

RAPPORT

D'ACTIVITÉ 2023



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

RAPPORT

D'ACTIVITÉ 2023

ÉDITO



Chères adhérentes,
chers adhérents,

L'année 2023 aura été particulièrement riche pour le jeu vidéo et marquée par une intense activité du SELL, dans un

contexte de renouvellement important de l'équipe! Affaires publiques, communications, Paris Games Week, l'association s'est très fortement mobilisée au service de ses adhérents.

Un mot tout d'abord de ce renouvellement d'équipe dans lequel je m'inclus. Ma première année de présidence aura été marquée par les arrivées de trois nouveaux permanents au sein du SELL: Éléa Colpart, comme «responsable Communication», Benjamin Niang, comme «responsable Affaires publiques et Europe» et Vincent Gaudin comme «responsable Évènementiel». Avec ces nouveaux talents en son sein, l'association a pu repenser et redynamiser ses actions. Je tiens à les remercier en votre nom pour le travail accompli dès leurs premiers mois.

Il est difficile de résumer une année d'actions, mais certains faits marquants ont jalonné 2023, permettant de faire avancer la cause du jeu vidéo!

La Paris Games Week 2023, revenue sur trois halls, a permis d'accueillir nos communautés de passionnés, de faire briller les dernières nouveautés du secteur et le dynamisme de nos licences, grâce au formidable travail réalisé par vos équipes, avant et pendant l'évènement. La présence de cinq ministres et de très nombreuses institutions publiques a définitivement installé l'évènement comme la rencontre incontournable de notre industrie avec les pouvoirs publics. Nous avons même refermé cette édition sur un mot de félicitation délivré par le président de la République; une marque forte du travail accompli et de reconnaissance de tout l'écosystème.

Sur les plans de la communication et de l'expertise, nous avons poursuivi le travail du SELL pour mieux faire connaître le marché et l'état des pratiques auprès des médias spécialisés et généralistes, en nous attachant à valoriser la dimension de plus en plus sociale et communautaire du jeu vidéo, ainsi que sa formidable vitalité économique. Nos deux publications «L'Essentiel du jeu vidéo» et «Bilan marché» ont été massivement reprises dans les médias et nos messages-clés largement relayés tout au long de l'année!

Sur le volet jeu vidéo responsable et les partenariats noués de longue date par le SELL avec l'ensemble des associations œuvrant dans l'écosystème, nous avons là aussi multiplié les actions positives. Citons par exemple l'action engagée aux côtés de WIG (Women In Games) autour du programme «Boost!» visant à former des femmes dirigeantes de l'industrie, ou encore le projet «Avenir en Jeu» mené par Capital Games en faveur de l'inclusion dans l'emploi (job de bêta-testeurs) de jeunes en situation de grand décrochage scolaire. En parallèle de ces projets qui ont démontré le rôle positif du jeu vidéo, nous avons finalisé notre «guide green», qui est le premier guide de notre secteur recensant toutes les démarches positives déjà engagées en matière de responsabilisation environnementale!

Voici un rapide échantillon des actions menées avec vous tout au long de l'année. Nous vous remercions par ailleurs pour votre participation active à toutes les commissions, qui rythment pendant toute l'année la vie de notre association: juridique, communication, PGW, RSE, eSport ou datas. C'est grâce à ces échanges que l'association peut pleinement jouer son rôle au service de ses adhérents.

Je vous laisse maintenant découvrir le détail de nos actions 2023 dans ce rapport d'activités préparé par l'équipe du SELL.

JAMES REBOURS
PRÉSIDENT DU SELL

SOMMAIRE

LE SELL	07
Qui sommes-nous?	07
Les adhérents	08
Le Conseil d'administration	09
Nos missions	10
Nos interlocuteurs	12
REPRÉSENTER LES ÉDITEURS DE JEUX VIDÉO	14
Les affaires publiques	14
INFORMER, PROTÉGER ET SOUTENIR LES INITIATIVES	18
Informier et protéger	18
Favoriser l'inclusion	20
Women in Games	20
La bourse jeux vidéo	21
Formation «Avenir en Jeu»	22
CapGame	23
PROMOUVOIR LE JEU VIDÉO	24
Paris Games Week	24
L'Interactive & Digital Entertainment Festival (IDEF)	25
L'Essentiel du jeu vidéo	26
Le SELL dans les médias	28
Écosystème digital	30
LA VIE DU SYNDICAT	32

LE SELL QUI SOMMES-NOUS ?

Le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs est une association professionnelle créée en 1995 et composée des entreprises du secteur du jeu vidéo. Avec vingt-quatre adhérents, dont deux membres associés, le SELL est le porte-parole des acteurs du jeu vidéo auprès du jeu vidéo, auprès des institutions, des médias, des familles, des joueuses et des joueurs. 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 leurs créations.

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 joueuses, des joueurs et des familles aux bonnes pratiques pour en profiter sereinement.

En 2023, deux nouvelles entreprises du secteur ont rejoint le SELL, RIOT GAMES en tant que membre actif et TENCENT comme membre associé.



LES ADHÉRENTS


























LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHRISTOPHE HAVART

Bandai Namco Entertainment

SOPHIE CARABALONA

Electronic Arts

GEOFFROY SARDIN

Focus Entertainment

YVES BLEHAUT

Microïds

CÉDRIC MIMOUNI

Microsoft

PHILIPPE LAVOUÉ

Nintendo

JAMES REBOURS

Plaion

GUILLAUME DE FONDAUMIÈRE

Quantic Dream

EMMANUEL GRANGE

Sony Interactive Entertainment

FLORENT MOREAU

Square Enix

PATRICK BELLAICHE ET MICHEL MAGNE

Take-Two Interactive

BÉNÉDICTE GERMAIN

Ubisoft

YVES ELALOUF

Warner Bros. Games

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, du SELL et d'Ubisoft.

CNC: membre de la commission sur la mixité dans le secteur culturel.

ARCOM: membre de la commission de la protection du jeune public.

ORIENTATION STRATÉGIQUE du Conseil national du numérique.

VGE (VIDEO GAMES EUROPE): membre du conseil d'administration.

FRANCE ESPORTS: membre du conseil d'administration.



© Nicolas Gavet

Informier, protéger et soutenir les initiatives responsables

Depuis sa création, le SELL est engagé dans une volonté de responsabilité sociétale d'entreprise, avec pour démarche l'information et la protection du consommateur, mais aussi l'inclusion, la diversité, la sobriété numérique et l'accessibilité.

PEGI: créé en 2003, PEGI (Pan European Game Information) est le système européen de classification des jeux vidéo. Il informe sur les contenus de chaque jeu et indique l'âge minimum conseillé pour y jouer.

PEGI est présent dans plus de trente-huit pays, a ratifié plus de trente-cinq mille jeux ainsi que des millions d'apps et regroupe plus de deux mille cinq cents sociétés membres.

PÉDAGOJEUX: collectif créé en 2008 de l'union des acteurs de la sphère publique, de l'industrie et du monde associatif qui se donne pour mission de sensibiliser et d'aider à la compréhension de l'usage 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. Le SELL mène ses actions de promotion à travers des prises de parole ponctuelles et surtout lors de deux événements incontournables: l'IDEF et la Paris Games Week.

IDEF: événement professionnel créé en 2006 par le SELL, l'Interactive & Digital Entertainment Festival est le rendez-vous des acteurs français du marché du jeu vidéo et des loisirs interactifs. Il se déroule

chaque année au début de l'été. Constructeurs, éditeurs, accessoiristes et distributeurs s'y retrouvent pendant trois jours lors de rendez-vous d'affaires pour structurer la fin d'année.

PARIS GAMES WEEK: l'édition 2023 « Next Level » a accueilli 180 000 visiteurs et 142 exposants sur trois halls, rassemblant un public de fidèles autant que de nouveaux visiteurs attirés par une offre renouvelée. Cette dernière édition marque un tournant de l'histoire de la PGW qui s'est ouverte aux nouveaux univers de la pop culture.



Paris Games Week 2023

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 les habitudes de consommation et d'achat des joueurs. Plusieurs panels sont constitués dans le but d'effectuer ces analyses.

PANEL GSD, GAME SALES DATA (DISTRIBUTEURS ET DIGITAL): VGE/Sparkers.

PANEL GAMETRACK (CONSUMMATEURS): VGE/Ipsos.

PANEL DATA.AI (MOBILE): VGE.

PANEL IDC (HARDWARE ET ÉCRANS PC GAMING): SELL.

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 Video Games Europe (VGE), présidé par Hester Woodliffe (Warner Bros. Games). 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 HOMOLOGUES À L'INTERNATIONAL

<https://www.videogameseurope.eu/about/our-membership/>

ukie

SPIDOR

ID E

game

Italian Interactive Digital Entertainment Association

Verband der deutschen Games-Branche

AEVI
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS

esa
entertainment software association

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION OF CANADA

UBV&G
UNIÃO BRASILEIRA DE VÍDEO E GAMES

KGAMES
한국게임산업협회 Korea Association of Game Industry

iesa
INTERACTIVE ENTERTAINMENT SOUTH AFRICA

IGEA
interactive games & entertainment association

VG FN
DUTCH VIDEO GAMES INDUSTRY

OVUS
Österreichischer Verband für Unterhaltungssoftware

siea
swiss interactive entertainment association

RGDA
ROMANIAN GAME DEVELOPERS ASSOCIATION

AEPDU

ANGI
ASSOCIATION FOR THE NORDIC GAME INDUSTRY

NOS ADHÉSIONS ET MANDATS

VIDEO GAMES EUROPE +

Arcom

CSPLA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA PROPRIÉTÉ LITTÉRAIRE ET ARTISTIQUE

ifcic
Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles

PEGI
Pan European Game Information

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

NOS PARTENAIRES ASSOCIATIFS

snjv

CAPITAL GAMES

PédaGoJeux.fr
LE JEU VIDÉO EXPLIQUÉ AUX PARENTS

WOMEN IN GAMES FRANCE

CapGame

SilverGEEK

LES AFFAIRES PUBLIQUES

Le SELL a mobilisé une part significative de son action en matière d'affaires publiques autour des enjeux de contrôle parental. Il ne s'agit toutefois pas de la seule problématique traitée par le SELL, puisque nous nous sommes aussi mobilisés sur la question des Jeux à Objets Numériques Monétisables (Jonum), la remise en cause du crédit d'impôt jeux vidéo, l'encadrement des influenceurs, etc. Au-delà de ces enjeux législatifs et réglementaires, la préparation de la Paris Games Week pour en refaire un outil majeur au service de la promotion du secteur auprès des pouvoirs publics a été une préoccupation des équipes du SELL au cours de cette année.



La création d'un nouveau cadre juridique pour les Jeux à Objets Numériques Monétisables

À la suite de la consultation qu'avait lancée l'IGF (Inspection générale des finances) à la fin de l'année 2022 sur le cadre juridique applicable aux jeux vidéo Web3, le Parlement s'est saisi de la question de ces nouveaux types de jeux à travers le projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique. Un nouveau cadre a été proposé entre gaming et gambling, le SELL s'est assuré que, conformément à la doctrine de l'ANJ (Autorité nationale des jeux), il n'y ait pas de confusion entre l'industrie du jeu vidéoludique et d'autres industries.

La priorité du SELL a été de faire comprendre au législateur et à l'administration la différence pouvant exister entre les jeux proposant des « loot boxes » (fonctionnant en boucle fermée sans possibilité de « cash out » à l'extérieur du jeu) et ce nouveau type de jeux, qui présente des caractéristiques pouvant être assimilées à des jeux d'argent. Le SELL a

ainsi réussi avec succès à éviter la confusion entre ces mécaniques de jeux. Le SELL a aussi souhaité assouplir les possibilités pour les éditeurs de jeux vidéo de proposer des expérimentations dans le secteur ou d'introduire une différenciation entre les jeux basés sur des logiques de jeux d'argent et les jeux vidéo présentant seulement des éléments de Web3 à titre accessoire, sans succès.

Dans ce cadre, le SELL a mené un dialogue suivi avec les parlementaires impliqués sur le dossier, à la fois à l'Assemblée et au Sénat, mais aussi avec les cabinets ministériels concernés et les administrations compétentes. Le SELL a collaboré avec le SNJV afin que les jeux vidéo, contenant des éléments de jeu gagné grâce au hasard sans possibilité de monétisation à l'extérieur des jeux, ne tombent pas dans un nouveau régime comprenant de nombreuses similitudes avec le cadre des jeux d'argent et de hasard.

La protection des joueurs et des mineurs sur Internet

L'année 2023 a été marquée par une forte intensification des débats sur les dispositifs de contrôle parental, notamment dans le cadre de la mise en œuvre de la loi Studer visant à renforcer le contrôle parental sur les moyens d'accès à Internet et de la rédaction du décret d'application mettant en place un dispositif de contrôle parental par défaut sur l'ensemble des équipements permettant de se connecter à Internet. Le SELL a ainsi échangé avec l'ensemble des cabinets ministériels et des administrations concernés en amont de la rédaction du décret (cabinet du ministre du Numérique, cabinet du ministre de l'Économie, cabinet du Premier ministre, DGE, PEReN, CNIL, Arcom, Commission européenne, etc.) afin d'essayer de rendre celle-ci intelligible. Le principal objectif était la prise en compte du niveau de contrôle parental préexistant au sein de l'industrie, de son niveau de maturité et des contraintes techniques des industriels. Malgré les très nombreux échanges qui ont ainsi été mis en place, les multiples versions et amendements proposés par le SELL, l'ensemble des dispositions inapplicables et inadaptées n'a pu être supprimé. Le texte final est largement plus positif que la version initiale du décret, mais c'est un décret flou et insécurisant juridiquement qui a été publié, ce qui a conduit le SELL à déposer un recours pour « excès de pouvoir » afin d'obtenir l'annulation du décret, ou, a minima, de fortes réserves d'interprétation (une interprétation du Conseil d'État qui s'impose à l'administration).

En parallèle de ce recours, le SELL a néanmoins poursuivi son travail de dialogue avec les administrations chargées d'appliquer le décret, et en particulier l'ANFR, afin d'essayer d'améliorer son interprétation et d'assurer la meilleure compréhension possible des actions déjà mises en œuvre via les dispositifs en place et la labellisation PEGI.

Au-delà de cet enjeu spécifique du contrôle parental, le SELL s'est mobilisé sur plusieurs autres sujets relatifs à la question de la protection des mineurs sur Internet, mais aussi plus globalement de l'ensemble de la communauté des joueurs. C'est notamment le travail qui a été mené dans le cadre du comité d'experts jeune public de l'Arcom, qui vise à émettre des recommandations relatives aux contenus audiovisuels et à alimenter la vision prospective de l'Arcom sur les enjeux de la protection du jeune public.

Le SELL a par ailleurs porté une attention particulière aux différents travaux législatifs qui ont été menés sur ce sujet, comme la proposition de loi de Mme Janvier relative à la prévention de l'exposition excessive des enfants aux écrans ou la proposition de loi de M. Marcangeli visant à instaurer une majorité numérique.

Un travail a enfin été mené sur la proposition de loi visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, déposée par les députés Arthur Delaporte et Stéphane Vojetta. Le député Delaporte avait en effet envisagé d'interdire la promotion de certains jeux vidéo par les influenceurs. Le SELL est donc intervenu pour rappeler la différence entre les jeux d'argent et les jeux vidéo, et l'impact que pourrait avoir une telle décision sur l'industrie et sur une plateforme comme Twitch. L'action du SELL a été déterminante afin de repousser cette idée et d'exclure le jeu vidéo du champ de cette régulation.

Les débats autour du projet de loi de finances

À l'occasion du projet de loi de finances (PLF) pour l'année 2024, le SELL a mené deux grands chantiers.

Le premier a été la concrétisation de la mise en place d'une TVA à taux réduit pour le eSport. Le taux de TVA sur la billetterie des compétitions de eSport n'était pas aligné sur celui des compétitions sportives ou sur celui des spectacles culturels. Après plusieurs années de travail autour de cette question, le SELL a enfin réussi à faire inscrire cette mesure de « cohérence » fiscale dans la loi de finances pour 2024.

Les débats sur le PLF ont aussi été l'occasion d'une autre très forte mobilisation, autour de la question du crédit d'impôt jeux vidéo (CIJV).

En effet, lors de l'examen du texte à l'Assemblée nationale, le député Daniel Labaronne a déposé et fait adopter un amendement visant à mettre en place un bornage dans le temps du CIJV, qui serait ainsi arrivé à échéance au 31 décembre 2025. Si cet amendement ne visait pas à remettre en question le crédit d'impôt en lui-même mais à pousser à

une réévaluation régulière de celui-ci, il aurait néanmoins envoyé un signal excessivement négatif aux investisseurs internationaux et créé une très forte insécurité juridique.

Le SELL s'est donc massivement mobilisé afin d'essayer de supprimer ce bornage, ou, a minima, le reporter. Le SELL a ainsi notamment pu s'entretenir directement avec le ministre de l'Économie lui-même, ainsi qu'avec la ministre de la Culture et le ministre délégué chargé du Numérique. Les visites ministérielles lors de la Paris Games Week ont notamment été l'occasion pour l'ensemble de l'écosystème de valoriser les impacts positifs du CIJV. Si cette mobilisation n'a pas permis de supprimer le bornage, elle a en revanche permis de repousser celui-ci d'un an, afin de donner aux entreprises du secteur le temps d'anticiper ce nouveau délai. Par ailleurs, le SELL, le SNJV et les pouvoirs publics ont collaboré pour ajouter une mesure visant à s'assurer que les évolutions à venir du crédit d'impôt ne concerneront pas les projets déjà initiés et agréés, même à titre provisoire.



Le succès institutionnel renouvelé de la Paris Games Week

Après une année de redémarrage post-Covid en 2022, l'année 2023 était le retour d'une Paris Games Week ambitieuse, sur trois halls, attirant des centaines de milliers de visiteurs autour d'une programmation qualitative.

Cette Paris Games Week Next Level devait donc s'accompagner d'un fort volet affaires publiques, afin de confirmer l'importance de ce rendez-vous annuel comme fenêtre institutionnelle permettant d'accélérer la visibilité du secteur pour le SELL, ses membres, les entreprises exposantes et les associations partenaires.

Le pari est pleinement réussi de ce point de vue, avec cinq visites ministérielles, dont celle du ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique qui venait pour la première fois au salon et qui a pu constater la dimension de notre industrie. La ministre de la Culture a aussi fait le déplacement et a notamment participé au lancement sur le salon du dispositif Game France, qui devra mettre en lumière le savoir-faire national en matière de jeux vidéo. Le ministre du Numérique, pour sa part, a fait le déplacement pas moins de trois fois à la porte de Versailles, afin de pouvoir rencontrer l'ensemble des acteurs présents sur le salon, institutionnels, professionnels, associations, joueurs, etc.

Plusieurs délégations de parlementaires sont aussi

venues visiter la Paris Games Week, tout comme le premier adjoint à la mairie de Paris, un représentant de la Région Île-de-France et de nombreux autres représentants d'institutions culturelles, sportives et économiques.

Enfin, si le président de la République n'a pas pu être présent, il a toutefois tenu à adresser son soutien à l'industrie du jeu vidéo par une vidéo publiée sur les réseaux sociaux dédiée à la Paris Games Week.



INFORMER ET PROTÉGER



Le système PEGI



Le système de classification par âge PEGI, qui fête ses 20 ans en 2023 (Pan European Game Information, «système européen d'information sur les jeux») permet aux parents de toute l'Europe de prendre des décisions éclairées lors de l'achat de jeux vidéo.

Lancé au printemps 2003, PEGI s'est substitué à un certain nombre de systèmes nationaux de classification par âge au moyen d'une signalétique unique, désormais utilisée dans la plupart des pays européens. Le système, présent dans plus de quarante

pays et regroupant plus de 2700 sociétés membres, bénéficie de l'appui des principaux fabricants de consoles (dont Sony, Microsoft et Nintendo), ainsi que des éditeurs et développeurs de jeux vidéo à travers toute l'Europe. Il est également utilisé pour toutes les nouvelles applications disponibles sur le Google Play Store. Le système de classification par âge a été élaboré par la Fédération européenne des logiciels de loisirs (VGE, Video Games Europe). Ce sont plus de 40 000 jeux qui ont été ratifiés et des millions d'apps depuis sa création.

Le SELL est membre fondateur de PédaGoJeux et œuvre activement à son développement

Fondé en 2008, le collectif PédaGoJeux a pour mission d'informer les parents et les médiateurs éducatifs sur les pratiques et les usages du jeu vidéo.

PédaGoJeux décrypte les enjeux du jeu vidéo, transmet les clés d'une pratique sereine et aborde sans détour les points de vigilance.

Afin d'élargir son action sur le terrain au plus près des parents, PédaGoJeux fédère, depuis 2014, un

réseau d'Ambassadeurs. Plus de deux cents structures publiques et associatives, nationales et locales (établissements scolaires, collectivités territoriales, bibliothèques, médiathèques, ludothèques, associations sportives, etc.) réalisent de nombreuses actions de terrain afin de favoriser une pratique sereine du jeu vidéo dans les familles.



Systèmes de contrôle parental: le jeu vidéo s'engage pour accompagner les familles



Pour aider les parents à accompagner et encadrer les enfants dans leur pratique du jeu vidéo, le SELL a mis à disposition le guide pratique et complet sur les actions et outils déployés par l'industrie.



En décembre 2023, le SELL a également participé au relai de la campagne européenne #SeizeTheControls. Cette campagne digitale a cumulé plus de 2,69 millions de vues sur les réseaux sociaux et a été relayée par douze pays via Video Games Europe.

FAVORISER L'INCLUSION

Le SELL et ses adhérents œuvrent pour une industrie responsable, qui répond aux enjeux d'aujourd'hui et de demain. En partenariat avec les associations référentes, le SELL soutient chaque année de nombreuses actions en faveur de l'inclusion, la diversité, la prévention, l'accessibilité ou encore l'écoresponsabilité.

WOMEN IN GAMES – Programme BOOST!

MASTERCLASS

Maitrisez vos skills de communication

en tant que futures leaders et influenceuses au travail

Vendredi 10 mai
12h - 14h
EN LIGNE

wig
Women in Games
France

SOPHIE VO (ELLE)
Investisseuse, Fondatrice et CEO

WOMEN IN GAMES
FRANCE

Depuis 2017, le SELL collabore et soutient l'association de référence Women in Games France.

En 2023, le SELL a financé le lancement du programme d'atelier et de conférence BOOST!. Son objectif est de favoriser la rétention et le développement des minorités de genre dans l'industrie du jeu vidéo.

En effet, les studios de jeux vidéo français comptent seulement 24% de femmes dans leurs effectifs selon le Baromètre du jeu vidéo en France du SNJV. Cela démontre un réel besoin de formation et d'information afin de développer la mixité dans le secteur. Ce programme s'adresse aux membres de WIG mais pas exclusivement, touchant tous les niveaux d'expérience, des études aux reconversions professionnelles. Au total, vingt ateliers et conférences ont été donnés autour des métiers du jeu vidéo dans un cadre bienveillant. Plus de huit cents participants ont pu profiter des contenus riches et complets dispensés par les trente-quatre intervenantes et intervenants du dispositif.

La Bourse Jeu Vidéo

la bourse JV
- jeux vidéo -

En 2023, le SELL a soutenu le projet initié en 2020 par Loisirs Numériques. Nommée « La Bourse JV », cette initiative vise à améliorer l'accès aux métiers de la création de jeux vidéo.

Ainsi, depuis 2020, la bourse aide et a aidé quarante-six étudiants grâce notamment aux quarante-deux mentors bénévoles du dispositif.



Rapport d'activité de La Bourse Jeux Vidéo
Juillet 2022 - Juin 2023.
Illustration par Héloïse Quintard, membre
de Loisirs Numériques (avril 2023).

Formation « Avenir en Jeu: deviens testeur.euse de jeu vidéo »

Fondée par les associations régionales Capital Games et Game Only, l'association Horizon Jeu Vidéo a pour objectif de promouvoir la diversité, l'égalité et l'inclusion sociale et professionnelle des 15-25 ans dans l'industrie du jeu vidéo.

Avec le soutien du SELL, Horizon Jeu Vidéo Île-de-France a continué en 2023 la formation « Avenir en Jeu », pour former trente jeunes au métier de QA Tester. Portée par la région Île-de-France, des studios et l'École de la Deuxième Chance, cette initiative s'adresse aux NEETS (Ni en étude, ni en emploi, ni en formation) afin de déployer un dispositif sur mesure et un accompagnement personnalisé pour les guider sur la voie du travail et leur offrir d'intégrer la sphère de l'emploi.

S'adressant à des jeunes de moins de 25 ans habitant Paris et la Seine-Saint-Denis, la formation « Avenir en Jeu » propose une formation gratuite et rémunérée de sept mois au travers d'un parcours immersif.



L'INSERTION PROFESSIONNELLE GRÂCE À UNE FORMATION DE QA TESTEUR-EUSE.



FAVORISER LA MIXITÉ

25 JEUNES

DE 18 À 25 ANS VENANT DU 18^E ET DE SEINE SAINT DENIS.

NOTRE MISSION :
FACILITER L'INSERTION DE PUBLICS JEUNES, ÉLOIGNÉS DE L'EMPLOI ET DES ÉTUDES.



UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE

D'UNE DURÉE DE 150 H

PARRAIN DE **AVENIR EN JEU**

GRÂCE À NOS PARTENAIRES :



NOS ÉTUDIANTS VONT RECEVOIR DES CONSEILS PROFESSIONNELS.

UN PARCOURS PROGRESSIF



DÉBOUCHE SUR UN CERTIFICAT PRO.

- 1. RÉSERVÉ AUX NON BACHELIERS
- 2. 7 MOIS DE FORMATION : OCT. 22 - MAI 23
- 3. FORMATION GRATUITE ET RÉMUNÉRÉE
- 4. ÉCOLE DE LA DEUXIÈME CHANCE DE PARIS

L'accessibilité à la Paris Games Week avec CapGame



Le SELL collabore depuis 2019 à rendre la Paris Games Week de plus en plus accessible.

Pour cela, un accompagnement des équipes de CapGame permet chaque année la mise en place d'un plan d'actions spécifique.

Cette année, la Paris Games Week a proposé :

- un billet tarif réduit et la gratuité de l'accompagnant pour les joueuses et joueurs en situation de handicap ;
- deux zones d'accueil et d'information ainsi qu'un espace de repos ;
- un accueil dédié avec des équipes formées en LSF ;
- des repères visuels sur l'ensemble du salon ;
- la mise à disposition de plans du salon en braille ;
- la traduction en LSF de certaines visites ministérielles, certains temps de la grande scène PGW ;
- un dispositif de communication en amont afin d'informer sur tous ces outils.

CapGame

Les équipes de CapGame ont œuvré aux côtés de l'équipe du SELL et de Comexposium afin de proposer un dispositif placé sous le signe de l'accueil, de l'accompagnement et des échanges. En 2023, CapGame a fêté ses dix ans sur le salon. L'occasion de revenir sur l'histoire de l'association mais aussi sur son évolution au cours du temps. Un moment rempli d'émotions réunissant membres fondateurs, salariés, entourage proche, partenaires historiques et membres gravitant autour de l'association.

Le SELL tient à remercier l'équipe de CapGame et de Trilogue pour leur accompagnement et leur précieuse aide pour faire de la PGW un espace inclusif. Nous entendons continuer et amplifier nos actions et engager toujours plus d'exposants dans notre démarche.

NOS ÉVÉNEMENTS

Paris Games Week

Pour sa seconde édition post-Covid, la Paris Games Week a renoué avec son public et son format historique sur trois halls. Avec une augmentation de 21% de son visitorat, le salon a confirmé sa popularité et son attractivité en France.

En effet, l'édition 2023 « Next Level » a accueilli 180 000 visiteurs et 142 exposants sur trois halls, rassemblant un public de fidèles autant que de nouveaux visiteurs attirés par une offre renouvelée. Cette dernière édition marque un tournant de l'histoire de la PGW qui s'est ouverte aux nouveaux

univers de la pop culture.

Signe de reconnaissance du secteur et de l'ancrage du jeu vidéo en France, la PGW a reçu la visite de six ministres, dont le numéro deux du gouvernement, le ministre de l'Économie et des Finances, Bruno Le Maire.

La Paris Games Week déjà annoncée du 23 au 27 octobre prochain attend avec impatience de retrouver toutes les communautés, joueurs, joueuses, familles et fans de pop culture, pour une nouvelle édition plus riche que jamais.



Photos © Nicolas Gavet

L'Interactive & Digital Entertainment Festival (IDEF)



Fidèle à son rôle de promotion et de développement économique du secteur du jeu vidéo, le SELL organise depuis 2006 l'IDEF (Interactive & Digital Entertainment Festival) : rendez-vous incontournable des acteurs français du marché du jeu vidéo et des loisirs interactifs. L'IDEF est l'occasion pour tous les professionnels de présenter leurs prochains jeux vidéo, accessoires et offres de services qui feront sensation lors des fêtes de fin d'année. Cette manifestation est surtout le moment idéal, pour les acheteurs des différentes enseignes, de nouer des relations commerciales privilégiées en vue de préparer leurs offres de fin d'année, période cruciale pour le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo et des loisirs interactifs.

Après deux années marquées par la crise sanitaire, l'IDEF a fait son grand retour en juin 2022, à Juan-Les-Pins, réunissant six cents participants.

L'événement a accueilli dix-sept exposants dont les trois constructeurs, et soixante-dix acheteurs. Il a été rythmé par des rendez-vous d'affaires, ainsi qu'une conférence et soirée d'ouverture.

Une course caritative a également été organisée aux profits de l'association « Rêves », qui réalise les rêves d'enfants très gravement malades. Plus de trente coureuses et coureurs ont pris le départ, dans une ambiance conviviale.

En 2023, l'IDEF s'est tenu comme chaque année à Juan-Les-Pins, réunissant trois cents participants.

L'ESSENTIEL DU JEU VIDÉO

Édité plusieurs fois par an depuis 2014, L'Essentiel du jeu vidéo est la publication de référence du SELL.

Il permet de retranscrire et de diffuser les résultats des analyses menées par l'organisation en collaboration avec ses différents partenaires d'études. Deux temps forts y sont spécifiquement évoqués : le bilan annuel du marché et l'étude « Les Français et le Jeu vidéo ». Ils contribuent à la structuration de la connaissance du marché du jeu vidéo en France en détaillant de manière précise les évolutions économiques du secteur et

les habitudes de pratique et de consommation des joueuses et des joueurs.

À l'occasion des sorties des deux rapports 2022, des communiqués de presse ont été envoyés et des webinars ont été organisés avec adhérents, retailers, institutionnels et partenaires.

Depuis 2021, le SELL collabore avec IDC pour les données de ventes PC Gaming.

Mars 2023: Bilan marché 2022

Le marché du jeu vidéo fait à nouveau la preuve de sa solidité dans un contexte économique incertain.

Le marché du jeu vidéo parvient à demeurer stable en 2022 dans un contexte économique difficile, affichant un chiffre d'affaires à 5,5 milliards d'euros, en très léger recul de -1,6% par rapport à 2021. Il signe ainsi sa troisième meilleure performance historique.

« Malgré les difficultés conjoncturelles de 2022 liées au contexte inflationniste et aux difficultés d'approvisionnement, c'est tout le secteur qui a su faire preuve de résilience. L'engouement des Français pour le jeu vidéo se traduit par une demande forte et de très belles performances sur les ventes de software, et notamment pour les jeux sur PC et les nombreuses nouveautés console sorties en 2022. C'est une dynamique durablement installée qui ouvre des perspectives extrêmement positives pour les années à venir », commente Julie Chalmette, ancienne présidente du SELL.



**RETROUVEZ
LE BILAN DU MARCHÉ
FRANÇAIS 2023
SUR LE SITE DU SELL**

WWW.SELL.FR/LINDUSTRIE

Octobre 2023 : Les Français et le Jeu vidéo

Le nombre de joueurs français atteint un pic historique

À quelques jours de la Paris Games Week, le SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) révèle les conclusions de son étude annuelle menée par Médiamétrie, intitulée « Les Français et le Jeu vidéo ». Le nombre de joueurs français atteint un record historique avec 39,1 millions de pratiquants âgés de 10 ans et plus, contre 37 millions en 2022.

Cela signifie que plus de sept Français sur dix (72%) s'adonnent, au moins occasionnellement, aux jeux vidéo. Plus de la moitié d'entre eux (54%) joue même régulièrement, soit au moins une fois par semaine.

Elle illustre l'ancrage profond du jeu vidéo dans la vie quotidienne des Français, s'affirmant comme l'une de leurs principales activités culturelles : un divertissement populaire, social et familial, vecteur de liens entre générations.



LE SELL DANS LES MÉDIAS

3

COMMUNIQUÉS
DE PRESSE

44

REVUES DE PRESSE
HEBDOMADAIRES

11

INTERVIEWS
SELL

48

INTERVIEWS
PARIS GAMES WEEK

2253

RETOMBÉES
PRESSE

19

SUJETS TV &
RADIO SELL

288

SUJETS TV &
RADIO PGW

1685

ARTICLES
WEB

73

ARTICLES PRESSE
ÉCRITE SELL

227

ARTICLES PRESSE
ÉCRITE PGW

TEMPS FORTS

Nomination du président du SELL



29/02/2023 15:45:49 GMT
Jeux vidéo: James Rebours élu président du Syndicat des éditeurs (Sell)

James Rebours, directeur général France de l'éditeur Plaion, a été élu mercredi président du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell), succédant à Julie Chalmette, qui occupait le poste depuis six ans, a annoncé l'organisation.

Passé notamment par Infogrames, Konami, Monte Cristo et Sega, James Rebours a été élu pour un mandat de 2 ans, Julie Chalmette, directrice générale de l'éditeur Bethesda France, reste au conseil d'administration.

Organisateur du salon Paris Games Week, de retour en novembre dernier après l'annulation de deux éditions consécutives en raison de la pandémie de Covid-19, le Sell publie chaque année un bilan du marché du jeu vidéo en France.

Après deux années au plus haut, le chiffre d'affaires de l'industrie vidéoludique française a connu une légère baisse de 1,6% en 2022, à 5,5 milliards d'euros, touché par le contexte inflationniste et les difficultés d'approvisionnement en consoles.

Bilan marché 2022: près de 75 retombées suite à l'annonce - Mars 2023

Le marché français du jeu vidéo repart de l'avant en 2023 Les Echos

JEUX VIDÉO

Nicolas Richard @NicolasRichard

Une légère déstabilisation l'an dernier avant une grosse reprise au 1er trimestre de l'année 2023? Une chose est sûre: depuis le début de l'année, le marché français du jeu vidéo a repris de l'allant. « L'activité est forte et la croissance se poursuit à deux chiffres sur la période », souligne Julie Chalmette, la présidente du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL). Le rebond d'année a notamment été marqué par le démarrage en trombe du titre « Hogwarts Legacy: L'Héritage de Poudlard ». Une dynamique commerciale qui devrait être alimentée par la sortie de nouvelles productions AAA, sans des précédents tels que « Star Wars Jedi: Survivor », « The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom », « Final Fantasy XVI », « Diablo IV » ou encore « Starfield ».

En attendant, le secteur est contracté de 1,6 %, sur un an, à 5,5 milliards d'euros en 2022, selon le Sell, mais demeure en hausse de 1 % sur trois ans. En 2020, le marché avait connu une chute de 13 %, avec la crise économique. « Il faut donc se réjouir de la performance de l'industrie en 2022 malgré la inflation et avant des perspectives optimistes pour les années à venir. Autour de Julie Chalmette, l'association a élu son nouveau président et a nommé son conseil d'administration.

Les ventes de jeux PC en forte hausse

Des difficultés d'approvisionnement qui ont pesé, au premier plan, la PlayStation 5 et la Xbox Series. Ce qui se traduit dans les chiffres. Lors du dernier exercice, le segment des consoles a enregistré les ventes de jeux, de consoles et d'accèsories, à un chiffre de 1,2 milliard d'euros, soit un an, à 1,27 milliard d'euros. Une hausse nette due, en grande partie, aux ventes de hardware qui ont enregistré de 19 % sur la période, à 646 millions, alors que les ventes de jeux sont restées à 1,03 milliard.

Dans le détail, le dernier volet de la franchise « Halo » a enregistré un tonnage le plus élevé pour 107 millions d'euros de ventes au sein de la console, soit une hausse de 17 % par rapport à l'année précédente. Parmi les autres succès, on peut citer « Call of Duty », « Les Gardes Prédateurs », « Assassin's Creed », « Star Wars Jedi: Survivor », « Halo Infinite », « Gran Turismo Sport », « Mario Kart 8 Deluxe », « Elden Ring ».

À l'inverse, le jeu de stratégie PC a, lui, enregistré une régression assez conséquente en hausse, avec une croissance de 1,6 % à 125 millions. Son plus haut historique, alors même que les ventes de hardware ont reculé de 3 % l'an passé. « Le dynamisme de ce segment est dû à l'augmentation du prix moyen des jeux. Les ventes ont été en croissance de 40 % en 2022 », explique Nicolas Richard, responsable France chez le cabinet Spersys qui a contribué à l'étude du Sell.

De côté du mobile, le segment des revenus gratuits est resté stable, à 1,4 milliard d'euros, après plusieurs années de croissance très

forte. « Le segment avait quasiment doublé entre 2017 et 2020 », explique Nicolas Richard, l'adéquation avec les ventes de jeux vidéo est restée en hausse. « Les ventes de contenus additionnels au sein des titres ont encore gagné l'an passé et peuvent peser de 2 milliards d'euros, tous segments de marchés confondus. Ce qui a entraîné globalement la moitié des revenus gagnés par les contenus vidéo-ludiques en France. »

L'Essentiel du jeu vidéo octobre 2023

L'étude annuelle « Les Français et le Jeu vidéo » a alimenté de nombreux sujets et articles diffusés au cours de la Paris Games Week.

2 Paris Games Week : la grand-messe du jeu vidéo



C NEWS PARIS GAMES WEEK : BRUNO LE MAIRE, NICOLAS DUPONT-AIGNAN... POURQUOI LES POLITIQUES S'INTÉRESSENT-ILS AU GAMING ?



DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DU SELL

Le SELL a mis en place, depuis 2021, une nouvelle stratégie digitale et social listening fondée sur l'image, la visibilité, l'attractivité et l'interactivité.

Cette communication fil rouge permet de valoriser les actions du SELL et de ses adhérents et de développer

nos communautés qualifiées.

Ces actions nous permettent de promouvoir l'industrie du jeu vidéo et de rester le référent du gaming en France.

Le Journal du SELL

Chaque semaine, toute l'actualité du jeu vidéo en un thread déployé sur Twitter.



TOP 5 des ventes

Le rendez-vous hebdomadaire du marché du jeu vidéo.



Actualités affaires publiques

Valoriser et amplifier les actions du SELL pour la promotion et la reconnaissance de l'industrie du jeu vidéo.



Pour une industrie responsable

Relayer les actions auprès de l'ensemble de nos cibles, en faveur d'une industrie responsable et inclusive.



X
10 842
FOLLOWERS

+3%
VS 2022

in
3 779
ABONNÉS

+25%
VS 2022

2023
18 361
FANS

+6%
VS 2022

YouTube
2 620
ABONNÉS

+1,5%
VS 2022

f
1 120
ABONNÉS

-6%
VS 2022

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, data, 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.



James Rebours
Président



Nicolas Vignolles
Délégué
général



Vincent Gaudin
Responsable
événement



Benjamin Niang
Responsable
affaires publiques
et Europe



Éléa Colpart
Responsable
de communication



Départ d'Anne-Sophie Montadier

Le SELL remercie Anne-Sophie Montadier pour son engagement de plus de dix ans au sein du SELL et lui souhaite le meilleur avenir professionnel possible.



**SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS**

James Rebours

Président

Nicolas Vignolles

Délégué général
n.vignolles@sell.fr

Vincent Gaudin

Responsable
événement
v.gaudin@sell.fr

Benjamin Niang

Responsable affaires
publiques et Europe
b.niang@sell.fr

Éléa Colpart

Responsable de
communication
e.colpart@sell.fr

Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux



@SELL_JeuxVideo



SELL TV

www.sell.fr