



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

@SELL_JeuxVideo

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 26 mars 2025

EN 2025, LE MARCHÉ DU JEU VIDEO AFFICHE SA SOLIDITÉ, EN HAUSSE DE 3%.

Le jeu vidéo conserve plus que jamais son rang de première industrie créative et culturelle du pays avec un chiffre d'affaires de 5,856 milliards d'euros. Le marché du jeu vidéo établit ainsi son 2^e « plus haut niveau historique » en dépit d'un contexte défavorable avec de fortes contraintes sur le pouvoir d'achat des ménages.

Porté par la volonté des Français de s'équiper en 2025, le marché affiche une solide progression de 2,9%, tirée par les ventes hardware.

Console, PC gaming et mobile, des positions consolidées sur le marché

- Avec 44% du marché global, **l'écosystème console** conserve sa position de leader avec un chiffre d'affaires de **2,552 milliards d'euros** (stable vs 2024).
- **L'écosystème mobile** continue sa progression et atteint en 2025, **1,792 milliard d'euros** (+11% vs 2024) et compte pour 30% du marché global.
- **L'écosystème du PC gaming** se maintient avec 26% de parts de marché et un chiffre d'affaires de **1,512 milliard d'euros** (stable vs 2024).

« Le marché du jeu vidéo en 2025 confirme sa dynamique, **en hausse de 3% à 5,8 milliards d'euros**, renforçant sa position de première industrie créative et culturelle du pays. Malgré un contexte économique et géopolitique complexe, le marché signe son **2e plus haut niveau historique**, porté par l'engouement des Français pour le jeu vidéo. Tous les segments – consoles, PC Gaming et mobile – ont démontré une grande résilience après la correction de 2024 et 2026 s'annonce prometteuse avec un line-up ambitieux et une richesse de contenus qui continuent de stimuler la croissance. » **commente James Rebours, Président du SELL.**





SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

@SELL_JeuxVidéo

Hardware (+8%* vs 2024) : les PC Gaming et les consoles, moteurs complémentaires de croissance

▪ Hardware consoles : un retour à la croissance

Après une année corrective en 2024, le segment hardware console enregistre une progression significative de **14% en valeur**, dynamisée par le lancement de la dernière console de la génération 9 et par des nouveautés sur le segment des consoles portables. Ce rebond témoigne d'un vrai « appétit » de la part des consommateurs français, attentifs aux innovations matérielles et permet au marché console de signer sa deuxième meilleure performance de la décennie.

▪ Hardware PC Gaming : un segment structurant et dynamique

Affichant une hausse de 2%, le segment hardware PC gaming est porté par les PC fixes (desktops) (+7%) tandis que les PC portables (laptops) sont en très léger recul (-1%). Avec un chiffre d'affaires de 781 millions d'euros, le hardware PC gaming établit son 3^e meilleur résultat en 7 ans. Cette solidité, illustre son poids stratégique dans l'écosystème global.

Software : des résultats contrastés

▪ Des ventes physiques en repli, à contextualiser

Les ventes physiques de jeux console affichent une baisse de 12 %, qui peut toutefois être ramenée à 4 % lorsqu'on y intègre les jeux vendus en bundle avec les consoles.

Ce phénomène s'inscrit dans une tendance globale observée sur le marché européen. La France continue toutefois de faire la course en tête, et demeure l'un des marchés les plus résistants, grâce à un réseau retail fort et unique, ainsi que par l'attachement durable des consommateurs aux supports physiques, dans un contexte de digitalisation accrue à l'international.

Les ventes physiques de jeux PC quant à elles, enregistrent un repli de 16%, dans la continuité d'un marché structurellement en baisse depuis quelques années.



**SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS**

—
@SELL_JeuxVidéo

▪ **Des ventes dématérialisées en progression (+4%)**

Dans ce segment solide et dynamique en progression de 4% :

- le software mobile continue de croître en 2025 (+11% vs 2024),
- le software dématérialisé PC se maintient (+1% vs 2024)
- et le software dématérialisé console affiche un recul modéré de 4%.

Au sein du software dématérialisé console, les revenus des DLC et microtransactions ont particulièrement performé en croissance de 51% par rapport à 2024, traduisant l'engagement des joueurs.

En définitive, la performance des ventes software PC et console reflète un line-up riche et diversifié, rythmé tout au long de l'année.

**RETROUVEZ LE BILAN COMPLET DU MARCHÉ DU JEU VIDÉO 2025
SUR LE SITE SELL.FR LE 7 AVRIL À 10H**



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

@SELL_JeuxVidéo

NOTE METHODOLOGIQUE

Les estimations des chiffres du marché 2025 sont le résultat de la collaboration entre quatre organismes fournissant leurs données au SELL et permettant de dresser une analyse précise de l'activité du secteur.



GAMETRACK



À l'occasion du bilan marché de l'année 2025, GameTrack a fait évoluer sa méthodologie afin de couvrir davantage de territoires en Europe.

À PROPOS DE GAMETRACK

GameTrack est géré par [Ipsos](#) au nom de [Video Games Europe](#). Les résultats fournissent une analyse de la démographie des joueurs européens de jeux vidéo ainsi que de leur comportement de jeu et d'achat sur toutes les plateformes et formats, offrant une vue d'ensemble de leurs habitudes de jeu. Historiquement, GameTrack s'est concentré sur cinq marchés européens clés : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie, avec des enquêtes en ligne menées mensuellement auprès des répondants âgés de 6 à 64 ans jusqu'au quatrième trimestre 2024. Depuis 2025, GameTrack s'est étendu pour inclure l'Autriche, la Belgique, la Croatie, le Danemark, la Finlande, l'Irlande, les Pays-Bas, la Pologne, la Roumanie, la Suède et la Suisse.

Méthodologie :

Les données sont collectées à l'aide d'une méthodologie d'enquête bimodale combinée à des données de ventes externes. Dans un premier temps, une enquête hors ligne est réalisée en face à face tous les trois ans dans chaque marché auprès d'un échantillon de 1 000 personnes de plus de 14, 15 ou 16 ans (selon chaque marché) évaluant les comportements personnels de jeu vidéo ainsi que les habitudes de jeu vidéo des mineurs âgés de 6 à 17 ans, comme rapporté par les parents ou tuteurs. Ces résultats sont analysés chez des adultes âgés de 18 à 75 ans et servent à équilibrer et contextualiser les résultats d'une enquête en ligne plus détaillée.

La deuxième phase consiste en une enquête en ligne complète menée auprès d'environ 3 000 répondants (environ 2 000 selon le pays) à partir d'un échantillon représentatif au niveau national âgé de 6 à 75 ans de chaque pays, avec des quotas fixés selon l'âge, le sexe, la région, le niveau d'éducation, le statut professionnel et la présence des enfants dans le foyer. Cela garantit une représentation nationale de la population dans son ensemble, incluant les joueurs et les non-joueurs de jeux vidéo. Par la suite, des données externes issues de Game Sales Data (GSD) et de Sensor Tower sont intégrées dans les données d'enquête en ligne pour estimer le chiffre d'affaires global issu des dépenses des consommateurs dans l'achat de jeux vidéo.

CONTACTS PRESSE

BEYOND

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

SELL

ELEA COLPART - e.colpart@sell.fr

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 Président du SELL est James Rebours, et son Délégué général, Nicolas Vignolles.