

## ACHATS DE NOEL

### 64% DES FAMILLES ENVISAGENT D'OFFRIR UN JEU VIDEO

Alors que la course aux achats de Noël débute, le SELL - Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - s'interroge sur les souhaits et intentions d'achats des Français en matière de jeu vidéo et a mesuré l'attention portée à la classification PEGI lors de cet acte d'achat. Le jeu vidéo représente un cadeau de Noël incontournable, notamment pour les familles, c'est la tendance qui ressort de l'étude consommateurs menée par GfK pour le SELL. L'occasion de rappeler l'importance de la classification PEGI à l'approche des cadeaux de fin d'année...

#### Noël : les familles plébiscitent les jeux vidéo

Produit culturel particulièrement apprécié des Français - **53% d'entre eux se déclarent joueurs<sup>2</sup>** - le jeu vidéo sera un des cadeaux les plus prisés de Noël : **un Français sur trois envisage d'en offrir**. Les jeux vidéo étant des produits culturels propices au partage et à l'échange entre générations, ils sont d'autant plus plébiscités par les familles. Ainsi **64% des foyers avec la présence d'enfant(s) envisagent d'en offrir en ces fêtes de fin d'année<sup>1</sup>**.

Grâce à une industrie dynamique portée par des constructeurs, éditeurs et accessoiristes innovants, les joueurs n'auront que l'embarras du choix parmi les dernières nouveautés de consoles, des gammes d'accessoires très riches, l'arrivée de la réalité virtuelle et de nombreuses sorties vidéoludiques de la fin d'année : action, aventure, course, stratégie, sport ... Chacun trouvera son bonheur ! Si bien que **plus d'un tiers des Français aimeraient recevoir un jeu vidéo comme cadeau de Noël<sup>1</sup>**. La tendance est encore plus forte chez les familles et atteint **59% dans l'ensemble des foyers avec la présence d'enfant<sup>1</sup>**.

#### Les Français et les familles attentifs à la classification PEGI lors d'un achat de jeu vidéo

La production de jeux vidéo étant riche et variée, il n'est pas toujours facile de choisir le jeu adapté à chacun. 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. Chaque jeu vidéo vendu dans le commerce est ainsi ratifié par PEGI, indiquant l'âge conseillé pour jouer, et donne les clés pour un achat responsable.

Il ressort de l'étude de GfK pour le SELL que **52% des sondés déclarent être attentifs à la classification PEGI lorsqu'ils achètent un jeu vidéo**<sup>1</sup>. Ce chiffre atteint même **72% sur l'ensemble des foyers avec la présence d'enfant(s)**<sup>1</sup>. Des indicateurs clés alors que les parents ont un rôle important à jouer dans l'apprentissage des bonnes pratiques du jeu vidéo de leurs enfants.

#### Le saviez-vous ?

En 2015, **67% de l'offre de jeux vidéo en France étaient des jeux PEGI 12 ou moins**<sup>2</sup>, c'est-à-dire des objets culturels adaptés aux plus jeunes, propices à l'échange et au jeu en famille.

*« Dans l'industrie du jeu vidéo, la période des fêtes de fin d'année est capitale pour les éditeurs et donne le ton pour l'année à venir. Mais elle l'est également pour les joueurs et leurs familles qui doivent choisir le bon jeu à offrir, souligne Emmanuel Martin, Délégué Général du SELL et membre du Conseil d'Administration de PEGI. En proposant des repères simples et efficaces, PEGI accompagne ainsi les parents et les joueurs dans des moments aussi importants que les achats de fin d'année. »*

C'est dans cette perspective que le SELL a lancé en octobre 2016, à l'initiative de l'ensemble de ses adhérents, une vaste campagne nationale de sensibilisation et d'information sur la norme de classification des jeux vidéo PEGI. Reconnue d'intérêt général par le Service d'Information du Gouvernement, cette campagne démontre l'engagement et les valeurs de l'industrie du jeu vidéo, au premier rang desquelles la responsabilité et l'information des consommateurs et des joueurs.



Pour plus d'informations sur PEGI, consultez l'édition hors-série de L'Essentiel du Jeu Vidéo :

Le Guide du PEGI - [www.sell.fr](http://www.sell.fr)

#### La méthodologie de l'étude

GfK a mené cette étude consommateurs pour le SELL - Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - qui souhaite offrir un éclairage sur les intentions d'achats des Français en matière de jeu vidéo et mesurer l'attention portée à la classification PEGI lors de l'acte d'achat. L'étude a porté sur un échantillon représentatif de 1091 personnes, âgées de 18 à 65 ans, qui ont répondu aux questions suivantes :

« Envisagez-vous d'acheter des jeux vidéo pour offrir à Noël ? »

« Aimeriez-vous recevoir un jeu vidéo comme cadeau à Noël ? »

« Lorsque vous achetez des jeux vidéo, êtes-vous attentif à la classification PEGI ? »

Sources :

<sup>1</sup>Etude SELL / GfK / Novembre 2016

Sur une base de 1091 personnes âgées 18 à 65 ans

<sup>2</sup>Etude SELL / GfK « Les Français et le Jeu Vidéo » / Octobre 2016

Sur une base de 1002 personnes âgées de 10 à 65 ans



**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 Brodiez - 01 56 26 72 00 - [nbrodiez@agence-profile.com](mailto:nbrodiez@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)