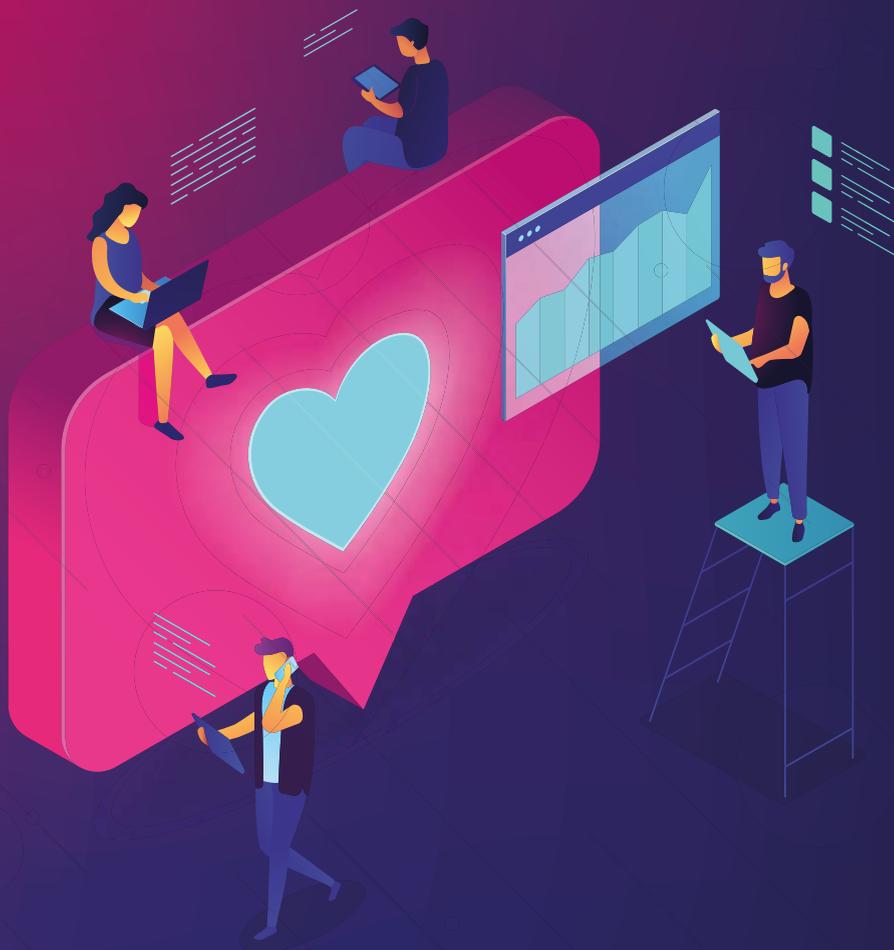


RAPPORT

D'ACTIVITÉ 2019



« Nous avons à cœur de réunir toutes les belles initiatives qui contribuent à la reconnaissance et à la mise en lumière du jeu vidéo. »



**CHÈRES ADHÉRENTES,
CHERS ADHÉRENTS,**

L'année 2019 a été rythmée par de nombreux projets mettant en avant la richesse du jeu vidéo,

ses nombreux talents, mais surtout les joueurs et joueuses. Cette valorisation s'est traduite par une implication forte du SELL dans la production de contenus, l'organisation d'événements et l'investissement dans des initiatives associatives.

L'année passée, nous avons souhaité faire la lumière sur les étapes de création d'un jeu vidéo et son rapport à l'art, à travers deux séries documentaires : « Art & Jeux Vidéo » et « Game in Progress ». Cette année, ce sont les joueurs et joueuses à qui nous avons voulu donner la parole avec une série de portraits intitulée « Player Profile ». Ces courtes vidéos abordent le lien entre la passion pour le jeu vidéo et les autres loisirs, comme la peinture, le sport ou encore la mode.

Ces passionnés et passionnées ont pu se retrouver au sein de la Paris Games Week qui a accueilli 317000 participants et participantes. L'événement qui fêtait sa 10^e édition a fermé ses portes sur un nouveau record de fréquentation. La PGW est le reflet de cette passion qui nous anime et permet aux visiteurs d'en découvrir toutes les facettes. Les nouveautés de fin d'année et les avant-premières 2020 étaient nombreuses à pouvoir être testées.

Aussi, la Paris Games Week a continué son investissement pour permettre à tout le monde de pouvoir participer à l'événement, en développant son accessibilité. Nous avons à cœur de réunir toutes les belles initiatives qui contribuent à la reconnaissance et à la mise en lumière du jeu vidéo.

Ces initiatives, nous les soutenons lors de la PGW mais également tout au long de l'année avec de nombreux projets sur des enjeux sociétaux importants. La responsabilité de notre industrie a toujours été au cœur de l'action du SELL avec la reconnaissance de PEGI, mais aussi à travers nos nombreux engagements. Aujourd'hui, le SELL s'implique pour plus d'accessibilité dans le jeu vidéo avec CapGame, dans le développement d'un lien intergénérationnel grâce au jeu vidéo avec Silver Geek, dans la promotion et l'accroissement de la mixité dans notre secteur aux côtés de Women in Games et, enfin, au sein du collectif PédaGoJeux, pour la sensibilisation des parents au loisir de leur enfant.

Je tenais à remercier Franck Riester, le ministre de la Culture, de m'avoir nommée chevalière des Arts et des Lettres. Je suis extrêmement honorée d'avoir reçu cette distinction. J'y vois aussi le signe d'une reconnaissance importante pour notre secteur et pour toutes les femmes qui y contribuent.

Cette année encore, les adhérents du SELL ont fait preuve d'une implication précieuse pour notre travail. Je tenais à les remercier pour leur participation et leur engagement.

**JULIE CHALMETTE
PRÉSIDENTE DU SELL**

« La présence importante des jeux vidéo dans les foyers suscite des inquiétudes mais aussi des opportunités de partage. »



**CHÈRES ADHÉRENTES,
CHERS ADHÉRENTS,**

Cette année 2019 a été riche de projets et de défis pour le secteur du jeu vidéo. Avec un

marché représentant plus de 4,8 milliards d'euros en France, le jeu vidéo assure sa place dans la vie des Français et Françaises, qui sont 49 % à jouer régulièrement. Cette présence importante dans les foyers suscite des inquiétudes mais aussi des opportunités de partage.

Le jeu vidéo est un média formidable pour diffuser des histoires et découvrir de nouveaux univers. Il est également l'occasion pour les familles de partager un moment et de créer de nouveaux liens ensemble. Le SELL a voulu cette année encore sensibiliser à l'importance de ces moments de jeu en réalisant une campagne à destination des parents, « Bons usages, bons souvenirs », axée sur la valorisation de PEGI, du temps de jeu et des contrôles parentaux.

Ce lien intergénérationnel créé grâce au jeu vidéo, c'est quelque chose que le SELL développe avec Silver Geek. Cette association vise à construire un lien social en accompagnant des seniors dans des structures d'accueil de personnes âgées dans la découverte du jeu vidéo. Ces ateliers sont mis en place par des jeunes en service civique, créant ainsi un lien intergénérationnel. Ce programme prend également la forme de compétition, avec l'organisation de tournois sportifs entre Ehpad de la France entière. Pour aider l'association à déployer son

action à un niveau national, le SELL a signé avec Silver Geek une convention de partenariat qui lui permettra de favoriser l'accès au numérique chez les seniors mais aussi de développer l'esport pour les seniors.

L'esport, c'est également un sujet qui a rythmé l'année 2019 avec une implication toujours plus grande des institutions et des décideurs politiques sur le sujet. Avec la présentation de la stratégie esportive 2020-2025 du gouvernement, portée conjointement par Cédric O et Roxana Maracineanu, le secteur, notamment France Esports, a gagné en légitimité. Accompagnée d'objectifs et de missions, cette feuille de route offre à l'association toutes les clés pour aider l'État à faire de l'esport un atout d'attractivité pour la France.

L'intérêt des pouvoirs publics et élus pour notre secteur s'est également traduit avec une reconnaissance particulière. Franck Riester, le ministre de la Culture, a remis les insignes de chevalière de l'ordre des Arts et des Lettres à Julie Chalmette pour son engagement dans le jeu vidéo, la culture et la diversité. Au travers de notre présidente, c'est toute notre industrie créative qui est saluée pour son talent et son travail.

L'équipe du SELL souhaite féliciter à nouveau Julie Chalmette pour son implication dans le SELL depuis trois ans, qui a placé au cœur de notre action la responsabilité de l'industrie, les joueurs et la valorisation des talents du secteur.

**EMMANUEL MARTIN
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DU SELL**

SOMMAIRE

Le SELL	5
Qui sommes-nous?	5
Les adhérents	6
Le conseil d'administration	7
Nos missions	8
Nos interlocuteurs	10
Faits marquants 2019	12
Représenter les éditeurs de jeu vidéo	14
Les affaires publiques	14
La structuration de l'esport	20
Informers, protéger et soutenir les initiatives	22
Informers et protéger	22
Sauvegarde du jeu vidéo	24
Favoriser l'inclusion	26
Promouvoir le jeu vidéo	28
Paris Games Week 2019	28
Les chiffres clés	30
IDEF 2019	32
Création de contenus de référence	34
Une dimension culturelle et artistique: jeu vidéo et talent	36
Le SELL dans les médias	38
Structurer une connaissance du marché	40
Les chiffres du marché	40
Les Français et le jeu vidéo	41
La vie du syndicat	42

LE SELL QUI SOMMES-NOUS ?

Le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs est une association professionnelle composée des entreprises du secteur du jeu vidéo spécialisées dans l'édition. Avec 23 adhérents, dont 20 éditeurs et trois membres associés, le SELL est le porte-parole des acteurs du jeu vidéo auprès des joueurs, des familles, des politiques, des institutions et des médias.

Les éditeurs sont les spécialistes de la promotion d'un jeu vidéo. Ils repèrent et soutiennent des studios talentueux et assurent la distribution, le marketing et la communication autour de leur création. En ce sens, le SELL a pour objectif de fédérer ces acteurs afin de favoriser leur travail autour d'actions faisant consensus et exprimant la richesse, la créativité et le sens des responsabilités de cette industrie. Ainsi, ses principales missions sont la promotion du jeu vidéo et la sensibilisation des joueurs et des familles aux bonnes pratiques pour en profiter sereinement.

DEPUIS 1995, LE SYNDICAT
AGIT ET ACCROÎT CHAQUE ANNÉE
SON ACTION AU RYTHME
DE L'ÉVOLUTION DYNAMIQUE
DU SECTEUR



LES ADHÉRENTS

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



Activision Blizzard
Frédérique de Fondaumière



Bandai Namco Entertainment
Christophe Havart



Bethesda
Julie Chalmette



Electronic Arts
Dominique Cor



Focus Home Interactive
John Bert



Microïds
Yves Bléhaut



Microsoft
Ina Gelbert



Nintendo
Philippe Lavoué



Sony Interactive Entertainment
Philippe Cardon



Take-Two Interactive
Patrick Bellaïche et Michel Magne



Ubisoft
John Parkes



Warner Bros. Entertainment
Yves Elalouf

Le conseil d'administration tient à remercier Hugues Ouvrard pour son implication durant son mandat.

NOS MISSIONS

REPRÉSENTER LA VOIX DES PROFESSIONNELS DE L'ÉDITION

En tant que porte-parole de l'industrie, le SELL a pour mission principale de défendre les intérêts de ses adhérents et, plus largement, de l'ensemble du secteur du jeu vidéo. Il est l'interlocuteur de référence des pouvoirs publics, des acteurs de la vie politique et des écosystèmes culturels et innovants.

Pour ce faire, le SELL est investi dans plusieurs organismes et groupes de travail :

- Groupe de travail interministériel constitué de la DGE, du CNC, du SNJV et du SELL;
- CSA – membre de la commission de la protection de l'enfance;
- CNC – membre de la commission sur la mixité dans le secteur culturel;
- ISFE – membre du conseil d'administration;
- Comité de suivi de filière;
- Orientation stratégique du Conseil national du numérique;
- France Esports – secrétaire général et membre du conseil d'administration.



INFORMER, PROTÉGER ET SOUTENIR LES INITIATIVES RESPONSABLES

Depuis sa création, le SELL est engagé dans une volonté de responsabilité sociale d'entreprise avec pour démarche l'information et la protection du consommateur. De ce fait, l'organisation intervient sur des sujets variés afin de sensibiliser les joueurs, les parents et les familles sur l'utilisation des jeux vidéo. Cet investissement se traduit par des actions concrètes :

- PEGI – créé en 2003 et homologué en 2015 par le gouvernement français, ce système européen de classification des jeux en fonction des contenus et de l'âge offre une information précise sur les jeux vidéo;
- PédaGoJeux – collectif créé en 2008 de l'union des acteurs de la sphère publique, de l'industrie et du monde associatif. Il a pour objectif de guider les parents et les médiateurs éducatifs dans l'univers du jeu vidéo;
- Soutien aux associations portant des valeurs responsables d'inclusion – Women in Games pour la promotion de la mixité, CapGame pour le développement de l'accessibilité et Silver Geek pour le développement du lien intergénérationnel.

PROMOUVOIR LE JEU VIDÉO

Le SELL a pour mission de valoriser le jeu vidéo, son innovation et sa créativité auprès du grand public, des acteurs économiques nationaux et européens mais aussi auprès des médias, à travers des prises de parole ponctuelles et surtout de deux événements annuels incontournables :

- IDEF – créé en juin 2006, ce Salon réservé aux professionnels réunit les constructeurs, les éditeurs, les accessoiristes et les acheteurs pour des rendez-vous d'affaires;
- Paris Games Week – né en octobre 2010, ce salon grand public réunit chaque année tout l'écosystème du jeu vidéo pour partager les nouveautés du secteur avec les joueurs. L'édition 2019 a rassemblé 317 000 visiteurs et 194 exposants.



STRUCTURER UNE CONNAISSANCE DU MARCHÉ

Le SELL s'entoure de partenaires afin de délivrer à l'ensemble de son écosystème des études fidèles sur le marché du jeu vidéo, le profil des joueurs mais également des habitudes de consommation et d'achat des joueurs. Plusieurs panels sont constitués dans le but de réaliser ces analyses :

- Panel GSD, Game Sales Data (distributeurs et digital) – ISFE/B2Boost;
- Panel GameTrack (consommateurs) – ISFE/IPSOS;
- Panel App Annie (mobile) – ISFE;
- Enquêtes ad hoc : « Les Français et le jeu vidéo » – SELL/Médiamétrie.



NOS INTERLOCUTEURS

Au quotidien, le SELL travaille avec de nombreux acteurs pour favoriser le développement du jeu vidéo. À ce titre, il est membre de droit du conseil d'administration de l'Interactive Software Federation of Europe (ISFE), présidé par Olaf Coenen (Electronic Arts). Au sein de ce syndicat européen, le SELL échange régulièrement avec ses homologues européens.

Le SELL est également membre du Global Working Group, un groupe de travail international qui rassemble les syndicats de l'industrie du jeu vidéo à travers le monde.

Par ailleurs, le SELL collabore avec des acteurs locaux, notamment le collectif PédaGoJeux, les associations CapGame, Silver Geek et Women in Games, ainsi qu'avec le SNJV (Syndicat national du jeu vidéo) ou encore le cluster régional Capital Games.

NOS PARTENAIRES NATIONAUX



capital games



SilverGEEK

NOS HOMOLOGUES À L'INTERNATIONAL



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles





FAITS MARQUANTS 2019

> Une nouvelle campagne de communication:

« Bons usages, bons souvenirs »

Afin d'accompagner les parents à l'approche des fêtes de fin d'année, le SELL a lancé une nouvelle campagne d'information et de sensibilisation destinée à leur donner les clés nécessaires pour une pratique sereine du jeu vidéo au sein du foyer. Cette campagne, baptisée « Bons usages, bons souvenirs », diffusée du 15 novembre au 15 décembre à la télévision, dans la presse et sur le web, aborde pour la première fois tous les outils et toutes les bonnes pratiques du jeu vidéo, du respect de la signalétique PEGI à l'encadrement du temps de jeu, sans oublier l'activation des contrôles parentaux.

> Mise en place d'un partenariat entre le SELL et Silver Geek

Silver Geek est une association visant à favoriser l'accès au numérique chez les seniors et à lutter contre leur isolement en développant le lien social et intergénérationnel.

Des jeunes en service civique animent des ateliers autour du jeu vidéo dans des structures d'accueil de personnes âgées, telles que les Ehpad. Après une première année de collaboration, le SELL a souhaité s'impliquer davantage aux côtés de Silver Geek et a signé avec l'association un partenariat pour l'aider à déployer son action à un niveau national.



Le ministre de la Culture, Franck Riester a remis à Julie Chalmette Présidente du SELL les insignes de chevalière de l'Ordre des Arts et des Lettres.

> Julie Chalmette reçoit les insignes de chevalière de l'ordre des Arts et des Lettres

À l'occasion de la soirée d'avant-première de la 10^e édition de la Paris Games Week, Franck Riester, le ministre de la Culture, a remis les insignes de chevalière de l'ordre des Arts et des Lettres à la présidente du SELL, Julie Chalmette. Cette décoration honorifique française récompense les personnes qui se sont distinguées par leur création dans le domaine artistique ou littéraire ou par la contribution qu'elles ont apportée au rayonnement des arts et des lettres en France et dans le monde. Franck Riester, venu pour l'occasion, a souhaité valoriser l'investissement de Julie Chalmette et son engagement pour le jeu vidéo, pour la culture et pour la diversité. Il a ainsi déclaré: « *Au travers de Julie, c'est la reconnaissance d'une vision exigeante de cette industrie créative et la valorisation de tous les talents qui donnent vie aux jeux.* »

> Feuille de route de l'esport 2020-2025

À la suite des Assises de l'esport, qui se sont tenues durant le premier semestre 2019, le gouvernement a présenté à l'occasion de la soirée d'avant-première de la Paris Games Week, la stratégie esportive 2020-2025. Portée conjointement par Cédric O, le secrétaire d'état chargé du Numérique, et Roxana Maracineanu, la ministre des Sports, cette feuille de route interministérielle valorise les actions de France Esports, permettant de légitimer l'association, et donne des objectifs clairs pour accroître le développement de l'esport en France. Comme, par exemple, l'accompagnement de la création d'une filière de formation dans l'esport ou encore la valorisation de l'attractivité de la France, de ses territoires et de son écosystème esportif.

LES AFFAIRES PUBLIQUES

OUTRE UNE ACTUALITÉ PARLEMENTAIRE RICHE, L'ANNÉE 2018 DU SELL A ÉTÉ MARQUÉE PAR DE NOMBREUSES INITIATIVES AUTOUR DES ENJEUX QUE REPRÉSENTENT LA PRÉVENTION ET LA PROTECTION DES JEUNES JOUEURS.



Le SELL a mené une vaste campagne de promotion du Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) afin de préserver ses conditions de mise en œuvre.

La préparation budgétaire à l'été 2019 a été marquée par de fortes annonces de la part du gouvernement en matière de rachat des niches fiscales et des différents crédits d'impôt. **Le risque d'une attaque sur le CIJV avait été anticipé par le SELL** qui avait en amont lancé une évaluation de ce dispositif afin d'en démontrer l'efficacité et l'impact positif en termes économiques et d'emplois.

Cette étude mesure les effets du CIJV entre 2014 et 2018, permettant ainsi notamment de prendre en compte les effets de la réforme de 2016. Elle démontre les effets très positifs du CIJV pour l'économie française puisque, sur cinq ans, il a permis la création de 3100 emplois et de 270 M€ de valeur ajoutée. Le CIJV a aussi un impact positif sur les recettes de l'État – un euro investi dans le crédit d'impôt jeu vidéo génère ainsi jusqu'à 5,30 € de recettes fiscales. Le CIJV bénéficie à l'ensemble du territoire en permettant notamment le

développement de nombreux studios dans toute la France. Le CIJV s'est aussi révélé être un facteur important d'attractivité pour les acteurs internationaux, qui ont investi de manière beaucoup plus significative dans les studios de production français. Cette étude réalise enfin une comparaison internationale des différents dispositifs similaires existant dans le monde, démontrant la concurrence internationale en la matière.

Cette étude a été diffusée à l'ensemble des parties prenantes institutionnelles travaillant à la préparation du Projet de loi de finances (PLF) pour 2020 (parlementaires, administration, cabinets ministériels, etc.)

Le SELL a par ailleurs rencontré les acteurs clés de la préparation du PLF, notamment Bertrand Sirven, directeur adjoint du cabinet de Bruno Le Maire, afin de les sensibiliser à la nécessité de préserver le crédit d'impôt. Des rendez-vous avec les parlementaires les plus impliqués ont aussi été organisés, qui ont permis de désamorcer la volonté du gouvernement d'attaquer le crédit d'impôt jeu vidéo. Ces efforts n'ont néanmoins pas empêché plusieurs parlementaires de lancer des initiatives proposant de le réformer.

Ainsi, le rapporteur général du budget à l'Assemblée nationale, Joël Giraud, a souhaité mettre en place un bornage du crédit d'impôt au 31 décembre 2022. Cet amendement a d'abord été adopté en commission des finances, avant que les efforts déployés par le SELL ne permettent d'assurer son retrait en séance publique. Le crédit d'impôt jeu vidéo a ainsi été préservé de tout bornage cette année.

Par ailleurs, le rapporteur général a fait adopter un amendement visant à mettre en place une évaluation annuelle de tous les crédits d'impôt gérés par le CNC, dont le crédit d'impôt jeu vidéo. Ce rapport d'évaluation devra notamment analyser l'impact du CIJV sur l'attractivité du territoire français et les retombées économiques directes

et indirectes qu'il induit. Il devra par ailleurs formuler des recommandations pour limiter le coût du CIJV si ce dernier devait augmenter.

Enfin, Céline Calvez a souhaité conditionner le bénéfice du crédit d'impôt jeu vidéo à un critère de mixité. La députée a toutefois expliqué que cet amendement n'était qu'un amendement d'appel, visant à s'interroger sur le rôle que peuvent jouer les crédits d'impôt pour réduire les inégalités avant de retirer l'amendement. Le sujet devrait toutefois revenir dans le cadre du PLF 2021.

Ainsi, l'action du SELL en amont et lors de ce PLF a permis que ne soit adopté que l'amendement demandant un rapport au CNC sur l'utilisation des crédits d'impôt, les autres ayant été rejetés ou retirés. Il conviendra toutefois de continuer à suivre les travaux qui se dérouleront pendant toute l'année 2020 afin de peser sur l'évaluation du crédit d'impôt jeu vidéo et les orientations susceptibles d'être prises, pour éviter un conditionnement du CIJV qui serait nuisible à l'industrie.



Alliance des entreprises du jeu vidéo pour l'environnement.

La montée en puissance des questions environnementales autour du numérique

Le 10 juillet dernier, le gouvernement adoptait en conseil des ministres le projet de loi relatif à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.



Ce projet de loi était initialement structuré en quatre grands chapitres :

1. L'information du consommateur ;
2. La lutte contre le gaspillage ;
3. Le renforcement de la responsabilité des producteurs ;
4. La transposition de directives.

Au cours des débats, le Sénat a considérablement élargi le champ du texte pour traiter notamment la question du numérique et l'obsolescence programmée, là où le texte portait initialement sur les secteurs de l'ameublement, du textile, du BTP et sur les enjeux des emballages plastiques.

Après examen, l'Assemblée nationale a elle aussi grandement modifié et complété ce texte. Parmi les modifications apportées, on peut citer :

- L'imposition pour tout produit mis sur le marché à destination des ménages relevant de filières REP de la signalétique Triman, à compter du 1^{er} janvier 2021 ;
 - L'élargissement aux équipements électriques et électroniques des obligations d'information du consommateur sur la disponibilité ou non des pièces détachées, à compter du 1^{er} janvier 2021 ;
 - L'obligation pour les fabricants ou importateurs d'équipements électriques et électroniques de communiquer, sans frais au vendeur, l'indice de réparabilité de ces équipements et les paramètres ayant permis de le déterminer, à compter du 1^{er} janvier 2021 ;
 - L'interdiction de rendre impossible la réparation ou le reconditionnement d'un appareil hors des circuits agréés ;
 - L'obligation pour les producteurs, importateurs et distributeurs de produits non alimentaires neufs de réemployer, de réutiliser ou de recycler leurs invendus, et ce à compter du 31 décembre 2021 pour les produits soumis à REP et du 31 décembre 2023 pour les autres.
- Le SELL a suivi de près l'ensemble des étapes de

ce texte afin de pouvoir alerter ses membres dans les meilleurs délais sur les potentielles nouvelles obligations qui pourraient peser à l'avenir sur les éditeurs de jeu vidéo.

Le Sénat s'est aussi saisi du texte en annonçant la création d'une mission d'information sur l'impact environnemental du numérique. Le SELL lui présentera au début de l'année 2020 les mesures prises par l'industrie afin de montrer la forte mobilisation sur cet enjeu ainsi que les mesures qui peuvent utilement être proposées par le Sénat pour réduire efficacement l'impact environnemental sur le jeu vidéo.



Franck Riester découvre la VR à la PGW.

Le SELL a anticipé les débats sur le projet de loi audiovisuel en travaillant sur la rédaction de l'avant-projet de loi et en particulier sur la transposition de la directive sur le droit d'auteur.

Le projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique a été adopté en conseil des ministres le jeudi 5 décembre 2019. Il propose notamment de transposer une partie de la directive sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique. Lors de la rédaction du projet de loi par l'administration, le SELL a activement travaillé auprès des services juridiques du ministè-

re de la Culture, et plus spécialement auprès de son secrétariat général, afin de mieux comprendre le contenu du texte, les orientations retenues par le gouvernement, et d'essayer d'influencer cette réaction, en tenant compte du contenu de la directive sur le droit d'auteur et des problèmes posés par sa traduction en français. Si cela n'a pas réellement permis de faire évoluer la rédaction, la problématique a néanmoins pu être mieux comprise par les rédacteurs du texte, afin d'essayer de faire progresser la situation avec les parlementaires.

À l'Assemblée nationale, Aurore Bergé (LREM, Yvelines) a été nommée rapporteure générale sur le projet de loi audiovisuel, chargée de la régulation et de la transposition de la directive SMA. Deux autres rapporteures ont été nommées :

- Sophie Mette (Modem, Gironde), en charge de la transposition de la directive sur le droit d'auteur et de la lutte contre le piratage ;
 - Béatrice Piron (LREM, Yvelines), en charge de l'audiovisuel public.
- Des rapporteurs pour avis issus d'autres commissions ont aussi été nommés :
- Éric Bothorel (LREM, Côtes-d'Armor) sera rapporteur au nom de la commission des affaires économiques ;
 - Jean-François Portarrieu (LREM, Haute-Garonne) a été désigné rapporteur au nom de la commission des affaires étrangères ;
 - Christine Hennion (LREM, Hauts-de-Seine) a été désignée rapporteure pour observation sur le projet de loi audiovisuel.
- Pour le Sénat, la nomination n'a pas encore été faite officiellement, mais c'est Jean-Pierre Leleux (LR, Alpes-Maritimes) qui devrait être nommé rapporteur.

En préparation des débats à l'Assemblée nationale, le SELL a demandé des rendez-vous après des parlementaires clés sur ce texte et sur les questions de jeu vidéo.



Franck Riester, Audrey Leprince et Julie Chalmette durant la PGW.

Une 10^e édition de la Paris Games Week marquée par la reconnaissance institutionnelle du jeu vidéo, de ses acteurs et de la présidente du SELL

Du 30 octobre au 3 novembre 2019 a eu lieu la 10^e édition de la Paris Games Week (PGW), qui a réuni 317000 visiteurs pendant les cinq jours qu'ont duré l'exposition. Au travers de la PGW, le jeu vidéo s'est affiché en véritable phénomène de société : un loisir reconnu et populaire au sens noble. Esport, innovations, culture, jeu responsable, inclusivité, tous les éléments étaient réunis pour faire de cette édition une véritable réussite et permettre à tous de partager un moment festif autour du jeu vidéo.

Cette édition de la Paris Games Week a été marquée par plusieurs événements et visites institutionnelles. On peut à ce titre mentionner la venue de Sophie Cluzel, secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargée des Personnes handicapées, et de Cédric O, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances et du ministre de l'Action et des Comptes publics, chargé du Numérique, qui ont notamment pris la parole lors de l'Esport Summit avant une longue visite du Salon et de ses stands.

Adrien Taquet, secrétaire d'État auprès de la ministre des Solidarités et de la Santé, chargé de la Protection de l'enfance, a profité de sa visite pour s'entretenir avec de nombreuses familles, parents comme enfants, sur le jeu vidéo et les écrans.

Denis Masségli, député du Maine-et-Loire et président du groupe d'études « jeux vidéo » de l'Assemblée nationale, a accompagné plusieurs délégations de parlementaires afin de renforcer les échanges entre les professionnels, les joueurs et les législateurs.

La Paris Games Week a aussi pu compter sur la présence du nouveau président du Centre national du cinéma (CNC), Dominique Boutonnat, qui est venu approfondir sa connaissance du secteur du jeu vidéo et de ses créateurs.

Enfin, la visite qui aura peut-être le plus marqué le Salon cette année aura été celle de Franck Riester, le ministre de la Culture, venu remettre les insignes de chevalière de l'ordre des Arts et des Lettres à Julie Chalmette. Franck Riester a expliqué à cette occasion que « la remise des insignes de chevalière des Arts et des Lettres à Julie Chalmette est la reconnaissance de ses combats et de tous ceux qui les partagent avec elle. Le combat pour le jeu vidéo, le combat culturel, le combat pour les égalités entre les femmes et les hommes et, enfin, le combat pour la diversité. Au travers de Julie, c'est la reconnaissance d'une vision exigeante de cette industrie créative et la valorisation de tous les talents qui donnent vie aux jeux ».

Lancement d'une nouvelle campagne de sensibilisation à la signalétique PEGI dans le cadre d'une activité forte du gouvernement et de l'administration sur l'exposition des enfants aux écrans

Le SELL a décidé de lancer une action forte de sensibilisation à la question de la protection du jeune public dans sa pratique du jeu vidéo à travers une campagne de promotion du dispositif PEGI et des contrôles parentaux. Cette campagne doit permettre de faire comprendre à tous qu'il y a un public pour chaque jeu et un jeu pour chaque public.

Cette campagne, qui est déclinée sur plusieurs médias dans le but de toucher le plus grand nombre de personnes, véhicule un message



Affiche de la campagne « Bons usages, bons souvenirs ».

positif en montrant les moments de complicité et de partage que peut générer une pratique encadrée du jeu vidéo. Elle souligne l'importance d'un temps de jeu modéré, la nécessité de bien choisir des jeux adaptés à l'âge de l'enfant et de promouvoir l'usage des contrôles parentaux. C'est en s'intéressant au jeu vidéo que l'on comprend les limites à ne pas franchir, les règles à poser, et que l'on crée des moments de complicité au sein de la famille. La campagne a reçu un très bon accueil ainsi que le soutien de plusieurs institutions publiques significatives.

En parallèle, à l'occasion du 30^e anniversaire de la Convention internationale des droits de l'enfant, Emmanuel Macron a tenu un discours à l'Unesco dans lequel il a longuement abordé la question

de la protection des enfants dans l'espace numérique.

Pour ce faire, il compte notamment permettre aux parents de reprendre davantage la main sur l'utilisation du numérique par les enfants, avec la mise en place d'un contrôle parental par défaut et non plus volontaire. Cette obligation, encore floue à cette heure, devrait concerner les fournisseurs d'accès à Internet et les systèmes d'exploitation. Si les acteurs de l'Internet ne lui ont pas proposé une solution robuste sur le sujet, il proposera une loi afin d'imposer un contrôle parental obligatoire. Par ailleurs, le président de la République française considère que la simple déclaration de l'âge ne devra plus constituer une mesure suffisante pour interdire l'accès des mineurs de moins de 15 ans à des contenus pornographiques. Il s'agit de généraliser des dispositifs de vérificateurs d'âge sur les sites pornographiques.

Ces annonces viennent compléter l'initiative déjà lancée par le secrétaire d'État chargé de la Protection de l'enfance, Adrien Taquet, en vue de la signature d'un protocole pour la prévention de l'exposition des mineurs au contenu pornographique. En application de ce protocole, les opéra-

teurs de téléphonie et les fournisseurs d'accès à Internet s'engagent d'une part à renforcer l'information des parents sur les dispositifs de contrôle parental, d'autre part à en faciliter l'utilisation.

En lien avec l'ensemble des acteurs concernés, notamment les opérateurs de télécommunications, les fournisseurs de systèmes d'exploitation des objets connectés et le CSA, des campagnes de sensibilisation aux dispositifs de contrôle parental seront organisées. Par ailleurs, une plate-forme unique regroupant l'ensemble des informations sur les différents dispositifs de contrôle parental existants sera mise à la disposition du public d'ici la fin du premier semestre 2020.

Un comité des usages a été mis en place à la fin de l'année 2019 afin de mesurer avec précision l'état précis de la menace, le niveau de diffusion des mécanismes de contrôle parental et les progrès réalisés pendant un an. Ce suivi régulier doit permettre d'évaluer l'efficacité des mesures engagées avec les acteurs et, si ces dernières se révèlent insuffisantes, d'envisager à la rentrée 2020 l'instauration d'une obligation légale de contrôle parental par défaut sur l'ensemble des téléphones et tablettes vendus en France.



Adrien Taquet, le secrétaire d'État chargé de la Protection de l'enfance, répond aux interrogations des parents sur le jeu vidéo à la PGW.



Présentation de la stratégie esportive du gouvernement avec France Esports.

LA STRUCTURATION DE L'ESPORT EN FRANCE

Une attention plus grande du gouvernement pour favoriser l'émergence de ce secteur

L'organisation conjointe des Assises de l'esport avec la Direction générale de l'économie (DGE), la Direction des sports (DSS) et France Esports a permis la mise en place d'une série d'ateliers consultatifs. Ces ateliers, animés par Chloé Borie, chargée de mission pour le ministère de l'Industrie, ont réuni divers professionnels et représentants associatifs, actifs dans le secteur de l'esport français. Les thèmes de travail, élaborés en collaboration avec les collègues de France Esports, étaient les suivants: structuration nationale et locale; inclusivité; formation et statut de joueur professionnel; développement économique et innovation; attractivité de la filière et organisation de grands événements internationaux. Les Assises de l'esport ont permis au gouvernement

de prioriser ses actions pour accompagner les besoins d'une filière en constante évolution avec notamment la construction d'une feuille de route dans l'objectif de faire de la France le leader européen du secteur sportif d'ici 2025. La stratégie s'articule autour de quatre axes :

- Promouvoir le développement d'une pratique esportive responsable et socialement valorisée;
- Accompagner la création d'une filière de formation, avec une attention particulière portée aux joueurs de haut niveau;
- Mettre en place une politique de soutien au développement des acteurs français de l'esport;
- Valoriser l'attractivité de la France, de ses territoires et de son écosystème esport.

La France a la chance de s'appuyer sur un vivier d'esportifs de haut niveau, qui brillent lors des compétitions internationales.

Notre pays peut aussi compter sur l'engagement des professionnels du secteur, privés comme associatifs, fédérés autour de l'association France Esports, dont le modèle collégial inspire d'autres écosystèmes à l'international.

Une préoccupation grandissante des parlementaires sur la question de l'esport

Denis Masségli a présenté en juillet 2019 les travaux du groupe de travail parlementaire sur l'esport. Le SELL, à travers son délégué général, a contribué à ce groupe de travail.

À cette occasion, le député a insisté sur la difficulté pour la France d'être attractive en matière d'esport: les conditions de travail qui suscitent le plus d'intérêt pour les joueurs sont à l'étranger, du fait notamment d'une fiscalité avantageuse. Par ailleurs, le droit du travail français n'est pas immédiatement adaptable aux spécificités de l'esport, marginal en termes d'emploi et qui se heurte à une concurrence avec les contrats proposés par les pays étrangers, plus intéressants financièrement et plus flexibles quant aux conditions de travail. Le rapport du président du groupe de travail contient 16 recommandations, parmi lesquelles:

- Mettre en place une tutelle ministérielle pour France Esports et lui confier de nouvelles missions qui pourraient prendre la forme de charges de service public et la rédaction d'un contrat d'objectifs et de moyens. Une compensation financière serait

mise en place en contrepartie;

- Introduire un meilleur encadrement de la formation des joueurs de jeux vidéo à travers la création d'un label France Esports;
- Améliorer la structuration de la filière du jeu vidéo en compétition à un niveau amateur, dont France Esports serait la tête de réseau;
- Créer une homologation France Esports des événements esportifs, avec un cahier des charges comportant des critères d'inclusion, de mixité et d'accessibilité;
- Inciter à la conclusion d'accords entre éditeurs et France Esports sur les questions de propriété intellectuelle dans les compétitions d'esport amateur, que les éditeurs pourraient être encouragés à financer;
- Réviser le statut du joueur professionnel, tel qu'il a été créé par la loi Lemaire, qui est trop rigide et ne permet donc pas de répondre aux besoins des professionnels;
- Instaurer une politique de visa adaptée aux esportifs.

Le SELL s'est régulièrement entretenu avec Denis Masségli au cours de la rédaction de son rapport afin de faire avancer certaines propositions et d'en réorienter certaines pour favoriser le développement du secteur.





INFORMER ET PROTÉGER



Le système PEGI reconnu par le gouvernement français

Le SELL a toujours œuvré pour assurer la reconnaissance institutionnelle de la signalétique PEGI et convaincre les pouvoirs publics de la qualité et de la légitimité de la régulation commencée par l'industrie du jeu vidéo. Le 17 décembre 2015, le gouvernement français a officiellement homologué PEGI; le décret inscrit ainsi dans la loi l'utilisation du système de classification par âge et par risque.

Cette homologation est venue asseoir le système mis en place depuis 2003 par le secteur du jeu vidéo et vient démontrer qu'une initiative collective et volontaire prise par des professionnels responsables peut garantir un cadre stable et sécurisé au public. Cette reconnaissance constitue un succès historique et exemplaire pour le jeu vidéo.



Une grande campagne de sensibilisation: « Bons usages, bons souvenirs »

Cette année, le SELL a opté pour un message plus global sur la pratique du jeu vidéo au sein des familles. La campagne a abordé tous les outils et les bonnes pratiques autour de trois axes clairs: choisir un jeu adapté à l'âge de l'enfant grâce à PEGI, encadrer le temps et jeu et installer les contrôles parentaux. Déclinée sous la forme d'un spot publicitaire diffusé à la télévision et sur Internet, mais aussi relayée dans la presse, la campagne « Bons usages, bons souvenirs » a reçu le soutien du

ministère de l'Économie et des Finances, de l'Action et des Comptes publics et du ministère de la Culture qui lui ont accordé le statut de campagne d'intérêt général.

Une visibilité importante pour cette campagne

La campagne a été diffusée sur le réseau France Télévisions, bénéficiant de prix préférentiels du fait de son caractère non commercial, et sur le replay de TF1. Afin de toucher un maximum de familles n'étant pas familières avec le jeu vidéo, elle est également apparue dans les médias *Télérama*, *Version Femina* et *TV Magazine*, qui sont les deux plus gros tirages en France. Sur le web, la campagne a permis de toucher plus de 12 millions de parents d'enfants de plus de 3 ans. Enfin, des distributeurs tels que Leclerc et la Fnac ont participé au relais de la campagne en la valorisant sur leur site d'e-commerce et leurs réseaux sociaux.



PédagoJeux.fr

Le SELL est membre fondateur de PédagoJeux et œuvre activement à son développement. Depuis 2008, ce collectif se donne pour mission de sensibiliser et d'aider à la compréhension de l'usage du jeu vidéo. PédagoJeux guide ainsi les parents en délivrant les bonnes pratiques qui leur permettront d'accompagner au mieux

leurs enfants dans ce loisir. Afin d'amplifier son action, il développe un réseau d'ambassadeurs: des structures publiques ou associatives qui travaillent dans les domaines de la sensibilisation et de l'information auprès des familles. En 2014, ce programme a reçu le label Défenseur des droits lors de la célébration du 25^e anniversaire de la Convention des droits de l'enfant.



SAUVEGARDE DU JEU VIDÉO

Le jeu vidéo est à présent un loisir bien inscrit dans les habitudes des Français, et ce depuis plusieurs années déjà. Il a ainsi parcouru les générations avec différentes consoles, de nombreuses licences, jusqu'à devenir un véritable phénomène populaire. Toute cette histoire, le SELL œuvre pour

la préserver et la diffuser auprès du grand public à travers plusieurs actions menées aux côtés de divers partenaires. Cette évolution a par ailleurs été retracée dans le documentaire *Itinéraires du jeu vidéo* réalisé par le SELL en 2017 et disponible sur la chaîne YouTube SELL TV.



Conservatoire national du jeu vidéo

Le Conservatoire national du jeu vidéo (CNJV) a pour mission de rassembler les collections industrielles et personnelles pour les préserver, les archiver, et en faciliter l'étude et la valorisation. Son objectif est de faire connaître les évolutions du secteur du jeu vidéo tant sur le plan technologique que celui de la créativité et du design, en donnant accès aux méthodes, procédés et techniques qui ont permis de créer les jeux vidéo depuis les temps anciens de Pong jusqu'à la réalité virtuelle d'aujourd'hui.

{ BnF

Bibliothèque nationale de France (BnF)

La Bibliothèque nationale de France a pour mission de collecter, de cataloguer, de conserver, d'enrichir et de communiquer le patrimoine documentaire national. À ce titre, elle détient la première collection publique de jeux vidéo avec plus de 17000 titres de titres, depuis les origines jusqu'aux sorties récentes. Depuis deux ans, la BnF participe à la PGW en tenant un stand qui présente son action de conservation du jeu vidéo et en organisant une journée de conférences. Organisées par la BnF et le SELL, ces conférences portaient en 2019 sur l'univers fantasy et le jeu *Lie in my Heart*.



MO5.COM est une association loi 1901 à but non lucratif, créée le 31 janvier 2003, dont l'objectif est de préserver le patrimoine numérique. Grâce à de très nombreux dons depuis sa création, MO5.COM a réussi à constituer l'une des plus importantes collections d'Europe dédiée au patrimoine numérique. L'association présente une partie de cette collection chaque année à la PGW dans un espace dédié au retrogaming. Ce stand permet aux parents de partager à leur enfant leurs souvenirs de jeu sur des consoles d'époque et offre la possibilité de découvrir les ancêtres des jeux vidéo actuels.



FAVORISER L'INCLUSION

Depuis plusieurs années, le SELL s'investit pour favoriser l'inclusion dans le secteur du jeu vidéo et de l'esport. Pour mener à bien cet objectif, le syndicat s'est entouré de plusieurs associations pour monter avec elles des actions en partenariat.



Women in Games: promouvoir la mixité pour accroître la créativité

Cette année encore, de nombreux projets ont été portés. Women in Games a sponsorisé le voyage de trois femmes pour la GDC, organisé de nombreux networkings et participé à de nombreux Salons pour présenter les métiers du jeu vidéo aux jeunes filles. L'association a aussi créé un incubateur esport ayant pour but d'offrir à des joueuses à fort potentiel un coaching individuel et lancé sa chaîne Twitch

sur laquelle sont diffusés des interviews, des tests de jeux et de nombreuses animations originales. Enfin, Women in Games représente le jeu vidéo dans le collectif Femmes@Numérique et participe au groupe de travail sur la mixité lancé par le CNC, preuve de la légitimité de l'association. Le SELL a aidé cette dernière à accroître sa visibilité avec la mise en place d'un stand à la Paris Games Week où des jeux développés par des équipes mixtes étaient mis en avant sur l'espace Jeux made in France.



Silver Geek: le jeu vidéo pour réunir les générations

Née d'une volonté de créer du lien intergénérationnel, l'association Silver Geek développe depuis 2014 un programme qui permet aux seniors en Ehpad de s'initier aux nouvelles technologies et à la pratique des jeux vidéo, en étant accompagnés dans ce programme par de jeunes volontaires en service civique. Depuis un an déjà, le SELL et Silver Geek collaborent pour mettre en avant l'association durant la Paris Games Week, notamment avec l'organisation de showmatchs entre seniors. Cette année, la collaboration a pris un poids plus important avec la signature d'une convention de partenariat pour aider Silver Geek à étendre son action à un niveau national.



CapGame: rendre le jeu vidéo accessible à tous

Alors que le jeu vidéo représente un loisir pratiqué par une grande partie de la population française, il reste parfois inaccessible à certains. CapGame s'est donc engagé à améliorer l'accessibilité aux jeux vidéo à travers cinq types d'actions, parmi lesquelles les tests de jeu, le développement de solutions logicielles et matérielles, la recherche, l'esport, mais aussi l'accompagnement des professionnels du jeu vidéo.

Le SELL a décidé d'accroître son implication concernant l'accessibilité, notamment lors de la PGW. Avec l'aide de CapGame, de nombreux dispositifs ont été mis en place pour faciliter la visite des personnes en situation de handicap. Agents de liaison en langue des signes et plans en braille ont pris largement leur place au sein du Salon.



CapGame a également piloté l'espace « Jouez comme vous êtes » qui accueille différentes associations œuvrant pour l'accessibilité dans le secteur du jeu vidéo. Enfin, la Paris Games Week a aussi permis à l'association d'organiser les finales de la CapGame Arena, une compétition inclusive qui a pris place sur la scène du Salon sur trois jeux: *Street Fighter V*, *eFootball PES 2020* et *Forza Motorsport 7*.



PARIS GAMES WEEK 2019

PARIS GAMES WEEK 10^E ÉDITION!

La 10^e édition de la Paris Games Week aura plus que jamais fait vibrer toutes les générations venues fêter le jeu vidéo. 317 000 visiteurs de tous âges se sont rassemblés pour jouer, découvrir et partager leur passion sur les 80 000 m² de Paris Expo Porte de Versailles.

Que ce soit pour tester les dernières nouveautés de fin d'année, découvrir certains jeux parmi les plus attendus de l'année 2020 ou encore assister à des compétitions sportives, le plaisir du jeu vidéo s'est plus que jamais transmis entre générations, enfants, jeunes, parents ou grands-parents!



« Tous gamers ! Il suffisait de fouler les allées du Salon pour constater l'éventail des profils de nos visiteurs. L'implication et l'engagement des constructeurs, éditeurs, studios, institutions et associations ont permis d'enrichir la programmation au fil des éditions pour finalement adresser de nouveaux publics. 2020 marquera une nouvelle étape : l'entrée de la Paris Games Week dans sa deuxième décennie. La puissance créative, couplée à la capacité d'innovation de notre industrie, nous réserve encore de belles surprises pour les années à venir. »

Emmanuel Martin, délégué général du SELL

PARIS GAMES WEEK 2019

CETTE ANNÉE ENCORE, LA PARIS GAMES WEEK A ÉTÉ À NOUVEAU L'OCCASION DE DÉCOUVRIR TOUTES LES FACETTES DU JEU VIDÉO.



La boutique officielle PGW



Stand Centre Pompidou



PGW Junior



Lounge parents

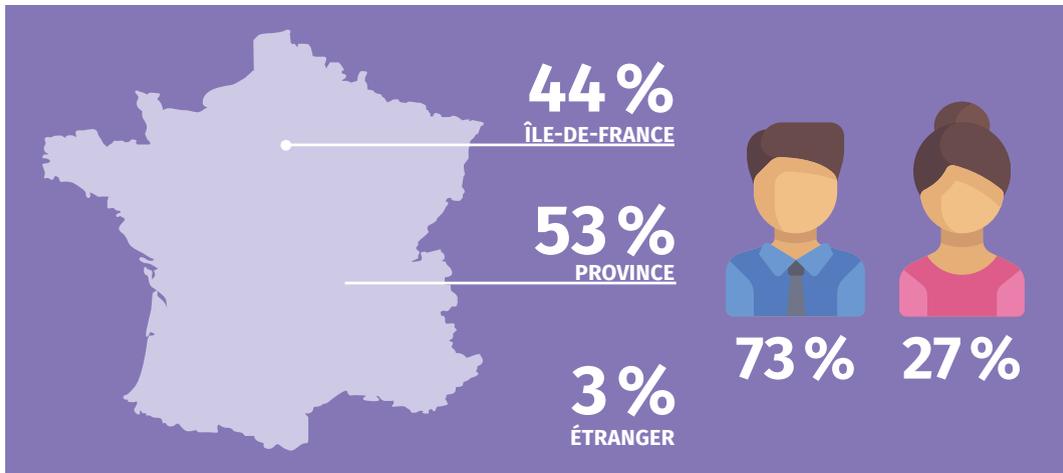


PGW Famille

Le hall 2.2 de la PGW s'est renommé cette année en « PGW Famille » avec le développement d'un axe fort autour du partage en famille. Pour l'occasion, un parcours famille a été mis en place invitant les parents et les enfants à parcourir les principaux stands de ce hall. Une récompense était remise aux jeunes participants et participantes !

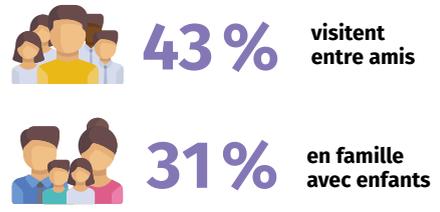


PARIS GAMES WEEK 2019 LES CHIFFRES CLÉS

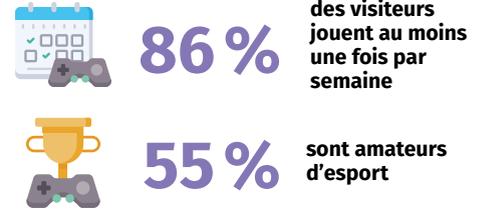


FOCUS VISITES DE LA PGW

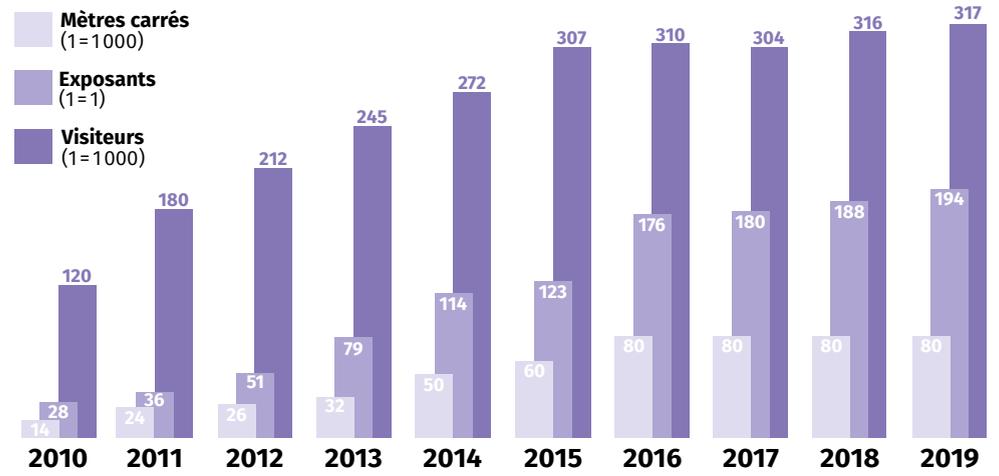
UN SALON CONVIVIAL ET FAMILIAL



UN SALON DE PASSIONNÉS



PRINCIPAUX MOTIFS DE VISITE



2 597
ARTICLES ET SUJETS,
DONT 229 SUJETS
ET 14 H TV ET RADIO

MÉDIAS

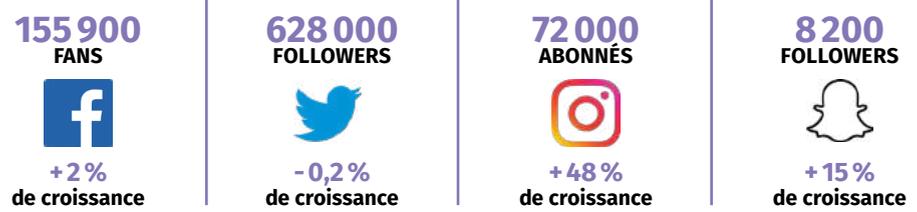
1 303
JOURNALISTES
ACCREDITÉS

2 368
ARTICLES DANS LA
PRESSE ET SUR LE WEB

10 935
BILLETS ET REPORTAGES SUR
LES BLOGS ET RÉSEAUX SOCIAUX

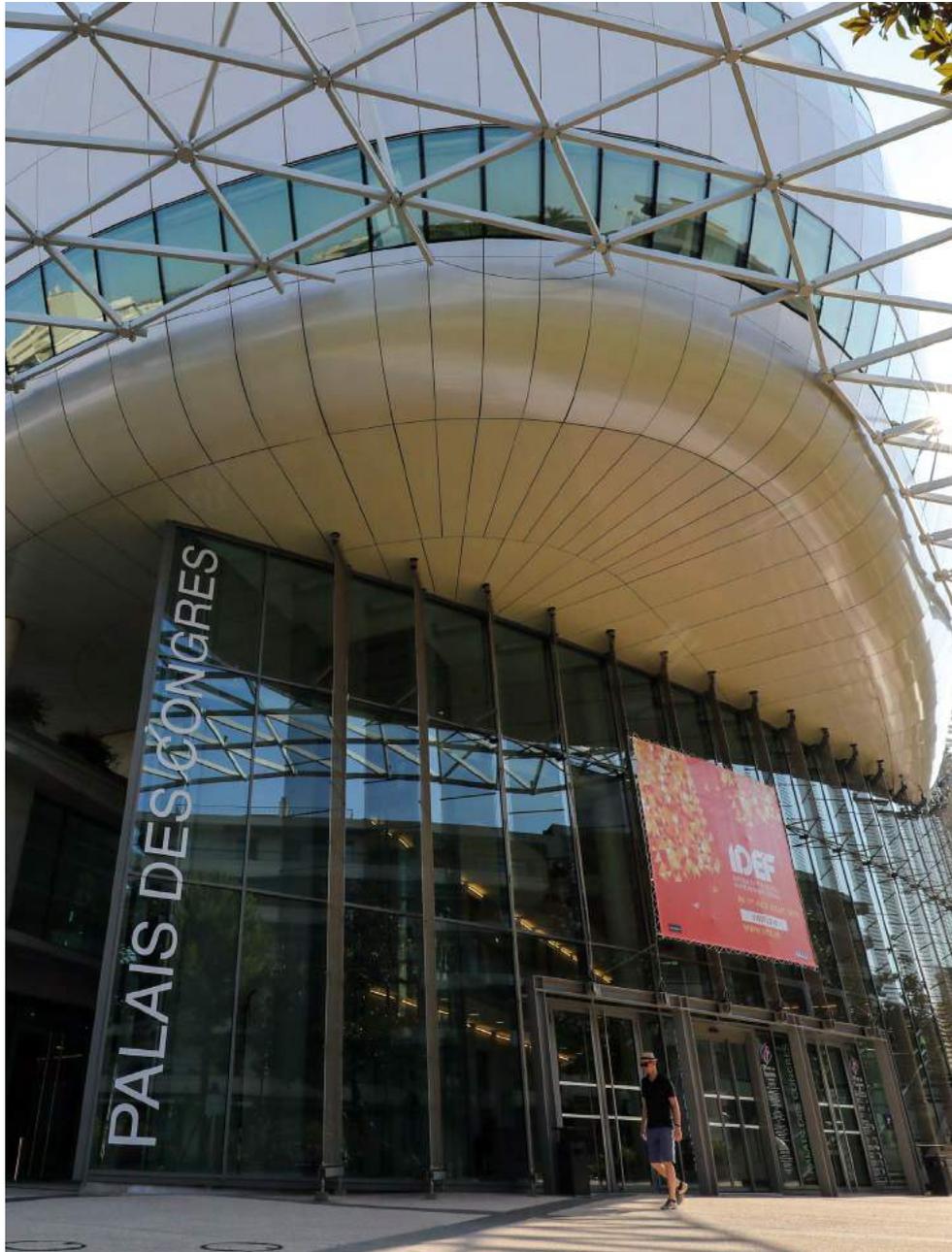
1 400
INFLUENCEURS
ACCREDITÉS

RÉSEAUX SOCIAUX



**MENTIONS
TOTALES**
974 589

AVEC POUR TOP THÉMATIQUES:
1 JEUX ET CONSOLES
2 ANIMATIONS DES STANDS
3 INFLUENCEURS

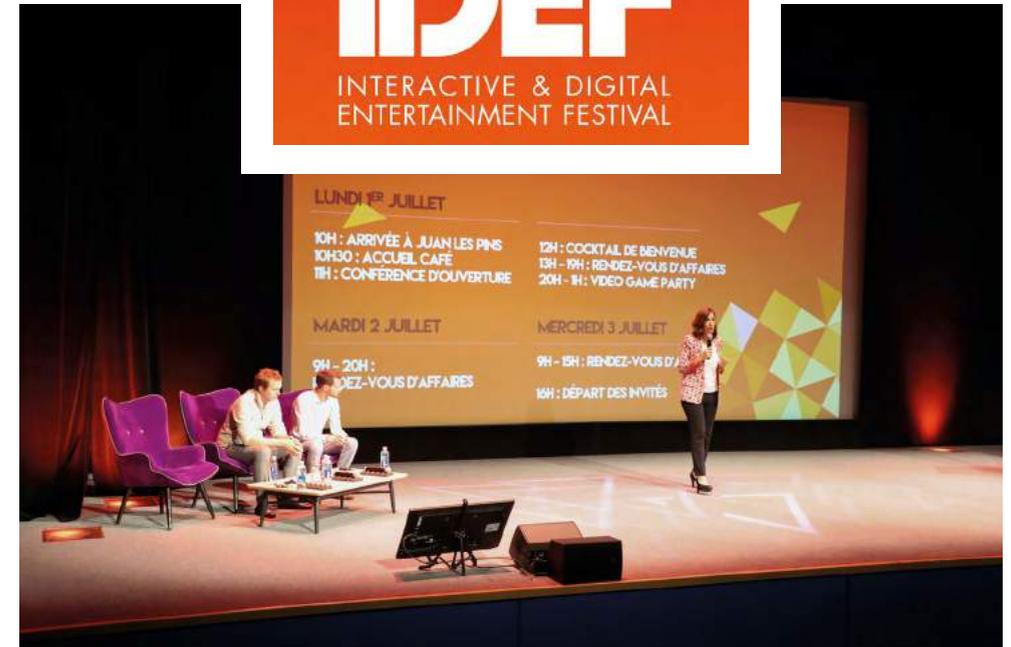


IDEF 2019

L'IDEF s'est tenu pour sa 14^e édition les 1^{er}, 2 et 3 juillet 2019. L'événement s'est déroulé au Palais des congrès de Juan-Les-Pins avec la présence des éditeurs Activision Blizzard, Bandai Namco Entertainment, Electronic Arts, Just for Games, Koch Media, Sony Interactive Entertainment, Take-Two Interactive et Ubisoft.

L'IDEF 2019 a marqué le retour du point marché présenté durant la conférence d'ouverture. Un

travail commun entre le SELL, GSD et GameTrack a été mené, visant à détailler l'activité économique du secteur, le profil des joueurs de jeu vidéo et leurs habitudes de consommation. Cet événement est également une opportunité unique de réunir les acteurs majeurs du retail et les éditeurs dans un cadre convivial pour des rendez-vous d'affaires qui permettent bien aborder la seconde partie de l'année et la période des fêtes.



LUNDI 1 ^{ER} JUILLET	
10H : ARRIVÉE À JUAN LES PINS	12H : COCKTAIL DE BIENVENUE
10H30 : ACCUEIL CAFÉ	13H - 19H : RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES
11H : CONFÉRENCE D'OUVERTURE	20H - 21H : VIDEO GAME PARTY
MARDI 2 JUILLET	
9H - 20H : RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES	
MERCREDI 3 JUILLET	
9H - 15H : RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES	16H : DÉPART DES INVITÉS

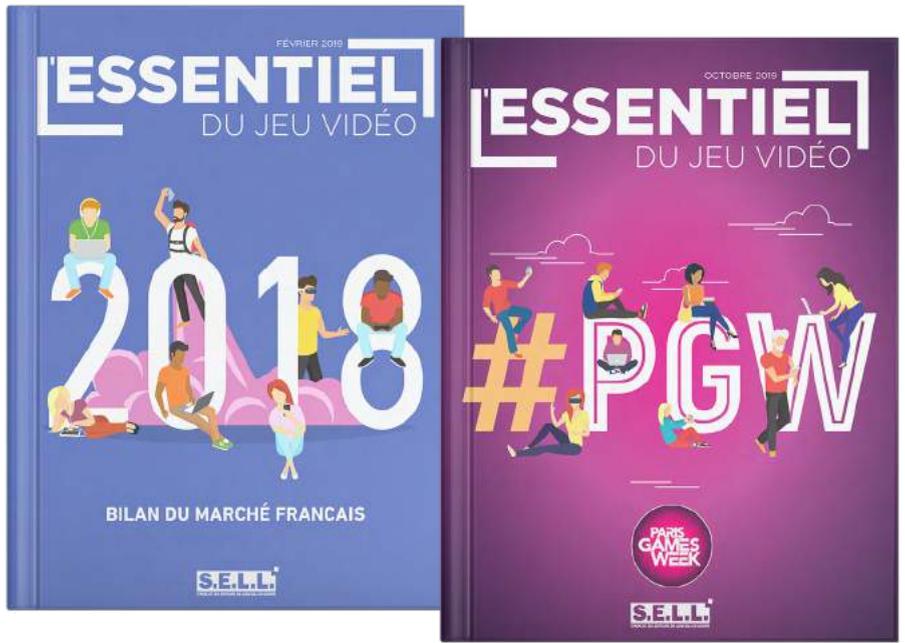


CRÉATION DE CONTENUS DE RÉFÉRENCE

LE SELL CONTINUE DE PRODUIRE DE NOMBREUX CONTENUS AFIN DE METTRE EN LUMIÈRE DES SUJETS ESSENTIELS POUR LE SECTEUR. IL SE FAIT AINSI LE PORTE-PAROLE DES VALEURS DE L'INDUSTRIE : CRÉATIVITÉ, RESPONSABILITÉ, PARTAGE, DIVERSITÉ ET UNIVERSALITÉ.

Une industrie dynamique et innovante: L'Essentiel du jeu vidéo

Pour renseigner les chiffres du marché et des habitudes de consommation des joueurs, le SELL crée chaque année plusieurs éditions de *L'Essentiel du jeu vidéo* qui retranscrivent les différentes études autour du marché français du jeu vidéo ainsi que du profi et de l'usage des joueurs et joueuses.



L'Essentiel du jeu vidéo hors-série: Terrains de jeux

Ce documentaire vidéo accompagné d'une édition hors-série de *L'Essentiel du jeu vidéo* explore 50 ans d'innovations technologiques. Quelles sont les grandes étapes qui ont marqué l'évolution de cette industrie? Quelles technologies nées du jeu vidéo ont ensuite rayonné dans d'autres secteurs? Quelles sont les tendances actuelles du jeu vidéo qui esquissent notre futur? Autant de questions auxquelles un panel d'experts de l'industrie du jeu vidéo tente de répondre.





UNE DIMENSION CULTURELLE ET ARTISTIQUE : JEU VIDÉO ET TALENT

LE SELL A INTENSIFIÉ EN 2019 SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION, VISANT À ÉTABLIR UN PLAN D'ACTIONS BASÉ SUR LA VALORISATION PERMANENTE DU SECTEUR DU JEU VIDÉO GRÂCE À LA CRÉATION DE CONTENUS. LA VOLONTÉ EST ICI DE DONNER LA PAROLE AUX TALENTS ET DE FAIRE MIEUX CONNAÎTRE LE SECTEUR.

Player Profile

À travers cette nouvelle websérie, le SELL part à la rencontre des joueurs et joueuses de jeux vidéo et s'intéresse particulièrement à leurs multiples passions. La mode, le running, la peinture, le cinéma... Ces hobbies partagés, qui peuvent paraître éloignés les uns des autres au premier abord, sont pourtant proches. La créativité, la compétition, le partage, etc. Autant de talents qui communiquent entre eux et se complètent à merveille.

Jouez comme vous êtes

Cette vidéo de neuf minutes a pour but de montrer comment le jeu vidéo se veut être un espace inclusif pour les joueurs en situation de handicap. Des professionnels, responsables associatifs et personnes handicapées témoignent des initiatives mises en place pour rendre ce loisir accessible à tous et participer à changer le regard de la société sur le handicap. Le jeu vidéo se révèle être un formidable outil pour déconstruire les clichés et permettre à tous de jouer ensemble.



DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DU SELL



Veille quotidienne de tout l'écosystème et mise en place d'une cellule d'échange et d'information entre les agences qui accompagnent le SELL



LE SELL DANS LES MÉDIAS

26 COMMUNIQUÉS
DE PRESSE

1 CONFÉRENCE DE PRESSE:
PARIS GAMES WEEK

81
INTERVIEWS

1

VOYAGE DE PRESSE

E3 AVEC EUROPE 1 / LE FIGARO /
KONBINI / LE POINT POP

3 141

RETOMBÉES
PRESSE

47 REVUES DE PRESSE
HEBDOMADAIRES

BILAN MARCHÉ 2019 194 RETOMBÉES, DONT



« La croissance du jeu vidéo français,
toujours à deux chiffres,
surfe sur le numérique. »

Les Echos

« Année record pour
le jeu vidéo en France. »



Journal télévisé 12:45
« Le marché français du jeu vidéo
a progressé de 15 % en 2018. »

Challenge

« Le marché du jeu vidéo
a progressé de 15 % en 2018. »

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE « BONS USAGES, BONS SOUVENIRS » 81 RETOMBÉES, DONT



Avant Noël, les parents sont sensibilisés
aux bonnes pratiques du jeu vidéo : « Il faut
un dialogue dans la famille. »



« Le SELL lance une nouvelle campagne
de sensibilisation sur le jeu vidéo. »



« Vous êtes réticents à offrir un jeu vidéo
à votre enfant pour Noël ? Comment
bien gérer le sujet sans stress ni crise. »



« Les bons usages, bons
souvenirs du jeu vidéo. »

LES CHIFFRES DU MARCHÉ

Source référente des chiffres du marché français, le SELL publie depuis sa création de nombreuses études structurantes pour le secteur. À cet effet, il collabore avec l'ISFE et différents organismes d'études afin d'apporter une connaissance du marché du jeu vidéo, du profil et des habitudes de consommation des joueurs français.



GSD

Démarré en 2013, le projet GSD est le résultat d'une démarche européenne menée par l'ISFE auprès d'une centaine de partenaires, ayant pour objectif d'unifier la collecte des données de vente à travers les différents territoires et de regrouper ces dernières, qu'elles soient physiques ou dématérialisées, au sein d'un unique outil mis à la disposition des organisations professionnelles, des distributeurs et des éditeurs de jeux vidéo participant au panel. Le panel retail est déployé dans 23 pays européens. Le panel digital GSD couvre aujourd'hui 43 pays répartis dans les zones Europe, Moyen-Orient, Afrique et Asie-Pacifique. Ces panels sont opérés par B2Boost.



GAMETRACK

GameTrack

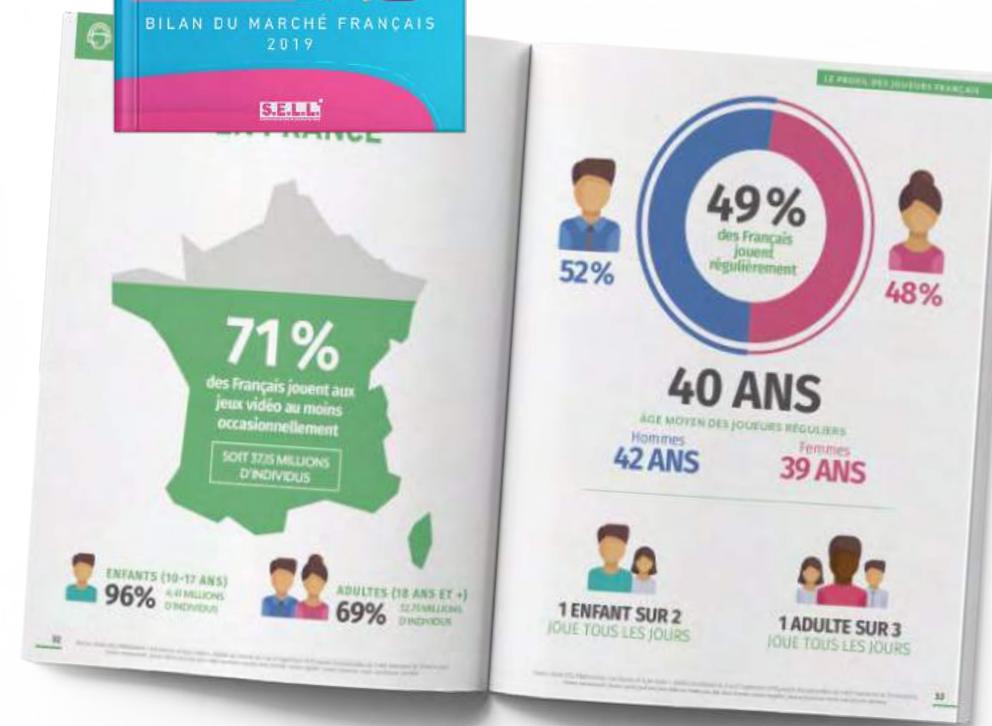
GameTrack est un projet complémentaire mis en place en 2011, construit autour d'un panel de consommateurs et piloté par Ipsos pour le compte de l'ISFE. Les données GameTrack sont issues d'enquêtes mensuelles publiées à récurrence trimestrielle. Ces dernières analysent les caracté-

ristiques démographiques des joueurs européens, leurs comportements d'achat toutes plates-formes confondues, permettant ainsi d'obtenir une vision approfondie de leurs habitudes de jeu et d'usage. Les pays couverts sont la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne, mais aussi les États-Unis et la Russie. GameTrack soutient le projet GSD en fournissant une vision plus globale des marchés dans lesquels il opère.

LES FRANÇAIS ET LE JEU VIDÉO



L'étude « Les Français et le jeu vidéo » est menée par Médiamétrie pour le compte du SELL et vise à dresser le portrait-robot du joueur de jeu vidéo. En analysant les réponses d'un panel de plus de 4000 interviewés, cette enquête permet d'apprécier l'évolution des typologies de joueurs, leurs habitudes de jeu, d'achat et de consommation culturelle et de loisirs. La restitution de cette étude annuelle a lieu en octobre, à l'occasion de la Paris Games Week.





LA VIE DU SYNDICAT

L'action du SELL se structure autour du **conseil d'administration**, très investi dans l'ensemble des problématiques traitées au sein de l'organisation professionnelle.

Deux fois par an, une **assemblée générale** permet de présenter à l'ensemble des adhérents le bilan des actions mises en place ainsi que les orientations pour les mois à venir.

L'équipe du SELL organise également des **commissions thématiques** (juridique, RSE, datas, esport,

Paris Games Week, communication), pour mieux définir avec les représentants des adhérents l'action du syndicat.

Les **newsletters internes** du SELL permettent de communiquer à tous les adhérents un point sur les affaires publiques, l'industrie, les événements que nous organisons et la vie de l'association.

L'information aux adhérents reste au cœur de la mission du SELL.



L'ÉQUIPE

Emmanuel Martin
Délégué général

Anne Sophie Montadier
Responsable communication et marketing

Camille Adam
Chargée de missions affaires publiques et communication

Julie Chalmette
Présidente

Meryl Pioche
Responsable marketing





Julie Chalmette
Présidente

Emmanuel Martin
Délégué général
e.martin@sell.fr

**Anne Sophie
Montadier**
*Responsable
communication
et marketing*
as.montadier@sell.fr

Meryl Pioche
*Responsable
marketing*
m.pioche@sell.fr

Camille Adam
*Chargée de projets
affaires publiques &
communication*
c.adam@sell.fr

Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux



[@SELL_JeuxVideo](https://twitter.com/SELL_JeuxVideo)



[@SELL.JeuxVideo](https://www.facebook.com/SELL.JeuxVideo)



[@SELL_JeuxVideo](https://www.linkedin.com/company/SELL_JeuxVideo)



[SELL TV](https://www.youtube.com/channel/UC...)

www.sell.fr