

COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
Paris, le 19 octobre 2016

## L'ESSENTIEL DU JEU VIDEO PARIS GAMES WEEK UNE INDUSTRIE CULTURELLE TOURNEE VERS LE FUTUR

Pour mieux comprendre les habitudes de consommation des Français, décrypter les attentes et les pratiques des joueurs, cette nouvelle édition de L'Essentiel du Jeu Vidéo présente les résultats annuels de l'étude consommateurs menée par GfK pour le SELL. Théâtre de toute une pop culture, la 7<sup>ème</sup> édition de la Paris Games Week invite à la découverte du futur du jeu vidéo. C'est pourquoi, cette année, au-delà des données sur le profil des joueurs, le SELL s'est particulièrement intéressé à l'arrivée de la réalité virtuelle, à l'intérêt porté par les 15-24 ans aux métiers du jeu vidéo, mais également à la vision que les Français ont de l'eSport.



*« Aujourd'hui 2<sup>ème</sup> industrie culturelle en France derrière le livre, le jeu vidéo s'est peu à peu démocratisé entrant dans tous les foyers français ».*

**Jean-Claude Ghinozzi, Président du SELL**

### Une industrie dynamique tournée vers l'avenir

3<sup>ème</sup> marché européen par son chiffre d'affaires, l'industrie française du jeu vidéo continue de se développer. Les perspectives à fin 2016 confirment le dynamisme du secteur avec 3,4\* milliards d'euros de chiffre d'affaires et une croissance estimée à 3%\*. Le secteur du jeu vidéo a toujours été l'expression de l'innovation et de la créativité au profit d'une expérience toujours plus riche et d'une satisfaction toujours plus grande des consommateurs.

Après l'évolution exceptionnelle du marché et 8 générations de consoles, l'industrie est aux avant-postes de l'adoption de la réalité virtuelle, pour laquelle les Français ont développé une certaine connaissance et appétence : en effet, **7 Français sur 10 déclarent avoir entendu parlé de la VR**, et **1 personne sur 6 se déclare « très au courant » des possibilités offertes par la technologie.**

#### **Le saviez-vous ?**

**9%** affirment avoir déjà testé des solutions de VR.

Alors que **49% des Français déclarent vouloir tester la réalité virtuelle**, contre **seulement 20% qui indiquent ne pas avoir d'intérêt pour la VR**, les attentes des joueurs sont multiples :

- 33% recherchent une expérience immersive,
- 21% s'attachent aux graphismes,
- 19% s'attendent à pouvoir regarder des films et des vidéos à 360°
- 4% souhaitent jouer à plusieurs à 3%
- et enfin 3% pensent pouvoir surfer sur le net.

L'avenir du secteur se joue également sur les bancs de l'école. Aujourd'hui, **chez les 15-24 ans, le jeu vidéo arrive en 5<sup>ème</sup> position (11%) des métiers les plus attirants**, derrière le cinéma (17%), la musique (15%), l'informatique (13%) et le tourisme (12%). Au sein même des métiers du jeu vidéo, c'est la création qui arrive en tête des réponses avec 34% suivie par le développement à hauteur de 20%.

## Le jeu vidéo, un loisir pour tous

Le jeu vidéo est un média riche et divers, à la lisière entre technologie et art, où divertissement et histoire se mêlent au gré des créations. La pratique du jeu vidéo est le reflet de cette diversité. Ainsi en 2016, **la moyenne d'âge du joueur est de 34 ans et pour 46% des Français, il s'agit d'une femme**. Aujourd'hui, c'est avec une parité quasi-parfaite que l'on comptabilise les joueurs.

Le jeu vidéo s'est démocratisé au sein de la société française. Aujourd'hui, **1 Français sur 2 considère le jeu vidéo comme une activité culturelle et 41% considèrent l'eSport comme un sport à part entière**. La multiplicité des supports de jeu accompagne ce phénomène : smartphone, tablette, ordinateur, console de salon ou portable, il y a toujours un moyen pour jouer ! **52% des Français affirment jouer régulièrement** (contre seulement 29% en 2005) et **62% considèrent le jeu comme une activité positive**.

**76% des Français voient que le jeu vidéo comme un loisir pour toute la famille**. Nombre d'enfants ont grandi, bercés par des aventures vidéoludiques et sont devenus des parents à leur tour, qui ont à cœur de partager leur passion en famille. Ainsi, **65 % des parents déclarent jouer aux jeux vidéo en famille**. **59% d'entre eux précisent qu'il s'agit d'une opportunité pour partager une activité avec ses enfants et 39% parce qu'ils aiment jouer**.

**Le saviez-vous ?**  
**56%** des Français pensent que le jeu vidéo favorise le développement des enfants.

La pratique du jeu vidéo est riche et variée. C'est pourquoi, depuis 2003, l'industrie du jeu vidéo a mis en place le système de classification des jeux vidéo PEGI (Pan European Game Information), homologué par le Ministère de l'Intérieur depuis le 17 décembre 2015. Grâce à des sigles clairs, chaque jeu vidéo vendu dans le commerce est ratifié par PEGI et donne les clés pour un achat responsable. En 2015, **67% de l'offre de jeux vidéo en France étaient des jeux PEGI 12 ou moins**, c'est-à-dire des objets culturels adaptés aux plus jeunes, propices à l'échange

et au jeu en famille. Aujourd'hui, **51% des adultes et 31% des enfants déclarent être attentifs à PEGI.**

*Sources : Etude SELL / GfK « Les Français et le Jeu Vidéo » / Octobre 2016  
Sur une base de 1002 personnes âgées de 10 à 65 ans*

*\* Sources : estimation SELL à partir des données panel GfK à fin 2015.*

## TELECHARGER L'ESSENTIEL DU JEU VIDEO

[www.sell.fr](http://www.sell.fr)

### À propos de L'Essentiel du Jeu vidéo - [www.essentiel-jeu-video.fr](http://www.essentiel-jeu-video.fr)

Lancé en février 2014, L'Essentiel du Jeu Vidéo est produit par le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL). Reflet de l'industrie française du jeu vidéo sur les aspects marché et consommation, sa mise à jour sera disponible 3 fois par an.

### À propos de la PGW – Paris Games Week - [www.parisgamesweek.com](http://www.parisgamesweek.com)

La Paris Games Week by Coca-Cola est le salon grand public du jeu vidéo en France organisé par le S.E.L.L. (Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs). Classé au Top 5 des salons français, ce rendez-vous annuel qui a accueilli 307 000 visiteurs en 2015, s'est imposé comme la vitrine de l'industrie du jeu vidéo. La 7<sup>ème</sup> édition, qui se déroulera du 27 au 31 octobre 2016 à Paris - Porte de Versailles s'étendra sur les halls 1, 2.1, 2.2 et 3 pour un total de de 80 000 m<sup>2</sup>. Ouvert de 8h30 à 18h30 (fermeture à 18h lundi 31 octobre), les joueurs et leur famille y découvriront toutes les nouveautés de fin d'année, les nouvelles tendances et le futur du jeu vidéo. Véritable fête pour toute la famille, organisée pendant les vacances de la Toussaint, la Paris Games Week consacre comme chaque année un vaste espace à la Paris Games Week Junior, dédiée aux 3-12 ans.



#PGW

Paris Expo - Porte de Versailles - Halls 1, 2.1, 2.2 et 3

**Ouverture presse** : mercredi 26/10 à 19h

### A propos du SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - [www.sell.fr](http://www.sell.fr)

Le SELL représente au plan national les éditeurs de jeux vidéo et de logiciels de loisirs : les logiciels grand public qui ne sont pas destinés au travail de bureau dans les entreprises. Il compte vingt-cinq membres qui représentent, selon le panel GfK, plus de 95% du chiffre d'affaires du secteur. Le SELL promeut et défend les intérêts collectifs des éditeurs de jeux vidéo dans les différents domaines où ils sont engagés et sous les différents aspects professionnels, économiques ou juridiques qui les concerne, et contribue ainsi à la structuration du marché (classification, promotion de la profession, antipiraterie, presse...) et à sa reconnaissance par tous les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Le SELL soutient la norme européenne PEGI, véritable système de classification du contenu des jeux vidéo, qui propose des informations fiables et faciles à comprendre sous forme de labels figurant sur les emballages. Le SELL représente ainsi la volonté d'engagement et de responsabilisation de l'industrie des loisirs numériques. Le Président du SELL est Jean-Claude Ghinozzi, et son Délégué Général, Emmanuel Martin.



**Contacts Presse :**

PROFILE : Nicolas Brodier - 01 56 26 72 00 - [nbrodier@agence-profile.com](mailto:nbrodier@agence-profile.com)

Jennifer Loison - 01 56 26 72 12 - [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@agence-profile.com)

SELL : Anne Sophie Montadier - 01 56 90 08 24 / 06 27 55 06 64 - [as.montadier@sell.fr](mailto:as.montadier@sell.fr)

