

# Cash ta joie !

Les stars du jeu en ligne peuvent gagner beaucoup d'argent.

**J**OUER en ligne à « Minecraft », « Call of Duty » ou « Fortnite » peut rapporter gros. Avec 100 millions de followers, 24 milliards de vues et une fortune nette déclarée de 20 millions de dollars, Felix Kjellberg, alias PewDiePie, gameur suédois de 30 ans, est le premier youtubeur du monde à atteindre de tels scores. En dix ans, son bagou a fait mouche, à tel point qu'il est l'une des figures les plus influentes des médias numériques.

Son art : l'e-sport de haut niveau, discipline professionnelle depuis 1997. Des heures d'entraînement quotidien pour devenir imbattable. Aujourd'hui, des événements internationaux comme la Paris Games Week, en France, organisent des épreuves de jeu de « tir à la première personne », de combat, de stratégie ou d'arène de bataille multi-joueur dotées de millions de dollars. Et les champions paradent sur des chaînes souvent abritées par YouTube.

Autre terrain de jeu : les plateformes de gaming, comme Mixer (Microsoft), Facebook Gaming ou Twitch (Amazon), aujourd'hui en tête du nombre d'heures de visionnage de jeux. « C'est très facile et bien moins coûteux de diffuser ce type de contenus en direct que de produire une vidéo d'hu-

mour genre Rémi Gaillard, autre thème leader du Web », analyse Julien Pillot, économiste spécialiste de cette industrie. Et ça paie ! Selon le dernier classement du magazine « Forbes », en 2019, parmi les stars les mieux payées de YouTube cinq sur dix sont des gameurs. Comme Preston, Markiplier ou DanTDM. Leurs revenus sont souvent supérieurs à ceux des youtubeurs humoristes, artistes ou coaches.

**AUDIENCE.** Ninja, figure américaine du jeu « Fortnite », arrive en tête, avec 17 millions de dollars, suivi de PewDiePie (15 millions) et Preston (14 millions). Les revenus de Squeezie, le Français le plus influent du gaming sur YouTube, avec ses 14 millions d'abonnés, tournent plutôt autour de plusieurs centaines de milliers d'euros. Amixem, deuxième, n'en possède qu'un peu moins de la moitié.

« Une audience élevée se monétise, résume Julien Pillot. YouTube appartient à Google, dont le cœur de métier est de vendre de la pub. Le niveau de rémunération dépend du nombre de vues par vidéo, mais aussi de l'audience durant les pubs et du nombre d'abonnés. La plateforme affirme reverser plus de 50 % des revenus générés au gameur mais ne communique pas sur

les modalités et les pourcentages. Le manque de transparence des critères et des contrats ne permet pas d'évaluer les montants. » Les estimations de revenus se fondent donc sur l'analyse de spécialistes, qui établissent la rémunération moyenne entre 60 centimes et 1 euro les 1 000 vues.

L'économie du système repose sur une communauté que chaque star du gaming anime plus en influenceur qu'en sportif de haut niveau. Chacun, selon sa personnalité, construit son business sur un mode entrepreneurial. Comme dans l'industrie musicale, les gameurs organisent des *featurings*, s'invitant les uns les autres dans leurs vidéos, se défiant, se clashant pour de faux. Le but : augmenter leur notoriété et inciter leur communauté à les défendre bec et ongles. ■

Ninja, figure américaine du jeu "Fortnite" arrive en tête des joueurs les mieux payés avec 17 millions de dollars

