ANNÉE 2024

RAPPORT D'ACTIVITÉ DU SYNDICAT

SEII
SYNDICAT DES EDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS

ANNÉE 2024

RAPPORT D'ACTIVITÉ DU SYNDICAT

À PROPOS 06

Historique 06

Nos missions 07

Les membres 2024 09

Le conseil d'administration 2024 10

L'équipe du SELL 11

Nos interlocuteurs et adhésions 12

LES CHIFFRES CLÉS DU JEU VIDÉO EN FRANCE 14

Le marché français, un acteur majeur en Europe 14

Les profils et usages des joueurs et joueuses 15

LES ACTIONS DU SELL 16

Représenter la filière 16

Informer et analyser 20

Écho médiatique 22

Écho digital 24

Fédérer et valoriser 26

LA SENSIBILISATION AUTOUR DU JEU VIDÉO 30

Sensibiliser le grand public 30

Agir pour une industrie responsable 31

ÉDITO

Chères adhérentes, chers adhérents,

L'année 2024 aura été marquée par un contexte politique national particulièrement instable. **Dans ce climat parfois incertain, le SELL a pourtant su tenir son cap, défendre les intérêts de l'industrie du jeu vidéo et porter la voix des éditeurs avec constance et détermination.**

Tout au long de l'année, l'association a poursuivi un dialogue actif et constructif avec les principales institutions : le ministère de l'Économie, celui de la Culture, des Sports, ainsi qu'avec la DGE, le CNC, l'ARCOM, l'Assemblée nationale et le Sénat. Grâce à cette mobilisation, plusieurs avancées majeures ont pu être obtenues pour notre secteur.

Le SELL s'est notamment impliqué dans la défense du **Crédit d'impôt jeu vidéo**, contribuant à sa consolidation, et a joué un rôle déterminant dans l'abandon d'un projet de taxe affectée. Le syndicat a accompagné la structuration croissante de l'esport en France, notamment à travers la remise du premier rapport de l'Observatoire économique de l'esport, coorganisée avec le ministère de l'Économie en présence des ministres des Sports, Amélie Oudéa-Castéra, et du Numérique, Marina Ferrari. En complément de ces actions, le SELL a poursuivi son travail d'analyse et de valorisation du secteur en publiant des études essentielles telles que le **« Bilan Marché 2023 »**, diffusé en mars 2024, qui propose un panorama précis de l'état économique de l'industrie, ainsi que la nouvelle édition de l'étude **« Les Français et le jeu vidéo »**, qui éclaire les comportements et attentes des joueurs. Ces analyses structurantes du secteur ont largement été relayées par les médias, témoignant de la reconnaissance de l'expertise du SELL dans la mise en lumière de ces sujets sur la scène médiatique.

En parallèle, le SELL a poursuivi son action en faveur de la visibilité de l'industrie en plaçant le jeu vidéo au cœur des grands débats économiques et culturels. Ce fut notamment le cas à l'occasion d'un événement majeur organisé à l'Hôtel de Ville de Paris en mai, qui a permis de réunir acteurs institutionnels et économiques autour des enjeux d'investissement dans notre filière. Ce rendez-vous a également marqué le lancement officiel de la Paris Games Week 2024 dans un lieu emblématique de la Capitale.

Fidèle à son ambition d'ouvrir des espaces de dialogue et de prospective, le SELL a conçu cette année un nouveau grand rendez-vous professionnel et une nouvelle scène de conférences dans le cadre de la Paris Games Week : Future of Gaming. **Avec plus de 50 heures de prises de parole et plus de 100 intervenant(e)s issu(e)s de l'ensemble de l'écosystème, cette scène est devenue un lieu central de réflexion sur l'avenir de notre média et sur les mutations de notre industrie.**

Enfin, cette **PGW 2024 a confirmé son rôle de vitrine incontournable du jeu vidéo** en France. La soirée d'avant-première et la nouvelle zone business ont permis de rassembler l'ensemble des communautés et des professionnels du secteur, avec le passage de personnalités politiques de premier plan, dont Rachida Dati et Gabriel Attal. Grâce à la mobilisation exceptionnelle de vos équipes et à la richesse de la programmation, cet événement a permis une nouvelle fois de mettre en lumière la créativité, l'engagement et le dynamisme de notre industrie.

Conscients des enjeux d'avenir pour notre salon, et avec la volonté de l'inscrire dans une nouvelle phase de développement, le SELL a décidé en fin d'année 2024 de lancer un appel d'offres pour réinventer l'événement. **L'objectif est clair : faire évoluer plus rapidement la Paris Games Week et l'amener dans une nouvelle dimension, à la hauteur des ambitions des structures françaises, afin de repositionner le salon à l'échelle internationale.**

Merci à chacune et chacun d'entre vous pour votre implication dans la vie de l'association. Votre engagement constant permet au SELL de jouer pleinement son rôle au service de ses adhérents.

Nous vous laissons maintenant découvrir en détail, dans ce rapport d'activités, l'ensemble des actions menées par le SELL en 2024.

JAMES REBOURS
PRÉSIDENT DU SELL

HISTORIQUE

1995

Le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) est une association professionnelle fondée en 1995, qui rassemble les entreprises du secteur du jeu vidéo. Il compte, en 2024, vingt-quatre membres, dont deux membres associés.

RAISON D'ÊTRE

Porte-parole de l'industrie du jeu vidéo en France, le SELL représente les éditeurs auprès des institutions, des médias, des familles, ainsi que des joueuses et des joueurs. Les éditeurs jouent un rôle central dans la promotion des jeux vidéo : ils détectent et soutiennent des studios talentueux, puis assurent la distribution, le marketing et la communication autour de leurs créations.

Le SELL a pour mission de fédérer ces acteurs autour d'actions communes, qui reflètent la diversité, la créativité et la responsabilité de l'ensemble du secteur. Ses objectifs principaux sont de promouvoir le jeu vidéo en tant que pratique culturelle majeure, et de sensibiliser les publics, notamment les familles aux usages responsables, pour une expérience de jeu sereine.

2024

En 2024, la plateforme ROBLOX a rejoint le syndicat, marquant une nouvelle étape dans l'ouverture du SELL à des acteurs majeurs du numérique et de la création interactive.

NOS MISSIONS

1. Représenter la voix des professionnels du jeu vidéo

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 du Comité Jeunes publics.
ORIENTATION STRATÉGIQUE du Conseil national du numérique.
VGE (VIDEO GAMES EUROPE) : membre du conseil d'administration et du comité exécutif.
FRANCE ESPORTS : membre du conseil d'administration.

2. Informer, protéger et soutenir les initiatives responsables

Depuis sa création, le SELL s'inscrit dans une démarche active de responsabilité sociétale, en plaçant l'information, la protection des consommateurs, ainsi que les valeurs d'inclusion, de diversité, de sobriété numérique et d'accessibilité au cœur de ses engagements.

Parmi les initiatives soutenues ou portées par le syndicat :

PEGI (Pan European Game Information), créé en 2003, représente le système européen de classification des jeux vidéo. Il fournit une information claire sur le contenu des jeux et indique l'âge minimum recommandé pour y jouer. Présent dans plus de 40 pays, PEGI a classé plus de 40 000 jeux et plusieurs millions d'applications. Il rassemble plus de 2 700 entreprises membres à travers l'Europe.

PÉDAGOJEUX, fondé en 2008, regroupe des acteurs publics, associatifs et industriels. Il a pour mission de sensibiliser le grand public et d'accompagner la compréhension des usages du jeu vidéo, notamment auprès des parents et des éducateurs.

WOMEN IN GAMES, fondée en 2017, œuvre pour la promotion de la mixité et la place des femmes dans l'industrie du jeu vidéo à travers des formations, des outils et l'organisation de sessions de networking.

CAPGAME, créée en 2013, est une association qui accompagne des studios de développement pour améliorer l'accessibilité de leurs jeux et participe activement à l'accessibilité de la Paris Games Week.

SILVER GEEK, actif depuis 2018, organise des ateliers numériques ludiques et compétitions esport pour favoriser le lien intergénérationnel par la pratique vidéoludique auprès des seniors.

3. Promouvoir le jeu vidéo

Le SELL œuvre activement à la valorisation du jeu vidéo en tant que pratique culturelle, secteur économique dynamique et espace d'innovation. Il porte la voix de l'industrie auprès du grand public, des médias, ainsi que des acteurs économiques français et européens.

Cette mission de promotion s'appuie sur des prises de parole régulières et sur deux événements majeurs organisés ou portés par le syndicat :

IDEF (Interactive & Digital Entertainment Festival) : Créé en 2006 par le SELL, l'IDEF est un rendez-vous professionnel incontournable du secteur. Organisé chaque année en début d'été, il réunit pendant trois jours les principaux acteurs du marché français du jeu vidéo et des loisirs interactifs : constructeurs, éditeurs, accessoiristes et acheteurs/distributeurs.

PARIS GAMES WEEK : Salon grand public emblématique, la Paris Games Week reste le rendez-vous incontournable du jeu vidéo en France. L'édition 2024, qui s'est tenue du 23 au 27 octobre, a attiré 188 000 visiteurs et réuni 156 exposants représentant 228 marques. Cette édition a développé son positionnement comme « expérience Entertainment à 360° », combinant gaming, cosplay, pop culture et quartier manga, esport, conférences. Mélangeant les publics, joueurs occasionnels et hardcore gamers, fans d'esport, familles, elle continue de s'ouvrir à de nouveaux univers tout en consolidant son audience.

4. Structurer une connaissance fiable et partagée du marché

Le SELL s'appuie sur des partenariats solides pour produire et diffuser des études de référence sur l'écosystème du jeu vidéo. Ces données permettent de mieux comprendre le marché, les profils des joueuses et joueurs, ainsi que leurs habitudes de consommation et d'achat. Cette connaissance approfondie alimente à la fois la réflexion stratégique des professionnels et l'information du grand public.

Plusieurs panels sont mobilisés à cet effet :

PANEL GSD (Game Sales Data), pour les données distributeurs et ventes digitales.

Dirigé par Sparkers, ce panel fournit des données précises sur les ventes physiques et numériques de jeux vidéo.

PANEL GAMETRACK, pour les données sur les comportements des consommateurs. Mené par Ipsos, ce panel analyse les usages, les dépenses, les motivations et les profils des joueurs à travers des enquêtes régulières.

PANEL DATA.AI, pour les données du marché mobile. Ce panel offre une vision détaillée du secteur des jeux mobiles en France.

PANEL IDC, pour les données sur les matériels et équipements PC gaming. Ce panel fournit des indicateurs sur les ventes de hardware PC et d'écrans dédiés.

MÉDIAMÉTRIE, pour les données sociodémographiques sur les Français et leur pratique du jeu vidéo. Ces mesures permettent de suivre l'évolution des pratiques et de la perception du jeu vidéo au sein de la population française.

LES MEMBRES 2024

BANDAI NAMCO
CAPCOM
DON'T NOD
EA
innelec
KONAMI
MAXIMUM ENTERTAINMENT
MICROIDS
Microsoft
nacon
Nintendo
PLAION
PLUG IN DIGITAL
PUJLUP ENTERTAINMENT
QUANTIC DREAM
RIOT GAMES
ROBLOX
SEGA
Sony Interactive Entertainment
SQUARE ENIX
T2 TAKE-TWO INTERACTIVE
Tencent
UBISOFT
WARNER BROS. GAMES

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION 2024

CHRISTOPHE HAVART
Bandai Namco Entertainment

SOPHIE CARABALONA
Electronic Arts

YVES BLEHAUT
Microids

CÉDRIC MIMOUNI
Microsoft

PHILIPPE LAVOUÉ
Nintendo

JAMES REBOURS
Plaion

GEOFFROY SARDIN
PULLUP Entertainment

GUILLAUME DE FONDAUMIÈRE
Quantic Dream

NATHALIE DACQUIN
Sony Interactive Entertainment

FLORENT MOREAU
Square Enix

PATRICK BELLAICHE ET MICHEL MAGNE
Take-Two Interactive

BÉNÉDICTE GERMAIN
Ubisoft

YVES ELALOUF
Warner Bros. Games

L'ÉQUIPE DU SELL

James Rebours
Président

LES PERMANENTS

Nicolas Vignolles
Délégué général

Vincent Gaudin
Responsable événement

Benjamin Niang
Responsable affaires publiques et Europe

Éléa Colpart
Responsable communication

NOS INTERLOCUTEURS ET ADHÉSIONS

Au quotidien, le SELL collabore avec de nombreux acteurs pour soutenir et promouvoir le développement du jeu vidéo.

Il siège de droit au Conseil d'administration de Video Games Europe (VGE), présidé par **HESTER WOODLIFFE** (Warner Bros. Games), et y entretient un dialogue régulier avec ses homologues européens dans le cadre de ce syndicat continental.

Le SELL est également membre du Global Working Group, une instance internationale réunissant les syndicats du secteur vidéoludique à l'échelle mondiale, afin de partager les bonnes pratiques et coordonner les actions communes.

En parallèle, le SELL s'implique activement au niveau local. Il travaille en partenariat avec le collectif PédaGoJeux, ainsi qu'avec plusieurs associations engagées telles que CapGame, Silver Geek et Women in Games. Il coopère également avec des structures professionnelles comme le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV) et le cluster régional Capital Games, renforçant ainsi son ancrage territorial.

Homologues à l'international

Adhésions et mandats

Partenaires associatifs

LE MARCHÉ FRANÇAIS, UN ACTEUR MAJEUR EN EUROPE

Le marché français du jeu vidéo se distingue comme l'un des plus dynamiques et structurés d'Europe. Riche et diversifié, il s'appuie sur trois piliers essentiels : les ventes de matériel (hardware), les contenus numériques (software, physique et digital) et le jeu mobile. Ce secteur en constante évolution reflète les usages multiples des joueurs français, ainsi que la vitalité de l'écosystème national.

Chiffres clés 2024

5,7 MILLIARDS D'EUROS

2e performance historique

Répartition du CA par écosystème

Écosystème console

45 %

Écosystème PC gaming

27 %

Écosystème mobile

28 %

LIRE L'INTÉGRALITÉ DE L'ÉTUDE

Source : « Bilan du marché 2024 », données SELL à partir des panels GSD/GameTrack/Sensor Tower/IDC à fin 2024. En savoir plus page 20.

LES PROFILS ET USAGES DES JOUEURS ET JOUEUSES

En 30 ans, le jeu vidéo s'est imposé comme un loisir universel, profondément ancré dans le quotidien des Françaises et des Français.

Au début des années 2000, seuls 20 % des Français jouaient aux jeux vidéo, soit environ 12 millions de personnes. En 2024, ils sont plus de 38 millions à jouer, faisant du jeu vidéo une pratique largement démocratisée et accessible.

Autre évolution majeure : la féminisation du public. Dans les années 1990, le jeu vidéo était un loisir essentiellement masculin, avec près de 90 % de joueurs hommes. Aujourd'hui, 46 % des joueurs réguliers sont des joueuses, signe fort de l'inclusion progressive du média.

Devenu le premier loisir des Français, le jeu vidéo rassemble désormais toutes les générations, tous genres confondus.

Chiffres clés 2024

38,3 MILLIONS DE JOUEURS

16 % – 6,2 MILLIONS – ENFANTS (10-17 ANS)

84 % – 32,1 MILLIONS – ADULTES (18 ANS ET +)

75 % jouent au moins une fois par semaine

25 % sont des joueurs occasionnels

Source : Étude « Les Français et le jeu vidéo », réalisée par Médiamétrie en 2024. En savoir plus page 21.

LIRE L'INTÉGRALITÉ DE L'ÉTUDE

REPRÉSENTER LA FILIÈRE

En 2024, le SELL a évolué dans un contexte institutionnel instable. L'année a été marquée par un remaniement gouvernemental, suivi de la dissolution de l'Assemblée nationale après les élections européennes, interrompant l'ensemble des travaux en cours. La polarisation de l'hémicycle du fait du résultat des élections législatives anticipées a retardé la formation du gouvernement, qui a finalement été censuré lors de l'examen du projet de loi de finances. Dans ce contexte, le SELL a dû agir avec réactivité et efficacité. Une part importante de son action a porté sur l'établissement de relations avec le nouvel exécutif, notamment les ministères de l'Économie et des Finances, du Numérique et de la Culture. La préservation du cadre de soutien et d'incitation fiscale via le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) et le rejet de tout projet de compte automatique de soutien assis sur une taxe, l'encadrement de la réglementation JONUM, la protection des mineurs et notamment les nouvelles obligations en matière de contrôle parental et la valorisation du secteur lors de la Paris Games Week ont été au cœur des priorités.

Exposition des enfants aux écrans et contrôle de l'âge

L'année 2024 a été marquée par une intensification des débats publics sur l'exposition des enfants aux écrans. Le 10 janvier, le président de la République a installé une commission d'experts chargée d'évaluer l'impact de cette exposition sur les jeunes publics. Dans ce cadre, le SELL a été auditionné pour présenter les initiatives mises en œuvre par l'industrie en matière de contrôle parental, d'information et de prévention. Le SELL a également poursuivi ses échanges avec les cabinets ministériels, les administrations concernées ainsi que les parlementaires auditionnés par la commission.

Cette mobilisation a permis d'aboutir à un rapport final équilibré, qui écarte tout lien entre jeu vidéo et violence, et privilégie la régulation à l'interdiction. Le SELL reste toutefois attentif à certaines recommandations.

Par ailleurs, 2024 a vu le rejet par le Conseil d'État du recours déposé par le SELL et les trois constructeurs de consoles contre le décret relatif au contrôle de l'âge, qui introduit de nouvelles exigences pour la mise sur le marché des équipements terminaux. Bien que défavorable, cette décision a permis d'obtenir des clarifications importantes, notamment l'absence d'interdiction générale de collecte des données personnelles des mineurs à des fins de contrôle parental.

Le SELL a poursuivi son dialogue avec les pouvoirs publics afin de veiller à une application cohérente et homogène des obligations découlant de la loi Studer et de son décret d'application.

Adoption de la loi SREN : un nouveau cadre pour les jeux à objets numériques monétisables

En 2024, le projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique (SREN) a achevé son parcours législatif, avec l'adoption définitive du texte après une commission mixte paritaire. Le SELL s'est mobilisé tout au long des débats afin que ce texte, qui crée un cadre spécifique pour les jeux à objets numériques monétisables (JONUM), n'entraîne pas de confusion entre les jeux vidéo proposant contenus numériques en boucle fermée et ceux relevant des jeux d'argent. Cette distinction a été préservée grâce à un dialogue constant avec le législateur et l'administration.

Cependant, la différenciation portée par le SELL entre les jeux fondés sur une logique de jeu d'argent et les jeux intégrant des éléments Web3 de manière accessoire n'a pas été retenue dans le texte final.

Au-delà de l'adoption de la loi, le SELL a poursuivi ses échanges avec les cabinets ministériels et les administrations concernées, afin que les décrets d'application soient proportionnés et fidèles à l'esprit de la loi.

Projet de taxe affectée pour le jeu vidéo : une mauvaise idée désamorcée

Dès les premières rumeurs concernant la possible mise en place d'une taxe affectée sur le jeu vidéo, le SELL s'est mobilisé sans délai. Il a alerté la ministre de la Culture et le ministère de l'Économie sur les effets négatifs qu'une telle mesure pourrait avoir sur la compétitivité internationale de la filière. Grâce à une mobilisation rapide auprès des pouvoirs publics et des parlementaires, le SELL a pu faire valoir ses arguments et a contribué à l'abandon de ce projet à un stade précoce.

Projet de loi de finances pour l'année 2025 : le CIJV protégé et prorogé

À l'occasion du projet de loi de finances pour 2025, le SELL s'est fortement mobilisé pour préserver le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV), dans un contexte où l'ensemble des dispositifs fiscaux faisaient l'objet d'arbitrages budgétaires défavorables.

Cette mobilisation, conjointe avec le SNJV, a permis le retrait ou le rejet de tous les amendements visant à supprimer ou conditionner le CIJV. À l'Assemblée nationale, deux amendements avaient été déposés par Sabine Thillaye (MoDem) et Daniel Labaronne (EPR). Au Sénat, des amendements similaires émanaient d'Antoine Lefèvre (LR) et Fabien Gay (CRCE).

Face à ces menaces, le SELL a activement mobilisé son réseau de parlementaires alliés et engagé un dialogue soutenu avec les cabinets de la ministre de la Culture et du ministre des Comptes publics. Cette action a non seulement permis de protéger le CIJV, mais a également conduit à l'adoption d'un amendement visant à proroger le dispositif jusqu'en 2031, renforçant la visibilité offerte au secteur. Défendu par Denis Masséglia (EPR) à l'Assemblée nationale, cet amendement a ensuite été soutenu au Sénat par Laure Darcos (LIRT) et Jérôme Durain (SER).

Le Gouvernement a pleinement soutenu cette initiative : Laurent Saint-Martin, alors ministre des Comptes publics, a publiquement « salué un secteur d'excellence française ». Malgré l'interruption des débats en décembre 2024, à la suite de la censure du Gouvernement Barnier, la mesure a été intégrée au texte final et est désormais en vigueur.

Paris Games Week 2024 : un soutien institutionnel sanctuarisé

Portée par une nouvelle séquence orientée Business et B2B, et bénéficiant du momentum des Jeux Olympiques, la Paris Games Week s'inscrivait dans un contexte politique renouvelé, avec un exécutif et un Parlement récemment installés. Dans ce cadre, un volet Affaires publiques ambitieux s'imposait pour valoriser l'industrie auprès des décideurs, notamment à l'approche d'échéances budgétaires majeures.

Cet objectif a été pleinement atteint grâce à la présence de nombreuses personnalités de premier plan sur le salon. Parmi elles, Gil Avérous, ministre des Sports et de la Jeunesse ; Gabriel Attal, ancien Premier ministre, accompagné de trois députés de la majorité présidentielle ; Patrick Karam, vice-président de la Région Île-de-France ; Emmanuel Grégoire, Premier adjoint à la Maire de Paris ; Mathieu Maucort, délégué interministériel à la jeunesse ; et Laurence Pécaut-Rivolier, membre du collège de l'ARCOM. D'autres figures politiques ont également répondu présent lors de visites privées, notamment Sarah El Haïry et Cédric O, anciens secrétaires d'État. Enfin, plusieurs délégations de parlementaires et d'élus locaux, notamment de la Région Île-de-France, ont été accueillies.

La visite de la ministre de la Culture, Rachida Dati, a constitué un moment fort de cette édition. Elle a exprimé un soutien clair et assumé à l'industrie du jeu vidéo, en rappelant que le ministère de la Culture était le premier interlocuteur du secteur. Elle a affirmé l'importance stratégique du jeu vidéo pour la création et l'innovation, et s'est engagée à

Rachida Dati (ministre de la Culture), Anne Devouassoux (présidente SNJV) et James Rebours (président du SELL) sur la scène Future of Gaming. ©Paris Games Week

James Rebours (président du SELL) et Patrick Karam (conseiller régional d'Île-de-France). ©Paris Games Week

maintenir le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV), présenté comme un outil de développement pérenne pour la filière.

Elle a également garanti que les financements du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) dédiés au secteur seraient préservés tant qu'elle exercerait ses fonctions.

La Paris Games Week est également une opportunité de développer des synergies avec des institutions et de matérialiser concrètement le soutien des pouvoirs publics.

Grâce aux élus et aux équipes de la Mairie de Paris, nous avons eu l'occasion, en amont du salon, de célébrer le jeu vidéo en plein cœur de Paris. Nous avons lancé la Paris Games Week 2024 depuis l'hôtel de ville avec 250 acteurs de notre industrie au sein de ce lieu prestigieux à la faveur du soutien du Premier adjoint Emmanuel Grégoire et de l'adjointe à l'innovation, Pénélope Komitès.

Grâce au vice-président de la région Île-de-France Patrick Karam et ses équipes, nous avons pu construire sur le salon un espace dédié aux sports et esports. Il était essentiel, en cette année olympique, de pouvoir inviter le sport au cœur du plus grand salon gaming. Ce partenariat nous a permis d'inviter 8 fédérations sportives, le festival de sports extrêmes (FISE) et plusieurs structures associatives (dont France Esports) pour valoriser le lien entre sports, sports connectés et esports.

L'esport un nouveau pilier des affaires publiques de notre industrie

Le SELL est pleinement engagé à la protection de la propriété intellectuelle de ses membres et au développement vertueux de la dimension compétitive des jeux vidéo (esport).

C'est à travers France Esports que le syndicat s'implique quotidiennement sur le développement de l'écosystème français, la dimension positive de ce nouveau média et la pratique amateur. Le SELL est également partenaire des pouvoirs publics et a été au cœur de la construction, avec France Esports, de la stratégie esport du Gouvernement 2020-2025.

L'esport représente une formidable vitrine pour le jeu vidéo au travers de valeurs fortes : performance, collaboration, esprit d'équipe. Sous l'impulsion des éditeurs de jeu vidéo, détenteurs des droits de propriété intellectuelle sur les plus grandes licences du monde, l'esport est devenu, au fil des années, un phénomène de société autant qu'un enjeu d'attractivité pour la France.

Depuis trois ans, le secteur connaît une nette accélération économique ; il était donc important de nous doter d'une analyse précise du marché, du nombre et de la taille des structures, ainsi que des besoins du secteur. Réalisée sous l'impulsion de Paris & Co et du CDES (Centre de Droit et d'Économie du Sport) sous le contrôle du ministère des Sports et cofinancée par le SELL, une étude dressant l'état des lieux économique de la filière en France a été publiée en mars 2024. C'est une nouvelle étape pour le secteur qui continue de se structurer et de se professionnaliser. Un état des lieux indispensable avant de construire une politique d'accompagnement et de développement de l'esport, capable de faire de la France un pays leader de l'esport d'ici 5 ans.

Amélie Oudéa-Castéra (ministre des Sports) et Marina Ferrari (ministre du Numérique), l'équipe de CDES et James Rebours au ministère de l'Économie à Bercy. ©Bercy

CONSULTER L'ÉTUDE

INFORMER ET ANALYSER

Études et publications

Chaque année depuis 2014, « L'Essentiel du Jeu Vidéo » est la publication de référence du SELL. Il constitue un outil essentiel de diffusion et de valorisation des analyses menées par le syndicat, en étroite collaboration avec des panélistes reconnus. Deux temps forts y sont particulièrement mis en lumière :

- **« Le Bilan du marché français »**, qui dresse un panorama complet et actualisé de l'évolution économique du secteur.

- L'étude **« Les Français et le jeu vidéo »**, qui explore les pratiques, les profils et les habitudes de consommation des joueuses et des joueurs.

Ces publications fournissent les données les plus récentes disponibles sur le marché du jeu vidéo en France. Elles participent activement à la structuration de la connaissance du secteur, en offrant des analyses précises, fiables et actuelles, utiles à l'ensemble de l'écosystème : professionnels, institutions, médias et grand public.

À l'occasion de la sortie de ces rapports, des communiqués de presse ont été diffusés, et un webinar a été organisé à destination des adhérents, distributeurs, institutionnels et partenaires.

Véritables références pour l'industrie, ces documents permettent aux médias d'accéder à des chiffres de référence à jour et assurent un suivi régulier des évolutions, tant des usages que de la santé économique du marché en France.

MARS 2024 : Bilan du marché français 2023

Les chiffres de l'année 2023 étaient très attendus, après trois années marquées par une conjoncture exceptionnelle. En 2020 et 2021, le marché du jeu vidéo a connu une envolée spectaculaire, portée par le contexte inédit de la pandémie et des confinements successifs. L'année 2022, elle aussi surprenante, n'avait pas inversé cette dynamique que beaucoup jugeaient pourtant passagère. En 2023, avec une croissance de près de 10 %, le marché français du jeu vidéo atteint un nouveau record historique à **6,1 milliards d'euros**, soit une progression de **9 % par rapport à 2020.**

*« C'est dans ce **contexte très particulier** de cycle ouvert par les années COVID que l'industrie du jeu vidéo réalise pour la première fois **6,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2023.** Une dynamique exceptionnelle qui place la France **comme l'un des marchés les plus dynamiques en Europe** avec une croissance de près de 10 % et une progression depuis 2020 de 9 %. Des chiffres remarquables, **qui sont pour la plupart des correctifs à des situations passées atypiques voire anormales.** Il faut donc s'attendre à une possible "normalisation" en 2024 »*, commente **James Rebours, président du SELL.**

OCTOBRE 2024 : Les Français et le jeu vidéo

Un loisir qui touche toutes les tranches de la population. À quelques semaines de la Paris Games Week, le SELL diffuse les conclusions de son étude annuelle menée par Médiamétrie, intitulée « Les Français et le Jeu vidéo ». Véritable photographie de la France et du jeu vidéo. D'une année sur l'autre, il est un outil indispensable pour mettre en évidence les nouvelles pratiques vidéoludiques ou confirmer des tendances de fond qui s'installent dans la durée.

En 2024, le rapport des Français au jeu vidéo confirme un attachement fort et croissant, tant sur le plan culturel qu'économique. Le jeu vidéo est perçu comme une industrie créative et positive, et reste avant tout un loisir centré sur le plaisir, l'évasion, la convivialité et la communauté. La part de joueurs réguliers reste exceptionnellement élevée, avec 75 % des plus de 38 millions de joueurs français jouant au moins une fois par semaine. L'étude met en lumière le profil des joueurs les plus engagés : loin des clichés, ils sont souvent plus ouverts aux activités culturelles et sportives que la moyenne, et plus attentifs à un usage responsable du jeu, notamment via le contrôle parental.

L'étude souligne également l'évolution des pratiques, marquée par une complémentarité renforcée entre les supports : en moyenne, les Français jouent sur plus de deux plateformes, brisant l'idée d'une opposition entre console, mobile ou PC. Cette diversité renforce l'accessibilité du jeu vidéo. Enfin, la dimension sociale du jeu s'affirme, notamment chez les jeunes : 31 % des joueurs jouent pour intégrer une communauté et 48 % des enfants pour se faire des amis.

Étude ad hoc et veille du secteur

En avril 2024, le SELL a lancé une étude interne en partenariat avec l'Association e-Enfance / 3018, engagée dans la lutte contre le harcèlement et les violences numériques subis par les jeunes. Réalisée par l'institut Médiamétrie auprès de 1 500 internautes, cette étude s'inscrit dans un contexte de forte médiatisation des enjeux liés au temps d'écran, et fait notamment suite à la mise en place par le gouvernement d'une commission « écrans ».

L'objectif de l'étude était double : évaluer le temps consacré aux jeux vidéo en comparaison avec d'autres usages numériques et mieux comprendre la perception et l'utilisation des outils de contrôle parental dans le cadre des jeux vidéo comme dans les autres activités en ligne. Les résultats de cette étude ont été diffusés en interne auprès des adhérents du SELL.

Chaque semaine, le SELL propose une revue de presse mettant en lumière les actualités positives et structurantes de l'industrie du jeu vidéo, tant en France qu'à l'international. Ce rendez-vous régulier relaie également l'évolution de l'écosystème français, en valorisant les initiatives émergentes, les nominations, ainsi que les renouvellements de figures clés et de porte-paroles issus des différents organismes du secteur. **L'objectif de cette revue est de donner aux adhérents du SELL une vision claire de la manière dont les médias perçoivent et relaient l'actualité de l'industrie**, afin d'alimenter leur compréhension stratégique et leur veille sectorielle.

ÉCHO MÉDIATIQUE

Résonance globale

2 451 GLOBAL RETOMBÉES

351 PRESSE ÉCRITE

1 813 PRESSE WEB

287 TV & RADIO

Paris Games Week

24 COMMUNIQUÉS PGW

50 INTERVIEWS PGW

286 PRESSE ÉCRITE

992 PRESSE WEB

271 TV & RADIO

SELL

4 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

46 REVUES DE PRESSE HEBDO

14 INTERVIEWS SELL

65 PRESSE ÉCRITE

821 PRESSE WEB

16 TV & RADIO

MARS 2024
Bilan marché 2023

AFP

29/03/2024 21:00:13 GMT

Jeux vidéo: le marché français passe la barre des 6 milliards d'euros de revenus en 2023

Boosté par la reprise des ventes de consoles de dernière génération, le marché français du jeu vidéo a renoué avec la croissance en 2023, franchissant la barre des 6 milliards d'euros de chiffre d'affaires, selon un bilan publié mercredi.

Ce "nouveau pic historique" à 6,1 milliards d'euros, réalisé dans un contexte macro-économique de forte inflation, "installe aujourd'hui la France comme l'un des marchés les plus dynamiques en Europe", souligne James Rebours, président du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell), auteur de l'étude avec quatre partenaires (GSD, GameTrack, IDC et data.ai).

Alors que les ventes avaient souffert en 2022 des pénuries d'approvisionnement en semi-conducteurs, empêchant les constructeurs des nouvelles consoles PlayStation 5 (Sony) et Xbox Series (Microsoft) de répondre à la forte demande des joueurs, "l'effet rattrapage" a été spectaculaire en 2023, avec une hausse de près de 10% sur un an.

Les ventes de consoles ont réalisé un bond de 72% sur un an, dépassant le milliard d'euros de revenus pour la première fois depuis 2007-2009, selon les auteurs de l'étude.

Sur la période, le marché vidéoludique français s'appuie aussi sur d'autres relais de croissance solides, avec les ventes de jeux ("software") sur consoles et PC qui poursuivent leur croissance (+7% à 2,25 milliards d'euros) ou encore le mobile (+4,8% à 1,49 milliard d'euros).

Du côté des jeux les plus plébiscités, c'est encore une fois l'édition annuelle de la simulation de football d'Electronic Arts qui a dominé les classements malgré l'abandon du nom "Fifa", avec 1,477 million d'exemplaires écoulés toutes plateformes confondues (marché physique et dématérialisé, hors données de ventes dématérialisées de Nintendo).

"EA Sports FC 24", qui a presque atteint les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, a devancé le jeu se déroulant dans le monde d'Harry Potter "Hogwarts Legacy", qui a cumulé 1,147 million de ventes sur l'année.

La console Switch de Nintendo a placé quatre titres dans le Top 20, grâce notamment à "The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom" et "Super Mario Bros. Wonder", 3e et 4e du classement avec respectivement près d'un million et plus de 750.000 exemplaires écoulés.

OCTOBRE 2024
Les Français et le jeu vidéo 2024

ouest france

Jeux vidéo: la filière souffre, mais les joueurs sont là

La Paris Games Week ouvre ce mercredi et se tient jusqu'à dimanche. Alors que l'année a été compliquée pour beaucoup d'éditeurs de jeux vidéo, l'optimisme reste de mise.

Sept Français sur dix adeptes des jeux vidéo

OCTOBRE 2024 – Paris Games Week 2024

Résumé: La Paris Games Week met en lumière l'inclusivité du e-sport et du jeu vidéo pour les personnes en situation de handicap. Des entreprises comme PlayStation et Xbox offrent des manettes adaptables. David Tisserand d'Ubisoft souligne l'importance de concevoir des jeux accessibles, avec moins de boutons et un contrôle mapping flexible. Jérôme Dupire de Cap Game note l'émergence de communautés de joueurs, mélangeant handicapés et non handicapés, grâce aux progrès en matière d'accessibilité.

AFP

23/10/2024 22:10:38 GMT

La Paris Games Week totalise 188.000 visiteurs

Plus grand salon du jeu vidéo en France, la 13e édition de la Paris Games Week a rassei 188.000 visiteurs entre mercredi et dimanche, ont annoncé les organisateurs dimanche dans un communiqué.

"Dans un contexte post-Covid particulier pour l'industrie, le salon a su maintenir une fréquentation soutenue avec 188.000 visiteurs et la présence des majors de l'industrie", se félicitent-ils. "Cette édition 2024 marque enfin un record historique avec 228 marqu représentées."

La Paris Games Week espérait accueillir jusqu'à 200.000 personnes cette année. En 202 l'événement avait revendiqué 187.000 visiteurs, contre 317.000 lors de la dernière éditi pré-pandémie en 2019.

Les trois grands constructeurs de consoles (Microsoft, Sony et Nintendo) étaient de la p à l'instar d'éditeurs majeurs comme Ubisoft et Bandai Namco.

Même si la Paris Games Week se revendique toujours comme une célébration du jeu vidéo, le salon s'ouvrait encore un peu plus en 2024 à d'autres horizons, avec des espac dédiés aux mangas, au cosplay ou à l'e-sport, des concerts, des conférences et même de démonstrations de skateboard et de BMX.

Objectif affiché: devenir "le salon leader des 18-35 ans" d'ici à 2030, en allant chercher visiteurs au-delà de la communauté des joueurs.

ÉCHO DIGITAL

En 2024, le SELL a poursuivi le développement de sa stratégie digitale et de social listening, axée sur l'image, l'attractivité et l'interactivité. Une attention particulière a été portée à réseau émergent dédié aux professionnels LinkedIn, avec des contenus valorisant l'expertise du SELL sur les enjeux législatifs et économiques du secteur, renforçant ainsi la position du syndicat comme référence institutionnelle du jeu vidéo en France.

Cette stratégie éditoriale, pensée comme un fil rouge, met également en lumière les actions du SELL et de ses adhérents, tout en consolidant une communauté qualifiée. Des contenus travaillés issus de la scène Future of Gaming ont aussi été diffusés, contribuant à affirmer la légitimité du SELL sur les grands sujets de fond de l'industrie.

TOP 5 des ventes physiques

Le rendez-vous hebdomadaire du marché du jeu vidéo.

Actualités affaires publiques

Le SELL relaie les actions de ses représentants, mobilisés pour faire avancer la reconnaissance de l'industrie vidéoludique.

Décryptage des sujets clés de l'industrie

Le SELL apporte un éclairage factuel sur les enjeux clés du secteur.

Projecteur sur les visages de l'expertise

Le SELL donne la parole aux experts et met en lumière les associations qui font bouger le secteur.

2024
19 336
ABONNÉS
+5 % VS 2023

11 060
FOLLOWERS
+2 % VS 2023

4 319
ABONNÉS
+14 % VS 2023

2 680
ABONNÉS
+2 % VS 2023

1 277
ABONNÉS
+14 % VS 2023

FÉDÉRER ET VALORISER

La Paris Games Week

© Paris Games Week 2024

Depuis 2010, la Paris Games Week représente le 1er salon gaming en France rassemblant durant 5 jours tous les passionnés et passionnées de jeu vidéo et culture geek.

L'édition 2024 a accueilli **188 000 visiteurs** et plus de **156 exposants**, offrant un programme riche mêlant avant-premières très attendues (*Monster Hunter Wilds, Little Nightmares 3*...), compétitions esport de haut niveau (Trackmania World Cup, Coupe des Étoiles League of Legends), espaces dédiés aux jeux indépendants et un quartier manga inédit. La présence des acteurs majeurs du secteur (Nintendo, PlayStation, Xbox, Ubisoft, Capcom, Plaion, Bandai Namco...) et d'influenceurs de premier plan a permis de fédérer un public fidèle et de nouvelles générations de joueuses et joueurs.

Cette édition marque une nouvelle étape dans l'histoire de la PGW, avec une ouverture plus affirmée aux univers de la pop culture, du cosplay et de la création artistique. **Signe de la reconnaissance institutionnelle croissante du secteur**, plusieurs représentants de l'État ont de nouveau visité le salon, soulignant l'importance stratégique du jeu vidéo en France. La PGW s'impose ainsi comme **une véritable caisse de résonance** pour toute l'industrie, mettant également en lumière le tissu associatif engagé, qu'il s'agisse de la protection des mineurs, de l'accessibilité ou encore de l'inclusion dans le jeu vidéo. **Cette vitrine permet de démontrer aux pouvoirs publics que le secteur est structuré, responsable et qu'il s'empare activement des grands enjeux de société.**

La prochaine édition, déjà annoncée, du **30 octobre au 3 novembre 2025**, proposera pour la première fois des nocturnes et un programme artistique élargi. La PGW 2025 promet d'être un événement encore plus immersif, festif et fédérateur pour toutes les communautés de passionnés.

Logo Paris Games Week 2025

L'Interactive Digital & Entertainment Festival

©IDEF 2024

Depuis 2006, le SELL organise l'IDEF, devenu un rendez-vous incontournable pour les professionnels du jeu vidéo et des loisirs interactifs en France. Véritable plateforme économique, cette manifestation permet aux éditeurs, constructeurs, distributeurs et accessoiristes de présenter leurs titres, matériels et services aux acheteurs en vue des fêtes de fin d'année, une période cruciale pour le chiffre d'affaires du secteur.

Depuis quelques éditions, l'IDEF s'impose également comme un rendez-vous clé pour prendre le pouls de l'industrie à mi-parcours de l'année. La conférence d'ouverture de l'édition 2024 a ainsi permis de dresser un panorama exclusif du marché français, à travers l'analyse des tendances, des usages et des chiffres clés issus des panels Sparkers/GSD et Ipsos/GameTrack. Ce temps fort analytique apporte aux participants une lecture précise et actualisée de l'état du marché, essentielle pour anticiper la fin d'année.

L'événement s'ancre par ailleurs dans l'agenda européen du secteur, en accueillant les réunions stratégiques de Video Games Europe. Ces rencontres rassemblent les représentants de l'industrie vidéoludique européenne autour des enjeux juridiques, économiques et sociétaux majeurs, renforçant ainsi la portée institutionnelle et prospective de l'IDEF. Plus qu'un salon commercial, l'IDEF devient un véritable espace de dialogue structurant pour toute la chaîne de valeur du jeu vidéo.

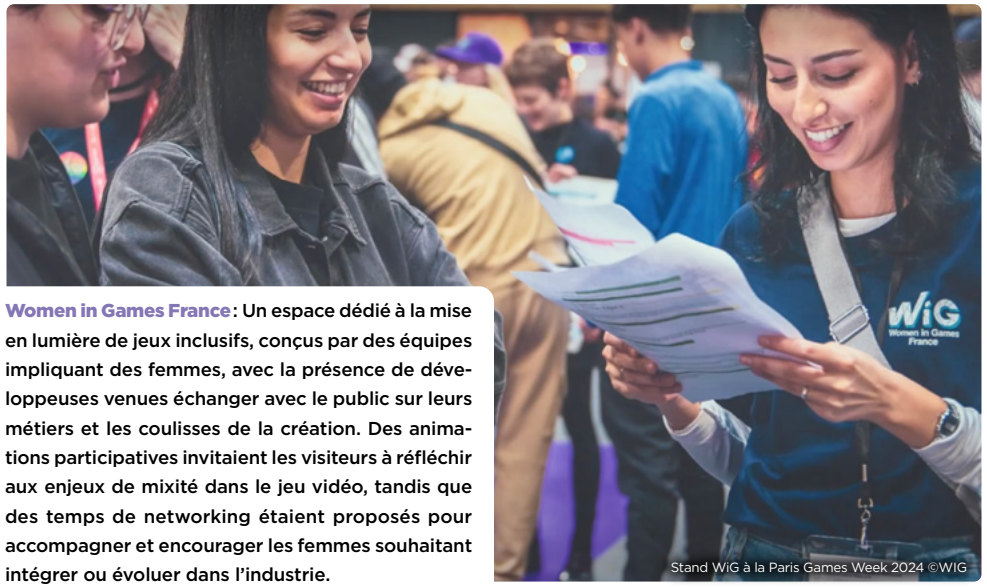
L'édition 2024 s'est tenue du 1er au 3 juillet 2024 à Juan-les-Pins. Cette édition a rassemblé plus de **300 professionnels du secteur**, représentant près de **40 entreprises**. Une **quinzaine d'exposants** étaient présents parmi lesquels des éditeurs de jeux vidéo, des distributeurs physiques et digitaux ainsi que des accessoiristes. Comme chaque année, l'événement s'est aussi distingué par son engagement solidaire avec l'organisation d'une course caritative au profit de l'association Rêves, qui œuvre pour réaliser les souhaits d'enfants gravement malades.

À travers l'accueil d'associations engagées

Le SELL accompagne des associations à l'année et leur permet de venir présenter leurs actions lors de la Paris Games Week sur différentes thématiques : prévention, inclusion, diversité, made in France. Ainsi ont été présents sur l'édition 2024 :

Stand Jeux Made in France ©Paris Games Week 2024

Jeux Made in France : Un pavillon français rassemblant plus de 30 studios et éditeurs, véritable vitrine de la créativité des talents nationaux. Cet espace a mis en lumière à la fois le rayonnement international des jeux « made in France » et la diversité des styles, des univers et des approches qui caractérisent la richesse de la création vidéoludique française.



Stand WiG à la Paris Games Week 2024 ©WIG

Women in Games France : Un espace dédié à la mise en lumière de jeux inclusifs, conçus par des équipes impliquant des femmes, avec la présence de développeuses venues échanger avec le public sur leurs métiers et les coulisses de la création. Des animations participatives invitaient les visiteurs à réfléchir aux enjeux de mixité dans le jeu vidéo, tandis que des temps de networking étaient proposés pour accompagner et encourager les femmes souhaitant intégrer ou évoluer dans l'industrie.

À travers d'autres événements

Conférence Spawn! édition 2024 ©Spawn!

Le SELL est fier d'avoir été partenaire de **Spawn!**, le festival du jeu vidéo d'Angoulême, coorganisé par le **Cnam-Enjmin**, la grande école publique du jeu vidéo et du numérique, **SO·Games,** l'association des professionnelles et professionnels du secteur en Nouvelle-Aquitaine, et le **Pôle Image Magelis**, l'écosystème dédié au développement de la filière image en Charente.

Spawn! est le rendez-vous jeu vidéo de l'année à Angoulême, à la croisée d'un événement réunissant les familles et les acteurs de l'industrie. Ce festival gratuit, familial et ouvert à toutes et tous offre également une demi-journée professionnelle dédiée aux échanges entre acteurs du secteur.

Dans le cadre de son engagement en faveur de l'accessibilité et de l'inclusion, le SELL a permis de rendre l'ensemble de la programmation de la scène accessible en Langue des Signes Française (LSF), facilitant ainsi la participation de tous les publics aux conférences, tables rondes et autres animations.

SENSIBILISER LE GRAND PUBLIC

À travers PEGI

PEGI Pan European Game Information

Le système de classification par âge PEGI (Pan European Game Information) aide les parents à travers toute l'Europe à faire des choix éclairés lors de l'achat de jeux vidéo. Mis en place au printemps 2003, il a remplacé plusieurs systèmes nationaux grâce à une signalétique unifiée, aujourd'hui utilisée dans la majorité des pays européens.

Présent dans plus de quarante pays et soutenu par plus de 2700 entreprises membres, PEGI bénéficie de l'appui des principaux constructeurs de consoles, tels que Sony, Microsoft et Nintendo, ainsi que de nombreux éditeurs et développeurs de jeux vidéo à travers l'Europe. Il est également utilisé par les nouvelles applications proposées sur le Google Play Store.

Le système a été conçu par la Fédération européenne des logiciels de loisirs (VGE, pour Video Games Europe). Depuis sa création, plus de 40 000 jeux et plusieurs millions d'applications ont été évalués et classifiés.

En tant que membre du board PEGI, le SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) suit de près l'évolution de ce système de classification et soutient activement les actions et campagnes menées en France pour sensibiliser les publics.

À travers les associations de références

En 2024, le SELL a accompagné plusieurs associations de référence engagées dans la protection de l'enfance, en les accueillant au sein de l'espace Paris Games Week Junior. **Véritable point de rencontre pour les familles, cet espace constitue un levier essentiel de sensibilisation**, permettant au SELL de relayer ses messages tout au long de l'année et de valoriser **les outils et dispositifs existants pour encadrer la pratique du jeu vidéo de manière responsable.**

Espace PGW Junior 2024 ©Paris Games Week

E-enfance: L'association a mené plusieurs actions pour sensibiliser parents et jeunes aux enjeux de la protection en ligne. Sur son stand, elle a proposé des démonstrations de contrôle parental et animé des échanges autour de la modération, du temps de jeu et du cyberharcèlement.

PédaGoJeux: Accompagné par l'UNAF et Internet Sans Crainte, le stand PédaGoJeux a animé l'espace junior de la Paris Games Week 2024, accueillant familles et enfants autour de jeux vidéo classés Pegi 3, 7 et 12. Pendant cinq jours, une équipe d'animateurs a accompagné les visiteurs dans une approche ludique et éducative du jeu vidéo. L'espace a aussi reçu la visite de plusieurs personnalités officielles, permettant de valoriser les actions de PédaGoJeux et de présenter son réseau national de 250 ambassadeurs mobilisés tout au long de l'année.

AGIR POUR UNE INDUSTRIE RESPONSABLE

Le SELL soutient des initiatives concrètes qui visent à rendre l'industrie du jeu vidéo plus ouverte, équitable et représentative. Qu'il s'agisse d'accompagner les jeunes talents, de promouvoir la place des femmes ou de favoriser l'accessibilité pour tous, ces actions soutenues par le syndicat traduisent une volonté commune d'agir pour une filière plus responsable.

Diversité - Women in Games

Le SELL soutient depuis 2018 l'association professionnelle Women in Games (WiG) créée en 2017. L'association regroupant plus de 3000 membres à travers la France œuvre pour la mixité dans l'industrie du jeu vidéo sur le territoire et a pour objectif de doubler le nombre de femmes et personnes non-binaires dans l'industrie en 10 ans.

3 axes d'actions :

1. **Rendre les personnes de genre marginalisées plus visibles et mettre en avant les rôles modèles inspirants**
2. **Sensibiliser et former les actrices et acteurs du secteur à l'inclusion et à l'égalité**
3. **Faciliter le développement professionnel grâce à des formations et du réseautage**

Depuis 3 ans, le SELL accompagne WIG à travers le financement du programme **BOOST!**.

Ce programme organise des ateliers et conférences autour de thématiques comme l'entrepreneuriat, l'employabilité et le développement de compétences à destination des personnes en début de carrière et aux futur(e)s professionnel(le)s de l'industrie.

Au total, sur le cycle de 2024 :

659 participant(e)s

15 conférences et ateliers

27 intervenant(e)s

96 % de satisfaction

Inclusion - La Bourse Jeu Vidéo

la bourse JV
- jeux vidéo -

Le SELL a soutenu en 2024, pour la **deuxième année consécutive**, la **Bourse Jeux Vidéo**, un dispositif essentiel créé en 2020 qui vise à **favoriser une plus grande diversité sociale** au sein des formations et des métiers du jeu vidéo.

Cette bourse est née d'un constat partagé : l'industrie du jeu vidéo souffre encore d'un manque de diversité sociale, en particulier parmi les jeunes diplômé(e)s. L'accès aux écoles spécialisées reste souvent freiné par des **frais de scolarité élevés** et une **centralisation géographique** autour de Paris ou des grandes métropoles, créant des barrières pour de nombreux talents issus de territoires éloignés ou de milieux modestes.

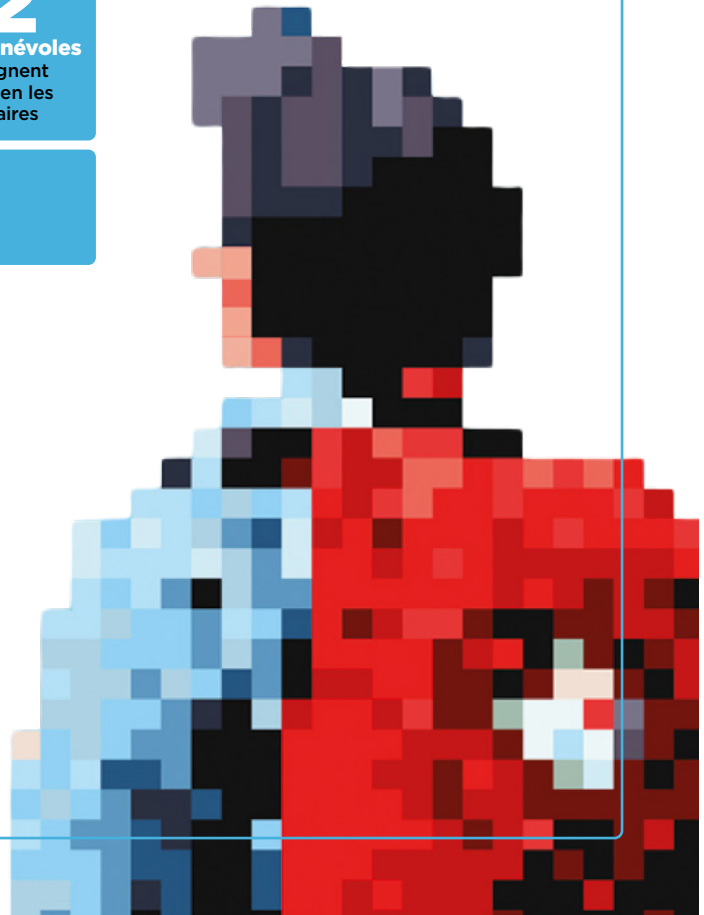
En soutenant cette initiative, le SELL affirme son engagement pour l'égalité des chances, la démocratisation de l'accès aux formations dans le jeu vidéo et l'émergence de profils variés et représentatifs au sein des studios de demain.

Chiffres clés entre 2020 et 2023

27 bénéficiaires prise en charge intégrale de leurs études

42 mentors bénévoles accompagnent au quotidien les bénéficiaires

1 psychologue accompagne les boursières et boursiers dans la préservation de leur santé mentale



Accessibilité - CapGame

Accueil et point informations PSH/PMR 2024 ©Paris Games Week

Accueil et point informations PSH/PMR 2024 ©Paris Games Week

Depuis 2019, le SELL collabore avec l'association CapGame pour faire de la Paris Games Week un événement toujours plus accessible à tous les publics.

En 2024, cette collaboration s'est poursuivie avec le renouvellement de l'accompagnement expertisé de CapGame sur les questions d'accessibilité du salon. Deux zones d'accueil et d'information dédiées aux personnes en situation de handicap (PSH) ont été mises en place, ainsi qu'un espace de repos pour favoriser le confort de toutes et tous.

Traduction LSF sur la scène Xbox 2024 ©Paris Games Week

Des animateurs formés à la Langue des Signes Française (LSF) étaient présents sur l'événement pour accompagner les visiteurs sourds ou malentendants. Un service de prêt de fauteuils roulants sur demande était également proposé, facilitant ainsi la venue et la circulation des personnes à mobilité réduite dans le salon. Une signalétique visuelle adaptée a été déployée sur l'ensemble de l'événement afin de simplifier la déambulation des visiteurs en situation de handicap.

Enfin, plusieurs adhérents du SELL, dont **Xbox, Ubisoft et Bandai Namco**, ont poursuivi et renforcé leurs propres dispositifs d'accueil inclusifs, démontrant l'engagement collectif de l'écosystème en faveur d'une Paris Games Week toujours plus ouverte, accueillante et accessible à toutes et tous.

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
communication
e.colpart@sell.fr

Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux

@SELL_JeuxVideo

SELL TV

www.sell.fr