

## Étude « Les Français et le Jeu Vidéo »

**Avec plus de 36 millions de joueurs\*, le jeu vidéo rassemble les Français autour d'un loisir vecteur de lien social.**

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.



Cette étude dresse un **état des lieux de la part et du profil des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France, et décrypte leurs habitudes de consommation et d'usages**. Cette nouvelle édition de l'Essentiel du Jeu Vidéo met en lumière un profond attachement à la pratique du jeu vidéo, ainsi que **sa dimension sociale qui a joué un rôle essentiel dans le contexte inédit actuel. Le jeu vidéo a permis de continuer à se divertir, s'amuser, partager, s'évader, que ce soit seul, en famille ou entre amis.**

Pour enrichir cet état des lieux, cette étude propose pour la première fois **une typologie des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France**, et en détaille les 4 profils types.

### Les Français et le Jeu Vidéo

- **Un loisir populaire** : 71% des Français jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement\*, soit plus de 36 millions de joueuses et de joueurs.
- **Les quatre grands profils de joueuses et de joueurs** : les « *joueurs casuels* » (33% des joueurs), les « *joueurs conviviaux* » (29%), les « *actifs engagés* » (19%) et les « *investis technophiles* » (19%).
- **Une pratique sociale mise en lumière pendant le premier confinement** : plus d'un joueur sur deux (52%) considère que la pratique du jeu vidéo permet de créer du lien social.
- **Un loisir familial** : 72% des Français considèrent le jeu vidéo comme un loisir pour toute la famille.

## La pratique du jeu vidéo en quelques chiffres

En 2020, si 71%\* des Français jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement, **52%\*\* y jouent régulièrement, soit une progression de 3% par rapport à l'année dernière.**

Les joueurs français réguliers sont à **53% un homme et à 47% une femme**, et leur **âge moyen est de 39 ans** – il était de 40 ans en 2019.

En moyenne, **les joueuses et joueurs utilisent 2,1 supports de jeu**. Les **smartphones (53%) et les consoles de jeux de salon ou portables (51%) sont les plateformes les plus utilisées.**

Les jeux grand public sont plébiscités : les jeux casual et sur mobile, de plateforme et de jeux de rôle constituent le top 3 des genres préférés des Français.

**Le jeu vidéo par abonnement constitue un modèle en croissance** : 16% des joueuses et joueurs de jeux vidéo sont abonnés à une plateforme de gaming, contre 13% en 2019. 10% des joueurs déclarent songer à s'abonner à l'une des offres disponibles sur le marché.

## Le jeu vidéo, une pratique sociale mise en lumière par le confinement

**1 joueur sur 3 déclare que la pratique du jeu vidéo lui a permis de garder le contact avec sa famille et ses amis.** Le jeu vidéo a joué un rôle essentiel dans de nombreux foyers pendant le confinement et confirme ses vertus sociales : **52% des joueurs déclarent que la pratique du jeu vidéo permet de créer du lien social.**

- **Plus on est jeune, plus on sociabilise** : 37% des joueurs déclarent jouer en ligne avec d'autres joueurs. Parmi eux, les 10-17 ans sont les plus nombreux (60%).
- **Fier d'être gamer** : 1 joueur sur 5 a le sentiment d'appartenir à une communauté. Ce sentiment d'appartenance est très marqué auprès des 10-17 ans (40%).
- **Un Français comme les autres** : loin des clichés dont il souffre encore parfois, le joueur de jeux vidéo a tendance à pratiquer plus fréquemment des activités culturelles que l'ensemble des internautes, que ce soit regarder des films et séries en streaming, écouter de la musique, lire des livres, mangas ou bandes dessinées. Des habitudes culturelles cependant mises à mal par la crise sanitaire actuelle.
- **Le confinement, révélateur de l'engouement des Français pour le jeu vidéo** : suite à cette période inédite, 32% des joueurs jouent plus qu'avant le confinement. Les joueuses et joueurs ayant le plus joué pendant cette période sont les 10-24 ans. Parmi les joueuses et joueurs majeurs, ce sont ceux au chômage partiel ou en cours à distance qui ont vu leur pratique le plus progresser. Ce fut même l'occasion de découvrir ce loisir pour 2% d'entre eux.
- **Une expérience confinée diverse selon les profils** : si les « *joueurs casuels* » n'ont pas bouleversé leur pratique à cette occasion, un tiers des « *joueurs conviviaux* » ont plus joué pour partager des moments en famille. Pour les « *actifs engagés* » et les « *investis technophiles* », le lien social était le maître mot du confinement. Les premiers ont participé à des actions solidaires (31%) et les seconds ont gardé contact avec leurs proches grâce au jeu vidéo (58%).

## Le cadre familial, un espace de partage et d'échanges autour du jeu vidéo

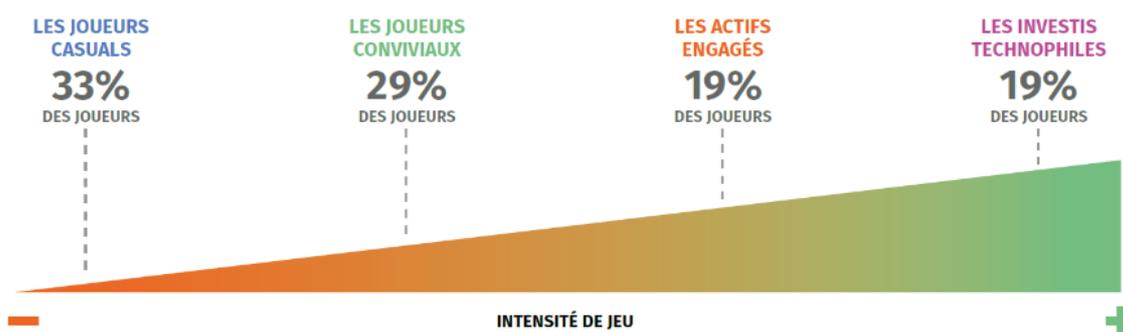
Le numérique prend une place grandissante au sein des foyers, bouleversant parfois les repères des parents. Il ressort notamment que le jeu vidéo permet de fédérer les générations et de partager des moments en famille. **À ce titre, 72% des Français considèrent le jeu vidéo comme un loisir pour toute la famille.** Dans ce contexte, Le SELL a analysé le comportement des parents vis-à-vis des outils mis à leur disposition, qui permettent une pratique responsable et sereine à la maison, que sont notamment le système de classification PEGI et les systèmes de contrôle parental disponibles sur toutes les plateformes.

- **Une offre produit familiale** : l'offre de jeux vidéo en 2019 se composait à 70% de jeux PEGI 3, 7, 12 et de 30% de jeux PEGI 16 et 18.
- **La classification PEGI gagne en notoriété** : 59% des adultes déclarent la connaître (+ 3pts\*\*\*) et les parents sont 60% (+4 pts\*\*\*) à y prêter attention lorsqu'ils achètent des jeux pour leurs enfants.
- **L'utilisation du contrôle parental est également en hausse** : 88% des parents déclarent connaître ces dispositifs et **37% les utiliser (+5 pts\*\*\*)**.

**Le jeu vidéo offre des moments de partage en famille.** En effet, 66% des parents déclarent jouer avec leurs enfants, et 68% sont attentifs à la pratique de jeu vidéo de leurs enfants.

## Typologie des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France

L'étude « Les Français et le Jeu Vidéo » permet d'identifier 4 profils types qui rassemblent la majorité des joueuses et des joueurs, et qui démontrent la richesse et la variété des pratiques de jeux vidéo en France.



**Les joueurs « casuels » | 33% des joueurs** : cette catégorie se distingue par un profil plus féminin et plus âgé. Pratiquants plus occasionnels que la moyenne, ils privilégient le jeu sur mobile et **ont conservé leurs habitudes pendant le confinement.**



**Les joueurs conviviaux | 29% des joueurs** : adeptes d'une pratique familiale, ils jouent de manière hebdomadaire (1 à 2 fois par semaine) et apprécient tout particulièrement les jeux vidéo multi-joueurs. **Pendant le confinement, un tiers d'entre eux a davantage joué pour passer du bon temps en famille.**



**Les actifs engagés | 19% des joueurs** : ils sont légèrement plus masculins et plus jeunes que le reste des joueurs. Enthousiastes, ils jouent au moins une fois par jour, essentiellement en ligne à des jeux de rôle et d'aventure, aussi bien sur console que PC. **Fiers d'appartenir à une communauté et pourvus d'un fort sentiment de solidarité, près d'un tiers des joueurs déclare que les jeux vidéo leur ont permis d'aider les autres via des actions solidaires pendant le confinement.**



**Les investis technophiles | 19% des joueurs** : ce sont en majorité des hommes jeunes. Véritables passionnés, ils affectionnent tout particulièrement la dimension sociale du jeu vidéo en jouant quotidiennement en ligne avec leurs amis. Férus de technologies, ils raffolent des dernières innovations pour profiter des meilleures expériences de jeu, et jouent sur jusqu'à 4 supports différents. **Pendant le confinement, la majorité d'entre eux a considéré que le jeu vidéo a permis de garder contact avec leurs proches.**

*Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le jeu vidéo », réalisée sur Internet du 1 au 24 septembre 2020, auprès d'un échantillon de 4 072 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.*

*\*\*\* Évolution observée sur une année, entre 2019 et 2020.*

## TÉLÉCHARGER L'ESSENTIEL DU JEU VIDÉO

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

### Contacts Presse :

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

Jennifer Loison – 01 52 26 72 12 – [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@agence-profile.com)

Titouan Coulon – 01 56 26 72 07 - [tcoulon@agence-profile.com](mailto:tcoulon@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) / [@SELL JeuxVideo](https://www.instagram.com/SELL_JeuxVideo)

### À 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 et compte vingt-trois adhérents. 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. La Présidente du SELL est Julie Chalmette, et son Délégué général, Nicolas Vignolles.