

DIGIFRANCE 2007



Contents

3 ■ Editorial

4 ■ Close-up on video games

A wide spectrum of users

Promising economic prospects

The emergence of a new culture

5 ■ Finland, France, Europe

The Finnish expertise in ICT

The French know-how in gaming and creativity

The European standpoint vs. world competition

6 ■ The concept of DigiFrance

A franco-finnish cycle of lectures on the theme

7 ■ Get involved

You wish to make a presentation

You wish to be an exhibitor

8 ■ Contact details



Euroopan parlamentti Strasbourgissa
European parliament in Strasbourg

Tule mukaan *DigiFrance 2007* -tapahtumaan suunnittelemaan eurooppalaisen digitaalituotannon tulevaisuutta

Videopeli- ja multimediatuotannon maailmanmarkkinoiden arvo on lähes 18 miljardia euroa. Se on yli kaksi ja puoli kertaa amerikkalaisen elokuvateollisuuden liikevaihto. Alan kasvunäkymät ovat niin lupaavat, että pian myös musiikkiteollisuus jää toiseksi.

Vaikka alaa hallitsevat edelleen pääasiassa Yhdysvallat ja Japani – maailman videopeleistä lähes 38 prosenttia on neljän markkinajohtajan (Nintendo, Electronic Arts, Sony ja Microsoft) valmistamia – eurooppalaisetkin alan yhtiöt ovat saaneet merkittävää jalansijaa sekä pelien kustantajina että suunnittelijoina. **24 prosenttia maailmassa valmistetuista vapaa-ajan ohjelmistotuotteista onkin ranskalaisten yhtiöiden (Infogrames, Ubi Soft, Vivendi Universal) kustantamia.** Muutkin pohjoiseurooppalaiset kilpailijat, kuten matkapuhelinalan markkinajohtajat Ericsson ja Nokia, ovat lähteneet kisaan mukaan tarjoamalla matkapuhelimissa toimivia pelejä tai jopa varta vasten pelaamista varten suunniteltuja matkapuhelimia, jollainen on esimerkiksi Nokian matkapuhelimenä ja pelilaitteena toimiva N-Gage.

Näistä lähtökohdista syntyi ajatus Helsingissä pidettävästä **DigiFrance**-tapahtumasta, jossa yleisö ja videopelien ammattilaiset voivat kohdata yhteisen harrastuksen ja yhteisen ammatin merkeissä. Samalla he voivat vaihtaa ajatuksia, täsmentää tulevaisuudenvisiona ja suunnitella yhdessä projekteja, joilla on vahvempi eurooppalainen ulottuvuus. Kaikki alan toimijat (kustantajat, suunnittelijat, kaupalliset levittäjät, alaan erikoistuneet tiedotusvälineet, yliopistoväki jne.) ovat tervetulleita Helsinkiin tähän ainutlaatuiseseen tapaamiseen.

Eurooppalaiset videopelipäivät järjestetään toisen kerran Helsingissä **perjantaina 1. kesäkuuta 2007** HTC-keskuksen tiloissa. Tänä vuonna konferenssi keskittyy 3D-grafiikkaan. Tapahtuma järjestetään Ranskan Suomen-suurlähetystön ja Helsingissä toimivan Ranskan kulttuurikeskuksen aloitteesta. Suomalais-ranskalainen teknillistieteellinen seura, Ranskan ulkoasiainministeriön alueellinen audiovisuaalitoimisto ja kansainvälisen yhteistyön ja kehitysyhteistyön pääosasto tukevat tapahtumaa.

Editorial

Building the future of digital creation in Europe : participate in DigiFrance 2007

The world's video game and multimedia creation industry is a lucrative business of about 18 billion euros per year, more than two and half-fold the turnover of American movie industry. The promises in this sector are such that perhaps in the future it will surpass the volume of music industry.

Whilst the world market in video games is dominated by American and Japanese big companies (Nintendo, Electronic Arts, Sony and Microsoft), representing 38% of the total sales, European companies still hold a significant position especially in the publishing and in the creative front. **Three French companies (Infogrames, Ubi Soft, and Vivendi Universal) publish 24% of the world markets of entertainment software.** Other competitors like Nokia and Sony-Ericsson, world leaders in mobile communications, have become interested to offer games on their mobile phones. Some of their products are even used only to play such as the N-gage mobile-consol marketed by Nokia.

Digifrance will be held in Finland. It will enable players and professionals of the video game industry to meet and share their passion for games. **For this second video game forum**, the conference will focus on 3D graphics.

The event will take place on **Friday 1 June 2007 at Helsinki technological centre (HTC)**. The event is coordinated by the French embassy in Helsinki. Financial support for the forum is arranged by the regional French audio-visual office based in Stockholm, the French-Finnish association for research and technology and the French foreign affairs ministry.

Käyttäjäkunnan ilmiömäinen kasvu

Yhä useammat aikuiset pelaavat videopelejä niin Suomessa ja Ranskassa kuin muuallakin Euroopassa ja koko maailmassa. Eurooppalainen pelaaja viettää konsolinsa ääressä keskimäärin seitsemän tuntia viikossa. Ranskassa ja Espanjassa luku on vain kuusi tuntia viikossa, kun puolestaan Saksassa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa se on peräti kahdeksan tuntia. Keskimäärin reilut 10 prosenttia pelaajista viettää yli 11 tuntia viikossa pelikoneensa seurassa. Ennätystä pitävät hallussaan Alankomaat, Yhdistynyt kuningaskunta ja Ruotsi, joissa osuus on peräti 20 prosenttia.

Vaikka Suomessa on vähemmän pelaajia kuin muissa Euroopan maissa, Suomi on silti ohittamaton tekijä sähköisellä alalla, sillä Suomessa joka viidennellä asukkaalla on Internet-yhteys. Suomi on tämän tilaston vuoksi yksi kiinnostavimmista testimarkkinoista verkkopeleille, jotka on lähes aina tarkoitettu useille pelaajille. Verkkopelien suosio on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosina.

Myös pelaajien keski-ikä nousee koko ajan. Yli 35-vuotiaiden osuus pelaajista on jo 40 prosenttia eli heitä on yhtä paljon kuin 15–24-vuotiaita pelaajia. Päävastoin kuin usein luullaan, pelaajista joka neljäs on nainen. Pelaajakunnan väistämätön ikääntyminen on erinomainen uutinen, sillä sen ansiosta ilmiötä pystytään jatkossa hahmottamaan tarkemmin.

Lupaavat taloudelliset näkymät

Videopelien maailmanlaajuinen liikevaihto on ohittanut jo muutama vuosi sitten elokuvateattereiden liikevaihdon. On täysin realistista odottaa, että pian taakse jäävät myös kaikki muut "kulttuuriteollisuuden" muodot, alkaen musiikista, sillä musiikki voidaan sisällyttää peleihin ja musiikin kuuntelusta voi siten tulla yksi itsenäisesti toimivan pelivälilinen toimintoista.

Uuden kulttuurin synty

Näiden taloudellisten kehityssuuntausten taustalla kehittyvä kulttuuri-ilmiö, jonka laajuutta on vielä toistaiseksi vaikea arvioida, mutta josta saattaa tulla keskeinen nykykulttuurin vaikuttaja. Se on maailmanlaajuinen "digitaalinen popkulttuuri", jossa videopelit ovat jonkinlaisessa tunnustelijan asemassa. Kulttuurin ilmentymiä on alkanut esiintyä yhä yleisemmin joka puolella maapalloa. Tähän uuteen, yhtä aikaa kulttuuriseen ja teknologiseen virtaukseen osallistuvat kuvataiteilijat, graafikot, videotiteilijät, akustikot, muusikot, muotoilijat, suunnittelijat, elokuvaohjaajat jne.

Ala, jolle on tyypillistä levittäytyminen silmänräpäyksessä maailmanlaajuiseksi, on myös yksi vahvimista todisteista elämäntyylien, kulttuuriharrastusten ja tapojen nopeutuneesta globalisoidumisesta viimeisten kolmenkymmenen vuoden aikana. Siihen on totuttava: rakkaat lapsukaisemme tuntevat nykyisin paremmin Marion kuin Mikki Hiiren. Videopelit vaikuttavat nuorten sukupolvien sielunelämään voimakkaammin kuin mikään muu ilmaisumuoto, ja yhteiskunnallisten ja ammatillisten vastuunkantajien tehtäviin ovat nyt siirtymässä sukupolvet, jotka ovat imeneet vaikutteensa Nintendosta tai Segasta.

Close-up on video games

A wide spectrum of users

Adults are joining the ever growing player community be it in Finland, France, other European countries or in the world. A European player spends on average 7 hours playing on his console. In France and Spain the average is slightly lower, about 6 hours and in Germany and the in United Kingdom, it is higher, about 8 hours. On average 10% of players spend more that 11 hours on a weekly basis playing on their machines. The Netherlands, the United Kingdom and Sweden hold the record with over 20% of such gamers.

Finland's player community is rather small compared to other European communities. However, with one out of five inhabitants having an internet connection, the potential for market development is very high. Finland can be used as an interesting marketing terrain for online multiplayer games, a type of entertainment which has seen rapid development in the past years.

The average age of players is in constant rise. Nowadays 40% of players are over 35 years old, which is as much as players in the 15-24 age bracket. The ageing of the player population will be linked to a growing awareness of this phenomenon and with one fourth of female players the transformation is not entirely gender specific.

Promising economic prospects

In financial terms, it is not enough to say that the video game turn-over has surpassed the budget of movie screening. We have to dispassionately accept that it will overtake all other forms of « cultural business », beginning with music as video gaming has a tendency to incorporate music and use it on the same device.

The emergence of a new culture

On a cultural level, behind this financial escalation is an important phenomenon with consequences still difficult to measure but which could give rise to a new form of contemporary global culture: "digital popculture". Video game would just be a form of advanced sentry of which we just begin to compile its many sides around the globe. Plasticicians, videasts, acousticians, musicians, graphic designers, stylists and film-makers are all concerned by this new reality, both cultural and technological.

Instantly global, this industry is the best witness of the rapid globalization of our daily lives, cultural practices and habitat that have swept through our globe in the last 30 years.



Suomalainen maisema
Landscape from Finland

Finland, France, Europe

The Finnish expertise in ICT

At this turning point, it goes without saying that the internet plays an important role. The web is inseparable of video gaming and both develop more or less concomitantly. If paper articles were the common source of information for cinema culture and movie-goers, the web is most certainly the socializing and communicating vector for video games through its different on-line forms.

Finland is considered the most advanced real life terrain for information and communication technologies in Europe. It does not matter if it concerns private daily use, services (interactivity, mobile phones, e-business, e-banking, e-administration, high-speed connections...) or perhaps the number of computers per inhabitant and mobile phones where Finland is one of the forerunners. More recently, the country has also had a head start in sectors like interactive as well as mobile television, increasing the progress towards numerical convergence.

The French know-how in gaming and creativity

There is no doubt that video gaming is the fastest growing sector in the entertainment business. Video gaming today is in a comparable situation with the movie industry in its beginnings. It could be compared to a virtual Hollywood in the 1930: big cinema studio under constructions, new players spring up, money changes hands and a type of star-cult is created.

In this rising star-cult, French actors play a leading-role in terms of commercial and creative success stories. Thanks to highly trained infographers from Les Gobelins or Supinfocom, the French touch has become a quality token in the much closed world of video games studios. In publishing, French companies like Atari, Ubisoft, Vivendi Universal games have acquired worldwide acclaim through, for example, *Splinter Cell*, *Civilization*, *Alone in the Dark* or *Prince of Persia*.

The European standpoint vs. world competition

The European Union, from an economic and cultural perspective cannot be oblivious to the development of video games as a major art form. Forerunners in information, communication and technology, Finland and France could play major and complementary roles to promote the European game industry. Finland for its excellent expertise in ICT and France for its world appreciated creativity in video game design.

Suomen asiantuntemus Internet-teknologian alalla

On selvää, että Internetillä on aivan keskeinen rooli tässä vielä alkutekijöissään olevassa kehityskulussa. Verkko, joka on syntynyt videopelien kanssa samaan aikaan, on pelien ehdoton perusväline. Samaan tapaan kuin aikakauslehdet aikanaan olivat luonnollinen keino elokuvakulttuurin ja elokuvaharrastuksen ilmaisuun, verkosta tulee epäilemättä tärkein videopelien liittyvä yhteydenpito- ja viestintäväline pelien *online*-versioiden välityksellä.

Suomea pidetään luonnollista kokoa olevana koelaboratoriona Euroopan edistyneimmän tieto- ja viestintäteknikkansa ansiosta. Olipa sitten kyse yksityisestä tai ammatillisesta arkikäytöstä, palveluista (interaktiivisista palveluista ja mobiilipalveluista, verkkokaupasta, verkkopankeista, verkkohallinnosta, adsl-yhteyksistä jne.) tai tietotekniikka- ja tietoliikennevarustelun tasosta, Suomi on edelläkävijä. Suomi on jälleen hiljattain osoittanut edistyneisyytensä muun muassa vuorovaikutteisen television ja mobiilitelevisioiden alalla ja on näin vauhdittanut digitaalisen yhdistymisen prosessia.

Ranskan osaaminen viihteellisen ja taiteellisen tuotannon alalla

Mikään muu maailmanlaajuisen viihdeteollisuuden ala ei varmastiakaan tällä hetkellä kehity yhtä nopeasti kuin videopelit. Ala on juuri nyt tilanteessa, joka vastaa elokuvan maailmanvalloituksen ensimmäisiä tunteja. Olemme kuin virtuaalisessa 30-luvun Hollywoodissa: suuria studioita rakennetaan, uusia toimijoita ilmestyy kentälle joka päivä, luodaan omaisuuksia ja tietynlainen tähtikultti, *star-system*, on syntymässä.

Tässä aluillaan olevassa tähtikultissa ranskalaiset toimijat kuuluvat ykköskartiin sekä luovan että kaupallisen menestyksensä ansiosta. *French Touch* on nykyisin todellinen laatumerkki erittäin valikoivissa videopelien suunnittelustudioista muodostuvissa piireissä, muun muassa huipputason tietokonegraafikkoja kouluttavien Les Gobelins- ja Supinfocom-koulujen ansiosta. Myös maailman suurimpien pelivalmistajien joukkoon kuuluu nykyisin ranskalaisia raskaan sarjan tekijöitä, kuten Atari, Ubisoft ja Vivendi Universal Games. Niiden kädenjälkeä ovat esimerkiksi maailmanlaajuisen suosion saaneet *Splinter Cell*, *Civilization*, *Alone in the Dark* ja *Prince of Persia*.

Eurooppalaisuus maailmanlaajuisessa kilpailutilanteessa

Videopelien on tulossa aikamme suurta taidetta, johon Euroopan on talous- ja kulttuuritekijänä valittava kantansa. Jos selviä päätöksiä ei tehdä, eurooppalainen kulttuuri on jälleen kerran vaarassa jäädä kakkoseksi tai altavastaajaksi, niin kuin se on tällä hetkellä elokuvateollisuudessa, jossa eurooppalainen kulttuuri kirjaimellisesti hukkuu amerikkalaisen tuotannon jalkoihin.

Tieto- ja viestintäteknikan edelläkävijöinä Suomella ja Ranskalla on tärkeä ja toisiaan täydentävä rooli eurooppalaisen videopelituotannon edistäjinä: Suomella Internet-teknologian lyömättömänä asiantuntijana ja Ranskalla luovuudestaan maailmankuulun videopeliteollisuuden kehtona.

Tapahtuma järjestetään **1. kesäkuuta 2007**
HTC-keskuksessa, Helsingissä.

Ranskalais-pohjoismaalainen konferenssisarja

Konferenssisarjan ajatuksena on luoda kontakteja ranskalaisten, suomalaisten ja muiden pohjoiseurooppalaisten yliopistonopettajien, alan asiantuntijoiden sekä videopelien ja tieto- ja viestintäteknikan ammattilaisten välille mahdollisten yhteistyötilaisuuksien kartoittamiseksi. Videopeliteollisuus on myös pitkään kärsinyt uskottavuuden puutteesta, ja vaikka suuntaus on hiljattain kääntynyt, edelleen on tehtävä työtä sen eteen, että yleisö ja kulttuurialan, tiedotusvälineiden ja viihdealan ammattilaiset saadaan ymmärtämään maailman videopeliteollisuuteen liittyvien panosten jatkuvasti kasvava merkitys.

■ The concept of DigiFrance

A franco-finnish cycle of lectures on the theme

The event will take place on **1 June 2007** in the Helsinki Technological Centre.

A franco-finnish cycle of lectures on the theme

Through a cycle of lecture, the idea is to bring together academics, specialists and professionals of the video game industry and of ICT coming from France and Finland in order to spring together new collaborations. The video game sector has suffered for a long time of a lack of credibility. Even though this tendency is fading, it is important to heighten the public awareness in the fields of culture, media, and entertainments of the growing stakes that hover around the video game industry in the world.

Konferenssiin esiintyjäksi

Jos tärkein toimialanne on videopelisektorin tutkiminen taloudellisesta, yhteiskunnallisesta, teknisestä, taiteellisesta tai muusta näkökulmasta, **voitte pitää esitelmän yhdessä tai useammassa julkisessa konferenssissa perjantaina 1. kesäkuuta 2006**. Vastapainoksi esiintymisestä osa Helsinkiin suuntautuvan matkanne kustannuksista voidaan korvata institutionaalisten kumppaneiden kanssa myöhemmin sovittavien edellytysten mukaisesti.

- Kohteet: yliopistojen sekä teknisten, kaupallisten, taide- ja muotoilukoulujen ja kaikkien yhteiskunnallista, taloudellista tai teknistä tutkimusta suorittavien laitosten opettajat ja esitelmöitsijät.

Konferenssiin näytteilleasettajaksi

Videopelien ammattilaiset voivat pystyttää näyttelyosaston.

- Kohteet: eurooppalaisten videopelien kustantajat, suunnittelustudiot ja kaupalliset levittäjät.

Get involved

You wish to make a presentation

Are you actively committed in the video game sector? Then you can choose to make a presentation from an economical, sociological, technical, or artistic aspect. The presentations will be held on Friday 1 June 2007. Your travel costs to Helsinki can be partially funded. Please contact the organisers regarding this issue.

- Targets: professors or professionals working in universities, engineering schools and in research institutes specialized in sociology, economy or technical aspects.

You wish to be an exhibitor

If you are a professional in the video game industry, you can have an exhibition stand outside the conference hall. The exhibitor is responsible for his stand (presentation of his activities and game activities). The DigiFrance organising committee will guarantee proper electrical installations as well as internet access.

- Targets: publishing companies, development studios, European video game distributors.

Yhteyshenkilöt

Marie Aronson, Ranskan Suomen-suurlähetystön Tiede- ja korkeakouluasiainattasea

- Yhteistyö yliopistojen kanssa
- Yhteydenotot: puh. +358 (0)9 2510 2123, sähköposti marie.aronson@france.fi

Bernard Clouteau, Ranskan Suomen-suurlähetystön AV-, multimedia- ja internetattasea

- Koordinointi ja institutionaaliset kumppanit
- Yhteydenotot: puh. +358 (0)9 2510 2119, sähköposti bernard.clouteau@france.fi

Ranskan suurlähetystön kulttuuri- ja tiedeosasto – Ranskan kulttuurikeskus

- Kaapelitehdas, Tallberginkatu 1 C 135 FI-00180 Helsinki

Konferenssi paikka

- HTC Helsinki, Tammasaarenkatu 1-5, FI-00180 Helsinki, Kolumbus-auditorio

Lisätietoja Internetissä

Ranskan Suomen-suurlähetystö
www.france.fi

Ranskan kulttuurikeskus
www.france.fi/ccf

Credits

All the pictures used in this document are Copyright © of their creators/ owners/ distributors.

Contact details

Contact information

Marie Aronson, science and university affairs attachée at the French embassy in Finland

- In charge of university and scientific partners
- Contacts: phone +358 (0)9 2510 2123, e-mail : marie.aronson@france.fi

Bernard Clouteau, audiovisual and multimedia attaché at the French embassy in Finland

- In charge of the coordination of the event and contacts with institutional partners
- Contacts: phone +358 (0)9 2510 2119, e-mail: bernard.clouteau@france.fi

SCAC French embassy in Finland, French cultural centre in Helsinki

- Kaapelitehdas, Tallberginkatu 1 C 135 FI-00180 Helsinki, Finland

The conference will be held at:

- HTC Helsinki, Tammasaarenkatu 1-5, 00180 Helsinki. Kolumbus auditorium

For more information

French embassy website

www.france.fi

French cultural centre website www.france.fi/ccf



SEE YOU IN JUNE IN HELSINKI



centre
culturel
français



Direction générale
de la Coopération internationale
et du Développement

DgCiD