant les extensions futures, les collectors bénéficient d'avantages clairs, représentant parfois une simple différence de 10€ à 20€ sur un jeu standard à 60€ voire 70€ au prix fort.

Les fans font partie des joueurs réguliers et peuvent être attachés à un éditeur, un game designer, une marque ou une série de jeux. Nous reprenons la définition du terme d'Henry Jenkins dans son ouvrage *Fans, Bloggers & Gamers Essay on Participatory Culture*. Sa définition s'oppose à celle de Pierre Bourdieu qui perçoit le fan comme un être capable de distance esthétique, une définition centrée sur les arts classiques que Jenkins réfute⁴⁷ en expliquant « qu'il s'agit de prendre le contrôle sur l'œuvre en la rapprochant de soi et en l'intégrant à sa manière d'être ». En effet, le fan s'approprie des éléments du jeu et montre son attachement et son appartenance à la communauté de fans en collectant des objets qui se rapportent à l'univers qu'il apprécie. Les fans sont particulièrement présents sur les forums, les réseaux sociaux et soucieux de la communication des éditeurs de jeux vidéo.

Quant aux collectionneurs, difficile de résumer en une simple phrase tous les aspects d'une pratique si personnelle, liée à l'accumulation d'objets, au goût personnel de ce qu'est un bel objet, mais aussi à un désir de réunir en un lieu les artefacts gravitant autour d'un domaine. Nous reviendrons sur tous ces aspects par la suite, et c'est donc la définition donnée par Olivier Bonfait⁴⁸ pour *L'Encyclopedia Universalis* que nous choisissons pour illustrer cette partie : « la collection n'est pas simplement le lieu profane où un acheteur rassemble, selon ses propres désirs, des œuvres achevées. Par les regards et les lectures qu'elle suscite, elle donne une nouvelle vie à l'objet et constitue [...] une des composantes fondamentales de la réception d'une œuvre ou d'un artiste ». Si la définition pense la collection dans le domaine des œuvres peintes, il nous semble que pour les éditions collector également, leur vie ne fait que commencer à leur achat et ce n'est qu'à ce moment qu'ils passent de collector à objets de collection.

Ainsi, lorsque nous parlons des usages des consommateurs, ils sont beaucoup plus fréquents chez les fans et les collectionneurs, dont l'essence de leur passion explique un

⁴⁷ JENKINS Henry, *Fans, Bloggers & Gamers Essay on Participatory Culture*, NUY Press, Septembre 2006, citation issue de la page 28 avec sa traduction : « it's about having control and mastery over art by pulling it close and integrating it into your sense of self »

⁴⁸ BONFAIT Olivier, « Collectionnisme », *Encyclopedia Universalis*, [En ligne] sur <http://www.universalis-edu.com/accesdistant.sorbonne-universite.fr/encyclopedie/collectionnisme/>

engagement plus poussé en ligne. Il nous semble également important de préciser que, si hommes et femmes sont représentés à part égale en tant que joueurs, alors même qu'elles ne représentaient que 10% des joueurs en 1990, les femmes sont en réalité sous-représentées dans les milieux plus cloisonnés des fans et des collectionneurs⁴⁹. Le jeu vidéo s'est lui-même construit autour de valeurs masculines et, que ce soit dans le milieu professionnel du jeu vidéo, où elles ne constituent que 14% des employés des studios en France en 2019, ou encore dans des domaines spécialisés comme l'e-sport, les femmes sont bien plus discrètes. Nous ne pouvons revenir sur les causes de cette construction sociale dans le cadre de ce sujet, mais cet état des choses s'est confirmé lors de nos incursions dans les communautés dédiées aux éditions collector.

Pour une typologie claire des divers types de pratiques d'appropriation des éditions collector, nous les divisons en deux volets : les pratiques liées à l'achat et l'exposition de la collection puis les pratiques communautaires.

a. Les pratiques de collection et d'exposition

L'achat d'un jeu ou d'une édition collector permet d'ores et déjà de distinguer certaines préférences. La première d'entre elle est l'achat de non pas un, mais deux exemplaires de l'édition avec l'édition standard du jeu qui est déballée et sert à jouer, tandis que l'édition collector est réservée à l'exposition. Le collectionneur Mathieu Chapuy explique⁵⁰ : « pour moi posséder l'objet est essentiel, quitte à ce que ce soit juste pour le poser sur une étagère et me contenter de le regarder. D'ailleurs, pour pallier ce problème, j'achète aussi l'édition simple sur Wii U comme ça je peux également jouer sans avoir à me préoccuper de le rayer ou non ». Pour certains, c'est une édition trouvée d'occasion qui sert à jouer, tandis que l'édition neuve est préservée pour la collection.

Une seconde pratique, elle réservée aux collectionneurs, est désignée pour le nom de *fullset*. Il s'agit de collectionneurs qui souhaitent posséder tous les jeux sortis sur une plateforme ou par un éditeur, que ce soient les éditions standards ou limitées, ainsi que, parfois, leurs variantes selon chaque pays. L'achat n'est donc pas nécessairement motivé par une envie de découvrir le jeu mais bien par la complétion de la collection.

⁴⁹ Tiraxa, « Joueurs, joueuses : quelle est la différence ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1116022/joueurs-joueuses-quelle-est-la-difference.htm>, mis en ligne le 11/11/2019, consulté le 03/06/2020

⁵⁰ Voir annexe 4

Parmi les collectionneurs que nous avons interrogés, 4 sont dans ce cas, 2 étant fullseteur Wii U, l'un spécialisé Xbox et le dernier, Momo Brinks⁵¹, fullseteur PS3 : « Les collectors qui m'ont marqué sont sur PS3, après m'être rendu compte que j'avais beaucoup de jeu, 300 ou 400, je me suis lancé dans le fullset ps3 et par la même occasion les collectors, même si j'avais l'édition du jeu simple, il me fallait le collector, tous les collectors... [...] Le fullset PS3 représente environ 1125 jeux sans compter les variantes, en version Europe uniquement ». Certaines licences comptent de nombreux adeptes du *fullset*, notamment *The Legend of Zelda*, licence culte de Nintendo aux multiples éditions collector et produits dérivés.

Si, pour les consoles, le fullset a un but muséal, c'est-à-dire de regrouper dans un même endroit tous les jeux sortis sur une plateforme, pour les licences, la raison est plus personnelle. Alexis Bross, dans son article « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable »⁵² pour *Gamekult*, interroge Olivia, fullseteuse Zelda, sur la naissance de sa passion pour la saga : « Mon frère y jouait, je l'ai vu jouer toute petite. Le premier jeu qu'il m'a offert était un *Zelda*. Puis en 2011, j'ai touché ma première paye et j'ai voulu me faire plaisir. Je me suis tournée vers une Nintendo 3DS. À ce moment-là, il y avait un bundle *Zelda Ocarina of Time 3D* et je suis tombée amoureuse de cette console. J'ai voulu continuer, continuer à ressentir ça en possédant un *Zelda*. C'est parti de là et ça ne s'est pas arrêté au final ». Elle explique plus loin acheter des éditions d'occasion, sauf pour les éditions collector auquel cas elle privilégie les achats neuf.

Suite à ces diverses pratiques d'achat suivent les pratiques d'exposition pour mettre en valeur sa collection et ses pièces maîtresses. Plus qu'un aspect esthétique, la réflexion sur l'exposition est liée à un réel enjeu de préservation car les boîtiers en plastique, par exemple, résistent mal à la lumière, à l'humidité ou tout simplement à la fumée de cigarette qui les jaunit. Le collectionneur Christophe Gokudo, qui habite à la Réunion, nous explique que l'humidité de son environnement provoque un phénomène de rouille sur ses steelbooks. Quant à la préservation des jeux en général, il explique⁵³ : « Les boîtes sunfade sous l'effet des UVs naturels ou non, il faut les ranger dans des armoires, placards ou rayonnages fermés. Il existe sinon des films anti UV à mettre sur les vitrines ou des boîtes d'exposition anti-UV, on peut aussi mettre ses stores occultants, mais rien ne remplace à 100 % des portes fermées ». Ainsi,

⁵¹ Voir annexe 7

⁵² BROSS Alexis, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/collectionner-des-jeux-video-plaisir-coupable-univers-impitoyable-172209.html>, mis en ligne le 12/01/2017, consulté le 04/06/2020

⁵³ Voir annexe 10

de nombreux collectionneurs, lorsqu'ils ont une place suffisante, aiment dédier une pièce entière à leur collection, pour pouvoir adapter la luminosité et la température aux besoins des jeux. Pit56⁵⁴, l'un des plus gros collectionneurs de France, montre notamment dans une vidéo de sa collection les différentes LED et températures de lumière qu'il adapte selon les pièces de collection qui doivent être éclairées.

Les collections sont généralement mises sous vitrine, au moins pour les pièces les plus rares, et peuvent être rangées par éditeur ou par licence, avec toutes les pièces correspondant à un même univers ensemble. Dans l'article de *Gamekult*⁵⁵, le collectionneuse Charly rapporte avoir changé plusieurs fois le classement de sa collection dans la même année, en mettant trois jeux en avant face visible sur chaque étagère pour avoir l'impression « de mieux profiter de l'objet en lui-même ». Le regroupement de la collection par licence permet également d'y ajouter les objets et figurines qui sont liés, pour créer un autel dédié.

b. Les pratiques communautaires

Tous les collectionneurs que nous avons interrogés entretiennent des relations quotidiennes avec d'autres collectionneurs, qu'ils rencontrent lors de salons, brocantes ou sur les forums et plateformes communautaires dédiées. Nous sommes d'ailleurs entrés en contact avec ces collectionneurs via des forums, que ce soit Limited Edition⁵⁶, avec plus de 3000 membres, ou Gamopat⁵⁷, qui compte plus de 13 000 membres enregistrés.

En effet, dans des domaines si précis, il est parfois difficile de partager sa passion avec son entourage. Dans son entretien avec *Gamekult*⁵⁸, la collectionneuse Charly explique ainsi, à propos de sa collection, qu'elle « ne la montre pas, mes potes IRL ne sont pas passionnés de jeux vidéo. Je cache le fait de collectionner, ils ne savent pas que j'ai une chaîne YouTube, j'ai peur des *a priori* sur moi. Je n'en parle pas à ma famille non plus, j'ai peur qu'ils se disent que j'achète encore des jeux vidéo, que je suis encore un adolescent ». C'est donc en ligne, sur les forums, les chaînes YouTube dédiées et les groupes Facebook, que les collectionneurs partagent leur passion commune.

⁵⁴ Backintoys TV, « Je viens chez toi #10 + grande collection Nintendo de France ? », YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=8jJsotJU6es>, mis en ligne le 18/08/2017

⁵⁵ Ibid. note 51

⁵⁶ Forum Edition Limited, [En ligne] sur <http://www.edition-limited.net>

⁵⁷ Forum Gamopat, [En ligne] sur <https://www.gamopat-forum.com>

⁵⁸ Ibid. note 51

Le forum Gamopat, plus grand forum francophone dédié, utilise tout un lexique inspiré de la maladie dont les membres sont des patients, atteints de « polyarthrite 128 bits », « switchoïde aigüe » ou du « syndrome portatif », selon les catégories de plateformes sur lesquels ils collectionnent. Ce processus est lié au stigmatisme théorisé par Goffman⁵⁹, que l'on peut qualifier comme une marque qui nous fait dévier de la norme et dont les membres de Gamopat se jouent via une réappropriation. Le forum se divise en plusieurs catégories : l'intendance, qui correspond à la présentation des membres et à leurs actus; les pathologies vidéoludiques regroupées par plateformes de jeux, pour s'échanger bons plans, actus et infos; la brocante, pour acheter, vendre ou échanger des jeux; les collectionneurs fous, un espace qui sert à présenter sa collection, à partager les bonnes affaires trouvées sur le net ou encore à estimer la valeur d'un jeu; les docteurs spécialisés, ici pour des questions spécifiques à du matériel, des logiciels ou des licences de jeu et enfin les annexes, pour parler d'autres sujets culturels ou de sports.

Nous entrerons plus en détail dans certaines de ces catégories par la suite, essentielles pour comprendre tout l'écosystème de la collection et des éditions collector. Elles permettent néanmoins d'ores et déjà de voir un panorama des divers sujets d'échanges et d'interactions qu'ont les collectionneurs entre eux.

Concernant les pratiques communautaires plus ouvertes au grand public, elles sont avant tout populaires sur YouTube. La plus célèbre est certainement celle de l'unboxing, une pratique qui consiste à se filmer en train de déballer un objet, souvent une édition collector de jeu ou une figurine. Parmi les chaînes les plus célèbres en France, on compte aussi bien des vidéos unboxing de médias comme *JeuxActu* ou *Jeuxvideo.com* que des influenceurs comme Benzaie avec sa série de vidéo *Hardcorner*.

La chaîne TheRelaxingEnd⁶⁰, spécialisée en unboxing avec 6,1 millions d'abonnés, met particulièrement en avant la dimension prestigieuse des éditions rares qu'il déballe. Cet influenceur, qui ne dévoile pas son visage, reçoit des éditions collector de la part des éditeurs, ainsi que des éditions presse très limitées et inaccessibles au grand public. Les vidéos ne contiennent pas de voix, uniquement du texte et le bruit des mains qui touchent les objets, elles sont très cérémonielles : sur un fond blanc, on ne voit que les mains gantées, en blanc également, et l'édition dans son carton de livraison. Il ouvre ce carton avec un sabre puis

⁵⁹ GOFFMAN Erving, *Stigmatisme. Les usages sociaux des handicaps*, Éditions de Minuit, 1975, 176 pages.

⁶⁰ TheRelaxingEnd, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/c/TheRelaxingEnd/videos>

présente chaque élément un à un, avec des plans serrés mettant en valeur tous les détails de chaque objet, allant du plus petit objet au plus attendu.

L'unboxing est intéressant à la fois en ce qu'il permet d'en savoir plus sur une édition collector et la qualité de ses éléments avant de l'acheter et en tant que relai médiatique pour les éditeurs, qui envoient ces éditions en avance aux médias et influenceurs, afin de motiver l'achat ou la précommande auprès de leur audience.

Enfin, on retrouve de nombreuses vidéos de présentation de collection, que ce soit la série *Je viens chez toi de Backintoys TV*⁶¹, avec 58 000 abonnés, ou encore la série *Collector's Quest* de Florent Gorges, sur la chaîne *Petits Secrets de Playhistoire*⁶² avec 14 000 abonnés. Ces deux chaînes proposent de plonger dans le quotidien des collectionneurs, la première avec des vidéos de plus d'une heure, pour parler des pièces de collection, d'anecdotes marquantes et voir les pièces maîtresses, la seconde chaîne de manière plus concise, avec des vidéos d'environ 15 minutes. *Collector's Quest* se divise en trois saisons de vidéo, les deux premières sur les collectionneurs d'Europe et la troisième, actuellement en cours, dédiée aux collectionneurs japonais. Ces formats intéressent aussi bien les collectionneurs que les fans, puisque de nombreuses collections sont centrées sur des plateformes ou des licences précises.

Comme nous l'avons vu tout au long de cette partie, le terme collector couvre un champ d'objets large dont les caractéristiques communes sont restreintes. En suivant la courbe de popularité du médium vidéoludique à travers le monde, les éditions collector, d'abord conçues pour les fans et les initiés, se sont progressivement démocratisées et sont désormais conçues également pour le grand public. Cette démocratisation a mené à une remise en cause de leur pertinence, et principalement de leur appellation qui est liée directement à l'idée d'objet de collection. En listant les divers usages des consommateurs, nous pouvons confirmer que c'est par ce biais qu'une édition collector légitime son appellation, puisqu'elle devient, de simple objet étiqueté collector dans un rayonnage, un objet de collection exposé en vitrine chez un particulier.

⁶¹ Backintoys TV, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/user/BackintoysTV>

⁶² Petits Secrets de Playhistoire, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/channel/UCE9rkLHnMiAeKWzV0XNGkA>

Réinterroger la notion de collector nous a permis de comprendre à quel point le secteur du jeu vidéo est en point de bascule entre sa digitalisation croissante et son attachement historique à l'objet physique. Malgré cet attachement, les dernières annonces de consoles entièrement digitalisées ont confirmé que les éditeurs croient davantage en un système dématérialisé. Le modèle pourrait alors être celui de Nintendo, calqué sur le modèle historique japonais, à savoir de ne plus se concentrer sur des éditions collector mais plutôt des produits dérivés vendus à part.

II. Les éditions collector : un désir de prestige pour une pratique d'initiés ?

Face au contexte de digitalisation actuel, il semble que la pratique des collectionneurs d'éditions collector reste une pratique d'initiés, voire une pratique élitiste, que l'on peut assimiler à un acte de résistance pour le marché physique. Nous avons vu que la collection est régie par certaines pratiques communautaires et possède ses propres lieux de sociabilité, principalement en ligne. Plus qu'une simple observation de leurs pratiques, nous avons souhaité interroger les collectionneurs pour mieux comprendre le sentiment de communauté qui les unit, tout comme leur perception du futur du marché physique et de leur propre passion.

Tout d'abord, nous verrons que cette mobilisation en faveur du support physique ne concerne pas que les éditions collector de jeux vidéo, mais bien tous les secteurs culturels touchés par une digitalisation croissante. Nous essayerons ensuite de comprendre ce qui distingue les fans des collectionneurs et les codes qui régissent la communauté des collectionneurs, ainsi que les divers groupes qui la forment. Enfin, nous explorerons l'écosystème marchand qui gravite autour de la collection, un loisir très orienté sur la vente, la revente, les échanges et la spéculation.

1. Une résistance du support physique à édition limitée, dans la même veine que d'autres produits de l'industrie culturelle, face à un essor de la digitalisation

Nous l'avons vu, le secteur du jeu vidéo est en pleine mutation vers une digitalisation grandissante. Pour les éditeurs, cette digitalisation implique une baisse globale des coûts de production ainsi qu'une distribution des jeux sans intermédiaire. Quant aux collectionneurs que nous avons interrogés, ils partagent tous un constat amer et pessimiste sur le futur du marché physique. En effet, le défi semble complexe : le futur des éditions collector se dessine-t-il aussi en digital ?

Comme nous allons le voir, le constat est partagé dans la plupart des secteurs culturels, eux aussi fortement impactés par la mutation des pratiques. Pourtant, que ce soit pour les amateurs de Blu-ray, de vinyles ou d'éditions collector, on remarque qu'une résistance se met en place, avec de fortes revendications et une mobilisation marquée sur les réseaux sociaux.

Pour avoir un panorama complet de l'essor de la digitalisation dans l'industrie culturelle, revenons sur les derniers chiffres du marché français.

Dans le domaine de la vidéo, le bilan 2019 du CNC⁶³ présente les chiffres de vente physique et dématérialisée : la vidéo à la demande représente 72% des parts de marché pour un chiffre d'affaires de 1 053 millions d'euros, tandis que les ventes physiques, qui représentaient 706 millions d'euros de chiffres d'affaires en 2015, n'en représentent plus que 406 millions d'euros. Parmi les ventes physiques, le Blu-ray, une édition en meilleure définition vendue à un prix plus élevé, représente un peu moins d'un tiers des ventes.

Le constat est similaire pour le marché musical, dont le Syndicat National de l'édition phonographique (SNEP) a publié un bilan⁶⁴ du marché en 2018. Là aussi, l'exploitation digitale de la musique représente 335 millions d'euros face à 256 millions d'euros pour le marché physique. On note cependant que le vinyle représente près d'un cinquième des revenus physiques, avec des ventes qui ont quintuplé depuis 2013 pour atteindre plus de 4 millions d'exemplaires vendus en 2018.

Seul le marché du livre ne suit pas la tendance, puisque selon le rapport du Syndicat national des éditeurs⁶⁵ 2018-2019, les ventes numériques ne constituent que 8,4% du chiffre d'affaires total des éditeurs.

La situation la plus inquiétante est celle des éditeurs vidéo, qui se sont mobilisés médiatiquement en juin 2020 pour alerter les autorités et demander la création d'un budget spécifique pour la sauvegarde de leurs métiers avec l'appel des 70⁶⁶, accompagné d'une pétition. Ils y exposent leur situation financière précaire, tout en listant les atouts de l'édition physique, dont deux des points sont également valables pour les éditions collector de jeux vidéo : « proposer de beaux objets, durables, transmissibles et qui répondent à une envie unique, à l'opposé de la culture au débit » et proposer des « suppléments qui offrent une place unique à des documents rares permettant d'approfondir la découverte d'une œuvre ».

Dans le domaine du jeu vidéo, la notion de propriété est également questionnée. En effet, tandis que l'achat d'une cartouche ou d'un disque de jeu garantit un accès illimité au jeu, certains jeux dématérialisés, lorsqu'ils n'ont plus assez de joueurs, ferment leur serveur et

⁶³ CNC, Les principaux chiffres du cinéma, édition 2019, [En ligne] sur <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/CNC-chiffres-cles-2019.pdf/8b5e4f0f-0abf-a73b-9edd-3960e8f0b85b>

⁶⁴ Syndicat National de l'Édition Phonographique, Bilan 2018 du marché de la musique enregistrée, [En ligne] sur <http://snepmusique.com/actualites-du-snep/bilan-2018-du-marche-de-la-musique-enregistree/>, mis en ligne le 14/03/2019, consulté le 15/08/2020

⁶⁵ Syndicat National des Éditeurs, Les Chiffres de l'édition 2018-2019, [En ligne] sur https://www.sne.fr/app/uploads/2019/06/RS19_Synthese_Web01_VDEF.pdf

⁶⁶ L'Appel des 70, « Pour un avenir de l'édition vidéo physique », Change.org, [En ligne] sur <https://www.change.org/p/ministère-de-la-culture-pour-un-avenir-de-l-édition-vidéo-physique>

suppriment le jeu du catalogue. Plusieurs joueurs sur Twitter racontent en avoir fait les frais, comme Mikko⁶⁷, qui a acheté *Tetris Premium* en dématérialisé, puis a reçu un message d'Electronic Arts expliquant que le jeu sera supprimé de la plateforme le 21 avril 2020. Même problème pour l'utilisateur Erty⁶⁸, lorsqu'il télécharge à nouveau *Dezaemon Plus!*, acheté en dématérialisé sur PlayStation 3, un message d'erreur lui indique que le jeu a été supprimé du serveur.

a. Quel futur pour le marché des éditions collector ?

David Braben, fondateur du studio de jeu vidéo Frontier Developments, affirme la fin prochaine du marché physique dans une interview donnée à Games Industry⁶⁹ le 28 mai 2020 : « Nous avons vu une accélération dans la transition entre physique et digital. C'est une bonne chose. Plus que deux ou trois ans avant que le marché physique s'efface plus ou moins, et [la pandémie] a accéléré cette échéance ».

Pour mieux comprendre ce basculement de modèle, revenons sur l'article d'Alain Le Diberder⁷⁰, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril », qui voit l'année 2007 comme le catalyseur des bouleversements à venir. Avant 2007, le modèle est celui du "hit AAA", calqué sur les studios de cinéma, c'est-à-dire une économie du risque centrée sur les plus gros éditeurs, qui font le pari que le succès d'un de leurs gros titres de l'année suffira à rembourser les autres jeux sortis. De plus, Alain Le Diberder ajoute que les marges demandées par les magasins sont fortes, et les créateurs de jeux peu rémunérés : le marché est donc centré sur ses seules licences porteuses, ainsi que sur les éditeurs ayant assez de moyens pour financer des jeux AAA dont les coûts augmentent à chaque génération de console. L'auteur dénombre ensuite quatre pistes pour expliquer la mutation du marché dès 2007.

Tout d'abord, les coûts de production ne font qu'augmenter et les premiers AAA non rentables apparaissent malgré plusieurs millions d'exemplaires vendus, comme les adaptations de *Matrix* sur Atari. Le budget dédié à la promotion n'est lui aussi plus maîtrisé et chaque

⁶⁷ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/mikko/status/1220324038712741888?s=20>, mis en ligne le 23/01/2020

⁶⁸ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/schmittexx/status/1278299186090381313?s=20>, mis en ligne le 1/07/2020

⁶⁹ BATCHELOR James, « David Braben : Physical Games will go away in two or three years », *GamesIndustry.biz*, [En ligne] sur <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-05-28-david-braben-physical-games-will-go-away-in-two-to-three-years>, mis en ligne le 28/05/2020, consulté le 17/08/2020, traduction : « *We've seen an acceleration in the transition from physical to digital," he said. "That is a good thing. It's probably two to three years before physical more or less goes away, and it's probably accelerated that timescale a bit* »

⁷⁰ LE DIBERDER Alain, «Le modèle économique des jeux vidéo. Un colosse en péril.», pp. 136 à 143 dans *Hermès* n°62, 2012

éditeur le fait grimper, provoquant une escalade des coûts pour que chaque licence se différencie de la concurrence.

La seconde raison est une suite logique du modèle dominant, à savoir l'appauvrissement créatif et le manque de renouvellement des jeux AAA. Pour la première fois, en 2008, le classement des 10 meilleures ventes hebdomadaires est uniquement occupé par des suites de licences préexistantes.

Le bât blesse également du côté des performances matérielles : si chaque nouvelle génération de console représentait auparavant un réel bon graphique et qualitatif, les progrès de la Xbox 360 et de la PlayStation 3 sont moins flagrants, ce qui a notamment freiné le phénomène de rachat d'un jeu sur chaque génération de console, pour bénéficier de meilleurs graphismes.

Enfin, le quatrième point de tension réside dans la difficulté du secteur à maîtriser sa distribution et sa dépendance au bon-vouloir des grandes surfaces ou des chaînes spécialisées, qui demandaient une marge élevée et ne souhaitaient pas prendre de risques, en ne vendant que les jeux dont le succès commercial était certain.

Suite à cette crise du modèle dominant, Alain Le Diberder observe qu'une multitude de schémas sont possibles, mais que « la boîte de jeu, et sa filière de distribution, deviennent minoritaires ». Le futur du marché s'écrit d'ores et déjà en digital, ce qu'il confirme en listant les catégories de nouveaux secteurs sur le marché : les jeux casual, distribués physiquement ; les jeux en ligne multijoueur, souvent dématérialisé ; les jeux sur mobile ; les services de jeu vidéo en ligne par abonnement puis les boutiques en ligne qui ne vendent que des titres dématérialisés. Il ajoute que l'une des caractéristiques de ce modèle multipolaire est le « rôle négligeable des réseaux de distribution physique, et partant une profonde refonte des modes de promotion ».

Les pistes développées dans cet article écrit en 2012 se sont pour la plupart confirmées, mais l'on remarque que le marché physique, hormis pour les jeux sur PC, n'est toujours pas un acteur négligeable. Dans un fil Twitter⁷¹ dédié, Hugues Ouvrard, ancien directeur de la filiale française d'Xbox, revient sur le rapport de prix des jeux entre le support physique et digital, donnant en même temps quelques éléments de réponse quant à la résistance du marché physique. Il explique le choix du juste prix d'un jeu neuf à 70€ comme un prix qui permet de rémunérer tous les acteurs de la filière, en y incluant une marge pour le distributeur d'environ

⁷¹ Fil Twitter d'Hugues Ouvrard, publié le 28/05/2020, [En ligne] sur <https://threadreaderapp.com/thread/1266038885081022466.html>

25€. Lorsque le modèle s'est tourné vers le dématérialisé, il aurait été logique de retrouver un prix hors marge, or le prix a été uniformisé, lui aussi, à 70€. Cela a permis de garantir une rémunération juste et une protection des distributeurs physique, donc une sauvegarde du marché. Bien sûr, face aux dernières mutations du modèle économique, et notamment la mise en service du Xbox Game Pass, qui permet d'accéder à plus d'une centaine de jeux pour 4€ par mois, le constat futur reste le même : « comme pour le disque, un modèle physique subsistera, mais il sera plutôt très minoritaire et dédié aux collectionneurs ».

Ces pistes de réflexion sur les mutations économiques du secteur du jeu vidéo expliquent la croyance de David Braben en un modèle totalement dématérialisé. Pour les éditions collector, dont l'essence même semble physique, quel modèle est imaginable ?

Les éditeurs ont déjà apporté des éléments de réponse, en proposant des éditions collector sans jeu ou avec un code de téléchargement inclus. A l'E3 2015⁷², grand salon international des jeux vidéo qui se tient annuellement à Los Angeles, Microsoft en dévoile plus sur le jeu *Halo 5* et ses éditions collector, ainsi que leur contenu. Deux versions sont proposées : l'édition limitée, à 100€, comprend le jeu dans un steelbook, une figurine en métal, une série animée, quelques dossiers pour étoffer l'univers du jeu et du contenu téléchargeable ; l'édition collector, à 250€, comprend les mêmes éléments et y ajoute une statue du Master Chief et Jameson Locke, deux personnages emblématiques, tout en proposant le jeu dans son steelbook, uniquement avec un code de téléchargement. Cette annonce a suscité une incompréhension de la part des joueurs, deux d'entre eux expliquant dans les commentaires de l'article de Jeuxvideo.com qu'ils préfèrent se limiter à la première édition, pour avoir le disque de jeu. Face à ce tollé généralisé, Microsoft a rétrogradé un mois plus tard⁷³, en proposant aux joueurs acquéreurs de l'édition Collector d'aller en magasin et d'échanger leur code de téléchargement contre une copie physique. Le 19 août 2020, Ubisoft a modifié la composition de ses éditions collector de *Far Cry 6* et *Assassin's Creed Valhalla*, supprimant la version physique du jeu pour le marché européen, uniquement sur Xbox. La nouvelle a rapidement été relayée sur Twitter et sur les

⁷² Epyon, « E3 2015 : Le contenu des éditions limitées et collector d'Halo 5 : Guardians dévoilé », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/430060/e3-2015-le-contenu-des-editions-limitees-et-collector-de-halo-5-guardians-devoile.htm>, mis en ligne le 17/06/2015, consulté le 19/08/2020

⁷³ Mc WHERTOR Michael, « Halo 5 collector's edition buyers can exchange their digital code for a disc, 343 confirms », *Polygon*, [En ligne] sur <https://www.polygon.com/2015/7/17/8996889/halo-5-guardians-collectors-edition-physical-disc>, mis en ligne le 17/07/2015, consulté le 19/08/2020

médias spécialisés, provoquant là aussi le mécontentement des joueurs en commentaires⁷⁴, preuve que cette pratique n'est toujours pas rentrée dans les habitudes de consommation.

De plus, comme le souligne Christophe Gokudo⁷⁵, l'un des collectionneurs que nous avons interrogés, la question de la propriété reste la même si le disque n'est pas inclus : « peut-être qu'il y aura encore des collectors mais avec code, et pour la sauvegarde culturelle ou même pour y accéder, quand les serveurs seront fermés ou que les jeux seront retirés des plateformes, on ne peut rien récupérer ». Comme nous allons le voir, les collectionneurs luttent donc pour la sauvegarde des éditions collector et des jeux en support physique en se mobilisant en ligne.

b. Une mobilisation en ligne pour soutenir l'édition physique

La mobilisation des joueurs et des collectionneurs pour le support physique passe en partie par Twitter, plateforme la plus pertinente pour faire réagir à grande échelle, puisqu'elle permet de mentionner directement les éditeurs, les journalistes et de rallier toute la communauté autour d'un objectif commun. En France, le mouvement se rallie principalement sous le #PhysicalResistance, popularisé par l'utilisateur Joueur énervé.

Cet hashtag rassemble une communauté de joueurs attachés au support physique, qui se partagent des photos de leur collection, leurs derniers achats ou des réactions vis-à-vis des annonces des éditeurs. L'annonce du collector *Assassin's Creed Valhalla* sans jeu physique a notamment fait réagir quelques joueurs déçus, comme FabienGame⁷⁶ qui y voit le futur de l'édition collector se dessiner. Le 24 mars 2020, quelques jours après le début du confinement en France, de la même manière que Netflix, PlayStation doit réduire le débit internet utilisé par le PlayStation Network qui permet de jouer en multijoueur. Joueur énervé⁷⁷ y réagit immédiatement : « Soyez solidaire en cette période difficile. Ne téléchargez rien et privilégiez vos jeux physiques ! #PhysicalResistance ». Le support physique devient ici argument écologique, puisque les jeux physiques ne demandent pour la plupart ni téléchargement, ni multijoueur, donc aucune connexion internet. Il est repris par plus de 40 likes et 7 retweets.

⁷⁴ « Europe : disparition des boîtes Xbox pour les collectors d'Assassin's Creed Valhalla et Far Cry 6 », *Gamekyo*, [En ligne] sur http://www.gamekyo.com/newsfr78015_europe-disparition-des-boites-xbox-pour-les-collectors-d-assassin-s-creed-valhalla-et-far-cry-6.html, mis en ligne le 19/08/2020, consulté le 19/08/2020

⁷⁵ Voir annexe 10

⁷⁶ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/FabienGame/status/1298158396756156417?s=20>, mis en ligne le 25/08/2020

⁷⁷ Tweet disponible [En ligne] sur https://twitter.com/Joueur_enerve/status/1242527086713200646?s=20, mis en ligne le 24/04/2020

On remarque cependant que l'hashtag n'est pas utilisé directement en commentaire sur les posts des éditeurs, mais plutôt pour réagir à une annonce en retweetant. Il s'agit davantage d'un signe de ralliement entre collectionneurs et joueurs qui sont attachés aux mêmes valeurs et résistent au marché dématérialisé à leur échelle, plutôt qu'une réelle mobilisation réfléchie et ciblée.

Le 8 juin 2020, le site d'actualité Jeuxvideo.com demande à ses abonnés sur Twitter⁷⁸ : « A votre avis, les jeux physiques vont-ils disparaître un jour ? Êtes-vous favorable au dématérialisé ? ». Le post fait réagir, provoquant plus de 59 retweets et 327 commentaires. L'écrasante majorité des commentaires est favorable au marché physique et craint pour sa suppression, mais il ne s'agit que de commentaires individuels, sans signe de ralliement entre les abonnés. Les arguments en faveur du physique sont divers, mais centrés sur deux aspects, que nous ont aussi partagé les collectionneurs que nous avons interrogé, à savoir l'aspect économique et l'aspect émotionnel.

L'aspect économique concerne la possibilité de prêter ou revendre les jeux. Karim LR⁷⁹ est catégorique sur le fait que l'achat en dématérialisé tue le commerce physique : « J'entends par là que le joueur ne pourra pas revendre, échanger, prêter ou donner son jeu si besoin est. Le commerce physique est tué 2 fois, à l'achat du jeu neuf et en plus sur le marché de l'occasion. Sachant que les marges sont bien plus importantes sur le marché de l'occasion ». En effet, un jeu vendu avec un code dématérialisé n'est téléchargeable qu'à une reprise et ne peut être revendu, ce qui complète le débat déjà amorcée sur la propriété des jeux dématérialisés.

Quant à l'aspect émotionnel, il touche au cœur du sentiment de possession, au fait que l'objet ait une valeur sentimentale tangible. Le collectionneur Inirius⁸⁰ qualifie divers rapports à l'objets de « rituels », tels que « le jeu rangé sur une étagère, que l'on ouvre pour jouer, lire le manuel pour se familiariser avec les contrôles et/ou l'histoire, mettre le jeu dans la console ». Pour beaucoup, cette importance des gestes est également liée à une passion pour les jeux vidéo qui date de l'enfance, où les jeux étaient nécessairement en édition physique, souvent sous forme de cartouches. La collection démarre en effet généralement avec des jeux d'enfance, comme nous l'explique Karim LR : « J'ai commencé la collection à proprement parler en 2009, à 20 ans. Je ne savais pas à l'époque que j'attaquais ce qui allait devenir ma collection, c'était par pure nostalgie que j'essayais de récupérer mes jeux qui avaient fait ma jeunesse ». Pour

⁷⁸ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/JVCom/status/1269993307050061824?s=20>, mis en ligne le 08/06/2020

⁷⁹ Voir annexe 7

⁸⁰ Voir annexe 3

Vincent Tomassetti⁸¹ également, qui n'a pas connu de jeux dématérialisés étant jeune, la collection et tous les gestes associés à la possession d'un objet physique sont au cœur de sa passion : « Je pense que comme beaucoup, c'est une question de report affectif quand tu avais envie d'un jeu et qu'il te donnait de la joie, les sentiments se liaient à l'objet ».

Dans son article « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret »⁸², Olivier Donnat interroge divers passionnés sur le rôle de leur passion dans la création de leur identité. Il s'attarde notamment sur la naissance de la passion, qui provient majoritairement de l'enfance et de la transmission des parents. Partant du témoignage de Françoise, une artiste peintre, l'auteur ajoute que « le rôle déterminant des objets dans le déclenchement des passions et l'importance des fêtes qui sont l'occasion d'offrir des cadeaux » sont des éléments redondants lors des entretiens, car « dans la plupart des récits, il y a un objet-révélation ». Le jeu vidéo étant un loisir relativement récent, la transmission des parents est rarement présente, mais les jeux ou consoles d'enfance, souvent offertes lors de fêtes de famille, restent des instants mémorables.

Cet attachement à l'objet et à toutes ses valeurs émotionnelles est certainement ce qui relie tous les amateurs d'éditions physiques, qu'ils soient mélomanes, cinéphiles ou joueurs. En continuant d'acheter des éditions physiques de prestige - édition collector, Blu-ray, vinyle -, ces passionnés s'inscrivent dans une démarche de résistance, voire dans une relation donnant-donnant avec les éditeurs. Malgré les critiques multiples à l'égard des éditions collector récentes, que nous avons détaillées en première partie, les collectionneurs continuent de les acquérir, à la fois pour posséder un objet de prestige, mais aussi en tant que marque de soutien financier et affectif pour les éditeurs qu'ils apprécient. Sulli⁸³, l'un des plus gros collectionneurs sur Xbox en France, corrobore cette idée, en nous expliquant acheter des éditions collector « par soutien pour l'éditeur qui prend le temps d'en faire une et pour qu'il en fasse d'autres par la suite ». Nous allons désormais explorer plus en détail le lien émotionnel qui lie les collectionneurs à des éditeurs, des licences ou des jeux particuliers, pour mieux comprendre les liens communautaires que nouent les collectionneurs et les fans entre eux.

⁸¹ Voir annexe 12

⁸² DONNAT Olivier, « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret », *Réseaux* n°153, pp. 79 à 127, 2009. [En ligne] sur <https://www-cairn-info.accesdistant.sorbonne-universite.fr/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm?contenu=article>

⁸³ Voir annexe 6

2. Une pratique marginale qui permet de distinguer les fans d'une licence et de créer de forts liens communautaires

Jean Baudrillard, dans son ouvrage *La société de consommation, ses mythes, ses structures*⁸⁴ explique que « dans la logique des signes comme dans celle des symboles, les objets ne sont plus du tout liés à une fonction ou à un besoin défini, ils répondent à la logique sociale ou à la logique du désir auxquels ils servent de champ mouvant ». Nous l'avons vu au travers des divers témoignages de collectionneurs que nous avons recueilli, l'achat d'une édition collector répond à un besoin pratique, puisqu'il comprend le jeu, mais s'inscrit davantage dans une logique sociale : l'objet n'est pas toujours acheté pour lui-même, mais pour compléter la collection ou pour le symbole qu'il représente.

Dans son article⁸⁵ « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », Alexis Bross interroge des collectionneurs de jeux vidéo à propos du partage de leur passion avec leur entourage. Charly, l'un d'eux, explique qu'il ne montre pas sa collection à ses amis ou sa famille par peur qu'ils se disent qu'il est un "adolescent", tandis qu'il possède une chaîne YouTube dédiée. Même constat pour Olivia, qui cache à ses parents sa collection et le prix de ses achats pour éviter un débat sur l'utilité de sa passion. Cette perception sociale négative, voire dévalorisante, est redondante quand il s'agit de collection, peut-être encore davantage pour une collection de jeux vidéo, qui n'est pas toujours considéré comme un art.

Momo Brinks⁸⁶, l'un des collectionneurs que nous avons interrogés, nous explique qu'après 10 ans d'expérience dans l'armée, alors qu'il collectionne depuis très jeune, il pense avoir « passé l'âge », ne connaissant aucun collectionneur dans son entourage, et décide de vendre l'intégralité de sa collection. En la vendant, il découvre les forums et groupes de collectionneurs, puis recommence à collectionner six mois plus tard à la suite de ses échanges avec d'autres passionnés. Il ajoute néanmoins que « les jeux et console n'ont pas la même saveur, la nostalgie de retrouver les mêmes cartouches qu'on a utilisées à l'âge de 10 ans ça n'a pas de prix ».

⁸⁴ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, collection Folio Essais de Gallimard, 1986. Citation de la page 107.

⁸⁵ BROSS Alexis, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/collectionner-des-jeux-video-plaisir-coupable-univers-impitoyable-172209.html>, mis en ligne le 12/01/2017, consulté le 04/06/2020

⁸⁶ Voir annexe 8

Là encore, une pression sociale s'est exercée et le fait de ne pas connaître d'autres collectionneurs empêche d'échanger, mais aussi de se sentir compris. Comme nous l'avons vu en analysant le lexique utilisé sur le forum Gamopat, centré sur la maladie et les pathologies, cette difficulté d'appréhension de la collection par autrui est intégrée par les passionnés, qui en jouent pour se créer leurs propres codes.

Ainsi, la socialisation en ligne est cruciale pour les collectionneurs de jeux vidéo, une communauté de niche qui, de plus, se divise selon l'appétence pour un éditeur, une console ou une période particulière. Les forums, les réseaux sociaux ou encore les brocantes sont des lieux privilégiés pour rencontrer d'autres passionnés et créer de forts liens communautaires.

a. Une sociabilité en ligne : l'exemple de la communauté autour du jeu Persona 5

La licence Persona est une série de jeux de rôle japonais développés par Atlus, dont le premier épisode est sorti en 1996 et le dernier, *Persona 5*, en 2017. Plusieurs caractéristiques sont communes à tous les épisodes : l'incarnation d'un héros lycéen qui possède un persona, un alter-ego magique ; la simulation de vie lycéenne avec des jeux de drague et la présence de donjons avec divers monstres à abattre pour rétablir l'ordre dans le monde réel secoué par divers événements. Licence d'abord célèbre au Japon, elle s'est popularisée en Occident avec la sortie de *Persona 3*, puis la communauté de fans s'est étendue à chaque sortie. *Persona 5* s'est vendu à plus de 3,2 millions d'exemplaires⁸⁷ en décembre 2019 et Sega parle de "ventes record" en Occident pour *Persona 5 Royal*, sans divulguer les chiffres précis. La licence est particulièrement appréciée pour son équilibre entre phases de simulation de vie, négociation et combats.

Persona 5 est sorti le 4 avril 2017 en Europe, suivi de *Persona 5 Royal*, une version améliorée, en 2019 puis de *Persona 5 Scramble*, une variante du jeu, en 2020. Chaque édition a bénéficié d'une sortie en coffret collector, avec deux coffrets différents pour *Persona 5 Royal*, ainsi que de divers objets dérivés, d'un artbook officiel de 600 pages ou encore d'une adaptation en série animée. Nous n'avons pas les chiffres de vente précis en France mais, pour en avoir un ordre de grandeur, on peut estimer que les ventes en 2017⁸⁸ étaient de moins de 191 000 exemplaires, ce chiffre correspondant à la dernière place du Top 20 des jeux les plus

⁸⁷ Clementoss, « Persona 5 Royal : Sega parle de ventes record en Occident », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1226717/persona-5-royal-sega-parle-de-ventes-record-en-occident.htm>, mis en ligne le 20/05/2020, consulté le 20/08/2020

⁸⁸ *L'Essentiel du jeu vidéo*, édition 2019, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, [En ligne] sur https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/sell_essentiel_du_jeu_video-oct2019.pdf

vendus en France en 2017, et de moins de 144 000 exemplaires pour la version Royal de 2019, selon la même méthode. Sans être des hits, ni des jeux confidentiels, *Persona 5* et *Persona 5 Royal* restent donc des jeux de niche.

Partant de ce constat, cette licence est idéale pour analyser les divers échanges communautaires en ligne qui en découlent. Le site Jeuxvideo.com ouvre un forum dédié à chaque licence de jeu, pour que les fans puissent s'échanger des infos, parler du jeu ou des solutions. Pour *Persona 5*, nous dénombrons 40 pages de forum, chacune comprenant 25 sujets différents, soit plus de 1 000 conversations autour du jeu. La grande majorité concerne l'intrigue, l'avancée dans le jeu ou encore des infos sur la création du jeu.

L'un des sujets les plus lus est titré « [Amazon] Edition premium dispo en précommande »⁸⁹ avec plus de 13 pages de discussion. Le sujet est d'abord créé pour partager l'information présente dans le titre, puis le désarroi des joueurs lorsque l'édition est en rupture de stock sur Amazon et disponible à un prix plus élevé chez d'autres revendeurs. Au fil des pages, les joueurs suivent leur attente de l'expédition du colis, en détaillant à quel moment la Poste a scanné le colis et quel jour ils espèrent le recevoir, puis de l'arrivée du colis chez eux et leurs retours sur les éléments du collector. Les joueurs partagent donc un quotidien très banal entre eux, soudés dans l'attente de recevoir le collector espéré, puis le sujet s'éteint petit à petit, lorsque la plupart des joueurs ont reçu le jeu, avant de basculer sur d'autres sujets dédiés à l'intrigue et au contenu du jeu.

Sur le forum Gamopat, un sujet sobrement intitulé « *Persona 5* »⁹⁰ cumule lui aussi sept pages de discussion. Les joueurs y partagent leurs attentes sur le jeu, leur passion pour la licence *Persona* et leurs retours sur l'édition collector. Ils partagent ensuite leur expérience de jeu, notamment le membre Mainordavos qui détaille son avis sur l'intrigue et le gameplay à chaque avancée notable en termes de temps de jeu. En avril 2020, le sujet est relancé par un membre du forum qui demande : « qui y joue en ce moment qu'on puisse échanger un peu ? ».

Ces usages, qui ne sont pas centrés sur le débat mais bien sur l'échange, prolongent le concept de présence connectée⁹¹ développé par Christian Licoppe dans *Les Formes de la Présence*. Ce dernier ne pense pas la communication en ligne sous forme d'absence ou de présence physique, mais bien sous forme de lien et connexion : « Ce qui donne ici consistance

⁸⁹ Sujet de discussion « [Amazon] Edition premium dispo en précommande » sur le forum Jeuxvideo.com, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/forums/42-21724-48054955-1-0-1-0-amazon-edition-premium-dispo-en-precommande.htm>

⁹⁰ Sujet de discussion « *Persona 5* » sur le forum Gamopat, [En ligne] sur <https://www.gamopat-forum.com/t88247-persona-5?highlight=persona>

⁹¹ LICOPPE Christian, « Les formes de la présence », Revue française des sciences de l'information et de la communication, 2012, [En ligne] sur <https://journals.openedition.org/rfsic/142?lang=en>

à la présence, ce n'est pas la coprésence des corps et la concentration (hypothétique) de l'attention, c'est la fréquence des contacts et la continuité temporelle qu'ils instaurent. Dans cette perspective, la présence ne s'oppose plus à l'absence, mais au silence ». Ici en effet, le forum permet de partager ses ressentis et ses attentes entre connaisseurs qui prennent le temps d'écrire des retours d'expérience. Les membres n'attendent pas nécessairement de réponse détaillée, mais bien une autre réponse, une reconnaissance par d'autres joueurs, pour créer une connexion.

Sur Twitter, le #Persona5 mêle divers types de contenus, tels que de nombreux extraits du jeu et fanart, c'est-à-dire des œuvres d'art inspirées des personnages ou des décors du jeu, mais aussi du cosplay ou des détournements humoristiques. L'image prime totalement sur le support textuel et l'appartenance à la communauté de fans se déduit par la présence de l'hashtag dédié ainsi que les réactions au post, par le taux d'engagement, les commentaires ou encore les likes.

Les collectionneurs s'y font cependant remarquer aussi en partageant des photographies de leur collection, que ce soit à l'arrivée d'une édition collector ou bien pour mettre en avant un objet dérivé. Nous pouvons citer le tweet de Shineaud⁹² qui publie une image de son édition collector de *Persona 5* accompagnée de la légende « le fils prodigue est arrivé », puis du commentaire « du coup j'ai 3 éditions collector de Persona 5 mdr quel iencli », qui signale qu'il collectionne les éditions collector autour du jeu et en fait un signe de reconnaissance. Un autre utilisateur, Doc Baste⁹³, présente quant à lui une étagère consacrée à *Persona 5*, comprenant diverses versions du jeu, deux éditions collector, des figurines, une peluche, des mangas et l'artbook officiel. Plusieurs commentaires lui demandent de détailler où il a acquis les divers objets de sa collection.

Les liens communautaires entre fans d'une licence et collectionneurs se forment donc bien en ligne, que ce soit par messages et échanges sur un forum public, en groupes privés ou sur des réseaux sociaux tels que Twitter et Facebook, en publiant des nouvelles et des images relatives au jeu ou à la licence choisie. Conscients du fort pouvoir communautaire des fans de jeux vidéo et des collectionneurs, certains éditeurs se sont même spécialisés sur cette cible en éditant des jeux dématérialisés, souvent indépendants, sous forme physique.

⁹² Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/Shineaud/status/1244990401943142400?s=20>, mis en ligne le 31/03/2020

⁹³ Tweet disponible [En ligne] sur https://twitter.com/Doc_baste/status/1293928415813341185?s=20, mis en ligne le 13/08/2020

b. Limited Run Games, un éditeur de jeux vidéo dématérialisés en éditions physiques

À contre-courant des tendances du marché actuel, certains éditeurs se sont lancés le pari de miser sur les éditions physiques en permettant à des jeux indépendants uniquement disponibles de manière dématérialisée d'être achetés en édition physique. Nous allons nous intéresser au plus populaire d'entre eux, Limited Run Games, un éditeur américain dont le principe même est de décider d'un nombre d'exemplaires limités et de ne plus rééditer leur édition. La société est créée en 2015 par Josh Fairhurst et Douglas Bogart et compte désormais 21 employés, motivés par le slogan « The future is physical/Le futur sera physique »⁹⁴ et le #ForeverPhysical.

On dénombre d'ores et déjà plus de 300 jeux édités par Limited Run Games, dont de nombreux jeux indépendants à succès, notamment *Celeste* qui a gagné le prix du meilleur jeu indépendant 2018 des Game Awards. Certains jeux sortent en plusieurs éditions, comme *The Return of the Obra Dinn*⁹⁵, un jeu indépendant d'enquête, proposé en édition simple sur PlayStation 4 et Nintendo Switch à 34.99\$ et en édition collector avec le jeu, deux posters, la bande-son et un livre pour 74.99\$, toutes limitées. Une autre partie des ventes est consacrée aux jeux rétro, qui ressortent donc sur des plateformes plus récentes, tel que *Another World*, jeu d'action-aventure français sorti en 1991 sur Amiga, désormais disponible sur PlayStation 4 et Nintendo Switch.

Dans une interview pour la chaîne YouTube My Life in Gaming⁹⁶, les deux créateurs de Limited Run Games reviennent sur la genèse de l'entreprise et expliquent qu'ils collectionnent eux-mêmes depuis leur jeunesse, très attachés au support physique. Le premier jeu qu'ils éditent en physique, le 29 octobre 2015, est *Breach&Clear*, un jeu de leur propre studio de développement, en 1 500 exemplaires pour PS Vita : les exemplaires sont vendus en 108 minutes. La firme est lancée et ils se lient avec de nombreux éditeurs indépendants pour leur permettre d'avoir une copie physique de leurs jeux et ainsi de les préserver. Face à l'engouement, les sorties sont de moins en moins espacées et le nombre de copies augmente, allant de 3 500 à 5 000 exemplaires par sortie.

⁹⁴ Limited Run Games, page « A propos », [En ligne] sur <https://limitedrungames.com/pages/about-us>

⁹⁵ Limited Run Games, Return of the Obra Dinn Collector's Edition PS4, [En ligne] sur <https://limitedrungames.com/collections/games/products/limited-run-355-return-of-the-obra-dinn-collectors-edition-ps4>

⁹⁶ My Life In Gaming, « The Story of Limited Run Games », YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=BSdXxq8z1e4>, mis en ligne le 07/10/2016

Trouver le nombre de copies parfait est un exercice périlleux : s'il est trop restreint et que les copies sont vendues en quelques minutes, de nombreux collectionneurs sont déçus, tandis que si le nombre d'exemplaires est trop élevé et qu'ils se vendent moins rapidement, certains collectionneurs annulent leur commande par peur que l'édition ne soit pas assez rare. C'est arrivé pour la sortie du jeu *Octodad Dadliest Catch*, sorti le 19 juin 2016 et vendu en 4 500 exemplaires pour PlayStation 4 et 3 500 copies pour la PlayStation Vita. Des exemplaires étaient toujours disponibles après 24 heures de vente, poussant de nombreux collectionneurs à demander par mail d'annuler leur commande, avant de se rétracter lorsque tous les exemplaires étaient vendus quelques heures plus tard. Plus qu'un attrait pour le jeu en soi, cela confirme un attrait pour le support et la rareté des objets.

En définissant un nombre de tirage limité, avec une communication uniquement digitale et des heures de mise en ligne très précises, Limited Run Games est devenu une marque incontournable pour de nombreux collectionneurs attachés à la persistance de l'édition physique. On peut ici parler d'une marque destinée à un cercle d'initiés et de connaisseurs, certains essayant d'acquérir chacune de leurs éditions. Sur le forum *edition-limited*, un sujet⁹⁷ est consacré à Limited Run Games et d'autres éditeurs proposant des jeux dématérialisés en version physique. De nombreux utilisateurs y regrettent le peu d'exemplaires en vente et l'un des membres, Pisstou, explique même avoir arrêté de collectionner toutes leurs éditions suite à une augmentation des prix et à une baisse de qualité des jeux, donnant l'impression d'accumuler des jeux uniquement pour les posséder. De plus, face à l'engouement des collectionneurs pour ce type d'éditions, certains jeux sortent désormais en physique chez plusieurs éditeurs comme Limited Run Games, ce qui oblige les collectionneurs fullset à commander les jeux chez chaque éditeur. Là aussi, ce sont sur des sujets de forum et sur les réseaux sociaux que les collectionneurs partagent les nouvelles quant aux futures éditions, l'attente de leur colis ou encore leurs déceptions lorsque le jeu est en rupture de stock.

Nous l'avons vu, la sociabilité entre collectionneurs s'effectue principalement en ligne, dans des espaces dédiés à la discussion, principalement des forums. Ils y échangent des informations, des bons plans, leurs attentes ou encore des propositions de vente. Les jeux Limited Run Games, en se spécialisant dans les jeux indépendants en version physique,

⁹⁷ Sujet de discussion « Limited Run et compagnie : les jeux démat qui sortent en boîte » sur le forum Gamopat, [En ligne] sur <http://www.edition-limited.net/t23914-limited-run-et-compagnie-les-jeux-demat-qui-sortent-en-boite>

s'adressent à une niche de collectionneurs et le peu de quantité disponible pour chaque édition engendre un déséquilibre entre l'offre et la demande.

Les achats sur Limited Run Games sont limités à deux exemplaires par acquéreur et certains profitent du deuxième exemplaire pour le revendre plus cher sur des sites d'enchère en ligne, tel qu'eBay, une fois la rupture de stock atteinte. Un phénomène de spéculation courant dans le milieu de la collection de jeu vidéo, qui constitue un loisir particulièrement coûteux, dont certains passionnés se spécialisent dans la revente pour en tirer un profit maximal.

3. La place prédominante de l'argent et des échanges dans la communauté des collectionneurs

L'écosystème marchand gravitant autour des éditions collector est particulièrement riche puisqu'il compte les éditeurs, les boutiques spécialisées, les marchés d'occasion, les sites de vente ainsi que les revendeurs particuliers. En tant que loisir centré sur la rareté et la performance - avoir la collection la plus complète possible -, l'argent y joue un rôle crucial et les dons, ventes et échanges sont au centre des interactions entre collectionneurs. Dans nos entretiens avec des collectionneurs, nous n'avons pas souhaité creuser l'aspect financier de leur passion, mais plusieurs l'évoquent spontanément, deux d'entre eux qualifiant la collection de « gouffre financier »⁹⁸. Dans une interview accordée à Nintendad⁹⁹, Douglas Bogart de Limited Run Games donne comme unique conseil, pour quelqu'un qui souhaite se lancer dans la collection de jeux vidéo, de « se préparer à se lancer dans un loisir très coûteux ».

L'inaccessibilité de la collection aux petites bourses est certainement le signe le plus parlant de l'élitisme que l'on peut lier à ce loisir, d'autant plus pour les éditions collector qui sont à des prix élevés et gagnent en valeur uniquement si elles restent sous blister, donc ne sont pas utilisés pour jouer. Si l'on reprend les axes de capital social et de capital économique développés par Pierre Bourdieu dans *La Distinction*, le collectionneur d'édition collector se situerait à un capital économique élevé et pourtant à un capital social certainement bas, au vu de leur dévalorisation sociale perçue, comme nous l'avons vu plus tôt. Pourtant, les jeux, en prenant de la valeur selon leur rareté et leur âge, sont un réel investissement financier, dont nous allons explorer les divers aspects.

⁹⁸ Voir annexes 4 et 7

⁹⁹ LAYBOURNE Alex, « Interview Limited Run Games », Nintendad, [En ligne] sur <https://nintendad.co.uk/interview/interview-limited-run-games/>, mis en ligne le 28/06/2019, consulté le 21/08/2020.
Traduction : « Be prepared to be in an expensive hobby. »

a. Divers lieux marchands : les magasins, les brocantes, les sites d'enchère, les échanges entre particuliers

Dans le numéro « Comment la consommation a envahi nos vies » de la revue *Sciences Humaines* (2011), Bernard Cova et Rémy Eric nous expliquent que si « la profusion des pièces à collectionner est une condition nécessaire pour emporter l'adhésion du passionné, elle n'est pas suffisante pour inscrire cette relation dans la durée. Il est nécessaire de mettre en place un système de liens pour fidéliser ce passionné ». Parmi ces systèmes de liens, nous avons étudié les lieux dédiés à la sociabilité en ligne et l'exemple de la communauté de *Persona 5*. Nous allons désormais nous intéresser aux lieux marchands, qui cristallisent le cœur de la collection et apparaissent comme les lieux privilégiés de ce système de liens.

L'acteur de la chaîne le plus traditionnel reste la boutique spécialisée en jeux vidéo, que ce soit une chaîne comme Micromania ou des magasins spécialisés tels que les Trader Games, Retrogameplay ou encore Maxxi Games, toutes présentes dans le Boulevard Voltaire du XI^{ème} arrondissement de Paris. Face aux ventes sur internet ou en grandes surfaces, où les marges sont rognées, le déclin de ses boutiques est annoncé depuis plusieurs années.

Micromania est créée en 1983 par Albert Loridan, qui se spécialise d'abord dans la vente de jeux vidéo par correspondance en France. Le premier magasin ouvre en 1989, aux Halles de Paris puis la chaîne multiplie les ouvertures, avec plus de 440 magasins¹⁰⁰ actifs à ce jour. En 2017, Micromania fusionne avec Zing Pop Culture¹⁰¹, spécialisé en produits dérivés tels que des figurines, pour remplacer petit à petit certains rayons de jeux physiques sans succès, comme les jeux PC. La chaîne est également décriée pour ses tarifs au prix fort, proposant les jeux à 70€ plusieurs mois après leur sortie, alors que des tarifs plus compétitifs sont disponibles dans d'autres enseignes.

L'article « A République, les jeux avant, les emmerdes après »¹⁰² de Kamui sur le site Gamekult propose une plongée dans l'univers des boutiques du boulevard Voltaire. Très populaires durant les années 90, leur déclin s'est amorcé avec l'avènement d'internet et des ventes en ligne. En 1992, lors de la sortie de *Street Fighter II*, les boutiques du Boulevard Voltaire importent de nombreux exemplaires qu'ils revendent 1 200 francs, soit le triple du

¹⁰⁰ Micromania, Agence Française pour le Jeu vidéo, [En ligne] sur <https://www.afjv.com/societe/357-micromania.htm>

¹⁰¹ « Micromania change de nom : c'est désormais Micromania-Zing qui reprendra vos jeux pour 2 euros », *Journal du Geek*, [En ligne] sur <https://www.journaldugeek.com/2017/10/20/micromania-devient-micromania-zing/>, mis en ligne le 20/10/2017, consulté le 23/08/2020

¹⁰² Kamui, « A République, les jeux avant, les emmerdes après », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/a-republique-les-jeux-avant-les-emmerdes-apres-142359.html>, mis en ligne le 01/01/2015, consulté le 23/08/2020

prix officiel, car ils sont les seuls à le posséder : c'est le début d'un âge d'or, lié aux imports, aux consoles modifiées pour faire fonctionner les jeux japonais et aux jeux rares. Aujourd'hui, même si ces boutiques restent un eldorado pour des collectionneurs à la recherche d'import ou de jeux rétro, leur seule chance de se démarquer des autres boutiques est une technique illégale liée au principe du Day one. Le Day one correspond à la date à laquelle un jeu sort, en accord avec les boutiques et les éditeurs, pour respecter une date homogène. Pour attirer les joueurs, les boutiques brisent la règle du Day one en les proposant à l'achat plusieurs jours à l'avance, puisqu'ils disposent d'ores et déjà des stocks. Cette habitude ne suffit pas cependant à réanimer le quartier, qui souffre d'un réel manque de clientèle et dont les magasins ferment au fur et à mesure des années.

Pour les ventes physiques, les brocantes ou les bourses d'échange sont un second lieu incontournable, également vecteur de sociabilité. Dans notre entretien avec Vincent Tomassetti¹⁰³, lorsque nous lui demandons s'il est en contact avec d'autres collectionneurs, il nous indique en rencontrer sur les forums, mais aussi en chair et en os : « Les bourses d'échanges et ventes c'est très sympa à faire, on rencontre des gens qui ont plus ou moins les mêmes obsessions, on se sent moins seuls ». En effet, s'ils ont un tel succès, c'est parce qu'il est possible d'y dénicher de très bonnes affaires, parfois à des prix défilants toute concurrence lorsqu'ils sont vendus par des parents ou grands-parents qui se débarrassent d'une collection sans connaître les côtes de prix des jeux en vente.

Difficile d'estimer combien de collectionneurs se prêtent au jeu des brocantes, mais le forum Gamopat compte un fil de plus de 28 pages¹⁰⁴ nommé « Retour de brocante », dans lequel les collectionneurs détaillent leurs dernières trouvailles en y ajoutant des photographies et le prix de chaque élément. L'un des collectionneurs a par exemple trouvé un double pack de jeux Star Wars pour Gamecube¹⁰⁵, encore dans son fourreau et a flairé une revente à bon prix. Plusieurs collectionneurs confirment qu'il est recherché, notamment pour son fourreau que beaucoup ont perdu, même si le pack en lui-même n'a que peu d'intérêt. C'est donc la tendance du full set qui justifie la montée de prix de ce double-pack et la bonne affaire faite par ce collectionneur. Certains collectionneurs y expliquent également leurs mésaventures lorsque de

¹⁰³ Voir annexe 12

¹⁰⁴ Sujet de discussion « Retour de brocante » sur le forum Gamopat, [En ligne] sur <https://www.gamopat-forum.com/t104954-retour-de-brocante?highlight=brocante>

¹⁰⁵ Sujet de discussion « Retour de brocante » sur le forum Gamopat, page 34, [En ligne] sur <https://www.gamopat-forum.com/t104954p990-retour-de-brocante?highlight=brocante>

beaux lots passent sous leur nez ou sont payés bien plus chers par d'autres collectionneurs, spécialisés dans les recherches en brocante.

En effet, le milieu de la collection, puisqu'il est basé sur l'argent, est particulièrement compétitif. Dans l'article « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable »¹⁰⁶, la collectionneuse Florine, qui a trouvé la plupart de ses jeux en vide-grenier ou brocante confirme que les « collectionneurs connaissent les prix des jeux, font des super affaires et revendent. Il y a de l'argent à se faire en vide-grenier. Ce n'est pas toujours pour collectionner car en vide-grenier les jeux ne sont pas toujours en bon état, on ne sait même pas s'ils marchent correctement ». Ainsi, tous les collectionneurs n'achètent pas nécessairement des jeux pour les garder, mais pour faire de l'achat-revente. Certains vendeurs professionnels pour des boutiques spécialisées n'hésitent pas non plus à se fournir en vide-grenier afin d'engranger une marge plus élevée. Les bonnes affaires sont donc souvent négociées très tôt, comme l'explique Florine : « J'ai commencé les vide-greniers il y a un an et demi, c'est un monde très difficile. On se connaît entre collectionneurs, on ne s'apprécie pas toujours. Il y a des regards de travers, un aspect concurrence. Il y a souvent des choses qui me passent sous le nez parce que je ne me vois pas agresser les gens dès 6 heures du matin pour savoir s'ils ont des jeux ».

Cet état des lieux rebute de nombreux collectionneurs, qui préfèrent se résoudre aux ventes en ligne, voire aux échanges entre collectionneurs sur les forums.

Pour acheter des jeux vidéo et des éditions collector en ligne, les sites généralistes tels que Leboncoin ou eBay sont particulièrement prisés, permettant d'enchérir et de négocier des prix parfois bas. Les forums spécialisés comme Gamopat ou edition-limited, qui réunissent des collectionneurs aguerris, sont l'assurance d'avoir des jeux en bon état mais à des prix plus élevés. Nous nous penchons ici sur la revente de jeux d'occasion et non de jeux neufs. De plus, nous ne nous restreindrons pas aux éditions collector mais aux jeux vidéo dans leur globalité, et plus particulièrement les jeux rétro, c'est-à-dire les jeux sortis avant l'année 2000 et la sixième génération de consoles.

eBay est une entreprise américaine qui propose dès 1995¹⁰⁷ une prestation d'intermédiaire entre vendeurs et acheteurs en ligne via leur site. Chaque membre peut y vendre un bien, en

¹⁰⁶ BROSS Alexis, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/collectionner-des-jeux-video-plaisir-coupable-univers-impitoyable-172209.html>, mis en ligne le 12/01/2017, consulté le 04/06/2020

¹⁰⁷ Contribution d'eBay à la consultation du plan France Numérique 2020, encart A propos, [En ligne] sur https://www.economie.gouv.fr/files/files/import/2011_france_numerique_consultation/2011_france_numerique_ebay.pdf

achat immédiat à un prix fixe ou en le proposant aux enchères, ou acquérir un bien. La vente par enchères est la plus commune pour les jeux vidéo et les éditions collector, puisqu'elle permet de faire monter le prix rapidement lorsqu'une édition rare est particulièrement recherchée. Cette montée des enchères propre à eBay est l'un des éléments constitutifs de la flambée des prix générale que l'on retrouve en rétrogaming.

Le processus forme une boucle : un objet rare est mis en vente à un prix défini, puis les enchères montent avant d'atteindre le prix final. C'est ensuite ce prix qui est repris par un nouveau vendeur, qui souhaite tirer plus de profit de son édition. Ainsi, des jeux que l'on ne retrouve pas pendant plusieurs mois, voire années, peuvent être revendus à la suite par plusieurs revendeurs car une première vente aux enchères a fait monter leur cote. La montée des cotes renouvelle également l'intérêt des collectionneurs, persuadés d'avoir affaire à un jeu qu'ils pourront revendre ensuite plus cher. Ces cotes sont notamment enregistrées sur des sites d'argus, qui répertorient les ventes en cours et leurs prix afin d'aiguiller les collectionneurs quant au juste prix.

Comme nous le disions plus haut avec les éditions Limited Run Games, de nombreux collectionneurs achètent des éditions rares ou limitées en double, afin de provoquer une rupture des stocks plus rapide et de revendre la seconde édition plus chère en ligne, sur eBay, Amazon ou encore Rakuten.

Enfin, les échanges entre particuliers sont également prisés et sont effectués sur les forums dédiés comme Gamopat dans sa partie brocante. Dans le titre de chaque sujet de brocante est détaillée la mention « Vente » ou « Échange », puis des précisions sur les titres recherchés en échange. Pour ce cas de figure, l'équivalence des prix n'est pas une science exacte, il s'agit avant tout de compléter sa collection avec des pièces difficiles à trouver dans des ventes en ligne. Dans le sujet consacré aux retours de brocante¹⁰⁸, certains collectionneurs indiquent d'ailleurs que les pièces trouvées en brocante vont uniquement servir de monnaie d'échange pour acquérir d'autres jeux.

Les systèmes de liens entre collectionneurs sont ainsi nécessairement corrélés aux processus de vente ou d'échange, par essence au cœur de la collection. Que ce soit physiquement ou en ligne, les interactions marchandes sont légion entre collectionneurs. Le témoignage de Momo Brinks y fait écho : c'est en vendant sa collection qu'il a rencontré des

¹⁰⁸ Ibid. note 102

collectionneurs, puis, en tissant des liens d'abord marchands, a recommencé à collectionner des jeux et éditions collector.

L'accumulation d'objets de valeur, outre que pour le plaisir de la collection ou par portée muséale, représente un réel investissement financier, à court et à long terme. En effet, l'achat-revente peut être profitable dans l'immédiat, tandis que d'autres collectionneurs cherchent à agrandir leur collection pour faire gagner en valeur les jeux par leur ancienneté et en tirer profit après plusieurs années, voire dizaine d'années. Ce processus est une corollaire de tous les types de collection, particulièrement poussée pour les jeux vidéo puisque les prix y fluctuent rapidement et des éditions physiques sortent quotidiennement.

b. La collection en tant qu'investissement financier

L'article d'Alexis Bross, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable »¹⁰⁹, brosse un portrait complet de plusieurs aspects de la collection, dont celui de la transmission. Une question angoissante, sans réponse pour de nombreux collectionneurs : que deviendra la collection en cas de décès ? Loisir particulièrement chronophage, la collection de jeux vidéo demande d'investir du temps et de l'argent. Dans l'article, les collectionneurs interrogés souhaitent pour la plupart transmettre leur collection à leurs enfants, après leur avoir transmis la même passion pour les jeux vidéo. Reste la peur d'une collection disloquée, qui ne serait plus un tout, comme l'explique le journaliste : « C'est là tout le paradoxe du collectionneur. Si on leur reproche parfois d'oublier le jeu en lui-même pour se concentrer sur l'objet en tant que tel, ce dernier prend une valeur profondément sentimentale. Il est un réceptacle plein de moments forts, de souvenirs, d'histoires ».

D'autres collectionneurs choisissent donc la revente de la collection, une fois la passion partie ou par essoufflement financier, voire manque de place dans leur logement.

Lors de notre entretien¹¹⁰, le collectionneur Vincent Tomassetti annonce par exemple avoir revendu une grande partie de sa collection lors de l'arrivée de sa première fille, puisque la pièce de 13m2 dédiée était désormais nécessaire pour un nouvel usage. En 2012, un collectionneur français décide de revendre sur eBay toute sa collection de plus de 7 000 pièces, dont les fullset de toutes les consoles Nintendo de la Famicom à la Gamecube, de Sega et de la PC-Engine,

¹⁰⁹ BROSS Alexis, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/collectionner-des-jeux-video-plaisir-coupable-univers-impitoyable-172209.html>, mis en ligne le 12/01/2017, consulté le 04/06/2020

¹¹⁰ Voir annexe 12

tous en édition japonaise, sous blister et dans leur emballage d'origine. La vente, très impressionnante, est relayée dans *Forbes*, *Bild* ou encore *Le Point*¹¹¹ et est estimée à près d'1 millions d'euros. Le collectionneur explique profiter de la montée des prix, avec des jeux achetés à 15€ lors de leur sortie et revendus à plus de 1 500€, après plus de 15 ans de collection. Au Point, lorsque le journaliste lui demande la raison de cette vente après tant d'efforts investis, le collectionneur répond qu'il est « arrivé au bout » de ce qu'il voulait faire et qu'il n'avait « plus d'objectif à se lancer ». Là encore, la revente a été privilégiée à une possible transmission.

Comme nous l'avons vu précédemment, la spéculation est pratiquée par certains collectionneurs, qui achètent plusieurs exemplaires d'une édition pour en fausser la rareté, provoquer une hausse des prix et maximiser leur profit. Durant nos diverses recherches quant aux raisons poussant à l'achat d'une édition collector ou d'un jeu rare, il est difficile de trancher entre réel volonté de collection ou investissement pour une revente future : le cas des collectionneurs d'éditions Limited Run Games qui souhaitent annuler leur commande après 24 heures de délai sans rupture de stock en est un parfait exemple.

Les éditions collector sont particulièrement mises en avant comme investissement financier, puisque leur rareté et le bel objet qu'elles constituent assure une montée des cotes rapide et une revente facilitée. Les potentielles reventes expliquent également certaines pratiques de collection que nous avons détaillé en première partie, telles que garder son jeu sous blister ou bien ne pas l'ouvrir pour ne pas rayer le jeu. Chaque vente de jeu sur forum ou via un site détaille également toutes les égratignures, les rayures ou les plis sur chaque boîte, puisqu'un défaut visible en baisse le prix.

Face à la course au jeu ayant l'air le plus neuf, pour le vendre le plus cher possible, les contrefaçons n'ont pas tardé à apparaître, sous la forme de fausse boîte de jeu, de faux blister ou encore de fausses cartouches. Des collectionneurs sont devenus spécialistes de la traque aux arnaques et proposent leur estimation sur le forum Gamopat, photographies à l'appui, pour garantir le prix le plus juste et battre en brèche la spéculation.

¹¹¹ LIZE Mathilde, « Collection à 1 millions d'euros cherche preneur », *Le Point*, [En ligne] sur https://www.lepoint.fr/high-tech-internet/collection-a-1-million-d-euros-cherche-preneur-13-07-2012-1484996_47.php, mis en ligne le 13/07/2012, consulté le 30/08/2020

Quelques jours avant l'annonce du confinement, le site *Jeuxvideo.com* proposait un tour de table sur le sujet « Dans quel objet collector investir pour survivre à la crise ? »¹¹². Si le titre est quelque peu provocateur et humoristique, les réponses apportées par les journalistes témoignent d'une réelle possibilité d'investissement via la collection. Sur quatre chroniqueurs, trois d'entre eux proposent d'investir dans d'anciennes consoles rétro et leurs jeux, comme la PC Engine dont les pièces et les jeux sont limités et rares, la Magnavox Odyssey, première console de salon estimée à plus de 800€ ou encore l'Atari Cosmos, un prototype sorti en 20 exemplaires et vendu à 15 000\$. Le dernier chroniqueur penche pour les éditions collector et les figurines rares, dont la rareté permet des montées de prix rapides pour une revente à court terme.

Ainsi, la collection de jeux vidéo et d'éditions collector n'est pas uniquement régie par la passion, mais aussi par un aspect financier inaltérable. Plus que des lieux de sociabilité, les forums, les bourses d'échanges et les sites d'enchères sont au cœur d'un écosystème marchand fourni, formant un système de liens pluriels entre passionnés. La collection vidéoludique est un loisir dispendieux, qui nécessite une veille des cotes et des argus, mais aussi beaucoup de temps afin de compléter sa collection et de chercher les meilleures pièces au prix le plus compétitif. En effet, la collection s'apparente à un investissement financier, en particulier sur les jeux et consoles rétro ainsi que les éditions collector rares. Trouver une édition rare en très bon état permet un gain sur investissement rapide vis-à-vis d'une collection de peintures ou de vins, dont la courbe de valeur est proportionnelle au passage des années.

L'étude plus poussée de la communauté des collectionneurs nous permet de confirmer qu'il s'agit d'une pratique d'initiés. Tous les collectionneurs interrogés ont noué une relation particulière avec le jeu vidéo durant leur enfance avant de cultiver leur appétence pour le médium en accumulant les jeux et consoles liés à leurs préférences, et ainsi débiter une réelle collection. Collectionner des jeux vidéo et des éditions collector présuppose une connaissance poussée des jeux et éditions existantes pour les acquérir au prix juste. Certaines collections visent à un aspect muséal, l'histoire d'une console de jeu et des éditeurs se retraçant à travers ses jeux. Cette pratique reste cependant ouverte à toute personne intéressée, la communauté

¹¹² « Dans quel objet collector investir pour survivre à la crise ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1191369/dans-quel-objet-collector-investir-pour-survivre-a-la-crise.htm>, mis en ligne le 09/03/2020, consulté le 30/08/2020

étant particulièrement bienveillante et volontaire pour répondre aux questions des novices, en mettant également de nombreux outils en ligne, tel que les argus. De plus, les liens communautaires se formant autour de certains jeux, comme *Persona 5*, peuvent émerger de diverses formes de rattachement : créer des fanarts, partager des actualités autour du jeu, partager sa découverte du jeu, qui ne nécessitent pas d'investissements particuliers.

Quant à notre second présupposé, celui d'un désir élitiste, il est à nuancer et ne peut s'appliquer à l'ensemble de la communauté des collectionneurs. Nous pouvons déceler un élitisme en termes de capital économique demandé, puisque la collection requiert de nombreuses dépenses et se révèle être un loisir coûteux. Une autre forme d'élitisme peut être perçue dans le fait de refuser le passage au dématérialisé et de se placer comme solidaire envers le support physique, ce qui explique le créneau ouvert par les éditeurs de jeux indépendants en éditions physiques. Là aussi, la bienveillance de la communauté et les pratiques de spéculation qui restent à la marge, tout comme l'absence de prérequis chiffrés en termes de jeux ou consoles pour se considérer collectionneur, contrebalancent ce constat.

Nous allons désormais nous placer du point de vue des éditeurs pour mieux comprendre leur manière de concevoir et de communiquer autour des éditions collector auprès des joueurs, des fans et des collectionneurs.

III. Les éditions collector : une opportunité communicationnelle pour les éditeurs ?

Jusqu'alors, nous avons démontré que ce sont les pratiques des collectionneurs qui légitiment l'appellation d'édition collector, transformant l'objet étiqueté collector en un réel objet de collection. Cette étiquette d'édition collector couvre de nombreux types d'objets, en s'inscrivant toujours dans une stratégie de ciblage particulière, que ce soit pour le grand public, les fans d'une licence ou bien les collectionneurs. Loin d'être anodine, la conception d'une édition collector est le fruit d'une mûre réflexion pour les éditeurs. En effet, en tant qu'objet de prestige que les joueurs exposent à leur domicile, les éditions collector se doivent d'être le porte-étendard de tout le travail collectif mené par l'équipe du jeu. Conscient du symbole que représente l'édition collector et de son attrait pour des joueurs prêts à investir dans des éditions de qualité, la communication des éditeurs se veut plus proche des consommateurs.

En premier lieu, nous nous intéressons à la création des éditions collector, en essayant de suivre toutes les étapes du processus de conception. Par la suite, nous étudierons les opportunités de communication liées aux éditions collector, qui sont un réel relai de promotion et représentent une occasion de créer un lien particulier avec la communauté de joueurs.

1. Penser la création d'une édition collector

Nous l'avons vu, le modèle actuel des éditions collector est associé aux superproductions triple AAA avec des fenêtres de vente pensées pour le grand public, notamment la période des fêtes de Noël. La multiplication des éditions collector, par exemple les quatre modèles différents disponible pour *Assassin's Creed Odyssey*, permettent également de s'adapter à toutes les bourses tout en poussant les collectionneurs à les cumuler.

Ce modèle traditionnel est contrebalancé par d'autres propositions de collector, telles que les éditions de jeux indépendants rematérialisés ou les collectors extravagants dont la cible est restreinte – nous pensons ici au collector de *Rage 2*.

Afin de mieux comprendre tout l'enjeu commercial et de réputation auprès des joueurs que constituent les éditions collector, nous allons nous pencher sur les diverses étapes de conception, de création et de fabrication de ces dernières.

a. De la conception d'une édition collector...

Les premières intuitions de contenu d'une édition collector interviennent particulièrement en amont de la sortie, pour se laisser le temps d'explorer diverses pistes, de cerner les envies de la communauté de joueurs, mais aussi d'anticiper le temps de fabrication des pièces nécessaires. Nous allons tout d'abord nous intéresser au modèle de conception classique, concernant principalement les jeux AAA. Pour ces jeux, plus qu'une occasion d'engranger un profit supplémentaire, les éditions collector sont la garantie d'une présence visuelle dans les rayons des magasins afin de générer une meilleure exposition.

Dans l'article « Comment sont créés les éditions collector de nos jeux vidéo ? »¹¹³, Gaël Facchetti, Shopper Marketing Groupe Manager pour Ubisoft, confirme que les concepts initiaux interviennent « environ un an avant la date de sortie présumée du jeu » et « proviennent du service Shopper Marketing, souvent aidé par le studio qui abonde de ses idées ». L'équipe UbiCollectibles, une équipe interne aux studios d'Ubisoft, spécialisée dans la confection d'objets dérivés des licences de jeux du studio, est également amenée à y participer s'il y a fabrication de goodies ou de figurines.

Les éditions collector sont donc d'abord le fruit d'un processus d'échange entre les équipes marketing, qui veillent sur les éditions proposées par la concurrence et analysent les tendances, et les équipes créatives. Gaël Facchetti ajoute que les « studios apportent la matière première nécessaire et aident à hiérarchiser sur ce qu'il est important de montrer ».

Neamedia est une entreprise française de merchandising, spécialisée sur le marché des figurines pour le jouet et le jeu vidéo depuis 2002. On retrouve plusieurs cas clients et références sur leur site, dont celle de l'édition collector accompagnant la sortie de *Zelda Breath of the Wild*¹¹⁴ sur Nintendo Switch. Neamedia a été contacté par Nintendo pour superviser la création d'un objet symbolique pour l'édition collector, qui serait au cœur du coffret. L'épée Légendaire de la Renaissance, également présente sur la jaquette du jeu, a été choisie pour « combler les attentes des fans de la saga *Zelda* ». Puis, lors du développement, ce sont les équipes créatives qui ont souhaité agrémenter l'épée d'une fleur Silent Princess sur son socle,

¹¹³ Carnbee, « Comment sont créés les éditions collector de nos jeux vidéo ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1168656/comment-sont-creees-les-editions-collector-de-nos-jeux-video.htm>, mis en ligne le 19/01/2020, consulté le 04/05/2020

¹¹⁴ Accompagner une sortie mondiale : The Legend of Zelda, Nintendo, Neamedia, [En ligne] sur <http://www.neamedia.fr/etudes-de-cas/zelda/>

ce qui confirme leur implication tout au long de la chaîne de développement d'une édition collector.

Les envies créatives sont cependant limitées par la réalité des coûts de production, qui entrent eux aussi rapidement dans l'équation. Éric Nguyen, directeur marketing de l'éditeur Microïds, ajoute que la projection en termes de coûts et de prix public est l'une des premières étapes de conception¹¹⁵ : « Nous ne sommes jamais avares d'idées et aimerions proposer de nombreux contenus supplémentaires, mais il y a évidemment un cahier des charges à respecter et un prix public qui doit être en phase avec le marché ». Pour cela, au-delà de la négociation avec les prestataires, c'est le choix du nombre d'exemplaires à produire qui est décisif. Une édition collector produite à grande échelle permet de réduire les coûts globaux de production, mais Éric Nguyen ajoute qu'une édition collector « a peu de place dans les linéaires de magasins. Elles se vendent majoritairement en précommande et quelques jours après la sortie du jeu ». En effet, nous avons pu étudier ce phénomène via l'exemple du collector de *Far Cry 5*, qui, produit en trop grande quantité et n'ayant pas trouvé son public, a été bradé à moitié prix quelques jours après sa sortie.

Le choix du nombre d'exemplaires de l'édition collector est décisif quant au cœur de cible défini par l'éditeur. L'édition de *Resident Evil II*, que nous avons étudiée en première partie est sortie en janvier 2019, peu de temps après les fêtes de fin d'année : en proposant une édition complète pour une licence du jeu vidéo culte, Capcom s'est garanti un succès auprès des fans, des collectionneurs et du grand public. Néanmoins, lorsque les éditeurs décident de limiter les exemplaires pour s'adresser à un public de niche, souvent uniquement les fans ou les collectionneurs, certains choix ne font pas l'unanimité. L'édition collector de *Dead Island Riptide Zombie Bait Edition* a ainsi défrayé la chronique¹¹⁶ en 2013 lors de son annonce. En plus du jeu en steelbook, l'édition collector comprenait une statue en résine de 31 cm d'un torse féminin ensanglanté à la tête coupée en bikini. La statue est qualifiée de dégradante, laide et misogyne, à la fois par les journalistes et les joueurs qui réagissent sur les réseaux sociaux. Paul Nicholls, directeur marketing du studio Deep Silver, justifie pourtant son choix : « Nous voulions fournir une édition collector unique totalement ancrée dans l'univers de *Dead Island* et qui ferait une pièce de collection marquante sur la cheminée de tout gamer fan de zombie

¹¹⁵ Ibid. note 111

¹¹⁶ CRECENTE Bryan, « *Dead Island Riptide's bloody torso statue sparks anger, confusion* » (La statue d'un torse ensanglanté pour le jeu *Dead Island Riptide* provoque colère et confusion), *Polygon*, [En ligne] sur <https://www.polygon.com/2013/1/15/3878810/dead-island-riptides-bloody-torso-statue-sparks-anger-shock>, mis en ligne le 15/01/2013, consulté le 28/08/2020

qui se respecte¹¹⁷ ». Deep Silver s'excuse dans la journée même via un communiqué de presse, en annonçant remplacer le torse par un torse de zombie, « découpé de la même manière que nos fans découpent les zombies dans le jeu originel ».

Une fois le choix du contenu de l'édition arrêté, le nombre d'exemplaires décidé et la cible choisie vient l'étape de la fabrication et du choix des prestataires, que nous verrons dans la partie suivante.

Pour les jeux rematérialisés, comme les jeux Limited Run Games dont nous avons parlé précédemment, le processus est tout autre. Les éditeurs interviennent cette fois après la sortie du jeu qui n'est pas initialement édité en version physique. Cela concerne tout particulièrement les jeux indépendants, qui, par définition, ne sont pas soutenus par des éditeurs et disposent de peu de moyens financiers.

La marque d'intérêt peut arriver de chaque côté : l'éditeur est fan d'un jeu et souhaite le sortir en physique, comme marque de soutien et pour le préserver, ou bien l'équipe de développement tient à une sortie physique et s'en donne les moyens suite au succès du jeu en format dématérialisé.

Dans une interview¹¹⁸, Josh Fairhurst de Limited Run Games, explique que l'obstacle majeur dans la sortie d'un jeu indépendant en version physique vient en réalité des développeurs : la ressortie « ne demande pas beaucoup de travail mais demande au développeur de revenir sur un jeu alors qu'il est déjà passé à autre chose. Ce sont des jeux qui ont fait gagner des millions en dématérialisé et on les supplie presque pour s'y remettre et retravailler dessus pour faire 100 000\$ supplémentaires. C'est idiot, mais les développeurs voient cela comme une perte de temps ».

Ces éditions passent par les mêmes étapes de conception que les éditions collector de jeux AAA, à la différence près de la négociation nécessaire avec les éditeurs de console, principalement Sony et Nintendo. Le nombre très restreint d'exemplaires est atypique pour les

¹¹⁷ Ibid. note 114. Traduction de la citation : « We wanted to provide a unique collector's edition that was utterly Dead Island and would make a striking conversation piece on any discerning zombie gamer's mantel ».

¹¹⁸ Prankster101, « Interview with Josh Fairhurst of Limited Run Games », Prankster 101 Productions, [En ligne] sur <https://www.prankster101.com/articles/interview-with-josh-fairhurst-of-limited-run-games/>, mis en ligne le 05/06/2019, consulté le 30/08/2020. Traduction de la citation : « Getting developers on board is the biggest hurdle. It's not much work but it means having to go back to a game that a developer may have already moved on from. These are games that have made millions of dollars digitally and we're practically begging them to go back and work on them again to make \$100,000 more. It's silly, but some developers don't see that as worth the time ».

consoliers, comme le confirme George Perkins¹¹⁹, le responsable de Super Rare Games, « C'est inhabituel effectivement de commander de si petites quantités à Nintendo, mais ils nous ont beaucoup soutenu dans notre projet. C'est une compagnie qui est attachée aux sorties physiques, ils sont assez fans de ce que nous essayons de faire ». Une fois le projet accepté, le jeu est publié dans une boîte identique à celle des autres jeux de la console.

Le cas de l'éditeur français Just for Games, spécialisé dans la réédition physique de jeux à succès, est particulièrement intéressant. Philippe Cohen, président de Just for Games, explique que ce sont les enseignes de grande surface qui les sollicitent pour sourcer des titres dématérialisés et les transformer en version physique. Ils ont ainsi implanté de nombreux jeux indépendants dans les circuits grand public français, tel que *Darkest Dungeon Ancestral Edition*, en 5 000 exemplaires sur Switch et 2 500 exemplaires sur PlayStation 4. Face aux succès de ces éditions et aux demandes des enseignes, Just for Games ne se limite plus aux hits indépendants et éditent également des titres de niche, « parfois sur quelques centaines de pièces seulement »¹²⁰.

Malgré cette ouverture vers le grand public, Philippe Cohen ajoute que les premières réactions, lors d'une nouvelle annonce, « viennent toujours des collectionneurs, très attachés à la valeur de l'objet en tant que tel. Ils sont prêts à acheter le jeu en boîte même s'ils l'ont déjà acquis en téléchargement auparavant ». Pour les jeux rétro, qu'ils rééditent en version physique, le public cible se constitue de joueurs « quadra qui ont plaisir à se replonger dans des titres qu'ils ont connus lorsqu'ils avaient 20 ans ». Notre entretien avec le collectionneur Karim LR¹²¹ nous confirme, côté consommateur, les dires du président de Just for Games : « Nombre d'éditeurs indépendants font l'effort de sortir des jeux physiques [...] et souvent derrière ces éditeurs, il y a des hommes et des femmes de notre génération, de notre milieu, qui savent l'importance et le marché potentiel que le support physique peut encore engendrer. [...] Ça tombe bien, il y a toute une génération de trentenaires/quarantenaires avec un pouvoir d'achat qui n'attend que ça : faire perdurer le support physique ».

¹¹⁹ HELLIO Patrick, « Quand le jeu vidéo indé sort en boîte : enquête sur le jeu vidéo rematérialisé », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/quand-le-jeu-video-inde-sort-en-boite-enquete-sur-le-jeu-rematerialise-3050807321.html>, mis en ligne le 11/07/2018, consulté le 25/08/2020.

¹²⁰ Ibid. note 117

¹²¹ Voir annexe 7

Ayant étudié la phase de conception du côté des jeux AAA et des éditeurs de jeux indépendants, nous allons désormais nous intéresser à la phase de la fabrication et de la distribution des éditions collector.

b. ...à sa fabrication et sa distribution

La phase de fabrication de l'édition collector demande nécessairement de faire appel à des prestataires externes. Les studios de jeux vidéo transmettent les fichiers des personnages et des divers objets, afin qu'ils prennent vie sous forme de goodies ou de figurines.

Pour Ubisoft, le rapport qualité/prix du prestataire n'est pas le seul critère demandé, et le service manufacturing est en charge de trouver des prestataires qui correspondent à des critères d'écoresponsabilité et de conditions de travail exigeants, pour une fabrication la plus éthique possible. Les productions délocalisées restent cependant majoritaires, d'autant plus que les prestataires font souvent eux-mêmes appel à d'autres professionnels, souvent implantés en Chine.

Afin de contourner le problème, l'éditeur Microids traite la fabrication en interne via sa maison mère, Média Participations, pour réduire les coûts et avoir un contrôle total sur toute la chaîne de conception. Même démarche pour Dotemu, une société française spécialisée dans la ressortie de jeux rétro au format physique, qui a combiné ses forces avec Limited Run Games pour la sortie de l'édition collector de *Windjammers*, jeu d'arcade de 1994 : « On crée donc les éléments en interne, même si nos partenaires de distribution physique ont, en plus, des idées de packaging géniales. L'idée de la collector *Windjammers* avec le frisbee a pu se réaliser grâce à Limited Run Games qui ont trouvé un boîtier parfaitement adéquat avec nos souhaits au niveau du contenu¹²² ».

Pour les éditeurs qui passent par des prestataires externes, le rendu final des pièces est incertain. De plus, l'échéance courte entre la commande et le reçu des éditions collector limite le recours à une refonte de l'édition quelques semaines avant la sortie, d'autant plus que des frais ont été engagés. Certains cas d'école ont fait date, tel que les sacs prévus dans l'édition collector de *Fallout 76 Power Armor Edition*. Prévu comme un sac en tissu de grand format estampillé West Tek¹²³, les joueurs ont reçu des sacs en nylon, à l'aspect bon marché et peu

¹²² HELLIO Patrick, « Quand le jeu vidéo indé sort en boîte : enquête sur le jeu vidéo rematérialisé », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/quand-le-jeu-video-inde-sort-en-boite-enquete-sur-le-jeu-rematerialise-3050807321.html>, mis en ligne le 11/07/2018, consulté le 25/08/2020.

¹²³ Shady 77, « Une édition collector pour Fallout 76 », *EditionCollector.fr*, [En ligne] sur <https://editioncollector.fr/jeux/une-edition-collector-pour-fallout-76.html>, mis en ligne le 11/06/2018

ressemblants au sac promis. Près d'un mois après la sortie du jeu, Bethesda, l'éditeur, s'est excusé auprès des consommateurs sur Twitter¹²⁴ en promettant l'envoi d'un sac de remplacement pour tous les acheteurs le réclamant. Après plusieurs reports de date, les nouveaux sacs sont arrivés en juin 2019, soit plus de 7 mois après la sortie.

La qualité des matériaux d'une édition collector est un point de déception redondant pour de nombreux collectionneurs, qui regrettent les finitions des figurines en PVC sans élément en résine, des boîtiers trop fragiles ou des artworks sans papier glacé.

Entre prestataires, certains tentent de se démarquer en proposant des matières de qualité pour attirer les collectionneurs. Novobox est une société de packaging de jeu vidéo, créée par un Français et implantée en Serbie et en Chine. Dans un marché largement dominé par le prestataire suédois Scanavo, à l'origine de la marque déposée SteelBox, Novobox mise sur une stratégie offensive pour attirer les éditeurs de jeux. Le patron de l'entreprise explique¹²⁵ jouer sur l'épaisseur des matériaux utilisés pour améliorer leur qualité : « En tant qu'outsiders, nous sommes très agressifs sur les prix et cherchons la qualité. Nous avons par exemple augmenté l'épaisseur de métal de nos boîtes, en passant de 0,23 (la norme jusqu'ici) à 0,25mm alors que nos concurrents ont plutôt tendance à descendre à 0,21mm pour augmenter les marges ».

Cette stratégie offensive se poursuit par la présence de l'entreprise à la Gamescom, un salon international du jeu vidéo organisé annuellement à Cologne, où le patron profite de la présence de grands éditeurs pour leur soumettre des idées de packaging. Il estime ainsi réaliser 30 à 40% de ses commandes¹²⁶.

Une fois les éditions collector fabriquées et assemblées, elles sont acheminées aux éditeurs, qui les livrent dans tous les points de vente. Neamedia, l'entreprise ayant produit la figurine de l'épée Légendaire pour la sortie de *Zelda Breath of the Wild*, détaille¹²⁷ que 24 containers ont été nécessaires pour acheminer la production vers les usines de pressage, elles-mêmes renvoyant ensuite le jeu aux éditeurs.

¹²⁴ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/BethesdaSupport/status/1069713890806849536>, mis en ligne le 03/12/2018

¹²⁵ ELMER-HAERRIG Vincent, « Dans les coulisses des collectors de jeu vidéo », Gameblog, [En ligne] sur http://www.gameblog.fr/dossier_776_dans-les-coulisses-des-collectors-de-jeu-vidéo, mis en ligne le 06/10/2014, consulté le 22/08/2020

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Accompagner une sortie mondiale : The Legend of Zelda, Nintendo, Neamedia, [En ligne] sur <http://www.neamedia.fr/etudes-de-cas/zelda/>

Les éditions collector sont principalement vendues en précommande, étant annoncées plusieurs mois avant la sortie. Dans le cas de l'édition collector *Zelda Breath of the Wild*, la précommande a été mise en ligne deux mois avant la sortie et épuisée en quelques jours.

Pour les éditeurs de jeux rematérialisés tel que Limited Run Games, les précommandes sont annoncées plusieurs mois à l'avance, lorsque le portage du jeu en édition physique est confirmé mais que la production n'a pas démarrée. Afin de chiffrer au mieux le nombre d'exemplaires à produire, Limited Run Games propose désormais de manifester son intérêt pour l'édition en s'engageant à l'acheter à sa sortie : après une fenêtre de quelques jours, la page est fermée et le nombre d'exemplaires retenus correspond aux promesses d'achat.

Nous avons demandé à Thomas Cillia¹²⁸, vendeur dans une enseigne Micromania, si la firme développe une stratégie particulière vis-à-vis des collectors, notamment via une mise en avant physique en magasin. S'il confirme mettre en avant les éditions collector dans des vitrines, Thomas Cillia nous explique également que la politique de Micromania a changé : « Avant, on pouvait juste les réserver avec un acompte et maintenant ce ne sont que des livraisons en magasin ou directement à la maison ». Une manière, peut-être, d'éviter de garder des surplus de stock lorsque l'édition collector ne se vend pas bien.

La conception d'une édition collector est un processus long durant lequel s'entremêlent impératifs économiques, artistiques et logistiques. En détaillant les étapes du côté des jeux AAA et du côté des éditeurs de jeux indépendants et rétro, nous percevons les différences de fabrication entre des éditions pensées pour le grand public et des éditions de niche. Just for Games fait ici figure d'acteur hybride particulièrement intéressant, en tant qu'éditeur de jeux indépendants présent dans les grandes enseignes, au même titre que les hits. La plupart des éditeurs de jeux indépendants en version physique préfèrent en effet proposer une plateforme de vente en ligne, moins coûteuse et plus pertinente au vu des quantités d'exemplaires en vente.

Néanmoins, pour tous les acteurs de l'édition vidéoludique, la conception d'une édition collector est suivie d'une communication particulière à son propos. En visant des cibles de consommateurs précises, les éditeurs peuvent en effet se permettre une communication plus proche des joueurs, rythmée par les annonces sur la sortie de l'édition collector.

2. Une communication spécifique à l'édition collector, événementielle et proche des joueurs

¹²⁸ Voir annexe 11

Pascale Ezan, dans son article « Le phénomène de collection, une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation »¹²⁹, affirme que « plus les produits sont complexes, plus leur charge affective ou symbolique est forte ». Les éditions collector représentent physiquement un jeu, par définition impalpable, et les divers objets qui accompagnent le support physique du jeu sont autant d'objets à charge affective plus ou moins forte.

Cette charge affective est anticipée dès la conception de l'édition, puis amplifiée par une communication particulière des marques au sujet des éditions collector. En effet, les éditions collector sont rarement le fruit d'un achat compulsif, car, en tant que maillon actif de la promotion du jeu, elles sont particulièrement médiatisées. Propices à des annonces plusieurs mois en amont sur les sites spécialisés, les réseaux sociaux ou les forums, les éditions collector provoquent un phénomène d'attente chez les joueurs. La communication des éditeurs, proches des joueurs, vise ainsi à les pousser à l'achat, à les faire patienter jusqu'à l'arrivée de la commande, mais aussi à interagir pour mieux comprendre les attentes des consommateurs.

a. L'annonce de l'édition collector comme chaînon de la promotion du jeu

Le 1^{er} et 2 novembre 2019 s'est tenue en Californie la BlizzCon, une convention annuelle organisée par Blizzard Entertainment pour promouvoir ses licences phares, telles que *World of Warcraft* ou *Overwatch*, et annoncer les prochaines sorties prévues. Une conférence consacrée à la licence *Diablo* a confirmé que la suite, *Diablo IV*, est en cours de développement, pour une date de sortie inconnue. Profitant de l'engouement pour l'annonce, Blizzard propose à la vente le 11 novembre 2019 une statuette collector de Lilith, l'un des personnages clés de la saga, en version très limitée, de plus de 60 centimètres, au prix de 499,99\$¹³⁰. L'annonce a directement été médiatisée sur les sites consacrés à Blizzard, tel que *Judgehype* ou *Wowhead*, mais aussi sur des sites généralistes comme *Jeuxvideo.com*.

Cette annonce, qui concernait uniquement une figurine, montre à quel point les objets de prestige et de collection agissent comme chaînon de la promotion médiatique d'un jeu. Leurs annonces font l'objet d'un tweet, voire d'un communiqué de presse, relayé par les sites spécialisés puis discuté au gré des forums et des réseaux sociaux. En l'absence de nouvelles sur le développement d'un jeu, qui se transmettent principalement via des trailers ou des vidéos

¹²⁹ EZAN Pascale, « Le phénomène de collection : une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation », *Management & Avenir* n°6, Avril 2005, pp. 46 à 62, [En ligne] sur <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-4-page-49.htm>, consulté le 05/06/2020

¹³⁰ MalloDelic, « Diablo IV : Une statuette collector de Lilith dévoilée par Blizzard », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1141222/diablo-iv-une-statuette-collector-de-lilith-devoilee-par-blizzard.htm>, mis en ligne le 11/11/2019, consulté le 22/08/2020

de gameplay, les annonces d'éditions collector rythment l'attente des fans et cristallisent leurs attentes en donnant un aperçu visuel lié au jeu, pour le meilleur et pour le pire.

Le 10 octobre 2019, Naughty Dog dévoile l'édition collector du jeu *Last Of Us II*, l'un des jeux AAA les plus attendus de 2020. Proposée à 189,99€, elle rassemble le jeu en steelbook, des badges, un artbook, un bracelet et une figurine d'Ellie, l'héroïne de la licence. L'édition collector est dévoilée plus de huit mois avant la sortie du jeu et ses précommandes ouvrent le matin même. La presse se fait écho de la sortie et les joueurs partagent rapidement leur mécontentement quant au visage de la figurine, dont les yeux seraient ratés. Sur le site Jeuxvideo-live¹³¹, l'annonce de l'édition collector prend ainsi directement un tournant négatif, avec le titre « The Last of Us II : la figurine du collector fait polémique », suivi de commentaires de membres déçus. L'article fait mention de plus de 30 000 lectures, chiffre le plus élevé de l'année 2019 dans la catégorie Collector des actualités du site.

A l'inverse, le jeu *Captain Tsubasa : Rise of New Champions*, sorti le 28 août 2020, a profité de l'annonce de ses trois éditions collector pour gagner en popularité. Pour le collectionneur Karim LR¹³², ces annonces sont un moment marquant : « le prochain *Captain Tsubasa* sort au mois d'août prochain avec pas moins de 3 éditions collector différentes. Quelque chose que je n'avais jamais vu dans ma vie de collectionneur ». Si les deux premières éditions, Collector et Champions¹³³, ont un contenu classique pour des éditions collector, c'est assurément l'édition Légende à 1 999€ qui explique cette popularité, puisqu'elle comprend le contenu des deux éditions précédentes ainsi qu'un Babyfoot haut de gamme. Dans les commentaires, des collectionneurs expriment leur déception le jour de la précommande face à une rupture de stock rapide.

L'annonce de l'édition collector d'un jeu est un exercice à double tranchant, à la fois vecteur de promotion pour les jeux et potentiel source de mécontentement pour les fans ou les collectionneurs, s'ils n'y trouvent pas leur compte. Dans le cas de ces deux jeux, le contraste est également saisissant au vu de leur réception à la sortie, puisque *The Last of Us II* a récolté les lauriers de la presse spécialisée, avec un score de 94/100 sur Metacritic, tandis que *Captain Tsubasa* se cantonne à un score de 71/100.

¹³¹ « The Last of Us II : la figurine du collector fait polémique », Jeuxvideo-live, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo-live.com/news/the-last-of-us-2-la-figurine-du-collector-fait-polemique-95593>, mis en ligne le 10/10/2019

¹³² Voir annexe 7

¹³³ Shady 77, « Trois éditions collector pour Captain Tsubasa : Rise of New Champions », EditionCollector.fr, [En ligne] sur <https://editioncollector.fr/jeux/deux-editions-collector-pour-captain-tsubasa-rise-of-new-champions.html>, mis en ligne le 26/05/2020

La stratégie de buzz amorcée par l'annonce de trois éditions pour *Captain Tsubasa* est néanmoins courante, l'exemple le plus célèbre étant l'édition Super Dangerous Wad Wad de *Saints Row 4*, proposée à 1 millions de dollars. Disponible en un exemplaire, elle comprend notamment, en plus du jeu, un voyage dans l'espace, de la chirurgie esthétique et une Lamborghini Gallardo¹³⁴. En adéquation avec la démesure présente dans la licence *Saints Row*, des jeux en monde ouvert où l'on incarne, dans le 4, le président des États-Unis en proie à une guerre contre les aliens, cette édition trône au sommet des collectors les plus osés et marquants.

Nous l'avons vu, les éditions collector se vendent particulièrement en précommande et les jours suivant la sortie du jeu. Afin de pousser les joueurs à l'achat, les éditeurs envoient des éditions collector à des influenceurs présents sur YouTube. Le format vidéo est en effet privilégié par les collectionneurs et les fans afin de se rendre compte de la qualité de chaque élément, de leur taille et de leur rendu, comme en témoigne le succès des vidéos d'unboxing.

Dans la communauté des YouTubeurs jeux vidéo français, Benzaie¹³⁵ est l'un des plus populaires avec plus de 684 000 abonnés. Sa chaîne, active depuis 2012, contient des formats de critiques express, des best-of de ses séances en live sur Twitch, l'émission *Hard Looters* consacré aux boutiques de jeux vidéo au Japon et l'émission *Hard Corner*, dédiée aux éditions collector.

Ancrées dans un ton humoristique, les vidéos Hard Corner mêlent sketch et critique du jeu et de son édition collector. Contrairement aux vidéos d'unboxing soignées et ritualisées de TheRelaxingEnd, Benzaie présente les éléments de l'édition collector rapidement, avec un montage rapide et une musique accompagnant toute la vidéo. Ainsi, dans le *Hard Corner* dédié à *Call of Duty : Modern Warfare*¹³⁶, sorti en août 2019, en se moquant de la taille des lunettes de vision nocturne présentes dans l'édition, il les montre à plusieurs reprises et les porte réellement, ce qui permet de voir leur rendu grandeur nature. Il présente ensuite la vision nocturne en filmant à travers les lunettes de nuit, avant d'ajouter « C'est vraiment cher, mais on ne peut pas dire que ce soit de l'arnaque ». Ces critiques humoristiques permettent d'attirer un public plus large et de gagner en visibilité pour ces éditions, cette vidéo étant par exemple mise en ligne deux jours avant les fêtes de Noël.

¹³⁴ INVERNO Julien, « Saints Row IV : Une édition collector à un million de dollars », Gameblog, [En ligne] sur <http://www.gameblog.fr/news/37374-saints-row-iv-une-edition-collector-a-un-million-de-dollars>, mis en ligne le 09/09/2013

¹³⁵ BenzaieTV, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/user/benzaieTV/videos>

¹³⁶ Benzaie, Modern Warfare (collector) – Hard Corner Mini ft Sad Panda, Youtube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=AoX-zuU-pow&list=PLCAE4DA137AA23A2A&index=6>, mis en ligne le 03/12/2019

Une promotion des éditions collector en vidéo est assurée de manière plus classique par des chaînes telles que JEUXACTU¹³⁷, qui compte 472 000 abonnés. Les éditions collector sont promues sous la forme d'unboxing traditionnels, avec une ouverture de chaque élément à la suite et un zoom caméra sur chaque détail de l'édition, entrant pleinement dans une logique assumée de promotion.

La communication autour des éditions collector est également évenementialisée pour profiter de créneaux de visibilité du jeu vidéo tels que l'E3. Mis en place en 1995, pour se tenir chaque année une semaine en juin, l'E3 est l'un des plus grands salons internationaux de jeux vidéo, basé à Los Angeles et exclusivement réservé aux professionnels jusqu'en 2017 avant de s'ouvrir au grand public. Ce salon rythme l'actualité vidéoludique grâce aux diverses conférences organisées par chaque éditeur de jeu afin d'annoncer leurs prochaines nouveautés et leurs avancées sur les jeux en cours. En 2019, l'ESA, l'entreprise qui organise l'E3, a chiffré à 3,2 millions le nombre de tweets liés au salon¹³⁸.

En juin 2019, la conférence Xbox crée l'événement en dévoilant un trailer de *Cyberpunk 2077*, sa date de sortie en avril 2020 et son édition collector à 220€. Jeu du studio polonais CD Projekt Red, connu pour la série *The Witcher*, *Cyberpunk 2077* est attendu depuis plusieurs années et l'engouement provient du trailer, qui révèle la présence de l'acteur Keanu Reeves modélisé dans l'univers du jeu. En annonçant dans le même temps toutes ces informations, CD Projekt s'est garanti une couverture optimale, les articles de presse détaillant le trailer faisant également mention de la sortie de l'édition collector.

Annoncées à des moments stratégiques sur des canaux ralliant un public large, les éditions collector sont bien au cœur du processus de promotion des jeux. Leurs annonces sont relayées par les médias spécialisés et par les particuliers et ravivent l'intérêt pour la sortie d'un jeu prévue dans plusieurs mois.

Plus qu'une stratégie de visibilité, les annonces d'éditions collector amorcent une stratégie d'engagement communautaire. En effet, les réactions à la suite du dévoilement des éditions collector, ainsi que toute la stratégie communicationnelle entourant ces éditions, permettent une proximité accrue auprès des fans et des collectionneurs.

¹³⁷ JEUXACTU, chaîne YouTube, playlist dédiée aux vidéos d'unboxing, [En ligne] sur https://www.youtube.com/playlist?list=PLwue_DIBktRP86Mi_C49SUjk_AXWpLYw9

¹³⁸ daFrans, « E3 2019 : Les chiffres de l'année 2019 et le rendez-vous en 2020 », Jeuxvideo.com, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1061124/e3-2019-les-chiffres-de-l-annee-2019-et-le-rendez-vous-en-2020.htm>, mis en ligne le 14/06/2019

b. Une opportunité pour interagir avec les fans et les collectionneurs ?

Lorsque nous avons demandé aux collectionneurs interrogés s'ils possèdent un souvenir marquant lié à la communication d'un éditeur autour d'une édition collector, aucun n'a rebondi sur un événement précis. Pour Fab Lebeauwski¹³⁹, cette question appelle même à une réponse par la négative : « On balance des teasers et infos à petites doses, des trailers, puis des dates sont lâchées, des éditions collectors pour presque n'importe quel jeu qui sort... Bref, je ne trouve pas la façon de communiquer autour des collectors très subtile depuis quelques années ».

Les leviers de promotion activés par les éditeurs concernant les éditions collector sont classiques, principalement axés sur les relations presse et les sponsorisations de posts ciblés sur les réseaux sociaux. La communication globale autour des éditions collector de jeux vidéo est perçue comme impersonnelle, avant tout tournée vers la vente et la promotion des produits.

Si nous reprenons l'exemple de *Captain Tsubasa : Rise of New Champions*, édité par Bandai Namco, nous remarquons que la campagne promotionnelle n'a pas particulièrement été axée sur les éditions collector. Les actualités dédiées au jeu, sur le site de l'éditeur¹⁴⁰, permettent de présenter toutes les équipes de football jouables, tandis que les comptes Twitter et Instagram ne mentionnent l'édition collector que pour l'intégrer dans une dynamique de jeu-concours, afin de célébrer la sortie.

Ce manque de proximité avec les fans et les collectionneurs explique majoritairement l'absence de réaction quant à notre question liée aux moments marquants de communication autour des éditions collector. Il nous semble en effet que les éditeurs se contentent d'un schéma de communication classique, centré autour d'une promotion impersonnelle, que s'approprient ensuite les joueurs en partageant leur avis dans les commentaires d'articles, sur les forums ou bien sur les réseaux sociaux.

Au cours de notre travail, nous avons remarqué une perception majoritairement négative des collectionneurs envers les éditeurs actuels. Cette méfiance se transcrit particulièrement dans la dernière question de notre entretien, portée sur le futur du marché physique, où les dix collectionneurs interrogés partagent un constat amer. Pour Mathieu Chapuy, les boîtes de jeux comprenant un code dématérialisé représentent la transition voulue des éditeurs vers le digital.

¹³⁹ Voir annexe 9

¹⁴⁰ Captain Tsubasa, Bandai Namco, [En ligne] sur <https://fr.bandainamcoent.eu/live?brand=CAPTAIN%20TSUBASA#new>

Il ajoute : « Ils sont forts, très forts ! Et je pense qu'à terme ils l'emporteront »¹⁴¹. Vincent Tomassetti ne souhaite plus, quant à lui, collectionneur sur de nouveaux supports et finit notre entretien en se justifiant : « Globalement, tout devient plus cher et la qualité baisse, je ne souhaite plus participer à ce système qui aura eu raison de mes lubies »¹⁴². Une véritable rupture avec les éditeurs, qui ont vraisemblablement raté le coche en délaissant les attentes des collectionneurs pour se recentrer sur une cible plus large.

S'ils ne se sentent pas proches de la communication des éditeurs, certains collectionneurs profitent néanmoins de la proximité facilitée des réseaux sociaux pour contacter directement des éditeurs. Christophe Gokudo¹⁴³ a contacté Bandai Namco pour une demande d'informations sur *Tales of Vesperia Definitive Edition*. Il se « rappelle avoir demandé directement : vous livrez à la Réunion ? Et de quelle version est le package, français ou anglais ? ». Pour Sulli¹⁴⁴, collectionneur spécialisé Xbox, son inscription récente sur Twitter a permis de nouer des liens avec des employés et d'autres passionnés : « Pour un collectionneur qui veut discuter avec des personnes c'est vraiment *the place to be*. J'ai eu la chance sur Twitter de pouvoir parler et toujours actuellement avec l'ancien directeur Xbox France en privé justement ». Ces deux cas de figures prolongent les échanges que nous voyons déjà sur les forums, en favorisant un échange plus direct et ciblé pour obtenir des informations pertinentes directement.

Plus conscient des préoccupations des collectionneurs, les éditeurs de jeux indépendants et rétro en version physique jouent davantage sur leur proximité avec les consommateurs.

Afin de rassurer leurs clients et de nouer une relation de confiance, ces éditeurs misent sur la transparence, que ce soit sur les prix, la rareté des objets ou l'assurance de ne pas rééditer une édition collector. L'éditeur Strictly Limited Games, spécialisé en réédition en version physique, informe ses clients sur les délais d'acheminement de ses jeux suite au retard pris par le confinement : le 3 juillet¹⁴⁵, l'éditeur explique par exemple, photos à l'appui, que le jeu *Darius* vient d'arriver à l'entrepôt avec des envois dès la semaine suivante.

¹⁴¹ Voir annexe 4

¹⁴² Voir annexe 12

¹⁴³ Voir annexe 10

¹⁴⁴ Voir annexe 6

¹⁴⁵ Tweet disponible [En ligne] sur <https://twitter.com/RealStrictlyLTD/status/1279116701733396481?s=19>, mis en ligne le 03/07/2020

Philippe Cohen¹⁴⁶, président de Just for Games, est même optimiste vis-à-vis du futur de l'édition physique : « Nous sommes persuadés qu'il y aura toujours un marché pour du jeu en boîte auprès du clientèle de passionnés et d'habitues. Cela représente fondamentalement pour ces joueurs LA manière privilégiée de s'approprier un jeu, au travers d'un packaging élégant, d'un manuel soigné ou de tel ou tel bonus exclusif propre à ravir les fans de la licence ».

Ainsi, pour les éditeurs de jeux vidéo, les éditions collector s'apparentent avant tout à une opportunité communicationnelle en termes de promotion. Facteur de relai médiatique, les éditions collector représentent un gain de visibilité considérable en amont de la sortie. Pour *Cyberpunk 2077*, le matériel promotionnel, un an avant la sortie du jeu, se limitait par exemple à un trailer et le visuel de l'édition collector.

Les jeux vidéo, dont la communication sur les éléments de gameplay et les fonctionnalités concrètes ne se déploie que durant les dernières semaines avant la sortie, misent sur les éditions collector pour cristalliser les attentes des joueurs. Cela explique le long processus de conception et de fabrication qui en découle afin d'obtenir une édition bien calibrée en termes de prix pour la cible voulue et assez riche en contenu pour s'assurer une réception positive. Ces éditions sont remplies d'une forte charge affective et symbolique, qui explique les réactions massives des joueurs à leur annonce.

En effet, l'annonce d'une édition collector fait réagir la communauté de joueurs instantanément : la plupart indiquent immédiatement leur volonté de l'acquérir ou non, ainsi que leur ressenti sur le rendu visuel et le contenu, directement en commentaires d'articles ou sur les forums. C'est à ce moment que les éditeurs de jeux vidéo ne concrétisent pas la charge affective de l'objet en termes d'engagement communautaire. En s'appuyant sur les médias pour relayer les annonces, les éditeurs n'établissent aucun contact direct avec les joueurs et leur communication autour des éditions collector, comme nous l'avons vu, est particulièrement impersonnelle, voire inexistante.

Si cette stratégie communicationnelle permet de s'adresser au public le plus large, elle laisse sur le carreau les collectionneurs, se sentant de moins en moins considérés et n'étant pas valorisés face aux autres consommateurs qui ne sont plus nécessairement attachés au support physique. Le manque de transparence sur les éditions collector, leur multiplication depuis

¹⁴⁶ HELLIO Patrick, « Quand le jeu vidéo indé sort en boîte : enquête sur le jeu vidéo rematérialisé », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/quand-le-jeu-video-inde-sort-en-boite-enquete-sur-le-jeu-rematerialise-3050807321.html>, mis en ligne le 11/07/2018, consulté le 25/08/2020.

quelques années et les diverses tendances qui ancrent une dématérialisation toujours plus poussée amplifient le détachement ressenti par les collectionneurs, qui préfèrent ainsi s'informer sur les sorties via les forums et les médias, plutôt qu'en suivant médiatiquement les éditeurs. Seuls les éditeurs de jeux vidéo indépendants et rétro font figure d'exception, puisque leur cœur de cible est resserré sur les collectionneurs avec une communication marquée et plus proche de leurs attentes, ce qui explique leur multiplication depuis l'avènement de Limited Run Games en 2015.

Conclusion

Notre travail s'est construit autour de la problématique : **Dans quelle mesure les éditions collector de jeux vidéo légitiment-elles leur appellation à la fois via la communication particulière des marques et via l'usage des collectionneurs ?**

Nous avons vu que le terme d'édition collector regroupe des objets disparates, sans norme en termes de prix, de contenu ou de qualité. Ces éditions ne sont pas uniquement réservées à la collection, même si le terme renvoie directement à cet usage, convoquant une idée de bel objet rare. En effet, puisqu'elles constituent la suite logique des produits dérivés, développés au sein du marché japonais, les éditions collector sont conçues pour attirer le grand public et les fans attachés à une licence, qui reportent sur l'objet la dimension affective prêtée au jeu.

Le jeu vidéo, devenu la première industrie culturelle mondiale en termes de chiffre d'affaires, a ainsi adapté les éditions collector à son nouveau public. Il ne s'agit plus de s'adresser à une niche de collectionneurs mais de pousser à l'achat lors des fêtes de fin d'année, particulièrement pour les superproductions que constituent les jeux AAA, en misant sur le prestige de l'objet physique. Pour les défenseurs de l'édition physique, l'attrait d'éditions collector déployé pour les fêtes familiales de fin d'année est la preuve d'une persistance du physique à long terme : un simple bout de carton avec un code dématérialisé n'a pas la même valeur qu'une boîte de jeu sous le sapin.

En rayon dans les linéaires des magasins, l'édition collector n'a de collector que le nom et nous soutenons l'idée que ce sont les divers usages des consommateurs entourant ces éditions qui légitiment cette dénomination, en transformant l'objet en réelle pièce de collection. Sous le terme d'usages de consommateurs se regroupent l'unboxing, la partage de photos de collector

ou encore l'acte d'acquérir deux éditions, afin d'en garder une pour jouer et l'autre comme pièce de collection.

Les collectionneurs de jeux vidéo, quant à eux, ne se retrouvent pas vraiment dans le marché des éditions collector pour grand public. Une édition collector se justifie, selon les collectionneurs interrogés, avant tout par la rareté, qui permet d'avoir l'assurance de détenir un objet rare. Ils mentionnent également le coup de cœur ou le désir d'avoir un lien physique avec l'univers virtuel qu'ils apprécient.

Les collectionneurs dénoncent également la dématérialisation croissante du jeu vidéo, qui touche tous les domaines culturels dominants. En effet, les ventes dématérialisées sont désormais majoritaires et les éditeurs persévèrent pour rendre ce modèle majoritaire, en proposant des consoles sans lecteur de disque ou des éditions collector sans jeu physique. L'achat d'éditions collector devient ainsi acte de résistance physique afin de préserver le support physique.

Pour mieux comprendre les usages des collectionneurs, nous avons également analysé leurs pratiques communautaires, nombreuses mais limitées à des lieux de sociabilité d'initiés, tels que les forums et les sites spécialisés. Ils y partagent notamment des photos de collection, des actualités sur les prochaines sorties et des bons plans. Comme nous l'avons vu, ces interactions vont de pair avec une dimension marchande particulièrement marquée, puisque ces lieux de sociabilité se doublent d'espaces dédiés à la vente et aux échanges.

Ces éléments confirment que les pratiques de collectionneurs sont des pratiques d'initiés. En effet, le loisir de collection de jeux vidéo, par définition centré sur l'accumulation d'objets, demande un investissement financier conséquent. Il demande également une connaissance particulière du médium vidéoludique et un investissement culturel important. La collection a par exemple une vocation muséale incontestable, chaque jeu permettant de retracer l'histoire des licences, des éditeurs et des consoles.

La légitimation de l'appellation collector provient également des éditeurs, à l'origine de ces éditions. Pensées plusieurs mois en amont de la sortie d'un jeu, les éditions collector concilient les impératifs marketing avec les envies des joueurs et des équipes créatives. Chaque édition possède sa pièce maîtresse, allant du steelbook à une figurine, à forte dimension symbolique et affective.

Notre dernière hypothèse soutenait que « la communication des marques autour des éditions collector s'appuie sur un double idéal de proximité et d'interactivité, qui permet de

fidéliser et distinguer les fans d'une licence ». Au fur et à mesure de nos recherches, elle apparaît clairement à nuancer.

En effet, la communication globale des éditeurs auprès des joueurs et des collectionneurs est majoritairement axée sur la promotion. L'édition collector sert avant tout de tremplin médiatique pour faire parler du jeu et en donner un premier aperçu visuel, mais elle n'est pas utilisée en tant que porte-étendard pour interagir avec une communauté définie. Seuls les éditeurs de jeux indépendants, souvent eux-mêmes collectionneurs, tirent leur épingle du jeu, en se recentrant sur les attentes des collectionneurs et en se permettant plus de proximité avec leur communauté.

Sans dialoguer directement, ce sont bien à la fois les usages des consommateurs et l'attention portée par les éditeurs à la promotion des éditions collector qui légitiment leur appellation. A la fois pur produit de l'industrie culturelle et objet de collection, les éditions collector représentent un point de bascule intéressant entre un médium qui se dématérialise et une persistance du support physique.

Pour prolonger le sujet, il serait intéressant d'établir un parallèle avec le marché des consoles de jeux. Nous l'avons vu, le début des années 2000 forge un modèle économique des jeux vidéo centré sur les jeux AAA, restreignant la production de jeux et de consoles - il en existe à ce moment plusieurs centaines - par des éditeurs de second plan en se recentrant sur quelques acteurs principaux. Aujourd'hui, le marché des consoles de jeux est également en mutation et propose des solutions dématérialisées, tel que Google Stadia, qui permet d'accéder à une bibliothèque de jeux à tout moment via le cloud en payant un abonnement. Si ce service n'a pas rencontré le succès escompté, il s'agit néanmoins d'une tentative offensive pour transformer le marché et les habitudes des joueurs.

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE ANALYTIQUE

Ouvrages

HORKHEIMER Max, ADORNO Theodor, *Dialectique de la raison*, Gallimard, 304 pages, 1944

AUDUREAU William, *Pong et la mondialisation - L'histoire économique des consoles*, Pix'n'love, Juillet 2014, 175 pages

GORGES Florent, *L'histoire de Nintendo volume 3 – 1983-2016, Famicom, Nintendo Entertainment System*, Omaké Books, 14 juin 2018, 244 pages

JENKINS Henry, *Fans, Bloggers & Gamers Essay on Participatory Culture*, NUY Press, Septembre 2006, 285 pages

BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, collection Folio Essais de Gallimard, 1986, 318 pages

BOURDIEU Pierre, *La Distinction, Critique sociale du jugement*, Le Sens Commun, 1979, 672 pages

Articles et études

LE DIBERDER Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo. Un colosse en péril. », pp. 136 à 143 dans *Hermès* n°62, 2012

DONNAT Olivier, « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret », *Réseaux* n°153, pp. 79 à 127

BELK Russell W., « Possessions and the Extended Self », *Journal of Consumer Research*, Volume 15, pp 139 à 168, Septembre 1988, [En ligne] sur <https://academic.oup.com/jcr/article/15/2/139/1841428>, consulté le 14/08/2020

EZAN Pascale, « Le phénomène de collection : une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation », *Management & Avenir* n°6, Avril 2005, pp. 46 à 62, [En ligne] sur <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-4-page-49.htm>, consulté le 05/06/2020

LICOPPE Christian, « Les formes de la présence », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2012, [En ligne] sur <https://journals.openedition.org/rfsic/142?lang=en>

BIBLIOGRAPHIE DOCUMENTAIRE

Articles

PILLON Thomas, « Les collectors de la honte », *Gameblog*, [En ligne] sur http://www.gameblog.fr/dossier_1071_les-collectors-de-la-honte, mis en ligne le 01/05/2017, consulté le 9/08/2020

Carnbee, « Comment sont créés les éditions collector de nos jeux vidéo ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1168656/comment-sont-creees-les-editions-collector-de-nos-jeux-video.htm>, mis en ligne le 19/01/2020, consulté le 04/05/2020

DEKONINK Basile, « De Pong aux cryptomonnaies : la saga Atari en cinq dates », *Les Échos*, [En ligne] sur <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/de-pong-aux-cryptomonnaies-la-saga-atari-en-cinq-dates-132917>, mis en ligne le 29/05/2018, consulté le 10/08/2020

AUDUREAU William, « La crise du jeu vidéo de 1983 va-t-elle se reproduire avec une indie apocalypse de 2016 ? », *Le Monde Pixels*, [En ligne] sur https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/04/la-crise-du-jeu-video-de-1983-va-t-elle-se-reproduire-avec-un-indie-apocalypse-de-2016_4745640_4408996.html, mis en ligne le 02/09/2015, consulté le 04/05/2020

GAULENE Mathieu, « Tōei Animation, l'usine à dessins animés », *La Revue des Médias*, [En ligne] sur <https://larevuedesmedias.ina.fr/toei-animation-lusine-dessins-animes>, mis en ligne le 06/02/2019, consulté le 20/06/2020

BROSS Alexis, « Collectionner des jeux vidéo, plaisir coupable, univers impitoyable », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/collectionner-des-jeux-video-plaisir-coupable-univers-impitoyable-172209.html>, mis en ligne le 12/01/2017, consulté le 04/06/2020

HELLIO Patrick, « Quand le jeu vidéo indé sort en boîte : enquête sur le jeu vidéo rematérialisé », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/quand-le-jeu-video-inde-sort-en-boite-enquete-sur-le-jeu-rematerialise-3050807321.html>, mis en ligne le 11/07/2018, consulté le 25/08/2020.

Kamui, « A République, les jeux avant, les emmerdes après », *Gamekult*, [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/actualite/a-republique-les-jeux-avant-les-emmerdes-apres-142359.html>, mis en ligne le 01/01/2015, consulté le 23/08/2020

LIZE Mathilde, « Collection à 1 millions d'euros cherche preneur », *Le Point*, [En ligne] sur https://www.lepoint.fr/high-tech-internet/collection-a-1-million-d-euros-cherche-prenneur-13-07-2012-1484996_47.php, mis en ligne le 13/07/2012, consulté le 30/08/2020

CRECENTE Bryan, « Dead Island Riptide's bloody torso statue sparks anger, confusion » (La statue d'un torse ensanglantée pour le jeu Dead Island Riptide provoque colère et confusion), *Polygon*, [En ligne] sur <https://www.polygon.com/2013/1/15/3878810/dead-island-riptides-bloody-torso-statue-sparks-anger-shock>, mis en ligne le 15/01/2013, consulté le 28/08/2020

ELMER-HAERRIG Vincent, « Dans les coulisses des collectors de jeu vidéo », *Gameblog*, [En ligne] sur http://www.gameblog.fr/dossier_776_dans-les-coulisses-des-collectors-de-jeu-video, mis en ligne le 06/10/2014, consulté le 22/08/2020

Epyon, « E3 2015 : Le contenu des éditions limitées et collector d'Halo 5 : Guardians dévoilé », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/430060/e3-2015-le-contenu-des-editions-limitees-et-collector-de-halo-5-guardians-devoile.htm>, mis en ligne le 17/06/2015, consulté le 19/08/2020

Mc WHERTOR Michael, « Halo 5 collector's edition buyers can exchange their digital code for a disc, 343 confirms », *Polygon*, [En ligne] sur <https://www.polygon.com/2015/7/17/8996889/halo-5-guardians-collectors-edition-physical-disc>, mis en ligne le 17/07/2015, consulté le 19/08/2020

CHAO Maxime, « Resident Evil 6 : le collector à 1000 euros aussi en France », *JeuxActu*, [En ligne] sur <https://www.jeuxactu.com/resident-evil-6-tous-les-detaills-sur-le-pack-collector-a-1000-83007.htm>, mis en ligne le 11/09/2012, consulté le 13/08/2020

Tiraxa, « Joueurs, joueuses : quelle est la différence ? », *Jeuxvideo.com*, [En ligne] sur <https://www.jeuxvideo.com/news/1116022/joueurs-joueuses-quelle-est-la-difference.htm>, mis en ligne le 11/11/2019, consulté le 03/06/2020

Interviews

BATCHELOR James, « David Braben : Physical Games will go away in two or three years », *GamesIndustry.biz*, [En ligne] sur <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-05-28-david-braben-physical-games-will-go-away-in-two-to-three-years>, mis en ligne le 28/05/2020, consulté le 17/08/2020

LAYBOURNE Alex, « Interview Limited Run Games », Nintendo, [En ligne] sur <https://nintendad.co.uk/interview/interview-limited-run-games/>, mis en ligne le 28/06/2019, consulté le 21/08/2020

Encyclopédie

BONFAIT Olivier, « Collectionnisme », *Encyclopedia Universalis*, [En ligne] sur <http://www.universalis-edu.com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/encyclopedia/collectionnisme/>

Contenu vidéo

Backintoys TV, « Je viens chez toi #10 + grande collection Nintendo de France ? », YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=8jJsotJU6es>, mis en ligne le 18/08/2017

TheRelaxingEnd, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/c/TheRelaxingEnd/videos>

Petits Secrets de Playhistoire, Collector's Quest Saison 3 au Japon (Ep. 3) chez Kikai, YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=qoWDaNH1ahU>, mis en ligne le 01/07/2020, consulté le 01/07/2020

BenzaieTV, chaîne YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/user/benzaieTV/videos>

My Life In Gaming, « The Story of Limited Run Games », YouTube, [En ligne] sur <https://www.youtube.com/watch?v=BSdXxq8z1e4>, mis en ligne le 07/10/2016

Autres

L'Essentiel du jeu vidéo, édition 2019, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, [En ligne] sur https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/sell_essentiel_du_jeu_video-oct2019.pdf

Sujet de discussion sur le forum Gamekult, « Halo 3 Legendary vendu à 362€ sur eBay », [En ligne] sur <https://www.gamekult.com/forum/t/halo-3-legendary-edition-vendu-a-362-sur-ebay/164918>

CNC, Les principaux chiffres du cinéma, édition 2019, [En ligne] sur <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/CNC-chiffres-cles-2019.pdf/8b5e4f0f-0abf-a73b-9edd-3960e8f0b85b>

Syndicat National de l'Édition Phonographique, Bilan 2018 du marché de la musique enregistrée, [En ligne] sur <http://snepmusique.com/actualites-du-snep/bilan-2018-du-marche-de-la-musique-enregistree/>, mis en ligne le 14/03/2019, consulté le 15/08/2020

Syndicat National des Éditeurs, Les Chiffres de l'édition 2018-2019, [En ligne] sur https://www.sne.fr/app/uploads/2019/06/RS19_Synthese_Web01_VDEF.pdf

L'Appel des 70, « Pour un avenir de l'édition vidéo physique », Change.org, [En ligne] sur <https://www.change.org/p/ministère-de-la-culture-pour-un-avenir-de-l-édition-vidéo-physique>

Sujet de discussion « Limited Run et compagnie : les jeux démat qui sortent en boîte » sur le forum Gamopat, [En ligne] sur <http://www.edition-limited.net/t23914-limited-run-et-compagnie-les-jeux-demat-qui-sortent-en-boite>

Annexes

Sommaire

Annexe 1 : Guide d'entretien semi-directif	76
Annexe 2 : L'édition collector de <i>Wing Commander III : Tiger Heart Premier Edition</i>	76
Annexe 3 : Entretien avec Inirius/ Auguste de Lambilly, forum Limited (19/06)	77
Annexe 4 : Entretien avec Avalon471/Mathieu Chapuy, forum Gamopat (24/06)	79
Annexe 5 : Entretien avec Lightman, forum Gamopat (24/06)	81
Annexe 6 : Entretien avec Sulli, forum Gamopat (25/06)	83
Annexe 7 : Entretien avec Karim LR, forum Gamopat (25/06)	85
Annexe 8 : Entretien avec Momo Brinks, forum Gamopat (25/06)	89
Annexe 9 : Entretien avec Fab Lebeauwski, forum Gamopat (25/06)	91
Annexe 10 : Entretien avec Christophe Gokudo, forum Gamopat (29/06)	92
Annexe 11 : Questions à Thomas Cillia, vendeur Micromania (28/06)	95
Annexe 12 : Entretien avec Vincent Tomassetti, forum Gamopat (02/07)	95
Annexe 13 : Entretien avec Cédric Jégou, forum Gamopat (08/07)	97

Annexe 1 : Guide d'entretien semi-directif

1. Pouvez-vous vous présenter ?
2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?
3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?
4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?
5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?
6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?
7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?
8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Annexe 2

L'édition collector de *Wing Commander III : Tiger Heart Premier Edition*



Annexe 3

Entretien par message privé avec Inirius/ Auguste de Lambilly, forum Limited (19/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis étudiant en classe préparatoire aux grandes écoles.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

Je suis un petit collectionneur, je possède actuellement autour de 1300 titres sur une trentaine de consoles.

Je suis en particulier "fullseteur" Wii U, c'est à dire que je suis à la recherche de tous les jeux Wii U sortis en français dans toutes leurs versions différentes (dont les éditions collectors du coup). Sur cet objectif j'ai fini les éditions "simples", et il me manque 4 éditions "alternatives" (dont collectors, éditions avec DLC, rééditions...) sur 208.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

J'ai commencé à acheter des éditions collectors avec les jeux *Pokémon Rubis Omega* et *Saphir Alpha*. Étant un très grand fan de la série de jeux *Pokémon*, je me suis laissé tenter par cette édition collector en sachant qu'il n'y avait pas eu d'éditions collectors, à proprement parler, pour les jeux Pokémons auparavant.

Ce pack est en réalité appelé "limited edition" et ne comprend que le steelbook en plus, je n'avais pas pris l'autre avec une pokéball en plus, parce que je ne l'avais pas vu en précommande à vrai dire.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

L'édition collector a un intérêt pour un collectionneur qui est tout simplement son caractère limité et "rare" (je mets "rare" entre guillemets car un très grand nombre de telles éditions sont vendues en bien plus d'exemplaires que d'autres jeux en éditions simples). Il suit ensuite une envie, pour une série qu'on apprécie, d'en posséder tout ce qui tourne autour, c'est le principe même d'une collection j'ai envie de dire.

Outre cet aspect collection, il y a un avantage à une version physique à une version dématérialisée : le réel sentiment de possession de l'objet. En effet, les jeux vidéo ont depuis leur début, ou tout du moins peu après leur début, fait l'objet d'un marché. Ainsi, en ayant une version physique, on est assuré de pouvoir, en cas de besoin, la revendre à un tiers, contrairement à une version dématérialisée qui peut partir avec la fermeture du mode en ligne de la console.

Je soulignerai ensuite un aspect nostalgique (peut-être moins justifié pour moi-même). En effet, le monde du jeu vidéo d'aujourd'hui est avant tout basé sur le modèle des consoles à cartouches, qui s'est dérivé en disque avec l'évolution des technologies. Ainsi, en préférant une version physique, le collectionneur conserve tous les rituels de la boîte de jeu rangé sur une étagère, que l'on ouvre pour jouer, lire le manuel pour se familiariser avec les contrôles et/ou l'histoire, mettre le jeu dans la console... et j'en passe ! C'est ainsi tout une culture du jeu vidéo qui disparaît avec le dématérialisé ! Je ne parle pas encore des mises à jour récurrentes, des installations qui durent un temps considérable, ni de la disparition des notices ...

Pour finir sur les éditions simples, il y a deux écoles : ceux qui achètent le collector et l'édition simple. Le collector pour la collection et l'édition simple pour la collection. Le défaut de cela

est que la note grimpe très vite... surtout pour Pokémon avec deux versions du jeu à chaque nouvelle génération. J'ai donc, en temps général, à plutôt faire partie du deuxième type : ceux qui achètent l'édition collector et jouent avec. Les goodies présents dans le collector peuvent ensuite servir à décorer la collection, notamment avec les figurines, ou les steelbook qui sont souvent très beau !

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Sur ce point vous avez parfaitement raison ! Toutes les éditions ne se valent pas du tout ! Certains jeux sortent avec un nombre considérable d'éditions collectors ! Je vais m'appuyer sur deux exemples précis afin d'étayer mes propos : les collectors *Assassin's Creed IV Black Flag* sur Wii U et *Captain Tsubasa Rise of New Champions* qui sortira le 28 août 2020 sur Switch et PS4.

Les deux titres comportent 5 éditions en tout dont 3 qualifiables de collectors.

Pour le premier, outre l'édition avec des DLC en bonus, les éditions collectors s'échelonnent sur 3 niveaux : la Skull, la buccaneer, et la Black Chest. La première est une petite boîte métallique comprenant quelques goodies, la seconde une statuette du personnage principal en plus des goodies, et le dernier une maquette du bateau présent dans le jeu, en plus des goodies. La dernière édition n'était disponible que sur le site de l'éditeur (Ubisoft), et à un prix plutôt élevé (150€). Personnellement si j'avais pu l'acheter à l'époque, j'aurais certainement pris la dernière, car elle n'était disponible que sur le site de l'éditeur, signe qu'elle sera rare à l'avenir (ce qui est le cas aujourd'hui, vu que c'est une des 4 versions qu'il me manque). Je l'aurais d'autant plus fait que la version d'en dessous était affichée à 110€, ne soit pas énormément en moins.

De ce point de vue-là, la rareté supposée de l'édition est le facteur discriminant. Il y a en effet un grand nombre d'éditions collectors qui ne sont pas limités en nombre. Il est à préciser que la qualité du titre a une grande importance également.

Mais ce facteur de rareté peut être biaisé. Je prends à présent *Captain Tsubasa*. La plus grosse édition collector comprend carrément un babyfoot ! Le prix était (rupture de stock) très élevé : 2000€. Bien sûr cela est justifié par le babyfoot qui est de qualité, mais cela est un vrai investissement. Ainsi, je n'aurais clairement pas pris cette édition, mais préféré celle du dessous, plus accessible. Néanmoins, si jamais je voulais acheter un babyfoot, j'aurais pu me laisser tenter, mais c'est très improbable.

Ainsi, le prix poussé à l'extrême peut gêner l'achat d'un collector.

Il est à noter que ce facteur limitant peut être limité par la richesse (que je n'ai pas).

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Parler avec d'autres collectionneurs ! Bien évidemment, je suis même en train de le faire au moment où j'écris ces lignes ! Je suis sur quelques groupes Facebook, et quelques forums de jeu vidéo. J'appelle régulièrement un ami collectionneur également. Néanmoins des chaînes télévisées comme Game One ne m'intéressent que peu (surtout à cause de mes études), mais je suis pas mal de chaînes YouTube en revanche.

7. Quelles chaînes YouTube suivez-vous ?

Pour les chaînes YouTube que je suis, c'est principalement Joueur du Grenier, Benzaie, Backintoys TV et la série Je viens chez toi surtout, Conkerax, Boya SNES et Retro Hardware Studio.

8. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

Je pense que la communication est très bonne, en suivant des sites comme Jeuxvideo.com on est très à jour des éditions qui sortent. Ceci tient pour les grosses licences.

J'ai en effet un contre-exemple qui me vient en tête : *Just Dance 2019 édition Amazon*.

Ce collector (un peu ridicule certes) n'était disponible que sur amazon.fr, mais bien que suivant les actualités Wii U, je n'ai pas vu d'articles concernant cette édition, et je l'ai découvert sur Leboncoin pour dire ! C'est le moment le plus marquant pour ma part.

9. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Je ne fais pas d'illusion, l'avenir du jeu vidéo et du monde culturel plus en général c'est le dématérialisé globalement ! Les personnes préfèrent de plus en plus le dématérialisé dans le cas général. Je m'appuie sur divers éléments : recherchant toutes les différentes consoles Wii U, je consulte un grand nombre d'annonces quotidiennement sur les sites de ventes (eBay, Leboncoin et vinted notamment), et on voit une proportion non négligeable de personnes ayant leurs jeux exclusivement en dématérialisé (sans vouloir donner un chiffre précis, je tablerais sur un petit 10% en moyenne), et cela en sachant bien que la majorité des jeux étaient bien disponible en version physique, qui plus est au même prix bien souvent (voire moins cher en soldes, ou en occasion).

A cela s'ajoute la Xbox one all digital edition sortie l'an dernier, signalant la volonté claire des professionnels de prioriser le démat. En outre, la console était proposée à un prix réduit (230 contre 300 pour la console standard), bien que sans lecteur Blu-ray, ce prix semble très élevé ! On peut ajouter à cela l'annonce de la PS5 qui sortira en version avec lecteur Blu-ray et sans. L'importance croissante de plateforme comme Steam proposant une grande ludothèque pousse également le jeu vidéo sur PC au démat, qui est d'ailleurs déjà quasi prépondérant aujourd'hui. Quant au secteur culturel en général, je pense que les plateformes de streaming comme Netflix, Amazon Prime Video, HBO et j'en passe, conduiront à la disparition des Blu-ray, entraînant également le septième art dans l'ère du démat.

Néanmoins, les livres conserveront leur format papier, cela j'en suis convaincu, bien que les liseuses séduisent de plus en plus de personnes. Cela est certainement dû à la simplicité d'un tel format physique, mais aussi au fait que le livre garde une symbolique très importante dans l'esprit de tout le monde.

Annexe 4

Entretien dans un groupe Facebook avec Avalon471/Mathieu Chapuy, forum Gamopat (24/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Mathieu, un pâtissier de 34 ans.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

Collectionneur rétro-nostalgique depuis 10 ans, j'ai commencé tout doucement en achetant la console qui m'avait marqué étant plus jeune : la Nintendo 64 et son fameux *Mario Kart 64* sur lequel j'ai passé plus de temps à tenter de remporter les trophées qu'à réviser mon bac pro ! La Super Nintendo a suivi peu de temps après et n'a été que le début d'une très longue liste et un gouffre financier sans fond. Aujourd'hui je possède deux Gameroom et la troisième est en attente puisque je collectionne sur quasiment tous les supports. J'ai malgré tout dû me séparer récemment de mes jeux PS1/PS2/mégadrive et master system au profit de mon dernier coup de coeur : la Wii U!

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Ayant suivi son évolution depuis ses débuts (novembre 2012) grâce à un ami et sa chute très rapide, j'ai décidé il y a 4 ans de me dévouer corps et âme pour cette injustement mal aimée de Nintendo. C'est d'ailleurs à cause d'elle que mon intérêt pour les collectors s'est accru ces dernières années, avant je ne voyais ceux-ci que comme des attrapes nigaudes dans lesquels les éditeurs se contentaient de placer deux/trois goodies pour appâter le chaland et rajouter un zéro dans le prix. Désormais je pense toujours que c'est un attrape pigeon, mais j'en fais partie !

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Il faut savoir qu'en tant que collectionneur, et donc matérialiste, j'ai horreur du dématérialisé ! Pour moi posséder l'objet est essentiel, quitte à ce que ce soit juste pour le poser sur une étagère et me contenter de le regarder. D'ailleurs, pour pallier ce problème j'achète aussi l'édition simple sur Wii U, comme ça je peux également jouer sans avoir à me préoccuper de le rayer ou non.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Bien que fervent défenseur de la Wii U je ne fullset pas, je me contente de prendre les jeux qui me plaisent, que je peux faire lors de mes soirées jeux vidéo entre potes ou avec mes nièces ou qui sont dit "rare". Cette règle est également valable pour les collectors, un collector dont le prix est doublé voir plus par rapport à la version simple se doit d'être justifié. Si c'est juste parce que l'éditeur a mis une belle boîte et un pin's, merci mais ce sera sans moi !

Je ne suis pas spécialement axé goodies donc pour moi un bon collector intégrera plutôt la B.O du jeu, une statuette si celle-ci est de taille raisonnable (Trico, du collector *Last Guardian*), un steelbook, un artbook et bien sur une finition soignée, celui qui a déjà tenu dans ses mains le collector *Bravely Second* me comprendra.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Entre Messenger, les groupes Facebook dédiés à la Wii U et Gamopat, je pense que l'on peut dire que oui, je parle à d'autres collectionneurs. J'adore échanger, c'est le meilleur moyen d'en apprendre davantage. Avec Auguste nous avons pour projet de recenser un maximum d'infos concernant la Wii U et pour cela il faut partir à la pêche aux infos partout où cela est possible, cela demande beaucoup de temps, d'investissement et surtout de contact. Par contre je fuis les chaînes YouTube comme la peste, la plupart du temps celles-ci sont conçus dans l'unique but de faire un maximum de vues et sont plus abrutissantes qu'informatives.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

Concernant les annonces des éditeurs je me contente de suivre les retours d'autres collectionneurs sur le forum Gamopat.

8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

A terme, le marché du physique est voué à disparaître puisqu'il est moins onéreux pour les éditeurs de passer au full démat. Plus d'impressions, plus de réseaux de distribution, de sous-traitant et surtout plus de revente d'occasion. En somme plus de problèmes hormis celui de gérer d'immenses serveurs.

Il se murmure que la PS5 pourrait être la dernière génération de console physique, Microsoft ayant amorcé le tournant avec sa One full démat et Sony avec une version de sa PS5. Parallèlement on sent la volonté des éditeurs à vouloir nuancer la transition avec l'apparition depuis quelques années d'un nouveau genre : la boîte vide, vendue avec un code dématérialisé ! Mon avis là-dessus est qu'il s'agit d'une transition douce pour la mère de famille qui préfère peut-être encore acheter quelque chose de physique tout en lui faisant mettre un pied dans le dématérialisé. Ils sont forts, très forts ! Et je pense qu'à terme ils l'emporteront.

De toute façon, c'est devenu de manière globale, une façon de consommer devenue courante dans bien des domaines : films/séries (Netflix, Amazon prime), musique (Deezer, Spotify), les livres à voir, les ventes ne baissent pas malgré le livre digitalisé.

Annexe 5

Entretien en message privé avec Lightman, forum Gamopat (24/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

J'ai 23 ans et je suis étudiant en ingénierie informatique (cyber sécurité pour être plus précis).

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

Je ne fais pas partie des gros collectionneurs, certains, sur Gamopat notamment, collectionnent tous types de jeux, consoles et micro-ordinateurs depuis plus de 20 ans. A ce niveau on ne compte plus les jeux par étagères, mais plutôt les pièces de la maison qui sont remplies entièrement...

Pour ma part je dois avoir une cinquantaine d'éditions en physique, pas toutes des éditions collector mais beaucoup sont des jeux dont la version physique est devenue rare, ancienne et donc collector. Je suis surtout spécialisé en Super Nes et PC avec quelques titres sur consoles portables comme la GBA par exemple.

Si on parle vraiment d'éditions collector alors c'est plutôt du côté de mes jeux PC qu'il faut se tourner. J'en ai une vingtaine.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Les éditions collector des extensions de *World Of Warcraft* ont été les premières à rejoindre mes étagères. J'ai acheté la première aux alentours de 2008 avec l'argent de mes parents, j'étais malin à l'époque.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Tout dépend du jeu. J'ai plusieurs centaines de jeux en cumulé en édition simple ou dématérialisée. Toutes leurs éditions collector ne m'intéressent pas. En général j'achète une édition collector parce que j'ai développé une certaine affection pour le jeu/la licence. C'est une façon de prolonger un univers que j'ai aimé au travers de goodies, d'artbooks, de figurines et autres, mais aussi d'affirmer mon appartenance à la communauté de fans et de remercier les développeurs. M'intéressant pas mal aux jeux indépendants, c'est aussi pour ça que j'ai tendance à être plus intéressé par une édition collector si le studio de développement du jeu est indépendant. Je suis plutôt ceux qui achètent les éditions collector après avoir joué au jeu, sur version simple ou dématérialisée.

Maintenant, il y a des exceptions.

D'abord celles où je n'attends pas d'avoir déjà joué au jeu. C'est le cas des extensions de *World Of Warcraft* par exemple, mais c'est un peu spécial puisque c'est un MMO auquel on peut jouer depuis plusieurs années. Comme son nom l'indique une extension est plus un prolongement du jeu existant qu'un nouveau.

Ensuite, il y a les suites justement. Ayant adoré le premier *Bioshock*, j'ai directement acheté l'édition collector du 2 lorsqu'elle est sortie.

Enfin, les exceptions où l'édition collector m'attire suffisamment pour que je l'achète directement. Par son visuel ou un objet précis à l'intérieur. J'aime beaucoup les ost de jeux vidéo. Certaines éditions collector contiennent les CD/Vinyles de la bande son du jeu. Si c'est un jeu qui a des ost particulièrement importantes ou marquantes, je serai bien plus intéressé.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Comme je le disais, ce qui m'importe le plus au fond, ce n'est pas l'édition en elle-même mais plutôt ce qu'elle représente et le jeu qu'il y a derrière. Je peux acheter une édition collector que je ne trouve pas incroyable si j'ai une affection pour le jeu derrière.

J'ai quand même des préférences. Une édition qui compte les osts et les met en avant (en format vinyle typiquement) sera un plus. Aussi j'ai tendance à préférer les éditions collectors qui ne s'étalent pas avec 200 goodies mais plutôt avec un objet cool, qui représente bien le jeu.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Au fil des années j'ai rejoint plusieurs communautés qui se sont formées sur Internet. Ça va du forum francophone comme Gamopat au Discord international comme Collecting & Retro. Pas de chaînes dédiées par contre.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

Je ne sais pas si la communication des licences est très marquée. Je trouve qu'aujourd'hui ce sont beaucoup les distributeurs et la presse spécialisée qui mettent en avant les éditions collectors. En tout cas j'ai plus l'habitude de me renseigner de ce côté.

Je n'ai pas de moment spécialement marquant en tête par contre.

8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

A l'époque des premières consoles, le jeu vidéo ne concernait qu'une population de niche, qui était souvent caricaturée et sous représentée dans les média/la publicité. Aujourd'hui il est plus que tendance, il est entré dans l'imaginaire collectif, dans les habitudes et les foyers. A l'inverse d'il y a quelques années, aujourd'hui, c'est plutôt quand on ne joue pas qu'on passe pour un marginal. Et bien-sûr plus les générations ayant grandi avec sont nombreuses, plus le phénomène s'accélère et avec lui les ventes de jeux, y compris en physique, augmentent.

D'un autre côté, il suffit de comparer la taille des rayons de jeux PC en boutiques avec celle d'autrefois pour se rendre compte de la baisse drastique de jeux vendus en physique. Seules restent les consoles pour l'instant, mais jusqu'à quand ? Les jeux console vont-ils eux aussi passer en dématérialisé à la longue ? J'imagine que beaucoup de gens réfléchissent à cette question depuis des années, donc ce n'est pas moi, là maintenant, qui vais y répondre avec une glace à la main dans un message privé sur un forum de boomer...

Cela dit, je pense qu'il y aura toujours un public pour le physique. Pour des éditions collector c'est sûr et plus simplement pour le plaisir d'avoir un objet physique (Il faut avouer que c'est plus sympa de recevoir une boîte de jeu à Noël qu'un post-it avec un code d'activation Steam...). Sans parler des jeux rétro. A notre époque le rétro est extrêmement tendance, notamment chez les jeunes. Alors, les jeux rétro d'époque font partie d'un marché alternatif, c'est de l'échange et de la vente entre particuliers, on ne parle plus de l'industrie du JV. Cependant, de plus en plus d'éditeurs proposent des jeux/consoles/expériences rétro pour satisfaire la demande des consommateurs. On l'a vu avec les consoles rétro mini ou encore avec les récentes cartouches NES/SNES en édition collector d'anciens jeux de l'époque.

Plus généralement, c'est applicable à d'autres domaines culturels (oserai-je dire d'autres arts ?). Toujours dans la tendance rétro, les Vinyles sont revenus en force et constituent maintenant un must-have pour certains amateurs, de musique mais aussi de musiques de jeux vidéo. Bon, et puis on pourrait même parler des livres au format EPUB (eBooks) qui ne remplaceront probablement jamais les livres physiques. Personnellement je lis pas mal et alors que je passe une bonne partie de mes journées à lire des lettres pixélisées sur mes écrans, je n'aime pas lire d'ebooks. Le texte peut être le même, la sensation de lire un livre physique ne l'est pas.

Annexe 6

Entretien dans un groupe Facebook avec Sulli, forum Gamopat (25/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis technicien support dans le milieu de l'entrepôt et j'ai 30 ans.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

Je suis collectionneur Xbox et possède autour de 1500 pièces sur cette plateforme.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

A l'origine, j'achetais simplement les éditions limitées et collectors des jeux qui me plaisaient vraiment. Puis par la suite j'ai pris des collectors pour le contenu qu'il proposait de qualité.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Le dématérialisé c'est le mal. J'achète les collectors plus par soutien pour l'éditeur qui prend le temps d'en faire une et pour qu'il en fasse d'autres par la suite. Même si je ne suis pas sûr que ça aide vraiment mais bon !

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Ce qui fait une bonne édition collector c'est principalement son contenu. Certains collectors sont un peu abusés, 3/4 photos, enfin des trucs qui ne serviront jamais et qui ne peuvent même pas être exposés.

Alors qu'une belle édition collector avec une figurine, un poster, un goodies types fringues ça en jette tout de suite plus et ça donne envie d'acheter.

6. Est-ce que tu as un collector préféré dans ta collection ?

Pas vraiment, mais j'aime beaucoup le collector de *Shin Megami Tensei Nine* sur la première Xbox. Très fourni je trouve, tu as une figurine, une sorte de montre, un classeur et une carte pass vraiment sympa et très portée sur le jeu.

7. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Je parle avec des collectionneurs très souvent et de tous horizons, je ne me cantonne pas à parler qu'avec des français. Le but d'une collection étant de partager, découvrir et faire découvrir ce serait dommage de se bloquer qu'à une région ! Je regarde assez peu les collectionneurs sur youtube, désolé mais pour moi c'est 90% de branlette plus que de passion. Je zieute de temps en temps quand même Boya SNES plus par découverte de la SNES et Cyril 2.0 pour la PS1. Mais sinon non.

8. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

Étant maintenant principalement sur Twitter, je constate beaucoup de pub pour les éditions spéciales via ce réseau. J'avoue qu'avant d'y être je ne regardais pas spécialement, et n'étant pas un collectionneur de boîte géante (pièce de collection trop petite) je prends vraiment que celle que je veux.

9. Que pensez-vous de la communication des marques sur Twitter ?

Je t'avoue que pour Twitter je m'y suis mis récemment. Pour un collectionneur qui veut discuter avec des personnes c'est vraiment THE PLACE TO BE. J'ai eu la chance sur Twitter de pouvoir parler et toujours actuellement avec l'ancien directeur Xbox France en privé justement. Et pas mal de gros site Xbox. Ce qui je trouve est ultra top pour un collectionneur. Ça m'arrive même

de parler avec des membres du staff Xbox qui font tout et n'importe quoi chez eux et je trouve que justement Twitter permet une proximité très facile.

10. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Je pense qu'ils sont tiraillés, il essaye de prôner un full dématérialisé, mais beaucoup de joueurs/collectionneurs ne veulent pas vraiment. Donc je dirai que l'avenir est au démat mais que les gens ne sont pas prêts et donc ce n'est pas pour demain. Mais ça reste une idéologie assez proche. Le Pixel Museum est fermé. La France est beaucoup trop arriérée sur ce point, donc le secteur culturel est très peu existant ? Heureusement qu'il y a des "Youtubers, Streamers et Influenceurs" cela permet peut-être de faire avancer le jeu vidéo dans la tête des gens.

Et heureusement que derrière cela permet de mettre en avant certains collectionneurs pour montrer que le jeu vidéo a un réel impact avec sa propre culture et qu'il faut vraiment y porter attention.

Annexe 7

Entretien dans un groupe Facebook avec Karim LR, forum Gamopat (25/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis commerçant/actionnaire dans l'agroalimentaire. J'ai 31 ans.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

J'ai commencé la collection à proprement parlé en 2009, à 20 ans. Je ne savais pas à l'époque que j'attaquais ce qui allait devenir ma collection, c'était par pure nostalgie que j'essayais de récupérer mes jeux qui avaient fait ma jeunesse. Autant dire qu'en un an de recherches pas très actives, c'était plié. Et puis au fur et à mesure ça s'est étoffé, et n'ayant pas spécialement de file rouge, ça part dans tous les sens !

De l'Atari St à la Switch, de la PC Engine à la Super Nintendo en passant par la Neo Geo...Autant dire un vrai merdier. J'aime collectionner, j'aime acheter, j'aime chercher.

La collection, chacun en a sa propre définition je pense. La mienne n'a cessé d'évoluer. Encore aujourd'hui, dans une moindre mesure. Je n'ai jamais pris le temps de la quantifier. Pour moi donner un chiffre comme ça veut tout dire et surtout rien dire en même temps. C'est mon avis perso, mais 1000, 2000, 3000 jeux... Ça ne me parle pas.

Telle ou telle licence, tel ou tel support, tel ou tel jeu en particulier... Là oui ça me parle.

Pour en dire un peu plus sur ma collection, il faut savoir que comme je le disais plus haut, j'aime chercher, chiner, parfois négocier...En même temps c'est mon métier.

Donc rares sont les pièces que j'ai payé au prix fort, ce qui ne m'empêche pas d'avoir des master pièce sur nombre de support.

L'une des seules thématiques de ma collection est *Dragon Ball Z*, c'est d'ailleurs un jeu *Dragon Ball Z* qui m'a conduit à précommander un collector pour la première fois de ma vie de collectionneur. Et la seule fois. Bon j'avoue y avait un code promo, n'empêche que ça reste une précommande. Je vous avais dit j'aime chiner.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Je n'ai pas de souvenirs précis quant à l'achat de mon premier collector. Surement en période de soldes. J'ai le souvenir d'un collector *Batman Arkham origins* sur PS3 acheté en soldes pour 20 billets. Ce n'était pas mon premier mais j'en garde un excellent souvenir. Seul dans le rayon à me balader et là bim sous mes yeux ce superbe collector.

Je l'ai déjà dit plus haut je n'ai pas spécialement de fil rouge donc c'est vite l'invasion à la maison. Et il faut aussi préciser que la collection et/ou les collectors peuvent rapidement devenir un gouffre financier. Donc pour en revenir à la question, je n'ai pas de souvenir daté de mon premier collector.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Le dématérialisé pour le collectionneur que je suis c'est le mal. Même si j'avoue que le confinement a très légèrement modifié ma perception de ce dernier.

Si la licence me tient à cœur et que l'édition limitée ou collector est réussie (2 critères : contenu-prix) je serai naturellement plus tenté par cette édition. Quitte à racheter le jeu en occasion pour pas cher afin de pouvoir y jouer et de laisser mon collector tranquille sur l'étagère. À prendre la poussière. Oui, souvent le collectionneur a des agissements stupides, c'est à signaler.

Pour les collectors, dans mon cas, l'objet surpasse le jeu à proprement parler. Si on se dirige vers une édition de ce type, ce n'est pas forcément pour y jouer. Ça paraît ahurissant de déboursier des sommes à 3 chiffres pour un jeu qui ne va pas être joué mais c'est le cas, ça se passe souvent comme ça, pour moi en tout cas.

Mais si vous avez bien suivi, vous savez que je ne paye pas les collectors au prix fort.

5. Le confinement a changé votre perception du dématérialisé dans quel sens ?

Le dématérialisé peut avoir du bon parfois. On peut y découvrir des jeux jamais sortis en physique, et c'est tellement facile d'acheter un jeu depuis son canapé que ça peut vite devenir addictif ! Par contre il faut que le prix soit en adéquation avec le support. Je ne comprendrais jamais un gars qui achète un triple A à 70€ sur le store, soit le même prix qu'en magasin.

D'une, il tue le commerce physique et en plus il se prive de la possession pleine du jeu. J'entends par là qu'il ne pourra pas revendre, échanger, prêter ou donner son jeu si besoin est. Le commerce physique est tué 2 fois, à l'achat du jeu neuf et en plus sur le marché de l'occasion. Sachant que les marges sont bien plus importantes sur le marché de l'occasion...

6. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Chacun a sa propre définition d'une bonne édition limitée ou collector.

Déjà le tirage. Si c'est une vraie édition limitée, le tirage doit naturellement être faible, d'où son appellation. Et nombreux sont les éditeurs à avoir galvaudé ce terme.

Beaucoup de jeux sortent en édition spéciale (parfois très réussie) mais on leur colle le terme "limité".

Ensuite et surtout ce qui caractérise une édition collector c'est son contenu, au-delà du prix même si c'est à prendre en considération. Pour moi un collector réussi doit ressembler plusieurs points : figurine (obligatoire), Steelbook (très très apprécié), Artbook (très apprécié), OST (recommandé). C'est pour moi le minimum d'un collector réussi.

Et la distribution doit être juste. Pas facile à trouver mais pas introuvable non plus. Un collector, j'ai le collector *Far Cry 5* en tête quand je parle, qu'on trouve bradé partout perd de sa superbe. À contrario un collector introuvable engendre une frustration certaine.

7. Quand le collector *Far Cry 5* s'est retrouvé bradé, c'était à cause d'une édition en trop d'exemplaires ?

Oui il a été clairement beaucoup édité et peut être que la cible a mal été étudié. Si je regarde mon entourage proche de collectionneurs, je n'en connais pas un qui attendait ardemment une version collector de ce jeu. Et clairement ces éditions sont majoritairement dédiées aux gars comme nous. Trouver le juste milieu dans tout ça n'est pas chose facile.

8. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Je ne suis aucune chaîne en particulier mais ça m'arrive de regarder quelques vidéos dédiés. J'avoue que la dernière fois que c'est arrivé les gilets jaunes étaient juste des gilets jaunes dans le coffre de la voiture. Et oui, j'échange beaucoup avec d'autres collectionneurs, non seulement pour partager une passion commune mais aussi pour apprendre et découvrir. Cela sert à ça parfois la communauté.

9. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

Je n'ai pas de souvenir précis sur la communication des éditeurs, je sais qu'il y a quelques années Micromania et d'autres distributeurs étaient beaucoup plus fournis en édition collector. Et qu'avec le temps, cela a considérablement diminué pour de diverses raisons, principalement économique vous l'aurez deviné. C'est évidemment dommage pour le collectionneur que je suis mais il y a malheureusement d'autres protagonistes dans l'équation.

Sur la communication on peut évoquer le prochain *Captain Tsubasa* qui sort au mois d'août prochain avec pas moins de 3 éditions collector différentes. Quelque chose que je n'avais jamais vu dans ma vie de collectionneur.

10. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

L'avenir s'écrit clairement en dématérialisé. Pour la masse en tout cas.

La vie et le jeu vidéo en particulier fonctionnent de manière cyclique et générationnel.

Nombre d'éditeurs indépendants font l'effort de sortir des jeux physiques, parfois dans des éditions collectors ou limités très sympas. Et souvent derrière ces éditeurs, il y a des hommes et des femmes de notre génération, de notre milieu, qui savent l'importance et le marché potentiel que le support physique peut encore engendrer.

Car oui même en étant un doux rêveur, l'éditeur se doit naturellement de considérer l'aspect économique. Ça tombe bien, il y a toute une génération de trentenaires/quarantenaires avec un pouvoir d'achat qui n'attend que ça : faire perdurer le support physique.

Annexe 8

Entretien dans un groupe Facebook avec Momo Brinks, forum Gamopat (25/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis militaire, j'ai 42 ans, papa d'une famille nombreuse.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

J'ai toujours collectionné sans même le savoir depuis tout jeune, j'aimais beaucoup les JV, et voulais en faire mon métier... Je collectionne sur tous les supports du Videopac à la PS4, à partir du moment où je n'ai pas, ça rentre dans la collection.

Après 10 ans d'armée, j'ai dû me séparer de ma collection d'enfance en brocante sur un coup de tête, je trouvais avoir passé l'âge et qu'il fallait que je passe à autre choses, c'était en 2010, personne dans mon entourage ne collectionnait et je ne connaissais pas ni les forums ni les groupes Facebook de collectionneurs...

6 mois après, vu que j'avais vendu à des collectionneurs, je me suis fait un cercle d'ami local et de là est reparti la collectionnate, j'ai d'abord privilégié les supports que j'ai eu étant enfant, le Nintendo.

Bien que j'aie largement rattrapé ce que j'avais étant plus jeune, les jeux et console n'ont pas la même saveur, la nostalgie de retrouver les mêmes cartouches qu'on a utilisées à l'âge de 10 ans ça n'a pas de prix.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

J'ai dû en avoir avant, mais les collectors qui m'ont marqué sont sur PS3, après m'être rendu compte que j'avais beaucoup de jeu (300/400) je me suis lancé dans le fullset ps3 et par la même occasion les collectors, même si j'avais l'édition du jeu simple, il me fallait le collector, tous les collectors...

4. Vous achetez donc une édition simple et une édition collector pour chaque jeu ? Le fullset PS3 en représente combien ?

Pour la PS3 en particulier, chaque collector et je garde la version simple pour jouer. Le fullset PS3 représente environ 1125 jeux sans compter les variantes, en version Europe uniquement.

5. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

J'ai l'impression que c'est une meilleure édition, même si parfois certaines ne font pas justifiées, après comme c'est dans le cadre de la collection, elle restait en boîte, je l'ouvrais une fois à la réception pour la découverte et rarement une autre fois, sauf si l'immersion dans le jeu peut être intéressante, on découvre le jeu par le collector avant de le vivre in game...

Je n'ai jamais eu de compte online (steam..), on le répétera jamais assez le dématérialisé c'est le mal.

6. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Essentiellement le contenu, une figurine, un artbook, une ost, un pin's n'importe quoi qui fasse qu'on ait l'impression de posséder un morceau du jeu, qu'en le regardant on se remémore les parties, que même une fois le jeu fini on reste agréablement fier d'avoir vécu cette expérience.

7. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Oui bien sûr c'est inévitable de partager sur la collection, depuis 2012/2013 sur les forums et Facebook principalement. Oui je suis beaucoup de chaîne YouTube et avant sur Dailymotion... Parfois je like mais je ne commente jamais, c'est davantage pour visiter d'autres collections.

8. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

C'est clairement du marketing, après je pense qu'on se laisse tenter parce qu'on connaît déjà la licence, il ne m'en faut pas beaucoup, si j'avais l'intention de la prendre, je l'aurais au final que ce soit Day one ou ultérieurement.

Au lancement de Limited Run Games, je me suis laissé prendre au jeu des commandes de jeu en éditions limités et vu la multiplication de ce genre de site et après se rendre compte que l'exclusivité ne durerait qu'un temps, ainsi que le changement de PEGI sur la face avant de la boîte, bref j'ai arrêté et en me recentrant sur le rétro.

9. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

J'espère qu'on aura toujours des jeux en versions physiques même si le mal arrive à grand pas, c'est inévitable. J'espère plus tard, que ça ne plaira pas à tout le monde et qu'il y aura une mode, et qu'un fabricant nous ressortira des jeux au format cartouche.

Vu toutes les offres existantes concernant les visionnages cinéma, séries etc on est quasiment au sommet, ne manque que la réalité virtuelle accessible à tous.

Annexe 9

Entretien dans un groupe Facebook avec Fab Lebeauwsky, forum Gamopat (25/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis monteur/graphiste vidéo, intermittent du show, la quarantaine.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

J'ai une collection plutôt large, avec quelques raretés. Je collectionne essentiellement du Nintendo, sur quelques supports, principalement portable. J'ai une affection particulière avec les consoles portables et par conséquent, mon choix logique privilégié va vers Nintendo et son historique beaucoup plus large que la concurrence dans ce domaine.

Je n'ai jamais compté mes jeux mais j'en ai à la louche un bon millier au total, collectors compris.

J'ai toujours été concerné par l'aspect relationnel particulier sur le support et le jeu en particulier. Cela a commencé petit (avec Sega et Nintendo) puis s'est accentué plus tard, à l'âge adulte, quand je pouvais enfin investir dans les jeux que je voulais absolument.

Mon genre favori étant le RPG en général, j'ai toujours été friand des productions Square Enix qui m'ont poussées à rester accroché selon les supports à leurs jeux par curiosité mais aussi par envie.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Les collectors sont venus avec l'âge, et leur démocratisation sur divers supports, et leur large diffusion par internet. Auparavant, je n'en collectionnais pas du tout. Je dirais donc que c'est arrivé autour des années 2000, avec la gen 360/Ps3/NDS/Wii....

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Pour la rareté du truc, notamment, mais surtout pour 3 critères très particuliers :

- l'affect du jeu : il faut qu'il me plaise dans son ambiance et par sa proposition, que j'ai une affinité avec la licence ou l'univers du jeu.
- Le contenu : Marre des collectors avec des trucs flingués comme des figurines à la con ou autres. Personnellement, ce qui m'intéresse ce sont les artbooks et les vinyles. J'ai rarement vu des collectors vraiment intéressants pour le coup. Pour moi les références du genre sont le collector de *Bioshock 2*, le récent collector de *Xenoblade Chronicles* sur switch....
- Le prix : parce que bon, pour nous refourguer des trucs qui ne rentrent pas dans un garage, avec masse de trucs hyper lourd, parfois moche, et soi-disant limités à 250 balles. Le prix d'un jeu devrait être de 50 balles neuf en Day one, et un collector ne devrait pas dépasser 120 balles pour moi. Au-delà, c'est une mauvaise blague.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Le contenu, le prix, la rareté, et surtout le coup de cœur. Par exemple, je suis à 2 doigts de me prendre le collector de *Tsubasa* qui sort cet été à 150 balles mais c'est trop cher. J'ai un gros coup de cœur pour la licence et je suis en plein doute parce que le contenu me séduit tout de même. Je pense que si le coup de cœur y est, et que la com autour fonctionne, alors ça peut faire mouche.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Je ne m'intéresse pas du tout au monde des réseaux sociaux ou de YouTube, Twitch et toutes ces conneries pour gamers addicts. Je discute juste avec des membres croisés sur le net, des amis proches. Et ça me suffit amplement, j'y trouve suffisamment ma dose.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

C'est toujours un peu la même chose. On balance des teasers et infos à petites doses, des trailers, puis des dates sont lâchées, des éditions collectors pour presque n'importe quel jeu qui sort... Bref, je ne trouve pas la façon de communiquer autour des collectors très subtile depuis quelques années. Car tout le monde sait qu'il y en aura quasiment tout le temps pour tout le monde.

De plus, comme la plupart des gens s'en foutent (le marché des collectionneurs de collectors reste une niche), ils finissent la plupart du temps bradés à bas prix dans les rayons soldes. Mais pour ça, tout dépend du nombre d'exemplaires en vente et de la dispo dudit collector. Les chiffres sont d'ailleurs rarement communiqués ou alors sous le manteau pour quelques initiés, pour éviter les cohues, les restocks en surplus qui feront baisser les prix sur le long terme, la spéculation qui lasse de plus en plus les gens... c'est une science assez particulière cette alchimie populaire d'un objet dispensable mais pourtant par moment très recherché, et qui, au final, n'est qu'un ensemble de goodies payé à prix d'or.

8. Vous trouvez que la communication sur les éditions collector a été plus subtile à un moment ?

Elle l'a été à la génération ps360. Le collector auparavant c'était assez exceptionnel, souvent réservé au marché japonais. En France, on n'en voyait pas beaucoup la couleur. Au mieux des éditions limitées. Bref, à cette époque, y a eu des annonces de collectors presque inespérées et surtout ça ouvrait un nouveau champ de collection sur des jeux de niches, les petits RPG, jeux d'actions, plateformes... C'était l'ouverture d'un marché en pleine croissance qui séduisait beaucoup les gamers de l'époque.

Je ne vais pas revenir sur ce temps, mais je rappelle qu'historiquement, c'était l'époque où internet s'ouvrait en France, les débuts de l'ADSL, d'eBay, Facebook, Leboncoin, des ventes en lignes même, des promos massacrantes... Et puis surtout, la crise économique qui a vu les prix s'effondrer pendant quelques années de l'import, lui aussi facilité par les outils d'internet, et particulièrement en UK où les jeux Day one pouvaient coûter dans les 30€ pour les gros titres.

Bref, pour en revenir à la communication sur le sujet, c'était aussi l'arrivée de YouTube et des sites web spécialisés qui commençaient à pulluler avec les blogs. Les gens passionnés partageaient plus que jamais en ce temps-là, et les communautés se créèrent.

Les conférences et autres trailers étaient donc devenus assidûment suivis et les éditeurs le savaient. Les tuyaux étaient de plus en plus nombreux et il fallait injecter du contenu. Après quoi c'était l'arrivée et la démocratisation du métier de youteubés, désolé mais je n'aime vraiment pas.

En vrai, ce n'est pas vraiment qu'elle a été plus subtile à un moment, mais plutôt moins envahissante, plus rare, moins convenue. Quand, à l'époque, la vague des collectors et de la collectionnite aiguë s'est largement répandue, il y avait une telle demande que chaque jeu s'est vu peu à peu sortir avec un collector, même parfois des jeu tout flingués (je pense notamment à la Wii). A défaut de vendre des jeux pleins tarifs en masses qui partent souvent aux oubliettes quelques semaines après pour se retrouver bradés à 90%, les éditeurs ont bien compris qu'il fallait miser sur ce type d'éditions pour vendre avant tout, et rendre populaire un jeu.

Avec tous les avis de tout le monde aujourd'hui sur le sujet, professionnels passionnés ou non, on en voit passer par milliers des messages promos. A l'époque les réseaux étaient encore vierges de ce genre de com, et donc on était peut-être un peu plus sauvegardé voire protégé de l'effet de masse d'aujourd'hui.

Mais bon, les collectors les plus intéressants sont souvent ceux où il faut en chier pour les avoir, et parfois ça décourageait aussi. C'est un peu mon cas et c'est pour ça aussi que je sélectionne beaucoup ce que j'achète dans ce secteur du jeu vidéo.

9. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Mal. Il y aura toujours un public, mais de moins en moins concerné.

Le dématérialisé a beaucoup d'avantage écologiques, économiques, et tous les secteurs s'y habituent de plus en plus. Le consommateur l'a désormais même complètement intégré dans son quotidien. J'imagine que dans 10 ans, cela ne va concerner qu'une niche qui va sûrement disparaître avec le temps. Les collections n'auront plus de grosses valeurs car les gens habiteront sûrement des endroits de plus en plus restreints et les prix vont s'effondrer sur la revente, tout comme l'intérêt du physique.

Car le gros souci du physique, c'est qu'en le consommant et le collectionnant, c'est la place immense qu'il peut prendre dans les maisons. Et je ne parle même pas des collectors qui peuvent pourrir certaines étagères tellement la place manque.

Alors on veut le meilleur, la version la plus totale et complète, mais faut aussi jongler avec la place dans nos habitats toujours plus petits, manquant de places.

Un critère souvent oublié par les créateurs de collectors.

Annexe 10

Entretien dans un groupe Facebook avec Christophe Gokudo, forum Gamopat (29/06)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

J'ai 29 ans, je suis employé dans un fast food.

En relisant les autres, je me suis rendu compte qu'il était essentiel que je parle de mon profil. Étant plus jeune dans les années 2000, et même avant j'ai eu des jeux comme tout enfant, certains étaient à de moi, d'autre de la famille, moi et mes sœurs, et je me rappelle avoir eu la N64, GB, GBA, GC (2006) et la DS (2008). Dans ces années-là je jouais aussi sur émulateur, j'ai fini quelques jeux comme ça, sur GBA voire même de façon pas très légale à des jeux PC et autres...etc.

Quand j'ai eu ma DS j'ai eu un linker et là j'ai fini aisément 70 jeux de cette sorte et je me rappelle avoir pensé : « Pourquoi collectionner quand je peux accéder aux jeux, moins d'argent à dépenser ».

Je n'ai pas connu la PS2, ne l'ayant pas juste j'ai juste joué chez des potes, pareil pour la PS1. A la génération PS360, j'aurai aimé jouer à plein d'exclu mais je n'avais pas les moyens, j'ai donc continué à jouer en piratant puis mon avis change petit à petit, jouant à de très bons jeux, je voulais aller plus loin dans l'expérience qu'ils m'avaient offert à travers le physique. Donc en 2015 je décide de plonger dans la collection en achetant une PS3 et une PS2 dans la même foulée. C'est à ce moment-là que je décide d'acheter des éditions collector vu que sur Leboncoin c'était accessible sans passer spécialement par eBay.

Malgré mon avis contre le dématérialisé, j'ai quand même un compte Steam, et acheté quelques jeux sur 3DS, PS3, PS4, Switch en démat comme *Hyper Light Drifter*, *Okami*, d'autres pour des promo défiant toute concurrence, et certains season pass ou DLC en promo aussi. Je suis très friand de versus fighting et certain personnage ne sortent qu'en DLC... Ayant eu de bonne promo pour tous les avoir, je me suis dit que "ça allait", je préférerai plutôt une version définitive incluant tous les DLC, mais elles se font de plus en plus rare.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

Actuellement 1049 jeux, avec les consoles. Je collectionne uniquement sur GBA/GBC/GB/DS/3DS/Switch, GC/Wii/WiiU, PS 1234/PSP, Xbox 1erG/360/One, une collection composée de jeux sélectionnés car ils me plaisent puisque j'y joue également.

Bien sûr il y en a sur SNES et d'autres consoles qui m'intéressent mais j'ai préféré rester à cette limite vu que je perds déjà le nord avec ça. Rarement j'ai pris des jeux qui ne me parlent pas vraiment. Ma collection tourne aussi autour des jeux/consoles portable parce qu'il y a encore 3

ans je n'avais plus de TV sous la main et j'ai toujours été friand de consoles portables, la GBA et DS sont des énormes terrains de jeux pour moins autant pour leur portabilité que pour leurs jeux proposés également pour la 3DS et n'en parlons plus de la Switch où je ne fais que commencer.

De façon globale, je prends les exclusivités qui m'intéressent comme *Rareplay* ou *Ori* et pas *Gears of War* ou *Halo* par exemple. Pour les jeux multiplateformes, je centralise sur PS4 pour une unique raison, les trophées. Je sais que certains sont contre car ça fait grossir la durée de vie artificiellement, mais pour moi c'est le challenge, j'adore le challenge, j'adore galérer, je vous passe de commentaires quant à mon amour pour *Megaman* ou encore *Dark Souls*. Si Nintendo proposait des trophées, j'aurais centralisé sur Switch pour sa portabilité. Je n'ai pas encore ma voiture, souvent je prends le bus et il m'arrive d'allumer ma console et puis même quand je ne suis pas chez moi et que je m'ennuie je sors une console, je ne sors jamais sans une console sur moi que ça soit à un mariage ou autre rien à cirer.

Pour revenir sur l'ampleur de ma collection, elle prend toute ma chambre n'ayant pas encore de pièce pour séparer tout ça et qui dit collection, dit manque de place à coup sûr sans compter le côté financier.

3. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Le démat comme le physique a ses défauts et ses qualités mais je préfère les éditions physiques pour ma part. Certains collectors ont maintenant le jeu en démat intégré tel *Child of Light* ou *MGS Collection PS3*, leur contenu mis à part ce défaut reste sympa de mon point de vue dépendant du prix qu'on y met.

Selon le prix des collectors et leur contenu, je préfère me satisfaire des éditions limité/deluxe/digipack/steelbook. Je suis fan de steelbook bien que les garder en état devient une plaie dans le temps avec la rouille surtout. J'habite à la Réunion dans l'une des villes les plus inondées par la pluie, Saint Benoît, jusqu'à présent j'ai noté qu'un steelbook qui a pris la rouille.

Entre autres, je dessine un tout petit peu et ce qui me touche en dehors du gameplay, de la bande son ou du scénario, c'est la direction artistique donc avoir donc un artbook dans une édition collector/limitée, c'est au même titre que les steelbook assez essentiel. Malheureusement, ils sont rarement bien fournis, un exemple de bon artwork c'est *Xenoblade chronicles 1 et 2* sur switch comportant 300 pages. Il faut généralement se tourner vers les éditeurs de livres qui font des artbook comme celui de *Art Of Mana* de Mana Book qui est excellent au passage, il y aussi celui de *MGS* qui pèse deux tonnes qui est ultra bien fourni avec des artworks de Yoji Shinkawa superbes.

Si j'en viens à acheter des éditions normales, c'est soit que le prix du collector est trop haut pour mes finances, soit que je ne suis pas assez fan de la saga ou du jeu, soit que le contenu ne me plaît pas plus que ça. Un exemple concret : *Devil May Cry V* l'édition collector n'est sortie qu'aux US mais le contenu ne m'intéresse absolument pas, mis à part l'artbook.

4. En parlant des steelbooks qui rouillent, il y a aussi le problème des boîtes qui jaunissent, il y a des techniques particulières pour les préserver ?

Les boîtes "sunfade" sous l'effet des UVs naturels ou non, il faut les ranger dans des armoires / placards / rayonnages fermés. Il existe sinon des films anti UV à mettre sur les vitrines ou des boîtes d'exposition anti-UV, on peut aussi mettre ses stores occultants. Mais rien ne remplace à 100 % des portes fermées.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Ce qui fait pour moi une bonne édition collector c'est : un bel artbook, un steelbook - bien que je ne les considère pas essentiels mais j'en suis particulièrement friand -, l'OST - encore faut-il prendre les bons éléments voire la totalité -, les goodies, avec un élément qui fait partie du jeu. Je pense à *Persona 5* avec le masque de joker, *Megaman ZX Zero Collection* avec le sabre de Zero et le burst, *Jak X* chez Limited Run avec une série de voiture, figurine et jouet, et on pourrait même parler de Starlink qui pour le coup bien que le jeu ait été un échec commercial, avoir le Arwing c'est énorme !

Quant à la figurine, oui et non, rares sont celles qui valent vraiment le coup niveau qualité, je préfère ne pas avoir de figurine du tout, avec un prix du collector plus abordable, qu'une figurine dégueulasse et payé un prix qui ne va pas m'intéresser pour le reste du contenu du collector. Je cite *Mirror Edge Catalyst* ça va le prix que j'ai payé m'allait, la qualité de la figurine aussi, mais neuf je n'aurais pas payé. De même pour la plus grande arnaque des collector *Anima Gate Of Memories*, non content de faire une figurine dégueulasse, la boîte ne possède aucun polystyrène, je l'ai acheté encore scellée, la figurine s'est trimbalée à l'intérieur et le bras est cassé. Je l'ai ouvert car je ne suis pas du côté des blisters collection, résultat je dois chercher un artisan pour la recoller.

Il y a aussi les codes DLC/season pass. Vu que c'est la mode, quitte à avoir payé un bon collector bien gras autant avoir un code DLC voire le season pass, je serai même plus friand si l'édition collector comporte un cd incluant tout ça dessus.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Oui bien sûr, on se passe les infos, les bons plans voire même on se récupère les bons plans que soit directement ou en réceptionnant une pièce en plus du même vendeur, parce que à la Réunion dire qu'on est mal desservie en jeux/collector. Je regarde simplement l'édition steelbook de Resident Evil 2 exclusivité de Micromania, on n'a pas de Micromania à la Réunion, donc c'est un collectionneur qui me l'a acheté et envoyé ! Et je ne suis pas vraiment de Youtubeur, il m'arrive d'aller de temps à d'autres mais ce n'est pas régulier, je suivais par exemple Ryu Gaming, généralement c'est plus pour m'informer, voire regarder des unboxing avec ce que contiennent les collectors.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

De façon générale, je trouve ça assez bordélique mais ça ne m'intéresse pas vraiment tant que j'ai le nécessaire comme info - contenu, date, prix, shop il est vendu, parce que certains collectors sont des exclus shop éditeur tel NIS America, Square Enix, Capcom.

Pour *Tales of Vesperia Definitive Edition*, je me rappelle avoir demandé directement à Bandai Namco : vous livrez à la Réunion ? Et de quelle version est le package, français ou anglais ? Réponse : Non et en anglais. Du coup j'ai préféré ne pas prendre, or il s'avère que c'était des versions européennes donc multilingue avec 5 langues sur le package que j'ai finalement pris sur eBay y a 1 mois.

8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Je le vois bien sombre. Déjà la génération PS4/XBONE des éditeurs tiers/indé ont dû sortir des jeux en physique n'existant qu'en démat et donc en nombre limité, ce qui fait qu'une fois vendu sur leur site, leurs prix doublent souvent. N'ayant pas autant d'exemplaires que des éditeurs plus courants, je me rappelle avoir voulu prendre *Blasphemous PS4 Collector* chez Limited Run, en trois minutes c'était fini, j'ai manqué le coche, j'ai pris une version normale et à la seconde fournée j'ai pu chopper un collector, j'attends encore son arrivée....

Mais quand je vois les prix actuels, c'est très parlant de la fin du physique. Je peux comprendre que ce soit dans l'intérêt des constructeurs de gérer le flux des ventes en cassant l'occasion, choisissant des promos et des baisses en démat mais je serai d'avis de laisser aux utilisateurs le choix. La plupart des utilisateurs ne savent même pas les défauts du démat, certains vendent même leurs consoles avec leurs comptes et les jeux alors que c'est illégal.

Peut-être qu'il y aura encore des collectors mais avec code, et du coup pour la sauvegarde culturelle ou même pour y accéder, quand les serveurs seront fermés ou que les jeux seront retirés des plateformes pour X ou Y raison tel date de fin de licence, c'est arrivé sur la PS3 ou PS Vita, on ne peut rien récupérer.

Quoi qu'il en soit les supports CD, BR, DVD, cartouche ne sont pas éternels mais pour moi le physique nous offre la liberté de disposer du support, le prêter, le revendre, le stocker. Sans compter que jusqu'à présent le physique a duré plus longtemps que le dématérialisé, les stores Wii et Wii U ayant fermé si on avait acheté des jeux sur ces stores respectifs par exemple.

Annexe 11

Question dans un groupe Facebook à Thomas Cillia, vendeur Micromania (28/06)

1. J'aimerais savoir si Micromania développe une stratégie spécifique concernant les collector ? Est-ce vous communiquez beaucoup sur ces éditions ?

On communique beaucoup sur les éditions collector, surtout sur les réseaux sociaux et en magasin quand on parle du jeu. Par contre, Micromania a changé de politique concernant les collectors, avant, on pouvait juste les réserver avec un acompte et maintenant ce ne sont que des commandes avec livraison en magasin ou directement à la maison.

2. Est-ce qu'ils sont mis en avant d'une manière particulière dans les magasins ?

Pas spécialement, quand je reçois des collectors, je les mets en avant dans les vitrines ou dans les rayons du support auquel l'édition appartient.

Annexe 12

Entretien dans un groupe Facebook avec Vincent Tomassetti, forum Gamopat (02/07)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

J'ai 40 ans et je travaille dans les télécoms en tant que formateur, contrôleur qualité et je fais aussi de la prévention sécurité.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

J'ai commencé vers 18 ans en rachetant des jeux Nes puis Super Nes, j'ai maintenant plus de 2000 jeux avec une particularité : ma collection de cœur tourne autour des 8 bits et 16 bits et donc des cartouches, j'en ai environ 1500. Ma console de cœur est la Nes, je tente le fullset

français et je n'en suis vraiment pas loin mais ces derniers temps les quelques jeux les plus rares ne sortent quasi jamais.

J'ai vendu pas mal de chose quand j'ai eu ma fille pour une question de place, tout était entassé dans une pièce de 13m carrés. Vu que je n'avais pas d'affection particulière pour le support optique, j'ai vendu tous mes jeux Dreamcast, Gamecube, ps1, 2 et 3. J'avais aussi une grosse collection de figurines des chevaliers du zodiaque, presque 200, et divers Medicom, hot toys et des centaines de DVD. J'ai aussi une collection de films et de steelbooks de films.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Je pense avoir commencé avec les DVD. Les coffrets collectors DVD étaient bien plus qualitatifs que ceux des Blu-ray, éditions limitées des petits éditeurs à part.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

En fait, il y a deux questions. Pour beaucoup le dématérialisé est premièrement une question générationnelle, je suppose. A notre époque c'était comme ça, le dématérialisé n'existait pas.

Je pense que comme beaucoup, c'est une question de report affectif quand tu avais envie d'un jeu et qu'il te donnait de la joie, les sentiments se liaient à l'objet. Et puis il y a le côté collection et la rareté des éditions qui vont avec, mais ça me motivait moins.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

J'ai toujours aimé les collectors qui apportent un plus lié au jeu lui-même ou au film. J'aime particulièrement les artbooks et les bandes sons. Une figurine aussi peut faire pencher la balance. Les steelbooks avec un beau vernis et un bel embossage / débossage aussi.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Oui, sur des forums et en chair et en os aussi. Les chaînes dédiées ça va ça vient. Les bourses d'échange et vente c'est très sympa à faire, on rencontre des gens qui ont plus ou moins les mêmes obsessions, on se sent moins seuls ! La hype sur le rétrogaming a créé une nouvelle génération de collectionneurs et de youtubers qui vont avec. Clairement les chaînes les plus passionnantes ne sont pas les plus suivies.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

A grand coup de précommandes à prix exorbitants et d'édition limitée pour des objets de mauvaise qualité clairement vendus bien trop cher, pour les gros éditeurs. Et pour les petits éditeurs, ils se sont lancés dans ce système aussi quitte à sortir n'importe quoi ou plus qu'ils peuvent en assumer.

8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Le marché se divise clairement en deux avec le full dématérialisé pour le joueur et les collectors pour le joueur/collectionneur ou collectionneur seulement. Tous les supports suivent la même direction et la vidéo en général est en avance sur le jeu mais le chemin est le même, avec des abonnements mensuels et un accès de base low cost et un accès premium.

Personnellement, je ne collectionne plus sur les nouveaux supports. J'ai été faible avec la Switch mais je me suis résigné, elle fait écho avec nos souvenirs : la Gameboy dans le lit et a réhabilité le support cartouche qui est cher à ma génération, mais c'est un leurre aucun jeu ne nécessite pas de mise à jour, c'est juste un support optique déguisé.

Concernant les collectors en général, l'évolution ne me plaît pas, autant pour les films que pour les figurines que pour les jeux vidéo : tout est à coup de limitation d'édition. Les gros éditeurs ne se gênent pas pour vendre des centaines d'euros des masques en plastoc, cf. *Mortal Kombat*, ou des figurines qui ressemblent à un moulage que je faisais à 8 ans. A côté de ça, il y a de petits éditeurs qui ont pris le relai et se cassent la tête pour sortir des choses de qualité, mais petit à petit, et à cause ou grâce à des collectionneurs, le marché a explosé. Tout a été multiplié par 2/3/4/5 niveau prix et la qualité des goodies a baissé notamment chez les gros éditeurs, mais ils ont raison puisqu'ils les vendent. Je ne parle même pas des figurines par exemple, les steelbooks de films n'ont plus aucune finition, chez les gros éditeurs, lisses comme un lapin qui vient de naître et même plus de vernis.

Dernièrement pour avoir un steelbook Blufans il fallait s'inscrire sur des forums dédiés et cotiser pour être prioritaire et être quand même sur liste d'attente mais avant les autres. **Globalement, tout devient plus cher et la qualité baisse, je ne souhaite plus participer à ce système qui aura eu raison de mes lubies.**

Annexe 13

Entretien par message privé avec Cédric Jégou, forum Gamopat (08/07)

1. Pouvez-vous vous présenter ?

Cédric, 41 ans, courtier en crédit immobilier, séparé 1 enfant.

2. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur l'ampleur de votre collection ?

J'ai le fullset (collection complète) de certaines grandes franchises de jeux vidéo (jeux, collector, consoles et guides officiels inclus). Dans ma collection cela concerne *Zelda*, *Final Fantasy*, *Kingdom Hearts* et *Secret of mana*. J'ai aussi à cœur d'avoir un exemplaire de chaque console complète en boîte de tous les constructeurs même les moins connus, pour le plaisir de temps en temps de les lancer et tester les jeux sortis dessus à l'époque. Je n'ai jamais comptabilisé mon nombre de consoles, mais je dois dépasser aisément les 100 exemplaires avec quelques pièces très rares.

3. Quand avez-vous commencé à acheter des éditions collector ?

Les éditions collectors ne m'intéressaient pas étant plus jeune. Je crois que mon 1^{er} collector acheté de ma vie fut le coffret *Final Fantasy Crystal Chronicles* sur Nintendo Gamecube en 2003 pour avoir le CD audio inclus et le câble Gameboy Advance pour jouer à deux sur le jeu. C'est seulement quand j'ai décidé de tenter le Full Set de certaines franchises que je me suis

mis à chercher les collecteurs, ou bien les précommander directement quand un nouveau titre sortait.

4. Pourquoi préférez-vous acheter ces éditions et non les éditions simples ou dématérialisées ?

Uniquement dans le cadre de ma collection sur les franchises que je collectionne. Hors de ces franchises là je suis plutôt pour acheter l'édition simple.

5. Toutes les éditions ne se valent pas, qu'est-ce qui fait pour vous une bonne édition collector ?

Une vraie édition collection c'est celle qui est réellement limitée à mon avis. Nous avons déjà vu des éditions soi-disant collector en quantités quasi illimitées à tel point qu'on en trouvait des neufs soldés plus tard. Quand un éditeur annonce un collector limité et numéroté c'est déjà signe d'un vrai collector. Ensuite c'est une question de qualité de packaging et du contenu également.

6. Est-ce que vous parlez à d'autres collectionneurs, vous suivez par exemple des chaînes dédiées ?

Je suis un membre de la communauté du site Gamopat, dédié au retro gaming et collectionneurs, et je ne fréquente que ce site pour partager sur ce sujet.

7. Que pensez-vous de la communication des licences de jeux vidéo autour des éditions collector ? Vous rappelez-vous de moments marquants ?

L'Édition collector est devenu presque systématiquement proposée depuis la génération actuelle de console. Tous les éditeurs surfent sur cette vague mais très clairement il y a pas mal d'abus et des « collectors » qui n'en ont que le nom. Ceci dit quand une personne est fan d'un jeu et qu'un nouveau titre sort, que le collector soit viable ou pas il foncera dessus sans trop hésiter.

8. Selon vous, comment se dessine le futur du marché physique, dans le secteur du jeu vidéo et le secteur culturel plus largement ?

Dans le marché du jeu vidéo le physique ne s'en sort pas trop mal encore niveau ventes, mais les offres dématérialisées sont en pleine croissance. Steam sur PC est très largement démocratisé, et sur console Microsoft connaît un grand succès avec son abonnement très attractif « Xbox Game Pass » proposant un grand catalogue de jeux à télécharger et même des jeux disponibles dès leur sortie. Justement les éditions collectors sont là pour donner une plus-value face au marché du dématérialisé : par exemple parfois l'enseigne Micromania joue gros en négociant l'exclusivité de la vente de certaines éditions collectors de jeux ou consoles et c'est vital pour eux pour survivre face à la montée du dématérialisé. Mais à moyen terme le marché se dirige clairement vers le tout dématérialisé : même Sony y songe sérieusement en ayant dévoilé l'existence d'une version 100% Digitale de sa prochaine console Playstation 5. Et nous avons également les services de cloud ou stream gaming qui vont débarquer en force pour jouer sans acheter support physique ni télécharger un jeu : un peu le Netflix du jeu vidéo.

Microsoft est déjà en avance sur le sujet avec son Xcloud en cours de test, Google se lance via son service Stadia également, Sony prépare certainement une solution similaire dans son coin.