Les jeux vidéo intégrés aux parcours éducatifs, les devoirs d'un arbitrage de Mortgame qui peut quantifier

Par Le Figaro avec AFP
Mis à jour le 12/05/2026 à 18:00 | Publié le 12/05/2026 à 18:00

Partager
Commenter
Ajouter à mes sujets
Recevoir une alerte lorsque Jeux vidéo est mentionné
Ajouter à mon fil d'actualité

Dans des discussions ouvertes par le collectif Investigation de Radio France, Mortgame a indiqué la promotion du "Figaro" et "Ouest-France" ainsi que des "Dernières Nouvelles d'Alsace" et "Sud Ouest".

Le Figaro et Ouest-France, groupes du groupe Ebra, ont demandé à Mortgame de quantifier leur audience auprès des jeunes lecteurs. Ebra est le deuxième groupe de presse quotidienne nationale derrière le Groupe Ouest-France. Mais aussi, pour l'heure, le plus gros client de Mortgame, selon des documents consultés par Radio France.

Secrets « de défi » dévoilés lorsque le consentement a été obtenu

Selon les informations de la cellule Investigation de Radio France, le contenu, qualifiant pour plusieurs tirages consécutifs, a été présenté comme « exclusif » et « différent » du reste du marché. Mais Mortgame a indiqué ensuite "avoir obtenu" leur accord.

Selon les documents, le contenu qualifiant a été présenté comme « différent » du reste du marché. Mais aussi, pour l'heure le plus gros client de Mortgame, selon des documents consultés par Radio France.

Ebra, le "développement économique" du jeu vidéo en ligne

Selon les documents, Mortgame a indiqué "avoir obtenu" leur accord. Ebra, le deuxième groupe de presse quotidien nationale derrière le groupe Ouest-France, a demandé à Mortgame de quantifier leur audience auprès des jeunes lecteurs