



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

@SELL_JeuxVideo

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 23 novembre 2021



ÉTUDE « LES FRANÇAIS ET LE JEU VIDÉO »

**2021, année de confirmation et d'accélération :
loisir social, le jeu vidéo rassemble
plus de joueuses et de joueurs
autour d'une pratique toujours plus responsable**

Le SELL, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs dévoile les résultats de son étude annuelle « Les Français et le Jeu Vidéo » conduite par Médiamétrie*.
Ce rapport dresse un état des lieux de la part et du profil des joueuses et joueurs de jeux vidéo en France et décrypte leurs habitudes de consommation et d'usages.
Cette nouvelle édition met en lumière un nombre de joueuses et de joueurs croissant et une pratique qui s'intensifie, signes de la confirmation de grandes tendances de fond. Popularité du jeu vidéo auprès de publics toujours plus larges, recherche du lien social, pratique du jeu en famille, responsabilité accrue des parents : les constats dressés l'an passé se sont confirmés et amplifiés en 2021.

Les Français et le jeu vidéo

- **Jamais la France n'a compté autant de joueuses et de joueurs** : 73% des Français jouent au moins occasionnellement* (+2 pts), soit plus de 38 millions de personnes.
- **La pratique du jeu vidéo s'intensifie** : la France compte 58% de joueuses et de joueurs réguliers**, contre 52% en 2020.
- **Un jeu vidéo de plus en plus social qui se partage en famille** : 61% des joueuses et joueurs considèrent que le jeu vidéo permet de créer du lien social, c'est 9 points de plus qu'en 2020. 77% des parents jouent aux jeux vidéo avec leurs enfants, contre 66% en 2020.
- **Une pratique responsable** : 48% des parents déclarent connaître et utiliser les systèmes de contrôle parental, contre 37% de 2020 et 32% en 2019.



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

@SELL_JeuxVideo

Portrait-robot des joueuses et joueurs de jeu vidéo en France

En 2021, si 73% des Français jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement* (+2 pts), **58% y jouent régulièrement****, soit une augmentation de 6 points par rapport à l'année dernière. Ces joueurs réguliers sont à **53% un homme, à 47% une femme et leur âge moyen est de 38 ans**. La pratique du jeu vidéo n'a jamais été aussi populaire et la progression de l'engagement des joueuses et des joueurs observée en 2020 à l'issue d'un contexte inédit se confirme. Loisir intergénérationnel, 71% des adultes (+3 points) et 98% des enfants (+4 points) jouent au jeu vidéo.

En moyenne, les joueuses et les joueurs **utilisent 2,2 plateformes de jeu** : le smartphone reste le support le plus utilisé, avec 51% des joueurs qui déclarent y jouer, juste devant la console de salon qui observe une forte progression de +4 points avec 49%.

Comme l'an dernier, les jeux vidéo grand public sont plébiscités : les jeux « casual », de plateforme et les jeux d'aventure constituent le top 3 des genres préférés des Français.

Le jeu vidéo confirme sa dimension sociale

Mis en lumière par le contexte sanitaire de 2020, le caractère social du jeu vidéo s'est confirmé en 2021 : **61% des joueuses et joueurs (+ 9 pts) considèrent que le jeu vidéo permet de créer du lien social**.

Partager sa passion en ligne ou IRL : le jeu vidéo en multijoueurs continue de se démocratiser avec 43% des joueuses et joueurs qui jouent en ligne avec des amis (+6 pts) et 37% qui jouent accompagnés (+10 pts). Toujours plus social, 33% des joueuses et joueurs déclarent même que le jeu vidéo les a aidés à se faire des amis.

Un sentiment d'appartenance : 1/3 des joueuses et joueurs (33%) ont le sentiment d'appartenir à une communauté. Une tendance principalement marquée chez les enfants, qui sont 53% à le déclarer, soit 13 points de plus en un an.

Synonyme de bons moments partagés, parmi ces joueuses et joueurs, 89% considèrent leur communauté comme bienveillante et accueillante.

Une pratique familiale et responsable

Fruit du travail des constructeurs, éditeurs et associations, le jeu vidéo s'affirme comme une pratique de plus en plus responsable. Les parents sont plus attentifs à la pratique du jeu vidéo de leurs enfants, s'emparent de la manette et sont également mieux informés sur les outils disponibles pour encadrer la pratique des plus jeunes.

70% des parents déclarent encadrer la pratique de leurs enfants : en choisissant avec eux les jeux auxquels ils peuvent jouer, en déconseillant certains jeux, ou en restant à côté d'eux lorsqu'ils jouent.

Une pratique mieux accompagnée permet également de passer de bons moments en famille : **77% des parents jouent avec leurs enfants**, majoritairement pour partager une activité avec eux et parce que c'est amusant. **Une observation en forte augmentation par rapport à 2020 : +11 points**.



**SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS**

—
@SELL_JeuxVideo

Jouer avec ses enfants est déterminant pour mieux comprendre le jeu vidéo et les outils à disposition pour encadrer la pratique. Ainsi, les systèmes de contrôle parental gagnent très fortement en notoriété, **92% des parents déclarent connaître leur existence (+4 pts).**

En 2021, 48% des parents les utilisent : ils étaient 37% en 2020 et 32% en 2019.

De son côté, le système de classification PEGI continue de s'installer dans les réflexes de plus de la moitié des parents. **Ils sont 62% à déclarer le connaître.** Fait significatif, l'attention portée au PEGI est plus marquée chez les parents acheteurs de jeux vidéo. **Ils sont désormais 67% à y être attentifs lors de l'acte d'achat.** Le travail de sensibilisation porte ses fruits : ce chiffre est en évolution de 7 points par rapport à 2020 et de 11 points par rapport à 2019 !

Le jeu vidéo et vous

Cette année, l'étude de Médiamétrie pour le SELL vise également à mieux comprendre le rôle que joue le jeu vidéo dans la vie des joueuses et des joueurs.

Principal enseignement, le jeu vidéo a un impact positif sur la vie des joueuses et des joueurs :

- En effet, si la principale motivation est de se divertir (93%), une transition s'opère rapidement vers l'aspect social du jeu vidéo.
- En jouant on se fait des amis et on a plaisir à les retrouver à chaque partie. Ainsi, le jeu vidéo est une façon de s'évader pour 86% des joueuses et des joueurs, et une manière de passer un moment convivial avec d'autres personnes pour 73% des sondés.

Les bénéfices variés de la pratique du jeu vidéo :

- **Le jeu vidéo contribue au bien-être des joueurs et joueuses :** 79% indiquent qu'il permet de réduire l'ennui, 71% qu'il leur procure de la joie et permet d'être plus heureux. Par ailleurs, il permet de lutter contre le stress ou la pression pour 65% des joueuses et des joueurs.
- **Jouer et apprendre :** près de 3 adultes joueurs de jeux vidéo sur 4 estiment que le jeu vidéo a joué un rôle dans leur apprentissage des nouvelles technologies.

**Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le jeu vidéo », réalisée sur Internet du 6 au 27 septembre 2021, auprès d'un échantillon de 4 016 internautes de 10 ans et plus.*

***Joueur occasionnel : joueur ayant déclaré jouer au moins une fois dans l'année aux jeux vidéo.*

****Joueur régulier : joueur ayant déclaré jouer au moins une fois par semaine aux jeux vidéo.*

CONTACTS PRESSE

PROFILE

JENNIFER LOISON - 01 56 26 72 12 - jloison@agence-profile.com

TITOUAN COULON - 01 56 26 72 07 - tcoulon@agence-profile.com

SELL

ANNE SOPHIE MONTADIER - 01 56 90 08 24 / 06 27 55 06 64 - as.montadier@sell.fr / @SELL_JeuxVideo

À propos du SELL, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs - www.sell.fr

Le SELL est l'association professionnelle qui représente en France les éditeurs de jeux vidéo. Le SELL compte vingt-cinq 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. La Présidente du SELL est Julie Chalmette, et son Délégué général, Nicolas Vignolles.