

RAPPORT

D'ACTIVITÉ 2018





CHERS ADHÉRENTS,

Chaque année et particulièrement en 2018, le SELL s'est impliqué dans la promotion de notre secteur et la valorisation des initiatives de notre écosystème. Cela s'est traduit par de multiples rencontres avec les décideurs politiques, la réalisation de contenus de qualité et des événements marquants. Nous nous sommes également impliqués dans un travail de sensibilisation envers les institutions, les médias et le grand public pour représenter au mieux notre industrie.

Le jeu vidéo est un terrain d'expression créative sans égal qui permet à des artistes qu'ils soient animateurs, programmeurs ou game designers d'exprimer leur talent. Cet art, il nous a semblé important de le valoriser au travers de 2

séries documentaires de 5 épisodes : Art & Jeux vidéo et Game in Progress. À travers une réalisation dynamique et des interviews passionnantes, ces deux productions ont mis en lumière des métiers et des liens forts entre l'art et



Le jeu vidéo est un loisir et une culture à part entière, qui se met en scène avec enthousiasme tous les ans à la Paris Games Week.

le jeu vidéo. Créatif et innovant, le jeu vidéo est à la fois un loisir et une culture à part entière qui se met en scène avec enthousiasme et vigueur tous les ans à la Paris Games Week.

Cette année, cet événement incontournable pour nos communautés a connu une belle effervescence pendant 5 jours où les joueurs ont pu découvrir les nouveautés de la fin d'année et de 2019. Avec plus de 316 000 participants, la Paris Games Week a connu une 9^e édition record avec des activités toujours plus riches et variées. Cette tendance à inclure toujours plus d'acteurs et de contenus va assurément se poursuivre pour l'année 2019, la Paris Games Week fêtant sa 10^e édition.

Le SELL a également accru sa collaboration avec ses partenaires homologues et son implication auprès de plusieurs collectifs et associations. La responsabilité de l'industrie, le développement de l'Esport, les enjeux d'accessibilité mais aussi la promotion de la mixité sont autant de sujets importants au niveau de la société qu'au niveau du secteur du jeu vidéo.

Cette année encore, les administrateurs du SELL ont fait preuve d'une implication précieuse pour notre travail. Je tenais à les remercier pour leur engagement sur l'ensemble des actions du syndicat.

Merci à vous tous d'avoir renouvelé votre confiance envers moi pour ce second mandat.

Julie Chalmette
Présidente du SELL

Le SELL s'investit auprès d'associations ayant pour but le développement du secteur de façon responsable et éthique.



CHERS ADHÉRENTS,

Cette année encore, le marché du jeu vidéo en France a atteint un niveau record de 4,9 milliards d'euros. Le jeu vidéo est toujours plus présent dans la vie des Français, avec les répercussions

sociétales et les inquiétudes associées à la place du numérique dans nos vies de famille. Le SELL a donc accompagné ce dynamisme économique par de nombreux projets valorisant notre industrie, à la fois créative et innovante.

La richesse du secteur du jeu vidéo se traduit aussi bien par ses productions que ses engagements. Le SELL, depuis plusieurs années, s'investit auprès d'associations ayant pour but le développement du secteur de façon responsable et éthique. De nombreuses initiatives ont été menées en 2018 pour promouvoir la mixité dans le jeu vidéo, grâce à l'action de Women in Games. Nous avons aussi apporté notre soutien à l'association CapGame, qui œuvre à sensibiliser aux problèmes d'accessibilité que rencontrent les joueurs en situation de handicap, et ainsi diffuser les solutions existantes. Enfin, l'Esport a été un sujet particulièrement important avec la publication du premier baromètre de France Esports, renseignant sur la consommation et la pratique de ce loisir.

Emmanuel Martin
Délégué général du SELL

En ce sens, le SELL s'est investi dans différentes actions de communication, notamment avec la réalisation de plusieurs contenus documentaires valorisant ces axes importants du jeu vidéo. De nombreux sujets ont été abordés pour accroître la connaissance de notre secteur : PEGI et son nouveau descripteur, l'accessibilité, la mixité, mais aussi un focus sur le processus de création d'un jeu vidéo et son rapport à l'art. Que ce soit à destination du grand public pour le sensibiliser, des acteurs de notre écosystème pour créer des supports de communication ou bien des pouvoirs publics et élus pour les informer sur notre secteur, la communication du SELL a été reconnue, cette année encore, pour sa qualité et son intérêt.

Notre industrie, de par son caractère innovant, est en perpétuelle évolution. L'année 2019 s'annonce donc rythmée par de nombreux défis avec des sujets de vigilance – comme notre crédit d'impôt remis en question au plus haut niveau – et des projets toujours plus ambitieux. Les relations avec les pouvoirs publics et les élus resteront au cœur de notre action, pour maintenir le lien de confiance et de bienveillance que nous avons développé ensemble.

L'équipe du SELL souhaite également saluer la réélection, à l'unanimité, de Julie Chalmette à la présidence lors de notre dernière assemblée générale. Ces deux dernières années ont été riches, plaçant au cœur de notre action la responsabilité de l'industrie, les joueurs et la valorisation des talents du secteur.



SOMMAIRE

Édito	2
Le SELL : qui sommes-nous ?	5
Les adhérents	6
Le conseil d'administration	7
Les missions du SELL	8
Nos partenaires	10
Faits marquants 2018	12
Les affaires publiques	14
La Paris Games Week 2018	18
L'IDEF 2018	22
Informer & protéger	24
Le SELL et les associations	28
La communication	30
Les relations presse	34
La vie du syndicat	36
Le SELL, certifié par l'Afnor	37
Les résultats de l'enquête de satisfaction	38
L'équipe du SELL	39

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 22 adhérents dont 19 éditeurs et 3 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 des jeux vidéo, ils repèrent et soutiennent

des studios talentueux et assurent la distribution, le marketing et la communication autour de leurs créations. En ce sens, le SELL a pour objectif de fédérer ces acteurs pour favoriser leur travail autour d'actions faisant consensus et exprimant la richesse, la créativité et le sens des responsabilités de l'industrie. Ses principales missions sont ainsi 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



Activision Blizzard
Frédérique
de Fondaumière



Bandai Namco Entertainment
Christophe Havart



Bethesda
Julie Chalmette



Electronic Arts
Dominique Cor



Focus Home Interactive
John Bert



Microsoft
Hugues Ouvrard



Nintendo
Philippe Lavoué



Sony Interactive Entertainment
Philippe Cardon



Take-Two Interactive
Patrick Bellaiche
et Michel Magne



Ubisoft
John Parkes



Warner Bros. Entertainment
Yves Elalouf



Whybe Online
Yves Bléhaut

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration tient à remercier Philippe Coen, Arnaud Muller et Michael Sportouch pour leur implication durant leur mandat.



LES MISSIONS DU SELL

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 cela, le SELL est investi dans plusieurs organismes et groupes de travail :

- Groupe de travail interministériel constitué de la DGE, du CNC, d'Ubisoft, 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



INFORMER ET PROTÉGER

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 par 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 du secteur souhaitant développer l'industrie du jeu vidéo avec une notion forte de responsabilité : Women in Games, CapGame, France Esports mais aussi Silver Geek.



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 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 : créé en octobre 2010, ce salon grand public réunit chaque année l'ensemble de l'écosystème du jeu vidéo pour partager les nouveautés du secteur avec les joueurs. L'édition 2018 a rassemblé 316 000 visiteurs et 188 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 leurs habitudes de consommation et d'achat. 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 PARTENAIRES

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 cette organisation, le SELL échange régulièrement avec ses homologues européens.

Le SELL collabore également avec des acteurs locaux, notamment le collectif PédaGoJeux, les associations France Esports, Women in Game et CapGame, ainsi qu'avec le SNJV (Syndicat national du jeu vidéo) ou encore le cluster régional Capital Games.

Au quotidien, le SELL travaille avec de nombreux acteurs pour favoriser le développement du jeu vidéo.

Le SELL est membre du Global Working Group, un groupe de travail international qui rassemble les syndicats de notre industrie à travers le monde entier.

NOS PARTENAIRES NATIONAUX



NOS HOMOLOGUES À L'INTERNATIONAL



NOS ADHÉSIONS ET MANDATS





FAITS MARQUANTS 2018

L'ARJEL a statué sur les loot boxes

Cette année, de nombreux pays européens ont statué sur le rapport entre loot boxes et jeux d'argent. Ces butins payants, disponibles dans de nombreux jeux vidéo, offrent la possibilité au joueur d'obtenir des objets souvent cosmétiques lui permettant de personnaliser son expérience de jeu. En France, l'Arjel a été sollicitée par l'association UFC-Que Choisir pour s'exprimer sur la question. À l'occasion d'une table ronde au Sénat, l'Arjel n'a pas relevé de point d'inquiétude particulier concernant les loot boxes, ces dernières ne pouvant permettre d'obtenir d'équivalence financière.

L'ARJEL a statué sur les loot boxes

Cette année, de nombreux pays européens ont statué sur le rapport entre loot boxes et jeux d'argent. Ces butins payants, disponibles dans de nombreux jeux vidéo, offrent la possibilité au joueur d'obtenir des objets souvent cosmétiques lui permettant de personnaliser son expérience de jeu. En France, l'Arjel a été sollicitée par l'association UFC-Que Choisir pour s'exprimer sur la question. À l'occasion d'une table ronde au Sénat, l'Arjel n'a pas relevé de point d'inquiétude particulier concernant les loot boxes, ces dernières ne pouvant permettre d'obtenir d'équivalence financière.

Muriel Tramis, pionnière de l'industrie du jeu vidéo, a reçu la Légion d'honneur

Première femme créatrice de jeux vidéo à recevoir la Légion d'honneur, Muriel Tramis est arrivée à Paris à l'âge de 16 ans pour rejoindre l'école d'ingénieur Isep, où elle a été diplômée en automatisme et informatique. Après une expérience de cinq ans dans l'aérospatiale, Muriel Tramis a repris des études en marketing et communication, où elle a développé sa volonté de transmettre des connaissances par le jeu vidéo. Animée d'un fort attachement à son île natale, la Martinique, Muriel Tramis a développé, au sein de la société Coktel Vision, un premier jeu éducatif traitant de l'éruption de la montagne Pelée : *Méwilo*. Quelques années plus tard, elle a participé à la création des jeux éducatifs à succès *Adi*, *Adibou* et *Adiboud'chou*. Engagée dans la cause féministe, Muriel Tramis a très rapidement consacré une partie de son temps à rencontrer des jeunes filles de 3^e pour les inciter à se diriger vers des carrières scientifiques.

L'implication du SELL dans France Esports

L'association France Esports est montée en puissance cette année avec notamment la publication du premier baromètre de l'Esport. Une étude présentant les habitudes des consommateurs et pratiquants d'Esports,

ainsi que leur répartition dans la population. L'implication du Délégué général du SELL, Emmanuel Martin, nommé Secrétaire général de France Esports, a permis une prise en compte des enjeux des éditeurs dans la structuration du secteur aux côtés des joueurs et des promoteurs. Le dialogue permanent qui s'est installé entre les différents acteurs du secteur au sein de cette organisation offre une belle opportunité pour l'Esport en France de se structurer au mieux.

Julie Chalmette renouvelle son mandat en tant que Présidente du SELL

Après un mandat de deux ans caractérisé par une implication forte du SELL sur des sujets structurants autour

Muriel Tramis est la première femme du secteur du jeu vidéo à recevoir la Légion d'honneur.

de la responsabilité de l'industrie et la valorisation de ses talents, Julie Chalmette a présenté sa candidature lors de l'assemblée générale de décembre 2018.

Saluée pour son investissement et l'action significative du SELL, Julie Chalmette a été réélue à l'unanimité pour un nouveau mandat de deux ans. ●





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 s'est impliqué dans la défense du crédit d'impôt jeu vidéo face aux volontés de réforme

La préparation du projet de loi de finances pour 2019 a vu émerger plusieurs initiatives visant à évaluer l'ensemble des crédits d'impôt culturels, qui se sont traduites par des tentatives parlementaires d'encadrement.

Le rapporteur général du budget tout d'abord, Joël Giraud, a mené une évaluation de ces crédits d'impôts dans le cadre du rapport sur l'application des mesures fiscales. Dans le même temps, l'inspection générale des finances a mené sa propre évaluation, pilotée par Alexandre Jevakhoff et François Hurard.

Le SELL a activement collaboré avec le CNC sur le sujet afin d'informer sur l'efficacité du crédit d'impôt jeu vidéo, ses résultats concrets sur la filière, ainsi que les retours budgétaires positifs qu'en retire l'État. Cela a permis d'aboutir à une évaluation plutôt positive du rapporteur général, qui a rappelé dans son rapport que la dépense bénéficie essentiellement aux TPE et PME, et que les dernières études montrent un ratio positif pour l'État, le crédit d'impôt générant plus de recettes qu'il ne coûte d'argent. Le rapport de l'Inspection Générale des Finances (IGF) n'a pour sa part pas été rendu public.

Cela illustre le fait que le gouvernement écoute désormais le secteur du jeu vidéo sur les enjeux économiques et fiscaux. Le Projet de Loi de Financement (PLF) a aussi été l'occasion pour le gouvernement de supprimer le financement par la DGE du fonds d'aide au jeu vidéo, qui ne sera désormais plus financé que par le CNC. Des amendements ont été déposés par M. Masségli et M. Gattolin pour revenir sur cette suppression mais n'ont pas été adoptés.

Le SELL a mené une importante action de sensibilisation des membres du groupe d'études jeux vidéo

À l'initiative de Denis Masségli, député LREM du Maine-et-Loire, le premier groupe d'études parlementaire français lié au jeu vidéo est né à l'Assemblée nationale. Le SELL avait fortement soutenu la création de ce groupe d'études, qui doit permettre de diffuser une meilleure connaissance de l'industrie au sein du Parlement et de disposer de députés portant une oreille attentive aux intérêts du secteur. Le SELL avait déjà pris contact avec M. Masségli avant même la création de ce groupe d'études et a pu intensifier ces relations tout au long de l'année 2018, en maintenant des rencontres régulières avec le député et son équipe.

Le SELL a aussi rencontré individuellement plusieurs des membres de ce groupe d'études, dont les vice-présidents Thierry Michels (LREM, Bas-Rhin), Thomas Mesnier (LREM, Charente) ou Christophe Bouillon (Soc, Seine-Maritime), les membres de la majorité appartenant à la Commission des affaires culturelles comme Céline Calvez (LREM, Hauts-de-Seine) ou Fanette Charvier (LREM, Doubs), ou encore ceux de la Commission des finances comme Pierre Person (LREM, Paris).

Une actualité toujours vive autour de la question de la protection du jeune public

Au cours de l'année 2018, le SELL a eu plusieurs occasions de promouvoir les différents dispositifs mis en place pour protéger le jeune public et informer les parents. Ainsi, le SELL a pu obtenir un long entretien avec la Présidente du CNC, Frédérique Bredin, afin de la sensibiliser sur l'existence et l'efficacité de PEGI et de Pédagojeux, dispositifs qu'elle ne connaissait que peu.

Au-delà du CNC, le SELL a continué son implication auprès du CSA. Ainsi, en janvier 2018, le syndicat a immédiatement été désigné comme membre du comité d'experts jeune public lors de sa mise en place par le CSA. Présidé par Carole Bienaimé-Besse et vice-présidé par Nicolas Curien, le comité d'experts jeune public est composé de personnalités aux compétences diverses et complémentaires, en prise directe avec le monde de l'enfance. Il est consulté par le CSA sur de nombreux sujets liés à la protection de l'enfance. La présence du SELL au sein de ce comité démontre parfaitement la légitimité acquise par le syndicat aux yeux des pouvoirs publics et la reconnaissance de la responsabilité prise par les acteurs du jeu vidéo sur ce sujet.

L'émergence et la régulation des loot boxes a constitué un enjeu important de l'année 2018

Le développement des loot boxes ces dernières années a amené les régulateurs européens puis français à se pencher sur ce nouveau modèle économique. Ainsi, l'Arjel s'est intéressé au sujet afin de déterminer s'il conviendrait de considérer les jeux vidéo proposant ce type d'offres comme des jeux d'argent en ligne, devant être régulés comme tels. Une telle approche aurait abouti à l'interdiction de leur commercialisation auprès des mineurs et à une réglementation très forte de ces offres, en décalage complet avec leur réalité opérationnelle.

Le SELL a mené des actions de pédagogie, tant auprès des parlementaires que des experts, notamment de l'Arjel, afin de bien clarifier la situation. Il s'agissait de s'assurer que les décideurs aient une vision claire et réelle de ce que sont les loot boxes, et du fait qu'elles ne peuvent être assimilées à des jeux d'argent, sauf dans les cas précis où les gains issus de ces boxes peuvent officiellement être échangés contre de l'argent. Ces différentes actions ont permis de mieux faire comprendre au régulateur les mécanismes sous-tendant les loot boxes et d'assurer leur exclusion des activités considérées comme des jeux d'argent.

Le SELL s'est impliqué au niveau européen sur les différents sujets internationaux: OMS et directive copyright

Une veille active sur le sujet de l'addiction a été menée et les dispositifs préexistants ont été valorisés, pour informer pleinement les institutionnels et décideurs. À cette occasion, le SELL a rencontré la direction du développement durable du ministère des Affaires étrangères, qui représente la France auprès de l'OMS sur le sujet, mais aussi la représentation permanente de la France auprès de l'OMS ainsi qu'à Bruxelles.

Au niveau national, Le SELL s'est aussi investi dans les états généraux des nouvelles régulations du numérique, initiative lancée par l'ancien secrétaire d'État chargé du Numérique, Mounir Mahjoubi. Le syndicat a renseigné les administrations sur les actions mises en place par l'industrie pour s'autoréguler, en présentant PEGI, PédaGoJeux et les résultats obtenus. Le SELL a également participé au colloque de Fédération Addiction, en mai 2018, afin de mettre en avant ces initiatives prises par l'industrie pour prévenir le jeu excessif et informer à la fois les joueurs et leur famille sur ce sujet. L'objectif était également de faire un pas vers la communauté scientifique pour se conseiller mutuellement.

Dans le cadre des travaux du Parlement européen sur la réforme de la directive copyright, le SELL a été très actif aux côtés de l'ISFE pour agir tant sur la position de la France dans les négociations européennes que sur celle des différentes institutions européennes.

Le travail du SELL a porté directement sur les articles 14 à 16 de la directive, afin de s'assurer que les nouvelles contraintes prennent en compte les spécificités concernant la création des jeux vidéo et ainsi ne freinent pas involontairement le développement du secteur en France, notamment s'agissant de la gestion des droits dans le cadre des œuvres pour lesquelles de nombreux contributeurs interviennent.

La Paris Games Week, un événement toujours très en vogue auprès des acteurs institutionnels

Comme chaque année, la Paris Games Week a pleinement rempli son rôle de vitrine du jeu vidéo auprès du grand public, mais aussi de l'ensemble des acteurs institutionnels. Cette édition a notamment été marquée par la remise de la Légion d'honneur à Muriel Tramis par le secrétaire d'État chargé du Numérique, Mounir Mahjoubi, encore en poste à ce moment. Le nouveau ministre de la Culture, Franck Riester,

nommé depuis quelques jours à peine, a tenu lui aussi à être présent à la Paris Games Week, en faisant ainsi une de ses premières sorties officielles.

Le gouvernement a, en outre, été représenté par la visite de la secrétaire d'État chargée des Personnes handicapées, Sophie Cluzel, qui a ainsi pu découvrir les nombreuses innovations réalisées dans le secteur vidéoludique pour favoriser l'accessibilité, ainsi que l'inclusion par le jeu vidéo. Les équipes de la secrétaire d'État chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les discriminations ont aussi tenu à faire le déplacement.

La présidente du CNC, Frédérique Bredin, a elle aussi été présente sur le salon afin de mieux s'imprégner des réalités de l'industrie. Le Parlement n'était pas en reste,

puisque des délégations de députés et de sénateurs se sont rendues à la Paris Games Week au cours de visites de plusieurs heures, afin de pleinement découvrir cet univers, son économie et les actions de responsabilité menées par l'industrie.

Parmi les parlementaires qui se sont rendus à la Paris Games Week, on peut notamment relever la venue à plusieurs reprises du président du groupe d'études jeux vidéo, Denis Masségli, de la rapporteure pour avis de la mission relative au jeu vidéo du Budget, au nom de la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale, Céline Calvez, du président du groupe d'amitié France-Chine de l'Assemblée, Buon Tan, ou encore du sénateur de la Saône-et-Loire Jérôme Durain, auteur du rapport sur le développement de l'Esport. ●





LA PARIS GAMES WEEK 2018

PARIS GAMES WEEK 2018 LES NOUVEAUTÉS

FAMILLES, TALENTS ET COMMUNAUTÉS SE SONT RASSEMBLÉS DANS UNE AMBIANCE FESTIVE.

Paris Expo - Porte de Versailles a accueilli cette année plus de 316 000 visiteurs en son sein à l'occasion de la Paris Games Week. Un espace de 80 000 m² consacrés aux jeux vidéo, où les participants ont pu découvrir les nouveautés du secteur et partager leur passion. 188 exposants étaient présents avec 223 marques représentées.

La Paris Games Week a eu la joie d'ouvrir cette nouvelle édition avec la remise de la Légion d'honneur à

Madame Muriel Tramis, première femme du secteur à la recevoir.

La Paris Games Week Symphonic a fait son retour pour une deuxième édition exceptionnelle, en collaboration avec le pionnier des concerts symphoniques de jeu vidéo, Tommy Tallarico, créateur de Video Games Live. Les passionnés se sont retrouvés au Dôme de Paris (anciennement Palais des sports) pour apprécier la beauté des bandes originales de leurs jeux préférés. ●



«Au fil des années, la Paris Games Week a su s'imposer dans le calendrier des grands événements français, devenant un rendez-vous incontournable. C'est le moment où les communautés de passionnés se retrouvent et partagent dans la bonne humeur leur amour pour le jeu vidéo. C'est une véritable force pour notre industrie, qui démontre tout son potentiel lors de ces cinq jours au Parc des expositions. La Paris Games Week est l'occasion pour le SELL de démontrer aux ministres, aux institutionnels et aux parlementaires toute la richesse et la diversité de notre univers.»

Emmanuel Martin, Délégué général du SELL.

TOUTES LES FACETTES DU JEU VIDÉO SE SONT EXPRIMÉES AU COURS DE L'ÉVÉNEMENT. LE SELL S'EST PARTICULIÈREMENT ATTACHÉ À DÉVELOPPER DES ANIMATIONS ET À OFFRIR L'OPPORTUNITÉ AUX ACTEURS DU SECTEUR DE RENCONTRER LEUR PUBLIC.

Jouez comme vous êtes

L'accessibilité est un axe de travail important pour la Paris Games Week et pour le secteur du jeu vidéo dans son ensemble. L'organisation a travaillé avec l'association CapGame pour rendre le salon plus accessible. Un espace a été mis à disposition des associations proposant de découvrir les innovations dans le secteur et les différentes actions mises en place. Pour compléter cet investissement, un show match a été organisé sur la scène PGW avec une équipe handi-Esportive mixte.

Stand et concours cosplay

Présents depuis toujours, les cosplayers ont été mis à l'honneur lors de cette 9^e édition de la Paris Games Week. Avec la participation de l'association Imagin'Con, un stand cosplay proposait une boutique de vente de matériel créatif, la fabrication en direct d'un costume par Nad Cosplay, la présence de divers invités et un photocall. Les animations cosplays se sont également déroulées sur la scène PGW avec l'organisation d'un concours spécial jeu vidéo et la sélection Île-de-France à la Coupe de France de cosplay.

Grand Poitiers et Silver Geek

Première collectivité territoriale à rejoindre la Paris Games Week, Grand Poitiers est venu à la rencontre des visiteurs pour leur présenter les investissements du territoire dans l'Esport. Avec un programme destiné aux Esportifs mis



en place au CNRS, le soutien d'une équipe de joueurs de haut niveau ou encore l'implication dans l'organisation de la Gamers Assembly, Grand Poitiers offre un panorama intéressant de l'investissement des territoires dans l'Esport. Le stand a également accueilli durant deux journées l'équipe rochellose championne de France de Silver Geek, association promouvant le lien intergénérationnel grâce à l'Esport, avec l'organisation de compétitions Esportives à destination des seniors. Un show match contre une équipe de l'Ehpad Korian de Clairefontaine a enthousiasmé les visiteurs sur la scène de la PGW.

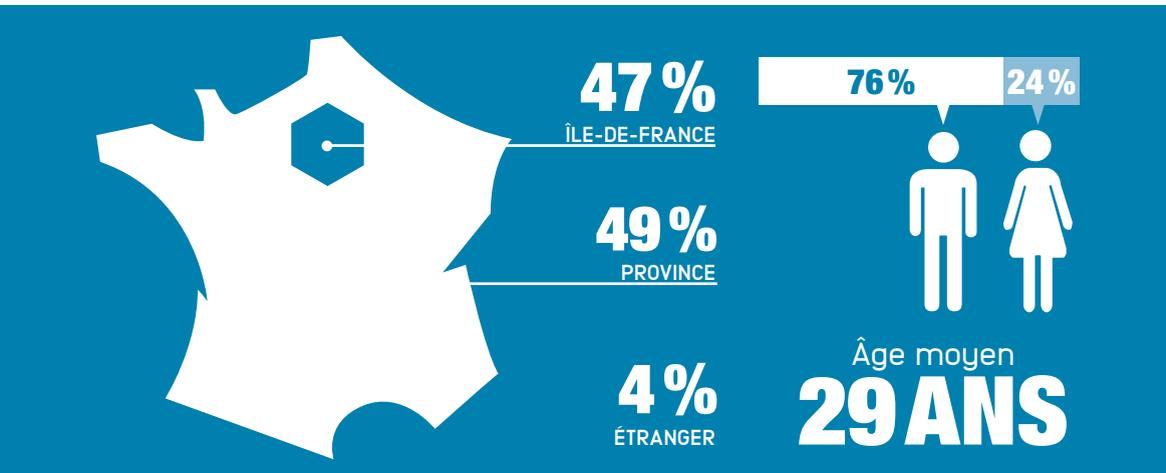
Africa Corner

Les studios africains LimPio Studio, Weza Interactive, MOGMedia Design, Masseka Game Studio, Frontfire et Studio Lomay étaient à l'honneur sur un stand dédié, où les productions de cinq pays du continent étaient présentées. De Madagascar au Kenya en passant par l'Algérie, la Centrafrique, le Niger et le Togo, les acteurs du jeu vidéo africain se sont mobilisés pour ce projet. ●



PARIS GAMES WEEK 2018 LES CHIFFRES CLÉS

POUR LA 9^E ÉDITION DE LA PGW :
316 000 VISITEURS RÉUNIS
PAR LA PASSION DU JEU VIDÉO



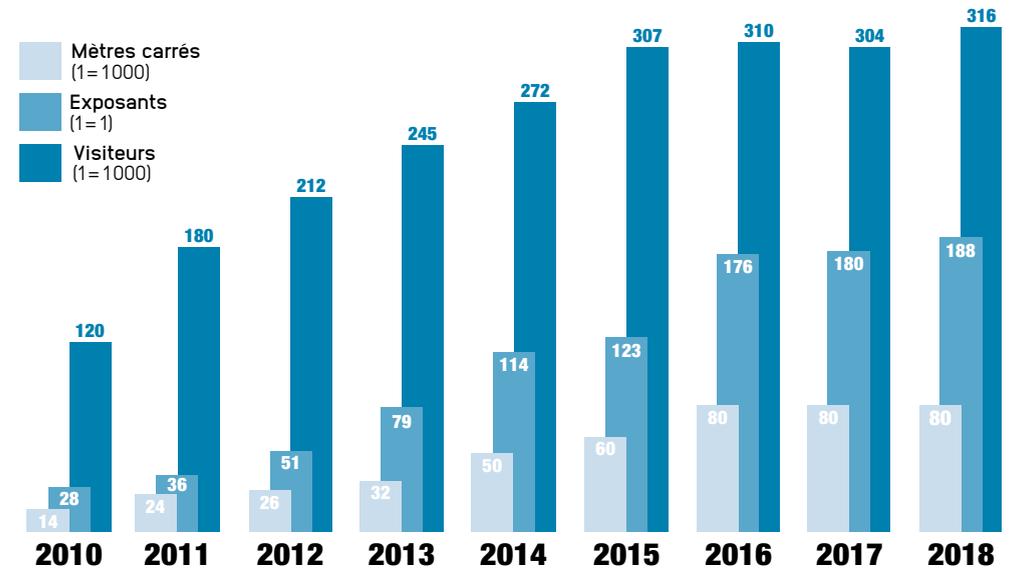
FOCUS VISITES DE LA PGW

56%
VENAIENT
POUR LA
PREMIÈRE FOIS

ILS VISITENT LE SALON PRINCIPALEMENT...
54%
ENTRE AMIS

73%
pour découvrir
des nouveautés

72%
visite « plaisir »
pour l'ambiance



MÉDIA

2870
ARTICLES ET SUJETS
DONT : **240** SUJETS
ET **14H** TV&RADIO
+ **2 440** ARTICLES
SUR LE WEB

190
ARTICLES DANS
LA PRESSE ÉCRITE

1252
JOURNALISTES ACCRÉDITÉS

1011
INFLUENCEURS
ACCRÉDITÉS



RÉSEAUX SOCIAUX : UNE COMMUNAUTÉ GLOBALE DE PLUS DE 848 000 FANS*

153 000
FANS
f
+ **2%** de croissance

631 000
FOLLOWERS

- **2%** de croissance

49 000
ABONNÉS

+ **48%** de croissance

7 125
FANS

+ **37%** de croissance

TOTAL DES
MENTIONS
518 918

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

* Chiffres arrêtés à fin décembre 2018



« Cette année encore, Juan-les-Pins a été une terre d'accueil particulièrement agréable pour cette édition 2018. L'ambiance et l'implication des équipes ont offert des conditions excellentes pour ces sessions de travail indispensables. L'IDEF est pour nous un moment important, alliant convivialité et efficacité permettant ainsi de mettre en perspective notre marché. L'édition 2019 promet d'être d'autant plus importante et nous travaillons dès à présent à proposer un événement dynamique et inspirant. »

Julie Chalmette, Présidente

IDEF 2018

La 13ème édition de l'IDEF s'est tenue pour la troisième année consécutive à Juan-les-pins, les 2, 3 et 4 juillet 2018. Prenant place au Palais des Congrès de Juan-Les-Pins, l'événement a offert un cadre idéal pour les rencontres d'affaires et le networking. Les éditeurs Activision Blizzard, Bandai Namco Entertainment, Bethesda, Capcom, Electronic Arts, Just For Games, Koch Media, Sony Interactive Entertainment, Take-Two Interactive et Ubisoft, étaient présents.

Cette édition s'est ouverte sur une conférence qui a été l'occasion de faire un point global sur l'E3, sur les outils du marché (GSD) et sur PEGI. C'est ensuite Alexei Kounine, directeur de l'Innovation chez Selligent Marketing Cloud, qui a présenté aux participants une keynote sur le thème de l'Intelligence Artificielle au service de la distribution.





INFORMER & PROTÉGER

Le SELL a toujours œuvré aux côtés de ses homologues européens au développement responsable du secteur du jeu vidéo. Il s'est ainsi investi pour la reconnaissance institutionnelle du système de classification PEGI. Le gouvernement français a ainsi officiellement homologué PEGI : le décret inscrit dans la loi l'utilisation obligatoire d'un système de classification

par âge et par risque pour la vente de jeu vidéo. Cette homologation a permis d'asseoir le système de classement mis en place depuis 2003. Elle démontre par ailleurs qu'une initiative collective et volontaire mise en place par des professionnels responsables peut garantir un cadre stable et sécurisé au public.

PEGI, à l'écoute des évolutions du marché



Cette année, PEGI a introduit un nouveau descripteur de contenu afin d'informer les parents de la possibilité de dépenser de l'argent dans certains jeux vidéo. « Achats intégrés » est déjà un des descripteurs

utilisés par PEGI pour les jeux dématérialisés notamment sur mobile (suivant la classification IARC – International Age Rating Coalition). Le nouveau descripteur « Achats intégrés » s'est donc appliqué à tous les jeux qui offrent la possibilité d'acquérir des biens virtuels avec de l'argent réel.

Le Guide PEGI, un support pour expliquer et comprendre la signalétique

Lancé en 2016, ce guide, mis à jour en 2018, est axé autour des informations clés de PEGI : sa création, son fonctionnement, son processus d'attribution, sa direction, sa compréhension et surtout son utilisation à travers les contrôles parentaux. L'objectif de cette publication est d'être diffusée auprès des institutions et des relais d'informations, pour promouvoir le système de classification et développer les connaissances autour de ce dernier.



Voyage de presse

Le SELL a organisé fin décembre 2018 un voyage de presse pour permettre aux médias français de rencontrer l'institution de classification VSC à Londres. M6, *Le Monde des ados* et jeuxvideo.com ont ainsi participé à cette expédition au Royaume-Uni pour observer en direct les équipes de testeurs qui s'occupent d'attribuer aux jeux vidéo les PEGI 12, 16 et 18.

Contenus vidéo

Pour appuyer la diffusion des connaissances autour de PEGI, deux contenus vidéo ont été réalisés. Le premier est un documentaire qui permet de définir plus largement ce qu'est le système de classification. Le deuxième, plus court, a été diffusé sur les réseaux sociaux début décembre, dans l'objectif de sensibiliser les parents en vue des achats de Noël. ●





PEDAGOJEUX.FR LE SITE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION SUR LE JEU VIDÉO

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, le collectif développe un réseau d'ambassadeurs : des structures publiques ou associatives qui œuvrent dans les domaines de la sensibilisation et de l'information auprès des familles. Ce programme a reçu, en 2014, le label du Défenseur des droits lors de la célébration du 25^e anniversaire de la Convention des droits de l'enfant.



RESPECT ZONE LE LABEL DE L'ÉDUCATION AU RESPECT

Le SELL soutient depuis sa création l'association entend proposer un outil Respect Zone, un label inédit pour pédagogique moderne de lutte contre contrer positivement la cyber-violence et promouvoir le respect sur Internet. les comportements toxiques présents sur le Web.



Créée en 2014, Respect Zone est une initiative associative accessible à tous ceux qui souscrivent au principe de respect sur Internet ainsi qu'à la charte Respect Zone. Avec ce label, Le SELL offre à Respect Zone un terrain d'expression et de communication à chaque édition de la Paris Games Week : stand de sensibilisation, labellisation de stands ou bien encore rencontres d'influenceurs.

GAMECODE UNE APPLICATION DE CRÉATION DE JEUX VIDÉO POUR LES 9-14 ANS

Avec GameCode, les enfants s'initient à la programmation, découvrent les secrets de fabrication des jeux vidéo et créent leurs propres jeux. L'application, créée avec le soutien du SELL, a officiellement été lancée lors de la Paris Games Week 2015 à travers des ateliers organisés avec Tralalere sur l'espace PédagoJeux. En 2016, le programme a été expérimenté dans de nombreuses classes d'écoles primaires et de collèges.



Inutile d'être un petit génie de l'informatique pour pouvoir utiliser GameCode : l'application est conçue en priorité pour un usage à l'école et dans le cadre d'activité périscolaires.

L'application est disponible gratuitement sur le site www.code-decode.net. GameCode permet aux 9-14 ans de découvrir les coulisses de la fabrication d'un jeu vidéo en abordant les notions de la programmation. Ludique et éducative, elle permet de créer son propre jeu tout en développant sa culture numérique.

GameCode s'appuie sur un parcours guidé et un dispositif pédagogique complet (fiches, évaluations, gestion de classes...) qui facilitent la mise en œuvre d'ateliers d'initiation au code et à la culture des jeux vidéo. GameCode est une production Tralalere, réalisée en partenariat avec PédagoJeux, avec le soutien du SELL et de l'Union européenne. L'application bénéficie également du soutien de la Caisse des dépôts et consignations, dans le cadre des projets d'investissements d'avenir.



SOUTIEN AUX INITIATIVES POUR LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR

France Esports : un enjeu fort de structuration pour notre secteur

Créée en avril 2016, l'association France Esports s'est constituée autour de trois collègues représentant les principaux acteurs de l'Esport : les éditeurs, les joueurs et les promoteurs (organisateur d'événements, diffuseurs ou équipes). Cette année, France Esports a réalisé le premier baromètre de l'Esport, une étude réalisée auprès d'un échantillon de 4500 personnes qui a permis d'en apprendre plus sur la consommation et la pratique de l'Esport en France. Le SELL s'investit beaucoup dans l'association pour favoriser le développement du secteur, en France comme à l'international. En effet, France Esports a rencontré, à l'occasion de l'International Esports Federations Summit, de nombreuses associations homologues en Europe, dans l'idée de structurer ensemble et de façon cohérente l'Esport en Europe.



Women in Games : promouvoir la mixité pour accroître la créativité

Après une année riche en initiatives pour encourager les femmes à rejoindre le secteur du jeu vidéo en France, l'association continue son action à travers de nombreux projets. La promotion de la mixité dans l'industrie du jeu vidéo est un enjeu essentiel, aussi bien pour son impact sociétal que pour la créativité générée qui est bien plus importante dans les équipes diversifiées. Rencontres, tables rondes, interviews... l'association a su prendre la parole pour dynamiser notre industrie. En collaboration avec le SELL, Women in Games a mis en place tout au long de l'année 2018 des formations sur la prise de parole en public à destination de ses membres, et a également pu rencontrer les visiteurs de la Paris Games Week.



CapGame : rendre le jeu vidéo accessible à tous

L'association travaille, depuis 2013, à faciliter la pratique du jeu vidéo pour les personnes en situation de handicap. 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 engagée dans cette démarche à travers cinq axes d'actions dont les tests de jeu, le développement de solutions logicielles et matérielles, la recherche, l'Esport, mais aussi l'accompagnement des professionnels du jeu vidéo. Jérôme Dupire, le fondateur de l'association, détaille toutes ces initiatives dans une vidéo réalisée par Crush Production pour le SELL, disponible sur la chaîne YouTube SELL TV. De plus, cette année, CapGame a coanimé pendant la Paris Games Week un espace dédié à l'inclusion des personnes en situation de handicap. L'association a également organisé, en collaboration avec le SELL, une compétition d'handi-Esport.

(établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes) de s'initier aux nouvelles technologies et à la pratique des jeux vidéo, accompagnés par de jeunes volontaires en service civique. L'effervescence du projet a permis à l'association Grand Poitiers d'organiser une grande compétition régionale, dont la finale s'est déroulée à la Gamers Assembly. Cette année, la Paris Games Week a également eu la joie d'accueillir un duel de taille entre les grandes gagnantes de la finale et deux seniors représentantes de la région Île-de-France. La rencontre a permis au SELL de mettre en avant l'association dans une vidéo touchante disponible sur SELL TV. ●

Silver Geek : le jeu vidéo réunit 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 établissements Ehpad





CRÉATION DE CONTENUS DE RÉFÉRENCE

LE SELL A DÉVELOPPÉ DES DISPOSITIFS IMPORTANTS POUR METTRE EN LUMIÈRE DES SUJETS ESSENTIELS POUR LE SECTEUR. LE SELL SE FAIT LE PORTE-PAROLE DES VALEURS DU JEU VIDÉO : CRÉATIVITÉ, RESPONSABILITÉ, PARTAGE, DIVERSITÉ ET DÉCOUVERTE.

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

Le SELL crée chaque année plusieurs éditions de *L'Essentiel du jeu vidéo* qui retranscrivent les différentes études autour du marché, du profil et des habitudes de consommation des joueurs. Cette année, un hors-série autour de la signalétique PEGI a complété les publications du SELL.



FÉVRIER



Motion Design



Vidéo
Les femmes dans l'industrie du jeu vidéo
Épisode 2

MAI



Vidéos
Game In Progress
5 épisodes

JUILLET



SEPTEMBRE



Vidéos
Art et jeux vidéo
5 épisodes

OCTOBRE



NOVEMBRE



Vidéo
Focus
Silver Geek

DÉCEMBRE



Vidéo
Jouez comme vous êtes



Vidéos PEGI
Documentaire +
Format CUT



UNE DIMENSION CULTURELLE ET ARTISTIQUE: JEU VIDÉO ET TALENT

LE SELL A INTENSIFIÉ EN 2018 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.

Game in Progress

Afin de retranscrire avec la plus grande fidélité toutes les étapes de la création, le SELL a interrogé une grande diversité d'acteurs de l'industrie du jeu vidéo, français et internationaux, parmi lesquels : Arkane Studios, Asobo Studio, CD Projekt RED, Eidos Montréal, Firaxis Games, MachineGames, Ubisoft et Tarsier Studios. Game In Progress est découpé en cinq épisodes, chacun dévoilant les coulisses d'une étape importante dans la conception d'un jeu vidéo.



Art & Jeu vidéo

Cette série documentaire met en lumière la relation entre les arts et le jeu vidéo. Véritable culture populaire, le jeu vidéo ne cesse d'accroître son audience et compte des millions de passionnés à travers le monde. Toutefois,

sa dimension artistique est parfois méconnue. Le processus de création d'un jeu vidéo fait appel à de nombreux artistes s'inspirant des arts majeurs pour donner vie à des œuvres d'une grande diversité. De la même manière, le foisonnement créatif de l'industrie vidéoludique inspire toujours plus d'artistes.

Checkpoint

Promouvoir la richesse jeu vidéo passe également par la mise en avant de ses créateurs. Sur le modèle du questionnaire de Proust, le SELL est allé à la rencontre des personnalités et talents qui font le jeu vidéo pour permettre de mieux connaître leurs goûts, caractères ou encore leurs aspirations.



DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DU SELL

STATS VIDÉO

Total des vues

608 000

dont 384 000 sur YouTube

Taux de complétion YouTube : 45 %

Taux de likes YouTube : 87 %

SELL





PÉRENNISATION DE LA PRÉSENCE MÉDIATIQUE DU SELL

26 COMMUNIQUÉS
DE PRESSE

1 CONFÉRENCE DE PRESSE :
PARIS GAMES WEEK 2018

85
INTERVIEWS

2

VOYAGES DE PRESSE

E3 AVEC TF1 / CNEWS / LE FIGARO
LE PARISIEN / LE POINT POP

PEGI / VSC AVEC M6 / JEUXVIDEO.
COM LE MONDE DES ADOS

5700

RETOMBÉES PRESSE

DONT 2 870 CONSACRÉES À
LA PARIS GAMES WEEK

45 REVUES DE PRESSE
HEBDOMADAIRES

BILAN MARCHÉ 2017

248 RETOMBÉES DONT



« Croissance record pour
le jeu vidéo en 2017 »



« La forme insolente du jeu
vidéo en France »



« La filière du jeu vidéo
en plein boom en France »

Les Echos

« Encore une année de croissance soutenue
sur le marché français du jeu vidéo »

Europe 1

« Les jeux vidéo : premier marché culturel
en France et qui progresse encore de 17 %
cette année ! »



Challenge*



ANNONCE DU NOUVEAU DESCRIPTEUR PEGI : « ACHATS INTÉGRÉS »

81 RETOMBÉES DONT



« Un logo pour signaler les jeux vidéo
proposant des achats intégrés »

l'express

« Jeu vidéo : un logo "achats
intégrés" devra être affiché »



« Jeu vidéo : une signalétique
européenne pour informer les
parents sur les achats intégrés »

Le Monde

« Les contenus optionnels payants
vont être signalés sur les boîtes
de jeux vidéo »

LE FIGARO

« Un nouveau logo pour signaler les jeux
vidéo qui font dépenser de l'argent »

Europe 1

« Jeux vidéo : une signalétique
européenne pour informer les parents
sur les achats intégrés »

STRATÉGIES

« Jeux vidéo : les achats intégrés
désormais signalés »

20
minutes

« Jeux vidéo : une signalétique
européenne pour informer les parents
sur les achats intégrés »



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, 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.



LE SELL, CERTIFIÉ PAR L'AFNOR

Le SELL est certifié comme étant conforme à la certification QUALI'OP.
« Prestations de service délivrées par une organisation professionnelle à destination de ses adhérents »

Conçue pour les organisations professionnelles, la certification Engagement de service - QUALI'OP est une démarche qualité qui **certifie les bonnes pratiques du SELL en matière d'actions d'influence et de communication, d'organisation du travail et de relations avec les adhérents.**

C'est pour tous nos adhérents le gage du souci constant de professionnalisme et d'efficacité de l'équipe du SELL.





RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION

Nombre de répondants : 29/232

Taux de réponse : 13 %

Nombre d'entreprises répondantes : 11/22

Taux de réponse : 50 %

100 % des adhérents se déclarent satisfaits du SELL
et jugent son action efficace ainsi que son organisation
dynamique, dont 52 % sont très satisfaits.

- 1/ Assurer la promotion et la communication de l'image et des valeurs du jeu vidéo
- 2/ Défendre, promouvoir et représenter les entreprises du secteur auprès des instances nationales et européennes
- 3/ Assurer le développement et l'organisation de la Paris Games Week
- 4/ Assurer la veille et l'information des adhérents en matière législative, juridique et technique
- 5/ Assurer la communication des données marché

AFFAIRES PUBLIQUES

ACTIONS

VISIBILITÉ

100 %

dont **43 %**
sont très satisfaits

100 %

dont **29 %**
sont très satisfaits

COMMUNICATION

Opinion sur la promotion de l'image du jeu vidéo

100 %

dont **38 %**
sont très satisfaits

SUPPORTS DE COM

L'Essentiel du jeu vidéo **100 %**
 Communiqués et dossiers de presse **100 %**
 Conférences de presse **100 %**
 Revues de presse hebdomadaires **95 %**
 Site Internet SELL **95 %**
 Réseaux sociaux SELL **95 %**
 Contenus vidéo **95 %**

SUPPORTS D'INFORMATION

Rapport d'activité **100 %**
 Newsletters adhérents **100 %**
 Conférences de presse **100 %**
 Revues de presse **95 %**



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/SELL_TV)

www.sell.fr