

**INDUSTRIE DU GAMING**  
Les 4 leviers incitatifs  
déployés par le Maroc

**MOROCCO GAMING EXPO**  
Catalyseur de l'industrie  
du gaming au Maroc

**MOHAMMED MEHDI BENSAID**  
"Le gaming est un  
véritable levier  
d'employabilité,  
d'innovation et  
d'ascension sociale"

# TELQUEL IMPACT

SUPPLÉMENT TELQUEL - MAI 2026

**INDUSTRIE DU GAMING**

## LE MAROC ENTRE EN JEU

Dans l'industrie du gaming, le Maroc change de dimension. Sous l'impulsion du ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, le Royaume structure un écosystème, forme des talents et attire les investisseurs pour tenter de s'imposer comme futur hub régional.

## Start the game

À travers la stratégie portée par le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, le Maroc amorce la structuration d'un véritable écosystème gaming, à la croisée de la création, de la technologie et de l'économie numérique. Formation de talents, programmes d'incubation, incitations à l'investissement, événements internationaux : les leviers se multiplient pour transformer une passion largement répandue chez les jeunes en filière industrielle. L'enjeu est clair : passer du statut de consommateur à celui de créateur et d'exportateur de contenus, et ainsi se faire une place dans la première industrie du loisir mondial en terme de chiffre d'affaires, devant le cinéma et la musique. Mais le défi reste de taille. Dans un marché ultra-concurrentiel, dominé par des géants mondiaux, le Maroc devra accélérer sans se précipiter. Entre potentiel démographique, ambition politique et premiers signaux d'émergence, une nouvelle industrie est en train de naître. ■

### TELQUEL IMPACT

Ce dossier spécial industrie du gaming réalisé en partenariat avec le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, met en lumière l'ambition marocaine quant à la construction d'un véritable écosystème national du jeu vidéo. Fidèle à l'exigence journalistique de TelQuel, il croise données, analyses et témoignages pour éclairer le déploiement de la stratégie de l'industrie du gaming et les défis à venir, au plus près des acteurs qui portent cette transformation nationale. Ce dossier a été réalisé indépendamment de la rédaction de TelQuel.

Directeur du projet et conception du dossier : **Yassine Lazrak**  
 Directeur éditorial : **Zakaria Choukrallah**  
 Direction Artistique : **Wassim Wahid**

# SOMMAIRE



#### 48 JEUX VIDÉO

Comment le gaming est devenu la première industrie culturelle et créative mondiale

#### 52 NOUVEAU MARCHÉ

Sur la carte mondiale de l'industrie du gaming, l'Afrique avance ses pions

#### 54 INDUSTRIE DU GAMING

Le Maroc entre dans la partie

#### 56 INTERVIEW

Mohammed Mehdi Bensaid : "Le Maroc ne sera plus seulement un consommateur de jeux vidéo, mais un créateur et un exportateur d'histoires"

#### 60 GAMING INDUSTRY MADE IN MOROCCO

Anatomie d'un vivier de talents

#### 62 TRIBUNE

Mounir Alami Laaroussi : "J'ai grillé deux Atari 2600 avant même de comprendre que le jeu vidéo allait devenir une vocation"

#### 64 INDUSTRIE DU GAMING

Les 4 leviers incitatifs déployés par le Maroc

#### 66 MOROCCO GAMING EXPO

Catalyseur de l'industrie du gaming au Maroc





*Nominated for the*  
**AXWAY EXCELLENCE  
AWARD**



**RACHID RESSANI**  
ITROAD GROUP | CEO

JEUX VIDÉO

# Comment le gaming est devenu la première industrie culturelle et créative mondiale

Longtemps cantonné au rang de simple divertissement, le jeu vidéo s'est hissé en deux décennies au sommet des industries culturelles et créatives mondiales.

Derrière cette ascension, un secteur en croissance rapide, traversé par des mutations structurelles, de nouveaux modèles économiques et une intensification de la concurrence.

**L**es chiffres parlent d'eux-mêmes. En 2025, le marché mondial du jeu vidéo a généré plus de 300 milliards de dollars de revenus, selon différentes sources spécialisées. À titre de comparaison, l'industrie du cinéma a rapporté autour de 33 milliards de dollars, tandis que le chiffre d'affaires de l'industrie musicale a atteint 31,7 milliards de dollars. Autrement dit, l'industrie du gaming pèse quatre à cinq fois plus que celles du cinéma et de la musique réunies. Cette domination de l'industrie du jeu vidéo dans l'écosystème culturel et créatif mondial s'est construite sur une croissance régulière, accélérée ces dernières années par la pandémie de Covid-19, qui a agi comme un catalyseur massif. Entre 2019 et 2021, le secteur a en effet connu une expansion à deux chiffres, portée par la généralisation du jeu en ligne et l'explosion du mobile. Depuis, la croissance s'est stabilisée mais reste robuste, et le marché devrait at-

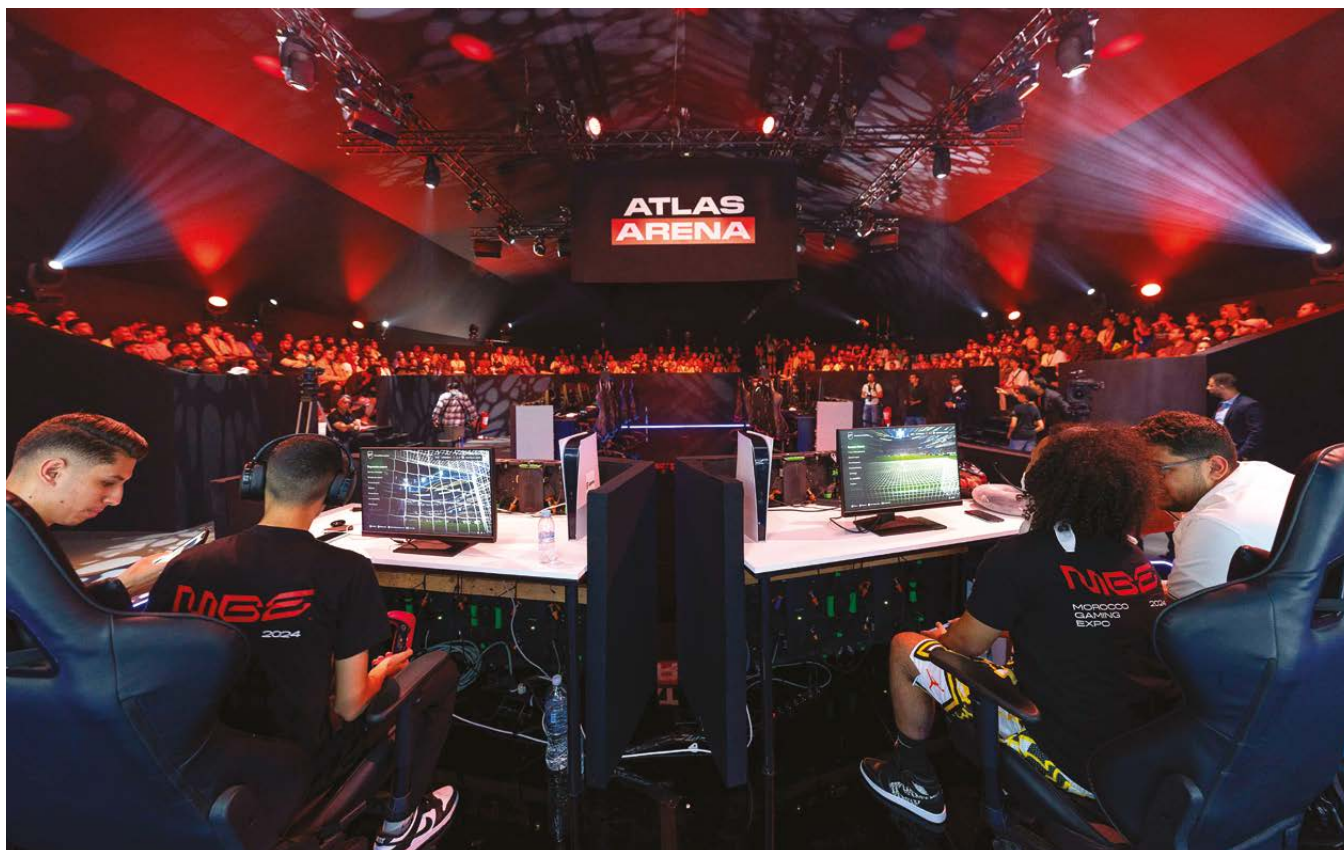
teindre plus de 500 milliards de dollars d'ici 2030, selon les projections des cabinets d'analyses spécialisés.

## Les segments qui tirent la croissance

Contrairement à l'image que l'on pourrait s'en faire, le cœur du marché du jeu vidéo n'est plus la traditionnelle console. Aujourd'hui, le mobile domine largement. Le gaming sur smartphone représente en effet plus de 50% des revenus mondiaux du

secteur. Accessible, peu coûteux et massivement diffusé dans les pays émergents, il constitue la principale porte d'entrée vers le jeu vidéo.





© DR

Les jeux consoles pèsent tout de même environ 28% du marché, soit près du tiers. Elles restent centrales pour certains blockbusters – les fameuses licences AAA, ou Triple A – comme les jeux Assassin's Creed, Call of Duty, Red Dead Redemption ou encore GTA. Parmi les acteurs dominants, Sony, Microsoft et Nintendo se taillent la part du lion. Avec environ 22% des revenus, le PC Gaming est aussi un segment clé, notamment pour l'e-sport et les jeux compétitifs. Et il devrait surpasser le marché des jeux consoles d'ici 2028, notamment en termes de revenus, selon les prévisions des professionnels du secteur. *“Les revenus des jeux PC continueront de croître à un taux annuel de 6,6% entre 2025 et 2028, contre 4,4% pour les consoles”*, rapporte Newzoo, cabinet d'études de marché spécialisé dans l'industrie du jeu vidéo. Enfin, le cloud gaming, ou jeu à la demande, porté par des acteurs comme Amazon, Microsoft, Sony ou Nvidia, est encore marginal mais prometteur : il supprime en effet les contraintes matérielles en s'exé-

Au-delà de ses performances économiques, le jeu vidéo s'impose comme un véritable espace social, comme en témoignent les tournois organisés pendant la Morocco Gaming Expo.

cutant sur des serveurs hébergés dans des centres de données à distance. Le joueur a simplement besoin d'un appareil avec écran, comme un téléphone, un ordinateur portable ou une Smart TV, et d'une bonne connexion internet. Les serveurs diffusent en continu la vidéo et l'audio du jeu, tandis que les actions du joueur sont transmises au serveur quasi instantanément. Son adoption reste cependant encore limitée, freinée par les infrastructures et la latence. Selon Statista, le marché mondial du cloud gaming devrait tout de même croître d'environ 22,28% par an ces cinq prochaines années, pour atteindre plus de 28 milliards de dollars en 2030.

### La révolution des modèles économiques

Le modèle économique du jeu vidéo a profondément évolué ces dernières an-

nées, notamment avec l'essor du free-to-play (F2P), qui permet aux joueurs d'accéder gratuitement à certains titres. Des succès mondiaux comme Fortnite ou Genshin Impact ont popularisé un modèle fondé sur la gratuité à l'entrée, compensée par des achats intégrés. Aujourd'hui, ce système génère une part majeure des revenus du secteur. Il repose toutefois sur un nombre limité de blockbusters, dans un marché devenu très concurrentiel, où il est de plus en plus difficile d'imposer de nouvelles licences. Et les investisseurs ayant misé sur ce modèle, malgré des cycles de développement très longs – notamment pour les productions AAA – se sont parfois heurtés à des performances en deçà de leurs attentes.

Les skins (habillages graphiques qui permettent de modifier l'aspect d'un personnage ou d'un objet dans un jeu vidéo), les extensions (contenu additionnel téléchargeable) et les passes de saison (abonnements ou achats uniques offrant un accès à du contenu additionnel) deviennent

### Quand le gaming devient social

Au-delà de ses performances économiques, le jeu vidéo s'impose désormais comme un véritable espace social et culturel. Des plateformes comme Fortnite, Roblox ou Minecraft ne sont plus seulement des jeux, mais des univers dans lesquels les joueurs interagissent, créent et consomment du contenu. Concerts virtuels, événements en direct, expériences immersives : le gaming emprunte de plus en plus aux réseaux sociaux et aux industries du divertissement. Cette hybridation s'accompagne d'un essor de l'économie des créateurs, avec des millions d'utilisateurs qui conçoivent leurs propres cartes, objets ou scénarios, parfois monétisés. Sur Roblox, certains développeurs indépendants génèrent ainsi des revenus significatifs, illustrant l'émergence d'une nouvelle génération de créateurs natifs du jeu vidéo. En parallèle, les plateformes de streaming comme Twitch ou YouTube Gaming renforcent cette dimension communautaire, transformant le jeu en spectacle et les joueurs en influenceurs. Ce basculement vers des expériences sociales et participatives redéfinit profondément la notion même de jeu vidéo : d'un produit culturel, il devient un écosystème interactif, au croisement du divertissement, des réseaux sociaux et de l'économie numérique. À terme, cette évolution pourrait encore élargir son audience et renforcer sa domination au sein des industries culturelles et créatives.

aussi monnaie courante. Toutes ces microtransactions opérées par les gamers génèrent des revenus récurrents, et prolongent la "*durée de vie*" des jeux vidéo. Les microtransactions, DLC et autres contenus additionnels constituent par exemple aujourd'hui l'un des principaux moteurs de revenus de PlayStation, dépassant régulièrement les ventes de jeux complets.

L'autre modèle économique est l'abonnement. À l'image de Netflix ou Amazon Prime pour les films et séries, des plateformes comme Xbox Game Pass de Microsoft ou PlayStation Plus de Sony



offrent aux gamers un accès à des catalogues entiers de jeux vidéo. Un modèle appelé à s'étendre : le marché mondial des jeux par abonnement, estimé à 12,9 milliards de dollars en 2025, pourrait en effet quasi doubler d'ici 2030, atteignant 24,2 milliards de dollars, selon les prévisions du cabinet de recherches Grand View Research. À lui seul, le Game Pass a généré près de 5 milliards de dollars de revenus annuels en 2025, selon le PDG de Microsoft Satya Nadella, bien que la vente unitaire reste tout de même une source importante de revenu. Enfin, l'in-game advertising – l'ensemble

des formats publicitaires intégrés directement au sein des jeux vidéo – prend de l'ampleur. Panneaux publicitaires dans un stade, marques sur des objets, placements de produits, publicités récompensées (le joueur regarde une annonce en échange d'un bonus)... Les formats sont multiples, mais l'enjeu est le même : monétiser l'attention du gamer, sans casser l'expérience de jeu. Selon les cabinets d'analyses spécialisés, le marché mondial de l'in-game advertising est estimé autour de 12,5 milliards de dollars en 2026, après avoir atteint 11 milliards de dollars en 2025. À horizon 2030, les projections



Produire un jeu AAA peut aujourd'hui coûter plus de 200 millions de dollars. De quoi rivaliser avec les budgets pharamineux de certains films hollywoodiens.

convergent vers une fourchette comprise entre 17,6 et 20,7 milliards de dollars, avec une croissance annuelle d'environ 10 à 13%. Certaines estimations plus larges, comme celle établie par le cabinet de conseil et d'intelligence de marché Mor-dor Intelligence, incluant des formats immersifs avancés, évoquent même un marché dépassant les 200 milliards de dollars à l'horizon 2031, signe d'un basculement massif des budgets publicitaires vers les environnements interactifs.

## Une industrie en recomposition

Derrière cette croissance, le secteur connaît des mutations profondes. Les rachats, par exemple, se multiplient. Le plus emblématique reste l'acquisition d'Activision Blizzard (Call of Duty, World of Warcraft, Candy Crush) par Microsoft pour 68,7 milliards de dollars, finalisée en 2023 — la plus grosse opération de l'histoire du secteur. L'objectif de ces rachats est avant tout de sécuriser des franchises majeures et de renforcer les écosystèmes propriétaires. Une stratégie qui traduit aussi une intensification de la concurrence entre plateformes, chacune cherchant à verrouiller ses contenus et fidéliser ses joueurs. Il faut dire que les coûts de développement explosent dans certains segments de l'industrie. Produire un jeu AAA peut aujourd'hui coûter plus de 200 millions de dollars. De quoi rivaliser avec les budgets pharamineux de certains films hollywoodiens. Une inflation qui pousse à la prudence, et favorise les suites et franchises, ainsi que l'externalisation d'une partie de la production. Aussi, bien qu'en plein boom, le secteur doit faire face à l'irruption de l'intelligence artificielle (IA) qui transforme la production : génération de décors, animation de personnages, optimisation des scénarios... *“En 2026, les créations générées par l'IA deviendront une fonctionnalité essentielle, et les équipes (de développeurs, ndlr) produiront non plus des dizaines, mais des centaines de variations par jour, permettant ainsi des stratégies créatives micro-segmentées et adaptatives en temps réel”*, prévoit ainsi le PDG du développeur de jeux vidéo finlandais Metacore, Mika Tammenkoski, interrogé début janvier 2026 par le magazine Games Market.

L'IA permet certes de réduire certains coûts et d'augmenter les capacités créatives, mais menace également les emplois dans certaines branches du secteur. L'industrie a ainsi connu des vagues de licenciements en 2023-2024. Coûts de production qui augmentent dans certains segments, recours croissant aux financements externes, et pression de rentabilité

immédiate : autant de facteurs qui ébranlent le secteur. Face à ces menaces, les patrons des géants de l'industrie du gaming se veulent néanmoins rassurants : *“Nous misons sur le jeu vidéo depuis longtemps. Nous continuerons d'investir, et nous le ferons toujours”*, a ainsi déclaré, début mars, le PDG de Microsoft.

## LES CHIFFRES DE L'INDUSTRIE MONDIALE DU GAMING

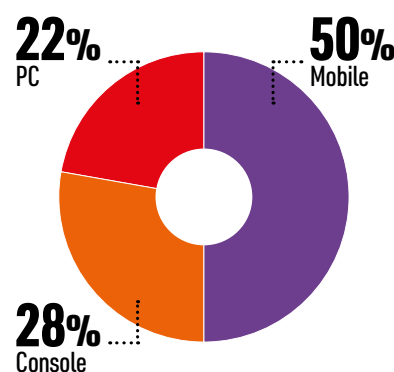
**300** milliards de dollars de revenus en 2025

**3,5** milliards de joueurs dans le monde (soit près d'1 humain sur 2)

**CROISSANCE DU MARCHÉ**  
**+3 à +7%**  
par an (+12% en Afrique)

**MARCHÉ ATTENDU**  
plus de **500** milliards de dollars d'ici 2030

## RÉPARTITION DES JOUEURS PAR PLATEFORME



NOUVEAU MARCHÉ

# Sur la carte mondiale de l'industrie du gaming, l'Afrique avance ses pions

Longtemps dominée par les États-Unis, le Japon et l'Europe, l'industrie mondiale du jeu vidéo connaît une profonde recomposition. À mesure que les coûts de production augmentent et que les marchés traditionnels arrivent à maturité, de nouveaux relais de croissance émergent, notamment en Afrique.

**C**es territoires offrent deux avantages décisifs : une démographie jeune et connectée, et des coûts de production compétitifs. Dans un secteur où le développement d'un blockbuster peut dépasser les 100 millions de dollars, l'externalisation de certaines tâches – animation, design ou test qualité – est devenue une pratique courante. Les studios occidentaux ont d'abord délocalisé en Europe de l'Est et en Asie du Sud-Est ; ils regardent désor-

mais vers le continent africain. Mais l'Afrique n'est pas seulement le réceptacle des externalisations occidentales ou un consommateur de jeux vidéo. Le continent s'impose aussi comme créateur et producteur de jeux.

## Un marché modeste mais prometteur

Avec près de 350 millions de joueurs, l'Afrique constitue l'un des viviers les plus dynamiques de la planète. Le marché du jeu vidéo y a généré 1,8 milliard de dollars en 2024, avant de dépasser les 2,2 milliards en 2025. Cette croissance repose quasi exclusivement sur le mobile, qui représente environ 90% des usages et des revenus, soit un taux bien supérieur à la moyenne mondiale (environ 50%). Le smartphone s'est imposé comme la première "console" du continent, à la faveur de la baisse des prix des terminaux et de l'amélioration des réseaux mobiles. Dans ce contexte, l'écosystème local commence à se structurer. L'Afrique compterait plus de 250 studios, encore de petite taille mais en augmentation. Le Cap, Lagos, Nairobi, Le Caire ou Rabat émergent comme des pôles régionaux où se croisent développeurs, incubateurs et investisseurs. Pour Jay Shapiro, fondateur du studio kenyan Usiku Games et président du Pan African Gaming Group (PAGG), le potentiel est

## TOP 5 AFRICAIN DE L'INDUSTRIE DU GAMING

(en termes de revenus annuels)

- 1 Egypte
- 2 Nigeria
- 3 Afrique du Sud
- 4 Maroc (ambition 2030 : 1ère place)
- 5 Kenya



Avec près de 350 millions de joueurs, l'Afrique constitue l'un des viviers les plus dynamiques de la planète.

évident : "Il y a vraiment un besoin d'avoir plus de contenu local", déclarait-il en 2024 au quotidien français *Le Monde*. Parmi les pays africains, l'Afrique du Sud, le Nigeria ou l'Égypte dominent la production, mais le Maroc tente de rattraper son retard en misant sur une stratégie publique volontariste. La mise en œuvre de la feuille de route lancée fin 2023 par le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication vise à structurer une filière encore fragmentée et à attirer des studios étran-

gers. L'ambition est claire : faire du Maroc, et notamment de la capitale, Rabat, un hub capable d'accueillir des studios internationaux et de former des talents locaux. Cette politique s'appuie sur une jeunesse très connectée. Le pays compte déjà 8 à 10 millions de joueurs, dont une majorité âgée de moins de 35 ans, un atout majeur dans

## Un secteur en transition

Malgré cette dynamique, l'industrie africaine du gaming reste confrontée à des obstacles structurels : difficulté d'accès aux financements, fragmentation des marchés nationaux, problèmes liés au paiement en ligne ou encore aux infrastructures Internet dans certaines régions. *"L'écosystème*

## Une opportunité stratégique pour le continent

À l'image de Nollywood pour le cinéma ou de l'afrobeats pour la musique, le jeu vidéo pourrait ainsi devenir la prochaine industrie culturelle et créative africaine à s'imposer sur la scène mondiale. Les grandes plateformes, de Sony à Microsoft, multiplient déjà les programmes de soutien aux développeurs africains, conscientes que les prochaines grandes communautés de joueurs se trouvent dans ces marchés émergents.

Pour les pays africains, l'enjeu dépasse le simple divertissement. Le gaming combine création artistique, ingénierie logicielle et exportation de contenus, trois domaines à forte valeur ajoutée. Dans des économies à la recherche de diversification, il représente un levier de création d'emplois qualifiés et d'intégration dans l'économie numérique mondiale.

*"Les tendances en matière de prix et de moteurs de jeux montrent que les développeurs africains s'alignent globalement sur les pratiques de l'industrie mondiale, ce qui suggère une professionnalisation et une maturité technique croissantes",* indiquent les auteurs du rapport de Games Industry Africa. Toutefois, *"la concentration géographique de ce succès souligne la nécessité de structures de soutien plus solides dans davantage de pays afin d'assurer une croissance plus équitable sur le continent",* préconisent-ils. Si l'Afrique ne représente encore qu'une fraction du marché mondial, sa trajectoire rappelle celle de l'Asie du Sud-Est il y a quinze ans. *"La prochaine phase du développement de jeux en Afrique sera probablement façonnée par des studios qui combinent l'attrait mondial du genre avec une identité culturelle distinctive, tout en ciblant des segments de marché mal desservis",* prédisent les auteurs du rapport. Ainsi, avec des politiques publiques cohérentes, des investissements dans la formation et l'accès au financement, le continent pourrait s'imposer comme la prochaine frontière du jeu vidéo – non plus seulement comme un marché de consommation, mais comme un véritable territoire de production.



une industrie fondée sur la créativité et les compétences artistiques et techniques. Au-delà du développement de jeux vidéo, l'e-sport devient un levier de structuration. Sa valeur dépasse désormais 40 millions de dollars en Afrique, avec des événements de plus en plus professionnalisés, comme Comic Con Africa ou des championnats continentaux qui attirent sponsors et audiences. Cette dynamique crée un cercle vertueux : l'e-sport stimule la demande pour des infrastructures, des formations et des contenus locaux, contribuant à la professionnalisation de toute la chaîne de valeur.

*du développement de jeux vidéo en Afrique entre dans une phase de transition",* ont ainsi conclu les auteurs du rapport "State of African Games" ("Etat des jeux vidéo africains"), publié en février 2026 par la plateforme Games Industry Africa. *"D'une part, le continent a acquis une présence mondiale tangible, contribuant à des millions d'unités vendues et démontrant que les jeux développés en Afrique peuvent rencontrer un succès international. D'autre part, le secteur reste très concentré, l'Afrique du Sud représentant une part importante des développeurs et des performances commerciales",* soulignent-ils.

INDUSTRIE DU GAMING

# Le Maroc entre dans la partie

Longtemps en marge de l'industrie mondiale du jeu vidéo, le Maroc affiche désormais des ambitions claires : s'insérer dans un marché de plus de 300 milliards de dollars. Entre stratégie publique, montée en compétences et premiers investissements, le Royaume cherche à structurer une véritable filière industrielle.

**A**vec près d'un tiers de sa population âgée de moins de 30 ans, le Maroc dispose d'un atout démographique de taille. Une génération ultra-connectée, anglophone, consommatrice de contenus numériques et familière des codes du jeu vidéo. Selon les estimations des professionnels du secteur, le pays compterait entre 8 et 10 millions de joueurs réguliers en 2025, principalement sur mobile, segment qui concentre plus de 50% du marché mondial.

Au-delà de l'usage, c'est aussi le vivier de compétences qui attire l'attention. Gameplay programming, Game design, animation 3D, sound design : les métiers de l'industrie du gaming recoupent des expertises déjà présentes dans certaines écoles d'ingénieurs et filières créatives marocaines. Cette convergence entre créativité et technique s'inscrit dans une tendance plus large : celle de la montée en puissance des industries culturelles et créatives, désormais per-

çues comme des leviers de croissance économique et d'influence.

## Une stratégie publique en construction

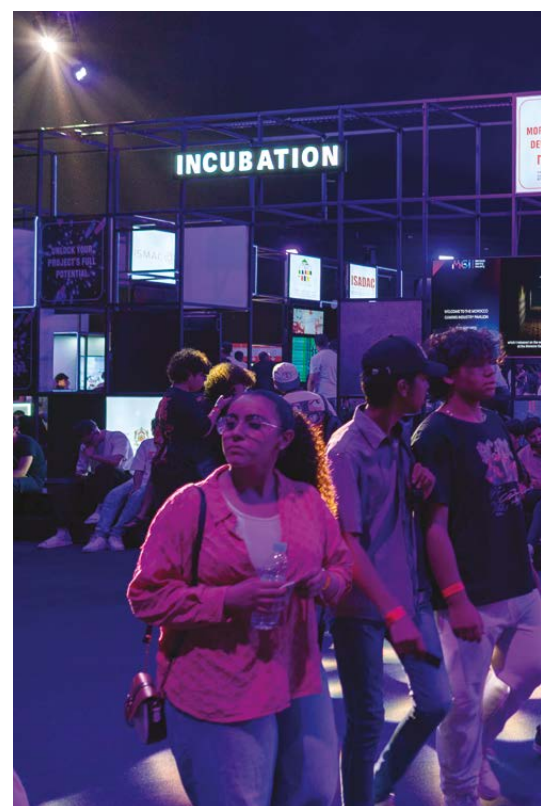
Conscient de ce potentiel, l'État marocain commence à structurer une stratégie dédiée, à la croisée de plusieurs politiques publiques : transition numérique, industrie, culture et emploi. Le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication a ainsi multiplié, ces quatre dernières années, les initiatives visant à intégrer le jeu vidéo dans une vision plus large des industries culturelles et créatives. *"Depuis fin 2021, nous avons travaillé sans relâche pour faire du Maroc un pôle régional et africain dans l'industrie du gaming, un secteur énorme qui se développe à un rythme effréné"*, déclarait le ministre Mohammed Mehdi Bensaid en juillet 2025, lors de la deuxième édition de la Morocco Gaming Expo à Rabat. Objectif affiché : faire émerger un écosystème capable de produire, mais aussi d'exporter des

contenus. *"Nous avons le noyau pour avoir une réelle industrie, et compter dans quelques années le Maroc comme une plateforme intéressante dans l'industrie du gaming"*, ajoutait-il.

Dans cette perspective, plusieurs axes sont mis en avant : soutien aux startups créatives, structuration des métiers et accompagnement des jeunes talents. L'approche se veut transversale. Le ministère plaide ainsi pour une articulation plus forte entre les différents départements concernés, notamment ceux de l'Investissement et de la Transition numérique.

## Structurer un écosystème encore embryonnaire

Sur le terrain, l'écosystème reste en phase de structuration. Le Maroc compte aujourd'hui une quinzaine de studios dédiés au gaming et une centaine de startups évoluant dans cet écosystème. Mais les signaux d'émergence se multiplient. Côté formation, plusieurs initiatives ont vu le jour depuis 2023 : cursus spécialisés en game de-





© DR

sign, animation ou programmation dans des écoles publiques et privées, partenariats avec des acteurs internationaux, et programmes de certification. L'objectif est clair : combler le déficit de profils expérimentés, principal frein au développement du secteur. En parallèle, le programme d'incubation Video Game Incubator, dédié aux studios et porteurs de projets, accompagne les startups marocaines dès leurs premières étapes. La deuxième édition de cet incubateur, lancée début 2026 par le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, offre aux entrepreneurs un accompagnement spécialisé avec des experts internationaux, des formations adaptées et un accès à un réseau professionnel élargi. L'objectif est de consolider une base de studios capables de produire des jeux de qualité et de pénétrer les marchés exportateurs. Aussi, les incubateurs et hubs créatifs jouent un rôle clé. À Casablanca, Rabat ou encore Benguerir, des structures d'accompagnement intègrent progressive-

D'ici 2030, le Royaume ambitionne d'atteindre un chiffre d'affaires de 30 milliards de dirhams et la création de 10 000 emplois directs, couvrant plus de 80 métiers.

ment des projets liés au gaming, avec un focus sur les startups innovantes. Sur le volet international, le Maroc active ses réseaux. Le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, aux côtés de l'Agence marocaine de développement des investissements et des exportations (AMDIE), multiplie les démarches pour attirer des studios étrangers, en mettant en avant les talents marocains, la compétitivité des coûts, la stabilité du pays et la qualité des infrastructures.

### Des retombées économiques attendues

À terme, le Maroc vise la création de plusieurs milliers d'emplois directs et indirects. Selon des projections évoquées, d'ici 2030, le Royaume ambitionne d'atteindre un chiffre d'affaires de 30 milliards de dirhams (environ 3 milliards de dollars), et la création de 10 000 emplois directs, cou-

vrant plus de 80 métiers : écriture, programmation, animation 3D, game design, IA, marketing, etc. Une ambition portée notamment par le projet Rabat Gaming City, une cité du gaming qui doit bientôt éclore dans la capitale. L'enjeu dépasse toutefois la seule question de l'emploi. L'industrie du gaming est aussi un vecteur d'attractivité internationale : en attirant des studios étrangers, le Maroc espère renforcer son image de hub créatif et technologique régional. Ainsi, le studio français TA Publishing, filiale du groupe polonais Forever Entertainment, éditeur majeur de jeux vidéo sur Nintendo Switch, a annoncé en février 2025 son intention d'ouvrir un studio à Rabat, au sein de Rabat Gaming City, avec un objectif de 50 à 100 employés. Son dirigeant, Benjamin Anseume, résume les raisons de cette implantation : *"Après deux ans de recherche d'implantations internationales, le Maroc s'est imposé par sa stratégie structurée et visionnaire. Nous sommes convaincus que Rabat Gaming City deviendra un hub clé pour notre croissance."* Autre levier stratégique : l'export de contenus culturels. À l'image de la Corée du Sud, du Japon, ou de la Chine (notamment avec le succès mondial du jeu *"Black Myth : Wukong"*), le jeu vidéo peut devenir un outil de soft power. Univers narratifs inspirés de l'histoire marocaine, esthétique locale, mythologie revisitée : autant de pistes de création de valeur que le département dirigé par Mohammed Mehdi Bensaid cherche à développer. Reste que la concurrence est rude. D'autres pays émergents, sur le continent africain (Afrique du Sud) mais également au Moyen-Orient (Turquie, Emirats arabes unis) ou en Asie (Inde, Vietnam) ont déjà pris une longueur d'avance, avec des écosystèmes plus matures et des politiques d'incitation agressives. Pour le Maroc, le défi est donc double : aller vite, sans brûler les étapes.



Morocco  
Gaming  
Industry

INTERVIEW

Mohammed Mehdi Bensaid, Ministre de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication

# “Le Maroc ne sera plus seulement un consommateur de jeux vidéo, mais un créateur et un exportateur d’histoires”

Face à l’essor mondial de l’industrie du gaming, le ministre de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, Mohammed Mehdi Bensaid, détaille une stratégie ambitieuse : structurer une filière nationale, former des milliers de talents et faire du Maroc un hub régional capable d’exporter des contenus ancrés dans son identité culturelle.

**L’industrie du gaming est devenue la première industrie culturelle et créative au monde, dépassant le cinéma et la musique. Comment envisagez-vous de positionner le Maroc non seulement comme consommateur, mais comme créateur et exportateur de contenus gaming qui portent notre identité culturelle à l’international ?**  
C’est une réalité incontestable, l’industrie

du gaming est aujourd’hui la première industrie culturelle et créative au monde. Face à cette réalité, notre ambition est claire : le Maroc ne sera pas uniquement un marché de consommation, mais un pays de création, de production et d’export de contenus vidéoludiques. Cette ambition s’inscrit dans le contexte plus général d’émergence du Maroc. Sous la Haute Direction de Sa Majesté le Roi Mo-

hammed VI, que Dieu L’assiste, l’essor du Maroc se déploie dans un sens global qui accorde, à côté de la croissance économique, une grande place au capital humain, au lien social et à l’inclusion socio-culturelle et territoriale. Dans cette vision royale, la culture, le patrimoine et la créativité deviennent des tremplins du développement. Les Industries culturelles et créatives s’inscrivent naturellement dans ce paysage. Et l’industrie du jeu vidéo est le fer de lance de cette démarche. C’est dans ce sillage que nous avons engagé, depuis 2021, une transformation profonde, fondée sur une approche intégrée combinant formation des talents, incubation des projets, mobilisation de l’investissement et rayonnement international. L’objectif est de positionner durablement le Maroc comme un acteur crédible et compétitif dans un marché mondial de près de 300 milliards de dollars. Les résultats sont déjà visibles et concrets. En l’espace de quelques années, nous avons assisté à une accélération sans pré-





cédent de l'écosystème : passage d'une dizaine de startups structurées à plus de 100 aujourd'hui, accompagnement de plus de 50 porteurs de projets, et création de plus de 2 000 emplois directs.

Cette dynamique a trouvé une traduction forte sur le terrain avec le lancement de la Morocco Gaming Expo, dont la première édition en 2024 a marqué un tournant, et dont la deuxième édition en 2025 a confirmé le positionnement du Maroc sur la scène internationale : plus de 70 000 visiteurs, 100 exposants locaux, plus de 60 experts internationaux et plus de 30 investisseurs issus de 18 pays. Ces chiffres ne sont pas seulement des indicateurs, ils traduisent une réalité nouvelle, celle d'un écosystème marocain qui se structure, qui attire et qui commence à compter à l'échelle internationale.

Mais au-delà des infrastructures et des chiffres, notre véritable force réside dans notre capital humain et culturel. Le Maroc dispose d'une jeunesse créative, connectée et talentueuse, ainsi que d'un patri-

moine culturel exceptionnel. Notre ambition est précisément de transformer cette richesse culturelle en univers narratifs puissants, en expériences interactives, en contenus exportables. Le jeu vidéo devient ainsi un vecteur stratégique de rayonnement culturel, de soft power et de création de valeur. En somme, nous sommes en train de faire émerger un nouveau positionnement pour le Maroc : celui d'un pays qui ne consomme plus seulement des histoires, mais qui les crée et les partage avec le monde.

**La jeunesse marocaine représente une part importante de la population et les compétences en gaming ouvrent des perspectives d'emplois qualifiés. Quels leviers institutionnels le ministère compte-t-il activer pour transformer cette passion des jeunes en véritable filière professionnelle structurée ?**

Le Maroc dispose d'un avantage stratégique majeur : une jeunesse connectée et profondément engagée dans les usages

Pour le ministre Mohammed Mehdi Bensaid, la forte affluence à la Morocco Gaming Expo traduit une réalité nouvelle : *"celle d'un écosystème marocain qui se structure, qui attire et qui commence à compter à l'échelle internationale"*.

numériques, qui représente plus de 30% de la population nationale. Aujourd'hui, des millions de jeunes Marocains pratiquent le jeu vidéo et développent, souvent de manière autodidacte, des compétences réelles en programmation, design ou création digitale. Notre responsabilité est de transformer cette passion en opportunité économique, et cette énergie en filière professionnelle structurée.

Pour y parvenir, nous avons activé plusieurs leviers institutionnels complémentaires. D'abord, la structuration d'une offre de formation nationale cohérente et anticipative. En partenariat avec le ministère de l'Enseignement supérieur et l'OFPPPT, nous avons engagé un effort inédit pour aligner les compétences sur les besoins du marché. Plus d'une quinzaine de filières spécialisées accréditées dès



“LE GAMING EST  
UN VÉRITABLE  
LEVIER  
D'EMPLOYABILITÉ,  
D'INNOVATION ET  
D'ASCENSION  
SOCIALE”

l'année universitaire 2025–2026 dans les établissements universitaires publics et privés. Nous avons un objectif ambitieux de 10 000 talents formés à l'horizon 2030, dont 6000 diplômés et 4000 profils issus de formations professionnelles qualifiantes. L'enjeu est de garantir aux investisseurs un vivier de compétences immédiatement opérationnelles, et aux jeunes, un accès concret à des carrières d'avenir. Ensuite, nous avons renforcé l'accompagnement des talents et l'entrepreneuriat. À travers nos programmes d'incubation et d'appui, nous permettons à de jeunes développeurs de passer de l'idée au mar-

ché, en transformant leurs projets en startups viables et créatrices de valeur. Parallèlement, nous avons lancé des initiatives structurantes à fort impact, notamment le programme Gamification Lab, mis en place en 2025 en partenariat avec la CDG. Ce programme marque une évolution stratégique majeure qui consiste à connecter directement les startups gaming aux besoins des politiques publiques et des grands secteurs économiques (éducation, santé, culture, tourisme, emploi). Il permet ainsi de positionner le gaming comme un outil d'innovation au service de l'intérêt général. Enfin, des événements structurants comme la Morocco Gaming Expo, qui jouent un rôle clé pour connecter les jeunes talents aux professionnels, leur faciliter l'accès aux éditeurs et investisseurs et donner une visibilité internationale aux créations marocaines. Notre approche est

globale et cohérente : former, accompagner, connecter et insérer.

Aujourd'hui, le gaming n'est plus seulement un loisir pour notre jeunesse, il devient un véritable levier d'employabilité, d'innovation et d'ascension sociale. Et notre ambition est sans équivoque : faire émerger une génération de créateurs, d'entrepreneurs et d'experts marocains capables de s'imposer dans l'industrie mondiale du gaming.

**Le développement de l'industrie du gaming nécessite une approche interministérielle (culture, enseignement supérieur, investissement, transition numérique...). Comment le ministère coordonne-t-il cette vision transversale pour créer un véritable environnement favorable à l'émergence de studios marocains compétitifs ?**



Le développement de l'industrie du gaming ne peut pas être porté par un seul acteur, c'est un chantier national, transversal, qui mobilise plusieurs politiques publiques à la fois, culture, formation, investissement, innovation et économie numérique. Face à cet enjeu, nous avons fait un choix de mettre en place une gouvernance intégrée, lisible et orientée vers l'efficacité. Le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication assure un rôle central de pilotage stratégique. Il définit la vision, coordonne l'action publique et garantit la cohérence d'ensemble. Il agit également comme point d'entrée institutionnel unique pour les investisseurs, ce qui est essentiel pour simplifier et sécuriser leurs démarches. Autour de ce pilotage, nous avons structuré une chaîne d'intervention complète. L'Agence marocaine de développement des

investissements et des exportations (AM-DIE) accompagne activement les investisseurs internationaux, en leur offrant un appui opérationnel, du conseil stratégique et une orientation ciblée vers les opportunités du secteur. Les Centres régionaux d'investissement jouent un rôle clé au niveau territorial, en tant que guichets uniques, facilitant l'implantation des entreprises et leur intégration dans les écosystèmes locaux. Cette organisation permet aujourd'hui d'offrir aux investisseurs et aux entrepreneurs un parcours fluide, coordonné et sécurisé, depuis l'idée jusqu'à l'implantation et au développement. Mais au-delà des structures, ce qui fait la différence, c'est la vision systémique que nous avons mise en place. Nous avons construit un écosystème autour de quatre piliers fondamentaux et complémentaires : les talents, avec une stratégie ambitieuse de formation et de développement des compétences ; les studios, en soutenant l'entrepreneuriat et la création ; les financements, en mobilisant des mécanismes publics et privés adaptés ; et l'accès aux marchés, en accompagnant l'internationalisation des acteurs marocains. Cette approche intégrée nous permet de dépasser une logique fragmentée pour construire une véritable chaîne de valeur nationale de l'industrie du gaming. Notre ambition est de créer un environnement suffisamment structuré, attractif et compétitif pour faire émerger des

studios marocains capables de rivaliser à l'échelle internationale. Aujourd'hui, nous ne sommes plus dans une phase d'expérimentation, nous sommes dans une phase d'accélération et de positionnement stratégique, avec un objectif assumé : faire du Maroc un hub régional de l'industrie du gaming en Afrique et dans la région MENA.

Ainsi, en l'espace de cinq ans, nous avons fait bien plus que lancer une dynamique. Nous avons posé les fondations solides d'une industrie d'avenir au Maroc. Les résultats sont tangibles : des talents formés, des startups créées, une attractivité internationale en forte progression. Mais au-delà des chiffres, l'essentiel est ailleurs : nous avons enclenché une transformation profonde et irréversible, celle d'un Maroc qui ne se contente plus de consommer, mais qui crée, produit et exporte de la valeur culturelle et technologique. L'industrie du gaming est aujourd'hui un choix stratégique. Un choix pour notre jeunesse, à qui nous offrons de nouvelles perspectives. Un choix pour notre économie, que nous diversifions vers des secteurs à forte valeur ajoutée. Et un choix pour le rayonnement du Royaume, à travers une nouvelle forme d'influence culturelle et créative.

Le Maroc est en train de prendre toute sa place dans une industrie mondiale. Et ce mouvement ne fait que commencer.





**GAMING INDUSTRY MADE IN MOROCCO**

# Anatomie d'un vivier de talents

Encore embryonnaire, l'industrie du jeu vidéo "made in Morocco" se développe doucement, entre soutien étatique et contraintes structurelles. Une poignée de studios émerge, et avec eux des talents en croissance, au Maroc et hors frontières.

**P**orté par une jeunesse ultra-connectée et des politiques publiques encore récentes, l'industrie marocaine du gaming amorce sa structuration. Mais ce sont surtout les parcours individuels, au Maroc comme à l'étranger, qui dessinent aujourd'hui les contours réels de cette industrie.

Côté startups, le Royaume en compte près d'une centaine, recensées sur la plateforme officielle de l'industrie du gaming au Maroc ([www.moroccogamingindustry.ma](http://www.moroccogamingindustry.ma)), créées pour la plupart après 2021. Cette dynamique s'est particulièrement accélérée grâce aux mesures mises en place par le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication pour structurer et développer le secteur. Elle a connu un tournant notable à la suite de la première édition de la Morocco Gaming Expo, qui a constitué un véritable catalyseur, favorisant la mise en réseau des jeunes talents, le renforcement des équipes et la création de nouvelles startups. Si CN Studio, fondé en 2017 par Oussama Ouaziz, est l'un des pionniers du développement local de studios de création de jeux vidéo, d'autres ont émergé ces dernières années, à l'instar de Kokoro Games, Ikro Games, June Studio, Triaxis Studio, Enigma Studio, Clover Studio, Dinomite Studio, Ashira Studio, Kelbox Studio, AJB Games Studio ou encore

Next Level AR et Octav pour les expériences immersives. À cela s'ajoutent des structures comme Kiddo Education ou encore KNC Lab, souvent positionnées sur des niches (serious game, gamification...).

## "CERTAINS STUDIOS ONT BÉNÉFICIÉ DE PROGRAMMES D'INCUBATION POUR MIEUX SE STRUCTURER"

### Petits studios, grandes ambitions

Malgré cette diversité, le secteur reste composé majoritairement de petites équipes, souvent inférieures à dix personnes, avec des capacités de financement encore limitées et peu d'accès aux circuits de distribution internationaux. Une partie de ces studios ont toutefois bénéficié, notamment depuis 2024, des programmes d'incubation lancés par le ministère, en partenariat avec des institutions publiques ou étrangères, permettant à ces jeunes pousses de se financer et de mieux se structurer.

Cette structuration repose sur un vivier de talents en croissance. Des profils comme Oussama Ouaziz (CN Studio), Hicham Addy (Ikro Games), Abdellah Alaoui Mdarrhi (Kokoro Games), Ilias Belabed (June Studio), Said et Aziz Bakouri (Triaxis Studio), Soufiane Khramez (Enigma Studio) ou encore Kawtar Jalili (Kiddo Education) incarnent une génération de développeurs et de game designers formés essentiellement en autodidacte, parfois grâce à des cours en ligne, ou passés par des écoles de graphisme, de design ou des filières informatiques. *"Il existe très peu d'écoles spécialisées dans le jeu vidéo au Maroc"*, rappelle Oussama Ouaziz. Cette contrainte explique aussi en partie pourquoi certaines de ces compétences se développent en dehors des circuits académiques traditionnels, via des projets personnels, du freelancing ou des collaborations internationales. Elle explique aussi la difficulté à passer d'une logique de prototypes à celle de productions industrielles. Plusieurs jeux permettent néanmoins de mesurer l'émergence d'une production *"made in Morocco"*, encore largement concentrée sur le mobile et l'indépendant. Parmi les

exemples les plus visibles, *"Talking Cactus"*, *"Save the Fish"* ou *"Slice to Score"*, développés par CN Studio, ont dépassé le cadre local grâce à leur diffusion sur les plateformes mobiles. Dans un registre différent, *"Uncursed"*, développé par AJB Games Studio,

s'inscrit dans une approche plus ambitieuse sur PC, avec une diffusion sur Steam et plusieurs milliers de téléchargements pour sa version de démonstration. À cela s'ajoutent des projets comme *"The Moroccan Castle"*, ou d'autres jeux issus de game jams locales (hackathons de game design), souvent diffusés sur des plateformes d'hébergement et de vente de jeux vidéo indépendants comme Itch.io. Ces productions restent encore marginales à l'échelle internationale, mais elles témoignent d'un passage progressif d'une logique d'apprentissage à une logique de création. Parallèlement, la diaspora constitue un levier structurant pour l'écosystème. Des profils comme Omar Guendeli, gameplay programmer chez Ubisoft à Abu Dhabi (Emirats arabes unis), Yannis Moulay, game designer chez Ubisoft à Paris (France), Khalid Nait-Zlay, spécialiste des effets visuels chez Krafton à Montréal (Canada), ou les fondateurs de studios de gaming indépendants Yasser Ouaziz (Ouaz Games à Dubaï) et Youness Bakhouya (Qasbah Labs à Paris) illustrent la présence de compétences marocaines à l'étranger. Cette externalisation des talents s'explique en partie par les limites du marché local, mais elle constitue aussi une source potentielle de transfert de compétences et de réseaux pour les acteurs restés au Maroc.

### Des événements et des communautés

Face à ces enjeux, les pouvoirs publics ont structuré ces dernières années une stratégie dédiée. Le projet Rabat Gaming City, porté par le ministère de la Jeu-

nesse, de la Culture et de la Communication, vise à créer un hub réunissant formation, production et incubation. L'objectif affiché est double: attirer des studios internationaux et favoriser l'émergence de productions locales capables d'exporter. Les événements gaming jouent également un rôle central dans la structuration de l'écosystème. La Morocco Gaming Expo, organisée chaque année à Rabat depuis 2024, s'impose comme le rendez-vous du secteur, réunissant tous les talents du milieu : développeurs, startups, gamers, mais aussi investisseurs internationaux et acteurs locaux de l'écosystème, autour de conférences et tournois e-sport. À côté, des formats plus hybrides comme Project LZ, lancé fin 2025, qui a réuni à Casablanca des créateurs de contenus, marques, sponsors et passionnés de jeux vidéo, ou des compétitions grand public de e-sport comme la Free Fire Battle of Morocco, dont la finale a rassemblé plus de 4000 spectateurs en septembre 2025, misent sur la production de contenus (streams, vlogs) pour amplifier leur portée. Les LGaming Awards, enfin, organisés par le média dédié au gaming et à l'e-sport au Maroc LGaming.ma, consacrent chaque année les meilleurs de la communauté e-sport du pays. Cette dynamique s'appuie enfin sur une génération de créateurs de contenus gaming qui gagnent en visibilité, suivis par des millions de personnes sur des plateformes comme YouTube, Twitch ou TikTok. Reste désormais à franchir un cap décisif: structurer durablement la filière pour transformer ce vivier de talents en une industrie viable et compétitive.

TRIBUNE

Mounir Alami Laaroussi

# “J’ai grillé deux Atari 2600 avant même de comprendre que le jeu vidéo allait devenir une vocation”

Mon histoire avec le jeu vidéo commence bien avant que cette industrie ne devienne le géant culturel et économique que l’on connaît aujourd’hui. Ce qui n’était au départ qu’un simple émerveillement face à des pixels est devenu, avec le temps, une passion profonde, puis un véritable métier.

**J**’ai eu la chance de travailler dans l’industrie du jeu vidéo sur des projets emblématiques chez Ubisoft, notamment “Prince of Persia” et “Les Lapins Crétins”. Cette expérience m’a permis de développer un double regard : celui d’un joueur, mais aussi celui d’un professionnel qui comprend les mécanismes, les contraintes et les ambitions qui se cachent derrière chaque jeu. Aujourd’hui, ce regard nous permet de poser une question essentielle : quelle place peut occuper le Maroc dans l’industrie mondiale du jeu vidéo ?

## 1. Rendre le jeu accessible est une notion fondamentale pour la réussite de l’e-sport marocain et africain

Le cloud gaming est en train de redéfinir les règles du jeu. En supprimant la dépendance au matériel, il permet d’accéder à des jeux exigeants sans posséder une machine coûteuse. C’est une révolution majeure, notamment pour des mar-

chés où le prix du hardware reste un frein. Mais cette promesse repose sur un pilier fondamental : la qualité du réseau. Dans les pays où la fibre offre des vitesses très élevées avec une latence minimale, les joueurs évoluent dans des conditions optimales. À l’inverse, une connexion instable ou une latence élevée transforme l’expérience en désavantage compétitif. Les offres actuelles des fournisseurs d’accès à internet au Maroc ont connu des avancées significatives ces dernières années. Toutefois, au regard des exigences spécifiques du gaming compétitif — notamment en matière de latence, de stabilité et de très haut débit — des marges d’amélioration subsistent. Les niveaux de débit et la qualité de service, bien qu’en progression, restent en deçà des standards observés dans certains marchés internationaux, notamment en Amérique, en Eu-



rope et en Asie, où des offres très haut débit pouvant atteindre plusieurs gigabits par seconde sont largement déployées. Dans ce contexte, le renforcement continu des infrastructures et l’évolution des offres constituent des leviers clés pour accompagner pleinement le dévelop-

pement de l’écosystème de l’industrie du gaming au Maroc. Dans l’e-sport, quelques millisecondes ne sont pas un détail technique. Elles décident du résultat. À cela s’ajoute l’accessibilité aux serveurs. Aujourd’hui, la majorité d’entre eux sont situés en Europe. Cela signifie que nous jouons, depuis le Maroc, à plusieurs milliers de kilomètres des infrastructures. Jouer à cette distance, c’est déjà commencer la partie avec un handicap. On doit clairement créer une proximité avec les divers grands éditeurs afin de voir les possibilités de créer des serveurs au

Maroc. Une décision pareille nécessite la participation de plusieurs secteurs, un déploiement de moyens importants mais aussi des prises de décisions fortes en adéquation avec les exigences que nécessite le secteur du gaming compétitif.

Pour que le Maroc puisse réellement exister sur la scène e-sport internationale, trois éléments doivent être considérés comme essentiels : l'accès au cloud gaming, une infrastructure réseau performante et la proximité des serveurs. Sans ces conditions, nous ne jouons pas dans la même catégorie.

## 2. Les grands éditeurs sont les noyaux fertiles pour l'écosystème du jeu vidéo

L'industrie du jeu vidéo ne s'est pas construite par hasard. Elle s'est structurée autour de grands éditeurs qui ont posé les bases technologiques, créatives et organisationnelles que nous connaissons aujourd'hui. Si le marché indépendant occupe désormais une place importante, il est important de rappeler qu'il s'est développé sur ces fondations. Les grands éditeurs sont de véritables noyaux fertiles : ils forment, structurent et diffusent le savoir-faire. Les grands éditeurs ne sont pas seulement des investisseurs : ce sont des écoles, des accélérateurs et des catalyseurs de talents.

Attirer ces acteurs au Maroc représenterait un tournant stratégique. Leur présence permettrait de créer des emplois qualifiés, de former des talents et de structurer un écosystème durable. Et surtout, elle pourrait donner naissance à une scène indépendante locale forte, capable de s'imposer à l'international. Au-delà des infrastructures et des investissements, nous devons aussi porter une vision. Nous devons créer un environnement où des projets peuvent naître, comme dans les plus belles histoires de la Silicon Valley, où des idées nées dans des garages ont fini par transformer des industries entières.

Le jeu vidéo est un terrain idéal pour cela. Quelques individus, portés par une idée forte, peuvent aujourd'hui créer des ex-



**"LE JEU VIDÉO  
EST UNE  
INDUSTRIE, MAIS  
C'EST AVANT  
TOUT UNE  
INGÉNIERIE DE  
L'ÉMOTION"**

périences capables de toucher des millions de joueurs à travers le monde. Mais pour que ces ambitions deviennent réalité, elles doivent être soutenues. Le rôle du secteur privé est ici fondamental. Le développement de cette industrie ne peut pas reposer uniquement sur des dynamiques institutionnelles. Nous devons encourager les entreprises à investir, à accompagner les talents et à croire en ce potentiel. Le jeu vidéo ne doit pas être enfermé dans une logique bureaucratique. C'est une industrie vivante, qui a besoin de liberté, d'audace et de prise de risque. Enfin, il est essentiel de rappeler une chose : le jeu vidéo est une industrie, mais c'est avant tout une ingénierie de l'émotion. Chaque jeu qui marque les joueurs est

conçu pour faire ressentir quelque chose : de la tension, de la joie, de la frustration, de l'émerveillement. Et cette dimension émotionnelle est au cœur de sa réussite. Un grand jeu ne naît pas d'un modèle économique. Il naît d'une idée qui touche le joueur. C'est pour cela que cette industrie doit être portée par des joueurs, des créatifs et des professionnels capables de comprendre et de parler à l'émotion. La technologie et l'économie sont des outils. L'émotion, elle, est le moteur. Si je repense à l'enfant qui passait des heures devant son Atari 2600 jusqu'à en griller deux consoles, je me dis que c'est souvent de ces passions-là que naissent les trajectoires les plus inattendues. Et peut-être que parmi les jeunes joueurs marocains d'aujourd'hui se trouvent déjà ceux qui créeront les grands jeux de demain.

INDUSTRIE DU GAMING

# Les 4 leviers incitatifs déployés par le Maroc

Derrière l'ambition affichée de faire du Maroc un hub africain de l'industrie du gaming, l'État a déployé une batterie d'outils pour structurer une filière encore embryonnaire.

## 1<sup>er</sup> levier : L'incubation

Le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication pilote plusieurs dispositifs, à commencer par le programme "Video Game Incubator", dont la deuxième édition lancée en 2026 en partenariat avec l'Ambassade de France au Maroc, accompagne douze porteurs de projets marocains avec un encadrement sur mesure et l'appui d'experts internationaux. À cela s'ajoutent des initiatives comme le "Gamification Lab", porté par le ministère avec la Caisse de Dépôts et de Gestion (CDG) et CDG Invest, visant à créer une plateforme nationale de production de solutions de gamification pour répondre à des préoccupations de politiques publiques et à soutenir l'émergence de studios locaux. En parallèle, d'autres programmes sectoriels — à l'image de l'incubation de 100 projets de gaming de loisirs, réalisée en partenariat avec la Société marocaine d'ingénierie touristique (SMIT) — traduisent une volonté de massifier les projets et d'irriguer différents segments du marché.



## 2<sup>ème</sup> levier : La formation

Le programme certifiant "Video Game Creator", en partenariat avec l'Ambassade de France au Maroc, illustre cette stratégie de montée en compétences, en proposant des cursus conçus par l'école française ISART Digital, mêlant game design, programmation, gestion de projet et stages en entreprise. Aussi, en partenariat avec le ministère de l'Enseignement supérieur et l'OFPPPT, le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication entend aligner les compétences sur les besoins du marché,

avec plus d'une quinzaine de filières spécialisées accréditées dès l'année universitaire 2025–2026 dans les établissements universitaires publics et privés. Objectif : former 10 000 talents à l'horizon 2030, dont 6000 diplômés et 4000 profils issus de formations professionnelles qualifiantes.

## 3<sup>ème</sup> levier : Le cadre fiscal et réglementaire

Avec "l'Offre Maroc", le Royaume vise à attirer les investissements dans l'écosystème de l'industrie du gaming. Exonération de TVA et de droits de douane pendant 36 mois sur les équipements importés, subvention à l'investissement pouvant atteindre 30% du montant engagé, exonération d'impôt sur les sociétés pendant cinq ans, puis prise en charge publique de 56% du taux d'imposition pour certaines activités. À cela s'ajoutent des mécanismes incitatifs sur l'emploi — prime pouvant atteindre 17% du salaire brut annuel — et sur la formation — contribution publique jusqu'à 3,5% des coûts salariaux. Le dispositif prévoit également une fiscalité allégée sur le revenu, plafonnée à 20% à Rabat et Casablanca et 10% dans les autres régions, afin d'encourager la décentralisation des projets.

## 4<sup>ème</sup> levier : Les partenariats

Le rapprochement avec la France — via l'ambassade et l'Institut français — dans le cadre des programmes d'incubation et de formation en est une illustration concrète. À cela s'ajoutent des partenariats avec des sociétés étrangères comme Huawei, Level Link Partners ou Game X Company (GXC), mais aussi des universités comme ISART Digital ou l'UIR, des ministères comme ceux de l'Investissement, de l'Industrie, de l'Enseignement supérieur et de la Transition numérique, et des institutions publiques comme l'AMDIE, la CDG, la SMIT, l'OFPPPT ou Tamwilcom. Enfin, des événements structurants comme la Morocco Gaming Expo, organisée chaque année depuis 2024 à Rabat, permettent de connecter développeurs, investisseurs et éditeurs.

# COMMANDEZ VOS LIVRES SUR

Qitab.ma, le site de vente  
de livres par TelQuel

- Un catalogue variés de livres marocains et étrangers, en français, arabe, anglais etc
- Paiement à la livraison ou sécurisé par carte bancaire
- Livraison à domicile partout au Maroc
- Service clients à votre disposition



Commandez sur **Qitab.ma**  
ou par Whatsapp au 06 71 81 84 60

MOROCCO GAMING EXPO

# Catalyseur de l'industrie du gaming au Maroc

Organisée chaque année depuis 2024, la Morocco Gaming Expo s'est rapidement imposée comme la vitrine de la stratégie marocaine dans le gaming. Pensée comme un catalyseur, elle accompagne l'ambition du Royaume : structurer une industrie locale et se positionner sur la carte mondiale du jeu vidéo.

**L**a première édition de la Morocco Gaming Expo (MGE), organisée du 24 au 26 mai 2024 à Rabat, marque un tournant. Premier salon du genre au Maroc, l'événement vise dès le départ à connecter l'écosystème local de l'industrie du gaming aux acteurs internationaux. Au total, la première édition du salon a attiré plus de 41.000 visiteurs, 30 investisseurs, 120 intervenants et 70 exposants. Le designer japonais Takaya Imamura, célèbre ancien concepteur artistique chez Nintendo, était l'invité d'honneur de cette première édition.

Un an plus tard, la deuxième édition, tenue du 2 au 6 juillet 2025, a confirmé la montée en puissance de l'événement. À l'ouverture, le ministre de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, Mohammed Mehdi Bensaid, a souligné un cap stratégique et une ambition précise : *"l'objectif est que le Maroc atteigne 1% de l'économie mondiale du jeu vidéo d'ici 2033, qui devrait s'élever à 500 milliards de dol-*

*lars", a-t-il déclaré. "L'industrie du gaming représente une part importante de l'économie mondiale. Et pour cette raison, le Maroc croit qu'il peut investir ce domaine-là pour permettre aux start-ups marocaines, et aux jeunes et moins jeunes de pouvoir bénéficier de cette dynamique mondiale", a ajouté le ministre.*

## Une montée en puissance progressive

Dès ses débuts, la Morocco Gaming Expo s'inscrit dans une logique d'ouverture. L'événement rassemble développeurs, éditeurs, investisseurs et startups, avec l'objectif de connecter le Maroc aux chaînes de valeur mondiales. Cette dimension internationale s'accroît au fil des éditions. En 2025, plus de 70 000 visiteurs se rendent à l'exposition, aux côtés de plus de 30 investisseurs, plus de 200 intervenants et 100 exposants. Au total, 18 pays sont représentés. Cette année-là, l'invité d'honneur est le célèbre créateur de jeux vidéo japonais Yoshiki Okamoto, connu pour son rôle



© DR





Plus de 70 000 visiteurs se sont rendus à la Morocco Gaming Expo en 2025.

dans des franchises majeures comme Street Fighter et Resident Evil.

En 2026, la troisième édition — prévue du 20 au 24 mai au Sofitel Jardin des Roses à Rabat — ambitionne clairement de changer d'échelle. Elle doit *“renforcer la position du Maroc en tant que hub régional et continental de l'industrie du gaming”*, selon le ministère. Conférences, panels, masterclasses et workshops structurent le programme, qui réunira experts marocains et internationaux, avec des thématiques allant de l'innovation aux modèles économiques du secteur. Cette année, le producteur de jeux vidéo Erin Roberts, qui dirige depuis plus de trente-cinq ans plusieurs studios de développement de jeux vidéo “AAA” (les “blockbusters” du gaming), se distinguant notamment par la création des très populaires jeux vidéo LEGO, sera l'invité d'honneur. La plateforme d'exposition, pensée comme un espace vivant et interactif, mettra en lumière la diversité de l'écosystème marocain de l'industrie du gaming, à tra-

vers des stands, des démonstrations et des rencontres entre passionnés, créateurs et professionnels. Institutionnels, startups, opérateurs de financement, fédérations, fondations, constructeurs de matériel, opérateurs télécoms et de formation, fournisseurs de cloud gaming... Cette troisième édition rassemblera une pléiade de professionnels du secteur, avec l'introduction de nouvelles zones thématiques, dont MGE PlayTest et MGE Talks, des espaces dédiés à la valorisation du talent et du savoir-faire marocain dans le développement de jeux vidéo. Le salon accueillera également cinq forums, pour discuter des politiques publiques, des stratégies nationales et des partenariats internationaux autour de l'industrie du gaming, mais aussi permettre des échanges entre investisseurs, éditeurs, startups et studios pour parler innovation, modèles économiques et opportunités d'affaires. Un des forums sera également dédié à la sécurité, à l'éthique et à la respon-

sabilité dans le monde du jeu vidéo, un autre explorera les outils, moteurs et technologies qui façonnent le futur du développement de jeux vidéo. Enfin, des tournois e-sport seront organisés au sein de l'Arena, permettant à un large public de participer.

## Un accélérateur pour les talents marocains

La Morocco Gaming Expo joue ainsi un rôle clé dans l'émergence des talents. Universités, centres de formation et startups y côtoient investisseurs et grands groupes. Dans les faits, la MGE permet à de jeunes développeurs marocains de présenter leurs projets, de rencontrer des partenaires et parfois d'accéder à des financements. Un levier essentiel pour un écosystème encore en construction.

Au fil des éditions, la Morocco Gaming Expo s'affirme aussi comme un outil économique. Marques, opérateurs télécoms, plateformes et éditeurs y trouvent un terrain d'expression, entre visibilité, partenariats et prospection. L'événement vise également à stimuler les interactions B2B et à renforcer la collaboration entre les différents acteurs de la chaîne de valeur, des créateurs aux investisseurs. Au-delà du secteur, l'événement participe à l'attractivité du Maroc. En attirant visiteurs, professionnels et entreprises étrangères, elle contribue à positionner le Royaume comme un hub africain de l'industrie du gaming, dans le sillage d'autres grands rendez-vous technologiques.

Reste une question centrale : au-delà de son rôle de vitrine, la MGE accélère-t-elle réellement la transformation industrielle du secteur ? La réponse est clairement oui. La MGE dépasse aujourd'hui le cadre événementiel : elle agit comme un véritable levier, en transformant la visibilité en résultats concrets, création de studios, génération d'emplois et développement d'une production locale structurée.

**MGE**  
MOROCCO  
GAMING  
EXPO 2026