

#PGW  
01>05  
NOV.2023  
PARIS EXPO  
PORTE DE VERSAILLES



COMMUNIQUÉ  
DE PRESSE

Paris, le 18 octobre 2023

**« LES FRANÇAIS ET LE JEU VIDÉO » :  
LE JEU VIDÉO S'IMPOSE AU CŒUR DE LA CULTURE POPULAIRE  
LE NOMBRE DE JOUEURS FRANÇAIS ATTEINT UN PIC HISTORIQUE**

À quelques jours de la Paris Games Week, le SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) révèle les conclusions de son étude annuelle menée par Médiamétrie, intitulée « Les Français et le Jeu Vidéo »<sup>1</sup>.

**Elle illustre l'ancrage profond du jeu vidéo dans la vie quotidienne des Français, s'affirmant comme l'une de leurs principales activités culturelles : un divertissement populaire, social et familial, vecteur de liens entre générations.**

**La France, une nation de gamers, du junior au senior**

Le jeu vidéo est le loisir numérique préféré des Français, et de loin ! Il est pratiqué par l'ensemble de la population française, des plus jeunes aux aînés. Il concerne et touche tout le monde : enfants, parents et même grands-parents, de plus en plus demandeurs de temps partagé avec les jeunes générations.

Le nombre de joueurs français atteint **un record historique avec 39,1 millions** de pratiquants âgés de 10 ans et plus, contre 37 millions en 2022. Cela signifie que plus de 7 Français sur 10 (72 %) s'adonnent, au moins occasionnellement, aux jeux vidéo. Plus de la moitié d'entre eux (54 %) joue même régulièrement, soit au moins une fois par semaine.

On retrouve autant de joueuses que de joueurs parmi les amateurs de jeux vidéo en France : 52 % sont des hommes, et 48 % sont des femmes. Au sein des joueurs réguliers, la répartition s'établit à 53 % d'hommes et 47 % de femmes ; révélant une consolidation significative année après année, **avec un niveau d'engagement des joueuses en constante progression.**

**Le jeu vidéo s'affirme comme le média préféré des jeunes !** 93 % des enfants (10-14 ans) sont joueurs, et près de 9 jeunes adultes sur 10 (89 % des Français de 15 à 24 ans) jouent. Le jeu vidéo constitue donc une passion pour les nouvelles générations, qui perdure dans le temps et traverse les âges de la vie.

**L'âge moyen des joueurs français est de 40 ans, en augmentation d'un an par rapport à 2022, avec près de 7 adultes sur 10 (69 %) qui jouent.** Chez les seniors

<sup>1</sup> Données recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du SELL, dans le but de mesurer et de comprendre les usages et profils des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France. Tous droits réservés © 2022 Médiamétrie – [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

aussi, le jeu vidéo trouve un large public : 49 % d'entre eux déclarent jouer, et ils représentent 19 % du total des joueurs. **Les parents d'aujourd'hui sont la première génération de parents ayant joué dans leur jeunesse**, une évolution sociodémographique qui tire l'ensemble des pratiques à la hausse.

### **Le jeu vidéo : diversité des pratiques et ouverture sur toutes les cultures**

Les joueuses et joueurs français ne se limitent pas à une seule catégorie ou à un unique support de jeu. Ils pratiquent en moyenne 3 genres de jeux différents, et utilisent 2,2 plateformes de jeu.

Les genres de prédilection en France sont les jeux occasionnels et mobiles (34 %), suivis des jeux de rôle et d'aventure (28 %), des jeux de plateforme (27 %) et des jeux de sport (26 %).

Le jeu vidéo est **une porte d'entrée vers la « pop culture »** — la culture populaire, croisement de tous les arts et de tous les univers de fiction. Au-delà des jeux vidéo, les joueurs français ont une vie culturelle particulièrement riche et variée. Ils fréquentent davantage les cinémas, les théâtres, les concerts et les événements sportifs, et ils lisent aussi plus que la moyenne des Français !

À titre d'exemple, 72 % des joueurs réguliers écoutent de la musique via des services de streaming, contre 68 % du grand public ; et 41 % se rendent au cinéma, contre 35 % pour l'ensemble des Français.

Le jeu vidéo n'est pas qu'un simple divertissement : il est aussi une source d'inspiration, notamment professionnelle. 16 % des Français âgés de 10 à 80 ans ont déjà envisagé une carrière dans l'industrie du jeu vidéo. Ce pourcentage grimpe à 29 % chez les 18-24 ans et à 34 % chez les 25-34 ans. De même, une grande majorité des Français (82 %, +2 points vs 2022) reconnaît le jeu vidéo comme un secteur innovant.

### **Le jeu vidéo à plusieurs : un ciment social, aux retombées positives**

En 2023, le jeu vidéo solidifie son rôle en tant que vecteur de sociabilité pour les Français. 69 % d'entre eux déclarent jouer aux jeux vidéo pour le plaisir de partager un moment convivial, et une majorité croissante (63 % des Français, +3 points vs 2022) considère le jeu vidéo comme une activité positive.

Si le jeu en solo reste une expérience appréciée, le jeu collaboratif gagne du terrain. 61 % des joueurs (+1 point vs 2022) s'adonnent au jeu multijoueur, que ce soit en ligne ou physiquement. Cette tendance est particulièrement marquée chez la jeune génération : 81 % des enfants jouent à plusieurs, contre 58 % des adultes.

Cette dimension sociale du jeu vidéo entraîne des répercussions concrètes dans la vie des joueurs : 32 % d'entre eux affirment que le jeu vidéo les a aidés à nouer de nouvelles amitiés, et 31 % ressentent un sentiment d'appartenance à une communauté de joueurs.

Parmi ces derniers, 89 % considèrent que leur communauté est bienveillante et inclusive, 80 % déclarent qu'elle leur a permis de se lier d'amitié avec des individus qu'ils n'auraient jamais rencontrés autrement, et 82 % estiment que cette communauté transcende le cadre du jeu vidéo, rassemblant ses membres autour d'autres centres d'intérêt communs.

## **Le jeu vidéo en famille : l'intérêt accru des parents, une pratique mieux encadrée**

L'essor du jeu vidéo en tant que loisir familial se poursuit et se confirme en 2023. Ainsi, ce sont 69 % des parents (+6 points vs 2022) qui déclarent jouer avec leurs enfants (au moins occasionnellement), et 68 % d'entre eux qui restent vigilants à leur pratique du jeu vidéo (+6 points vs 2022).

Dans le cadre familial, le jeu vidéo est certes une source d'amusement, mais il est également pratiqué avec responsabilité. 94 % des parents sont conscients de la classification PEGI, qui aide à choisir des jeux adaptés à l'âge de leurs enfants. 72 % des parents acheteurs de jeux vidéo tiennent compte de cette classification lors de leurs achats.

À noter que la responsabilité de la pratique vidéoludique ne s'arrête pas aux parents : 1 enfant joueur sur 2 est également attentif à cette classification.

Cette prise de conscience s'étend également aux outils de contrôle parental : 94 % des parents déclarent connaître l'existence des systèmes de contrôle parental et 45 % non seulement les connaissent, mais les utilisent activement (+1 point vs 2022).

**Que ce soit en solo ou en groupe, de manière occasionnelle ou régulière, le jeu vidéo est plus que jamais le loisir numérique préféré des Français, de tous âges et de tous genres. Il est désormais le cœur d'une vraie culture populaire, ainsi qu'un média pour toute la famille, qui y trouve de plus en plus l'occasion de moments partagés, un moyen de reconnexion ludique entre les différentes générations.**

**Télécharger l'Essentiel du Jeu Vidéo « Les Français et le Jeu Vidéo »**

**Paris Games Week NEXT LEVEL**

**Dates : du mercredi 1er au dimanche 5 novembre 2023**

**Soirée avant-première : mardi 31 octobre 2023**

**Lieu : Paris Expo – Porte de Versailles**

**Billetterie : <https://www.parisgamesweek.com/Preparez-votre-visite/pgw-ouverture-de-la-billetterie>**

## **CONTACT PRESSE**

BEYOND

Nicolas BRODIEZ - 06 15 93 52 10 - nbrodiez@beyond-pr.com

À propos du SELL, Syndicat des éditeurs de Logiciels de Loisirs - [www.sell.fr](http://www.sell.fr)  
Le SELL est l'association professionnelle qui représente en France les éditeurs de jeux vidéo. Le SELL compte vingt-six adhérents, il promeut et défend les intérêts collectifs des éditeurs de jeux vidéo dans les différents domaines où ils sont engagés, contribue à la structuration du marché et à sa reconnaissance par tous les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Le SELL représente la volonté d'engagement et de responsabilisation de l'industrie en menant des actions en faveur de la diversité dans le jeu vidéo. Le SELL soutient et informe sur la norme européenne PEGI, système de classification du contenu des jeux vidéo, qui propose des informations fiables et faciles à comprendre sous forme de labels figurant sur tous les jeux vidéo, vendus en version physique et dématérialisée. Le SELL est également créateur et organisateur de l'événement Paris Games Week, lancé en 2010. Le Président du SELL est James Rebours, et son Délégué général Nicolas Vignolles

**#PGW**



SYNDICAT  
DES ÉDITEURS  
DE LOGICIELS  
DE LOISIRS

PARISGAMESWEEK.COM