

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: media@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 19.07.2023 r.

Raport PARP: w ciągu 5 lat przychody branży gier wzrosły o 250%

W 2022 roku przychody polskiej branży gier wyniosły 1286 mln euro – podaje raport „The Game Industry of Poland – report 2023”. Polska jest jednym z liderów w Europie pod kątem zatrudnienia w sektorze gamedev, a krajowe gry cieszą się zainteresowaniem graczy w Ameryce Północnej, Europie i Azji. Kompleksowy raport na temat branży gier w Polsce przygotowała Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) we współpracy z Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych, Ministerstwem Rozwoju i Technologii oraz przy wsparciu eksperckim Game Industry Conference.

„The Game Industry of Poland – report 2023” to już trzecia edycja publikacji, której celem jest wspieranie eksportu polskich gier i pomoc przedsiębiorcom, budującym ten sektor, w docieraniu do zagranicznych kontrahentów. Raport zawiera aktualne dane statystyczne, analizę i dyskusję tychże, a także profile ponad 190 polskich firm z branży gier.

– Celem raportu jest przybliżenie zagranicznej publiczności polskiego sektora gamedev, zaprezentowanie jego potencjału, mocnych stron i perspektyw rozwoju. Dziś polska branża gier to synonim jakości, kreatywności i innowacyjności. Cieszę się, że PARP również ma swój udział w tym rozwoju. Międzynarodową promocję polskiej branży gier wideo będzie wspierał Sektorowy Program Promocji Sektora Kreatywnego, który w latach 2024-2029 będzie realizowany przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii wspólnie z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości – komentuje **Dariusz Budrowski**, prezes PARP.

Branża dopiero się rozkręca

W maju 2023 roku w Polsce działało około 494 producentów i wydawców gier, którzy zatrudniają ponad 15 tys. osób. Łącznie branża co roku wypuszcza ponad 530 nowych wydań gier na kilkunastu platformach. Wśród statystyk finansowych najbardziej napawające optymizmem są wskaźniki wzrostu przychodów rok do roku, nawet pomimo jednorazowego – 8-procentowego spadku w 2021 r. Łączne przychody branży w ciągu ostatnich pięciu lat wzrosły o 250% (głównie dzięki eksportowi). Jednakże, jak zwracają uwagę twórcy raportu, przed nami cały czas dużo pracy, aby w kategorii przychodów doścignąć europejską czołówkę. Wyprzedzają nas kraje wysoko rozwinięte, takie jak Wielka Brytania i Francja, Niemcy, Finlandia czy Szwecja.

Polacy coraz bardziej doceniają też gry jako kolejny nośnik kultury. Jak komentuje **Mateusz Dzieduszycki**, dyrektor Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych: – Niezmiernie cieszy też fakt,

że gry stopniowo zaczynają zajmować należne im miejsce w polskiej kulturze. „This War of Mine” trafiło do szkolnej listy lektur jako ilustracja okropności wojny we współczesnym kontekście, a miłośnicy literatury z niecierpliwością czekają na premierę gry „Niezwyciężony”, opartej na twórczości wielkiego Stanisława Lema. Z kolei Instytut Pamięci Narodowej wydał swoją wysoko ocenianą grę „Cyphers”, dostępną za darmo dla użytkowników na całym świecie. Gry stają się medium, które łączy pokolenia, nie mniej ważnym niż literatura i kino.

Ameryka Północna, Europa i Azja – tam grają w polskie produkcje

Kluczowe regiony dla sprzedaży polskich gier to Ameryka Północna, Europa i Azja. Każdy z tych trzech kontynentów odpowiada za 20-40% całkowitej sprzedaży, w zależności od tytułu. Ogółem, kontynenty półkuli północnej stanowią od 75% do 90% całkowitej sprzedaży gier z Polski. Czołowymi krajami, w których polskie gry są popularne, są USA, Chiny, Wielka Brytania, Niemcy i Francja. Gracze z Kolonii czy Birmingham wykazują duże zainteresowanie naszymi tytułami strategicznymi i symulatorami.

W Japonii niewątpliwie sukces osiągnęły polskie horrory dostępne w szczególności na Steamie, ale także konsolach i Switchu. Z kolei gracze w Korei Południowej docenili nasze gry strategiczne. Inne rynki, które są często uważane za znaczące to Brazylia, Rosja i Turcja. Biorąc jednak pod uwagę fakt, że ceny gier na tych rynkach są o 40-50% niższe niż w Europie czy w Polsce, stanowią one zazwyczaj zaledwie 2-4% sprzedaży. Szacuje się, że udział dystrybucji cyfrowej w światowej sprzedaży polskich gier przekroczył w 2020 roku 85% i nadal rośnie.

– Jako Fundacja Indie Games Poland jesteśmy szczególnie dumni z osiągnięć twórców niezależnych. Gry takie jak „Timberborn”, „Against the Storm” czy „Papetura” podbiły serca graczy na całym świecie, a ponadto „Papetura” została nagrodzona na Independent Games Festival. Polska, znana już na całym świecie z wysokiej jakości produkcji gier, zaznacza swoją obecność na arenie światowej, wzmacniając tzw. *soft power* naszego kraju – dodaje **Kuba Wójcik**, prezes Indie Games Polska.

Edukacja wychodzi naprzeciw branży

To, że branża gamedev będzie potrzebować kolejnych rąk do pracy – wiemy na pewno. W poszukiwaniu tych najbardziej doświadczonych sektor sięga coraz częściej po obcokrajowców, którzy stanowią już 14,5% wszystkich zatrudnionych. Utrzymywanie takiego tempa wzrostu oznacza zatrudnianie niemalże 2000 nowych pracowników corocznie. Na to zapotrzebowanie częściowo odpowiadają krajowe instytucje oświatowe. Prawie jedna czwarta uczelni publicznych oferuje co najmniej jeden kierunek edukacyjny związany z grami. Wskaźnik ten jest wyższy w obrębie specjalności, ponieważ 40% uczelni technicznych uczy programowania gier, a 43% uczelni artystycznych – oprawy graficznej gier. Jeśli porównamy dostępność w Polsce oferty w zakresie edukacji gamedev z resztą Europy, zobaczymy, że jest ona bardzo zbliżona do krajów zachodnich.

Wyzwaniem, które zaobserwowano podczas tworzenia raportu, jest fakt, że dziedziną edukacyjną, która najbardziej się rozwija jest ludologia (groznawstwo) – najmniej praktyczna odłoga edukacji

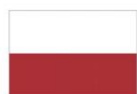
w zakresie gamingu. Rodzi się więc pytanie, w jaki sposób tak duża grupa teoretyków gier poradzi sobie na rynku pracy. Jednocześnie warto zauważyć, że to jedyny kierunek, w którym nie brakuje kadry nauczycielskiej. Wszystkie inne dyscypliny powinny mieć instruktorów z praktycznym doświadczeniem, ale uczelnie nie są w stanie konkurować z wynagrodzeniami przemysłu.

Ekscytujące zmiany mają miejsce w szkolnictwie średnim wraz z tworzeniem szkół lub klas gamedev na poziomie lokalnym, a także selekcją utalentowanych uczniów z różnych regionów do pozaszkolnych programów edukacyjnych. Inicjatywy te przyczyniają się do rozwoju umiejętności początkujących twórców gier na wczesnym etapie ich rozwoju, otwierając im tym samym drogę do znalezienia satysfakcjonującej pracy w branży.

Nie tylko gry AAA

Oczywiście najbardziej widoczne są polskie produkcje AAA (w przemyśle gier komputerowych określa się tak gry o najwyższych budżetach przeznaczonych na produkcję i promocję), gdzie na pierwszym miejscu plasuje się „Wiedźmin 3: Dziki Gon”. Listę wysokobudżetowych produkcji z Polski uzupełniają między innymi takie tytuły jak „Dying Light” i „Dying Light 2” od Techlandu, „Cyberpunk 2077” od CD Projekt RED czy „Outriders” od People Can Fly – ich pierwsza gra AAA po rozstaniu z Epic Games. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że produkcje AAA stanowią niespełna 27% tytułów polskiej produkcji, które mogą pochwalić się sprzedażą miliona i więcej kopii na całym świecie. Raport po raz pierwszy podaje zestawienie takich tytułów, gdzie znajdują się m.in. „60 seconds”, „Gas station simulator”, „House Flipper” czy „Superhot”.

[Więcej informacji znajduje się w raporcie na stronie PARP.](#)



Republic
of Poland



European Union
European Regional
Development Fund

