

ANNÉE 2025

RAPPORT

D'ACTIVITÉ DU SYNDICAT



SYNDICAT
DES ENTREPRENEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

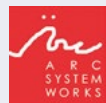


IDEF



PARIS
GAMES
WEEK

Les membres 2025



ANNÉE 2025

RAPPORT D'ACTIVITÉ DU SYNDICAT

Chapitre 1 À propos du SELL	06
Chapitre 2 Les chiffres-clés du jeu vidéo en France	14
Chapitre 3 Les actions du SELL	18
Chapitre 4 La sensibilisation autour du jeu vidéo.....	32

Chères adhérentes, chers adhérents,
L'année 2025 restera une année particulièrement marquante dans l'histoire du SELL. **Elle aura été celle de confirmations en termes d'engagement des joueurs, mais aussi de profondes mutations au sein de notre industrie, et celle enfin de la célébration des 30 ans de notre syndicat.** Cet anniversaire constitue une occasion privilégiée de mesurer le chemin parcouru collectivement et de remercier l'ensemble des adhérents, partenaires et équipes qui contribuent chaque jour à faire vivre et grandir notre organisation.

Dans un contexte politique, économique et réglementaire toujours exigeant, le SELL a poursuivi avec détermination sa mission de représentation et de défense des intérêts de l'industrie du jeu vidéo. Notre

action s'est articulée autour de trois priorités complémentaires : **porter la voix du secteur** auprès des décideurs publics, **accompagner l'évolution** des cadres législatifs et réglementaires, et **créer des temps d'échange, de réflexion et de valorisation** au bénéfice de nos adhérents et de l'ensemble de l'écosystème.

Cette mobilisation constante a permis d'obtenir **plusieurs avancées majeures** pour notre industrie. Le succès le plus emblématique demeure sans aucun doute la prorogation du **Crédit d'impôt jeu vidéo jusqu'au 31 décembre 2031**, obtenue conjointement avec nos partenaires institutionnels, ainsi que **l'abandon des projets de taxation visant les éditeurs**. Ces résultats témoignent de la crédibilité acquise par notre secteur et de la qualité du dialogue entretenu avec les pouvoirs publics.

Tout au long de l'année, le SELL a poursuivi son travail de représentation auprès des institutions nationales et européennes. Les auditions devant l'Assemblée nationale et le Sénat, **notre participation aux travaux du CNC**, ainsi que les nombreux échanges menés avec les administrations et les représentants politiques, ont permis de **porter les enjeux stratégiques de notre industrie au plus haut niveau de décision**.

L'année 2025 aura également confirmé le **rôle central de la Paris Games Week** comme **vitrine incontournable du jeu vidéo en France** et comme **outil majeur de rayonnement de notre industrie**. Cette 14^e édition a représenté un défi

exceptionnel pour le SELL et ses équipes. À la suite du lancement d'un important appel d'offres destiné à repenser l'avenir du salon, le syndicat a mené un vaste travail de sélection qui a conduit à l'intégration de **deux nouveaux partenaires stratégiques (GL Events et Rivaj Group)**. Dans un calendrier particulièrement contraint, cette nouvelle organisation a permis de concevoir et de déployer une édition entièrement renouvelée en un temps record.

Malgré l'ampleur de ce défi, la Paris Games Week 2025 a su proposer de nombreuses nouveautés porteuses d'avenir. L'enrichissement de l'offre professionnelle avec la **Paris Games Week Business** a **confirmé l'ambition du salon de renforcer son rôle de plateforme d'échanges** entre les acteurs de l'industrie, les décideurs publics et les partenaires économiques. L'utilisation du **Dôme de Paris pour accueillir des concerts exceptionnels** consacrés aux musiques de jeux vidéo a constitué l'un des temps forts de cette édition, illustrant la place croissante du jeu vidéo dans le paysage culturel.

/// *À titre personnel, cette année revêt une dimension particulière, puisqu'elle marque l'achèvement de mon dernier mandat à la présidence du SELL. Après avoir eu l'honneur de servir notre industrie durant ces années, je tiens à exprimer ma gratitude à l'ensemble des adhérents pour leur confiance, leur engagement et leur soutien constant. Les succès obtenus collectivement sont avant tout les vôtres.*

L'intégration du Gala TCG a également démontré, une nouvelle fois, la richesse des passerelles entre le jeu vidéo, la pop culture et les communautés de passionnés.

Cette édition 2025, nécessairement perfectible dans un contexte de profonde transformation, a néanmoins démontré la capacité du SELL à se réinventer et à fédérer l'ensemble de son écosystème autour d'une ambition commune. Elle constitue aujourd'hui **une base solide et particulièrement prometteuse pour poursuivre le développement et le rayonnement international de la Paris Games Week dès 2026.**

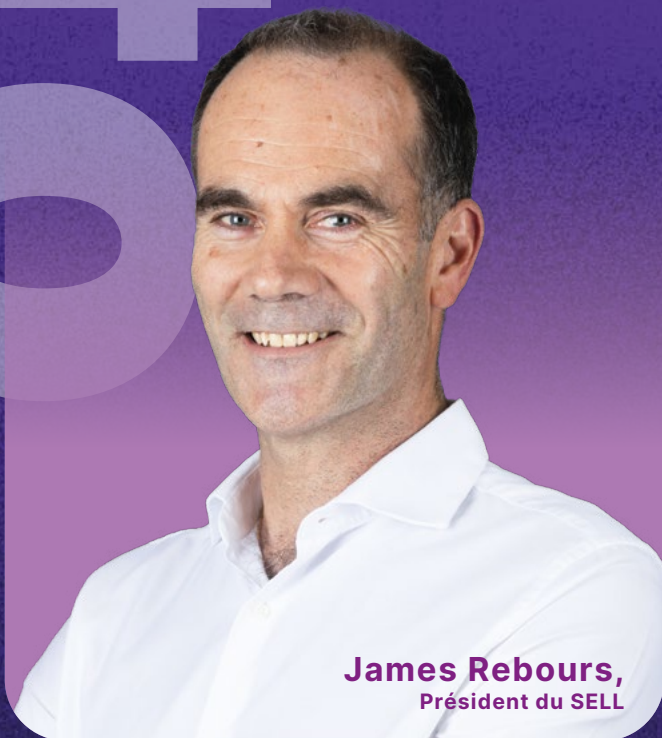
L'année aura également été marquée par **une profonde évolution de notre événement professionnel. La reprise en main de l'IDEF par le SELL** a constitué un défi organisationnel majeur, relevé avec succès grâce à l'engagement remarquable des équipes permanentes et de l'ensemble des partenaires mobilisés. Cette édition a confirmé la **capacité du syndicat à fédérer l'ensemble de la filière autour de rendez-vous professionnels à forte valeur ajoutée.**

Parallèlement, le SELL a continué **ses efforts de valorisation et de pédagogie auprès des professionnels, des médias et du grand public**. Notre communication BtoB a connu une montée en puissance significative, notamment sur les réseaux professionnels, permettant d'éclairer les grands enjeux réglementaires et économiques qui structurent notre industrie. Nos publications de référence, le « **Bilan Marché** » et l'étude « **Les Français et le jeu vidéo** », ont bénéficié d'une couverture médiatique importante, **confirmant le rôle du SELL comme source incontournable d'analyse et d'expertise sur le secteur.**

Je souhaite adresser tous mes encouragements et mes vœux de réussite à la nouvelle présidente qui prend ses fonctions en 2026. Je suis convaincu qu'elle pourra s'appuyer sur un syndicat solide, reconnu et ambitieux, porté par des équipes engagées et des adhérents mobilisés, pour poursuivre le développement et le rayonnement de notre industrie.

Au nom de l'ensemble des équipes du SELL, je vous remercie chaleureusement pour votre confiance et votre implication tout au long de cette année exceptionnelle.

Je vous invite désormais à découvrir, au fil des pages qui suivent, les temps forts, les succès et les actions marquantes qui ont façonné l'année 2025 du SELL.



James Rebours,
Président du SELL

Historique

1 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 2025 **vingt-cinq membres, dont deux membres associés.**

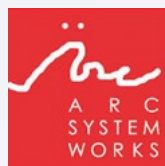
2 Raison d'être

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.

3 Adhésion 2025

L'adhésion de l'éditeur japonais Arc System Works en 2025 est venue renforcer la représentativité du SELL et témoigne de l'attractivité croissante du syndicat auprès des acteurs internationaux implantés en France.



4 Les 30 ans du SELL : trois décennies au service du jeu vidéo

En 2025, le SELL a célébré ses 30 années d'existence et d'engagement au service de l'industrie du jeu vidéo en France. Depuis sa création en 1995, le Syndicat porte la voix des éditeurs de jeux vidéo présents sur le territoire et accompagne l'ensemble de l'écosystème auprès des pouvoirs publics, des médias et du grand public.

Interlocuteur reconnu des institutions, source de référence sur les données de marché et les usages des joueurs, promoteur d'un jeu vidéo responsable et acteur majeur du rayonnement de la filière à travers ses événements, le SELL agit au quotidien pour défendre, informer, développer et valoriser une industrie devenue un pilier

culturel, économique et social en France, réunissant aujourd'hui près de 40 millions de joueurs. Cet anniversaire a été l'occasion de rassembler l'ensemble de l'écosystème du jeu vidéo lors d'une soirée dédiée réunissant éditeurs, associations, partenaires et acteurs historiques de la filière. Un moment de célébration collective, marqué par le partage des souvenirs qui ont construit ces 30 années d'histoire et par la volonté de continuer à faire grandir le secteur autour d'une ambition commune : jouer collectif pour accompagner les transformations et les opportunités à venir.

À cette occasion, le SELL a également souhaité revenir sur les grandes étapes de son histoire à travers une vidéo rétrospective retraçant trois décennies d'actions, d'engagements et de contributions au développement du jeu vidéo en France.



À visionner
Les 30 ans du SELL :
trois décennies au service
du jeu vidéo



Nos missions

1 Représenter la voix des professionnels du jeu vidéo

Le SELL est le porte-parole de référence de l'industrie du jeu vidéo en France. À ce titre, il défend les intérêts de ses adhérents et contribue à la reconnaissance du secteur comme acteur économique, culturel et technologique majeur du territoire. Son rôle consiste à porter une parole collective auprès des pouvoirs publics, des

décideurs politiques et des écosystèmes culturels et innovants, afin de favoriser un cadre propice au développement durable de la filière.

Cette mission s'incarne dans une participation active aux travaux stratégiques nationaux et européens. En dialoguant avec les institutions et les instances sectorielles, le SELL contribue à l'élaboration de politiques publiques adaptées aux réalités du jeu vidéo et aux mutations du numérique.

Organismes et groupes de travail clés



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 :

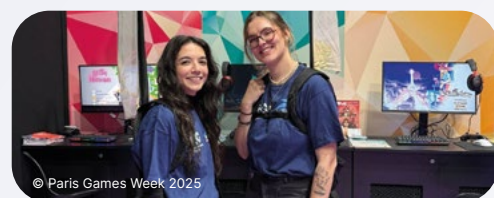
- **PEGI (Pan European Game Information)**, créé en 2003, représente le système européen de classification des jeux vidéo. Il fournit une information claire sur le contenu des jeux et indique l'âge minimum recommandé pour y jouer. Présent dans plus de 40 pays, PEGI a classé plus de 40 000 jeux et plusieurs 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 des compétitions esport pour favoriser le lien intergénérationnel par la pratique vidéoludique auprès des seniors.



© Paris Games Week 2025

3 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.

Panels de référence :

- **Panel GSD (Game Sales Data)** pour les données distributeurs et ventes digitales.

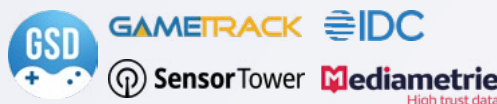
Dirigé par Sparkers, ce panel fournit des données précises sur les ventes physiques et numériques de jeux vidéo ;

- **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 les 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.



© Paris Games Week 2025

4 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.

- **Paris Games Week** : salon grand public emblématique, la Paris Games Week reste le rendez-vous incontournable du jeu vidéo en France. L'édition 2025, qui s'est tenue du 30 octobre au 2 novembre, a attiré 161 000 visiteurs et



© Paris Games Week 2025



© IDEF 2025

réuni 175 exposants représentant plus de 230 marques. Cette édition, encore davantage ouverte à l'entertainment et à la pop culture, a illustré la richesse et la diversité de l'univers du jeu vidéo. Elle a su rassembler un public particulièrement large, allant des joueurs occasionnels aux amateurs d'esport, sans oublier les familles, confirmant ainsi la capacité du salon à conjuguer accessibilité, découverte et célébration de la culture vidéoludique. Elle a également été marquée par une nouveauté majeure : l'ouverture du Dôme de Paris, véritable écrin inédit accueillant pour la première fois la grande scène PGW avec des compétitions esport et

des concerts de musiques de jeux vidéo, offrant une nouvelle dimension spectaculaire à l'événement.

- **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. **L'objectif : préparer ensemble les grandes échéances de fin d'année à travers des rendez-vous d'affaires stratégiques.**

Le conseil d'administration 2025

CHRISTOPHE HAVART
Bandai Namco Entertainment

SOPHIE CARABALONA
Electronic Arts

YVES BLEHAUT
Microïds

CÉDRIC MIMOUNI
Microsoft

PHILIPPE LAVOUÉ
Nintendo

JAMES REBOURS
Plaion

GEOFFROY SARDIN
PULLUP Entertainment

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*

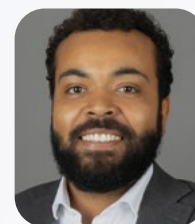
Les permanents



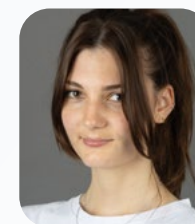
NICOLAS VIGNOLLES
Délégué général



VINCENT GAUDIN
Responsable événement



BENJAMIN NIANG
Responsable
affaires publiques
et Europe



ÉLÉA COLPART
Responsable communication,
marketing et datas

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.) – remplacé début 2026 par Clemens Mayer-Wegelin 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).

Adhésions et mandats

CSPLA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA
PROPRIÉTÉ LITTÉRAIRE ET ARTISTIQUE

PEGI Pan
European
Game
Information

ifcic
Institut pour le Financement
du Cinéma et des
Industries Culturelles

**VIDEO
GAMES
EUROPE** +

Partenaires associatifs

CapGame

PédaGoJeux.fr
LE JEU VIDÉO EXPLIQUÉ AUX PARENTS

SilverGEEK

snjv
Syndicat National du Jeu Vidéo

WiG
Women in Games
France

Homologues à l'international



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.

Méthodologie

Les chiffres du marché 2025 reposent sur une analyse consolidée menée par le SELL, en collaboration avec quatre organismes spécialisés :

- **GSD** pour les ventes de jeux en format physique;
- **GSD et GameTrack** pour les données du marché digital;
- **Sensor Tower et GameTrack** pour l'activité sur mobile;

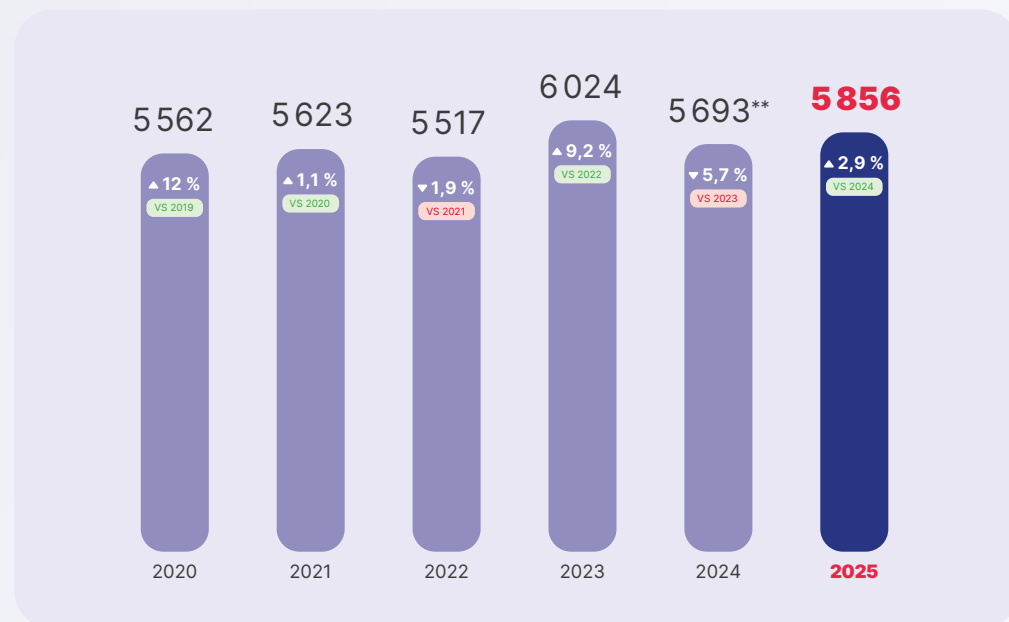
- **IDC** pour les ventes de matériel (hardware) et d'écrans dédiés au PC gaming.

Cette approche croisée permet de proposer une vision complète et précise de l'activité économique du jeu vidéo en France.



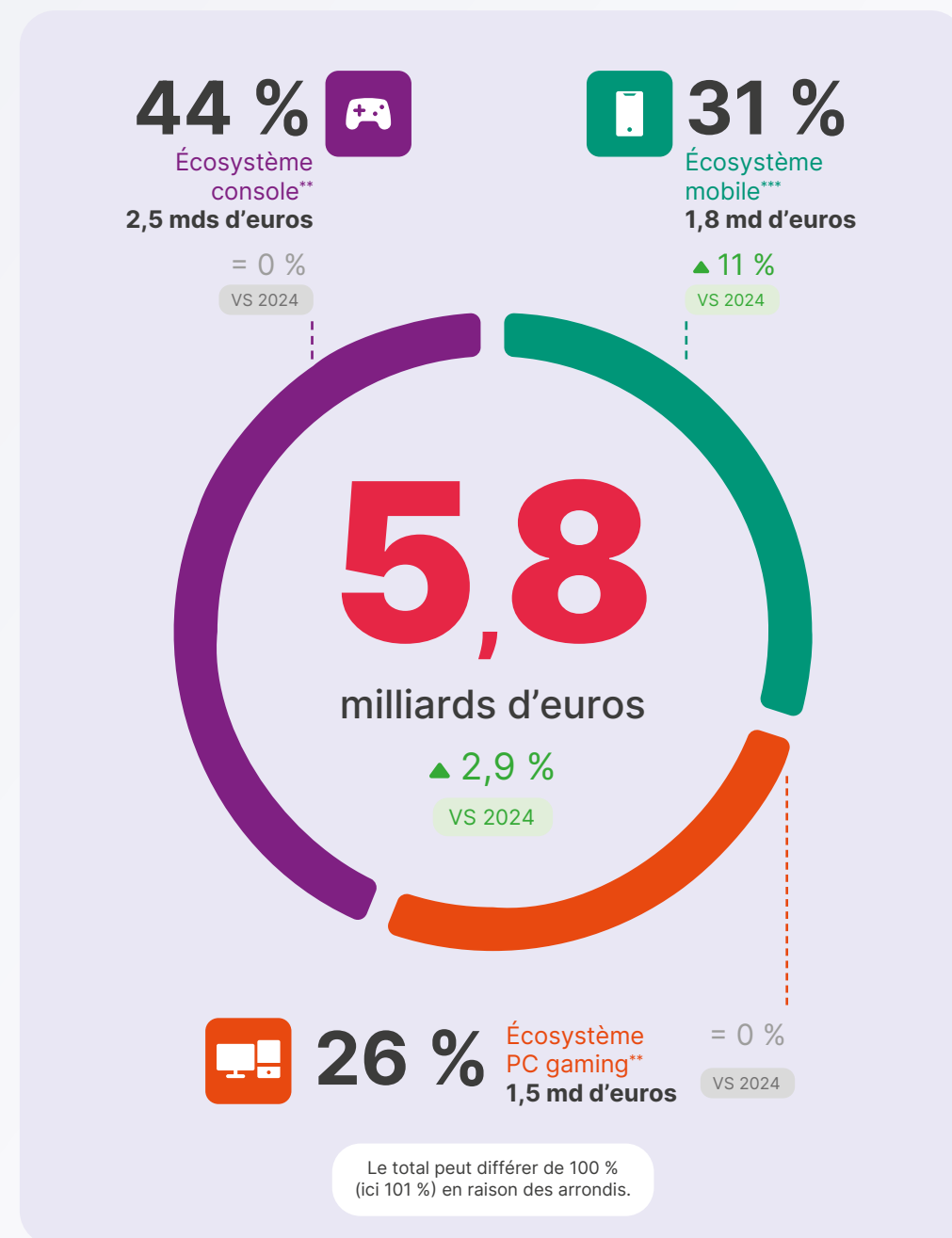
Évolution du chiffre d'affaires

En millions d'euros



Chiffres-clés 2025

Le marché



LIRE L'INTÉGRALITÉ DE L'ÉTUDE



Les profils et usages des joueurs et joueuses

En trente ans, le jeu vidéo est passé d'un loisir de niche à une pratique culturelle universelle, profondément ancrée dans le quotidien des Français. Au début des années 2000, seuls 20 % d'entre eux y jouaient, soit environ 12 millions de personnes. En 2025, ils sont plus de 40 millions, une progression spectaculaire qui a fait du jeu vidéo une pratique largement démocratisée, accessible à tous.

Cette démocratisation s'accompagne d'une transformation tout aussi marquante : la féminisation du public. Dans les années 1990, le jeu vidéo restait

un loisir quasi exclusivement masculin, avec près de 90 % de joueurs hommes. Aujourd'hui, les joueuses représentent 46 % des joueurs réguliers, un rééquilibrage qui témoigne de l'ouverture progressive du média à toutes et tous.

Porté par cette double dynamique de croissance et d'inclusion, le jeu vidéo s'est imposé comme le premier loisir culturel des Français, rassemblant aujourd'hui toutes les générations, sans distinction de genre.



Méthodologie

Les chiffres sont issus de l'étude « Les Français et le jeu vidéo », réalisée par Médiamétrie pour le compte du SELL sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025 auprès d'un échantillon de 4 001 individus âgés de 10 à 80 ans, représentatif de la population française âgée de 10 à 80 ans.

Chiffres-clés 2025

Les Français et le jeu vidéo

40

millions de joueurs*

*Au moins une fois dans l'année

Parmi les joueurs

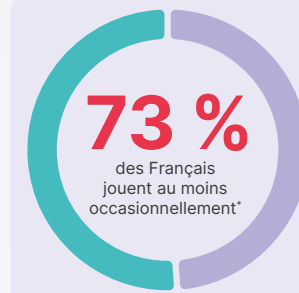
▲ 1 PT
VS 2024

76 %

jouent au moins
une fois par semaine

Ensemble des joueurs

51 %
Hommes
41 ANS



Temps moyen
hebdomadaire **6 h 25**

40 ANS
Âge moyen des joueurs

49 %
Femmes
39 ANS



ENSEMBLE DES JOUEURS



Adultes (18 ans et +)

88 % ▲ 4 PTS
VS 2024
35,4 millions d'individus



Enfants (10-17 ans)

12 %
4,8 millions d'individus

LIRE L'INTÉGRALITÉ DE L'ÉTUDE



Représenter la filière

Si l'année 2024 a été marquée par une instabilité forte avec notamment la dissolution de l'Assemblée nationale en juin 2024, l'année 2025 n'a pas montré beaucoup plus de stabilité politique. François Bayrou, qui a succédé à Michel Barnier en toute fin d'année 2024, a à son tour été remplacé par Sébastien Lecornu en septembre 2025, continuant la valse des ministres et de leurs conseillers.

L'éclatement de l'Assemblée nationale, plus divisée que jamais avec onze groupes politiques et des alliances plus qu'instables, entraîne par ailleurs une complexité supplémentaire avec un manque de visibilité à moyen terme, et parfois même à court terme.

Dans ce contexte institutionnel mouvant, le SELL a continué de porter la voix d'une industrie du jeu vidéo soucieuse du bien-être de ses joueurs et créatrice de valeur pour l'économie française. Aux côtés de Video Games Europe (VGE), le SELL s'est mobilisé sur l'ensemble des sujets susceptibles d'impacter le secteur.

1 La protection des mineurs, un enjeu qui entraîne un amalgame entre jeux vidéo et réseaux sociaux

Plusieurs faits divers tragiques et actes de violence ont eu lieu en 2025, pour lesquels la responsabilité supposée des réseaux sociaux, et parfois même du jeu vidéo, a été pointée. Ce fut notamment le cas en juin dernier, lorsqu'une surveillante d'établissement scolaire a été poignardée par un élève. À la suite de ce drame, Élisabeth Borne, alors ministre d'État, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, a fait un amalgame entre jeux vidéo, réseaux sociaux et violences en ligne, en affirmant notamment que l'usage excessif d'écrans pouvait provoquer une confusion entre le réel et le virtuel. Au-delà de ces événements, une confusion a été entretenue par certains décideurs publics entre l'impact des réseaux sociaux et des jeux vidéo sur les jeunes, faisant craindre l'élaboration d'une réglementation inappropriée pour notre industrie.

Cela a contraint le SELL à réaliser de nombreuses actions de pédagogie auprès des parlementaires et des cabinets ministériels pour rappeler la réalité de la pratique du jeu vidéo et le consensus scientifique sur l'absence de lien entre violence et jeux vidéo.

Le SELL a par ailleurs dû être vigilant quant aux différents travaux législatifs qui ont été menés sur la régulation des réseaux sociaux, afin d'éviter toute assimilation avec ces plateformes. Cela a notamment été le cas avec la proposition de loi de la sénatrice Catherine Morin-Desailly visant à protéger les jeunes des risques liés à l'exposition aux écrans et des méfaits des réseaux sociaux, et à les accompagner vers un usage raisonné du numérique. Si les travaux de la sénatrice n'avaient aucunement vocation à concerner le jeu vidéo, d'autres sénateurs ont souhaité se saisir de l'occasion pour associer « de force » le jeu vidéo aux réseaux sociaux, allant jusqu'à essayer de modifier l'intitulé de la proposition de loi. Ces différentes tentatives d'amendements n'ont toutefois pas abouti.

Une action similaire de sensibilisation a été menée auprès des députés du groupe de la majorité présidentielle à l'Assemblée nationale, et en particulier de son président Gabriel Attal, en amont de la rédaction de la proposition de loi de la députée Laure Miller visant à protéger les mineurs des risques auxquels les expose l'utilisation des réseaux sociaux, notamment avec l'interdiction d'accès aux réseaux sociaux pour les mineurs de moins de 15 ans.

2 Un renforcement de la nécessité de pédagogie sur la monétisation dans les jeux vidéo

La préparation par la Commission européenne du **Digital Fairness Act**, ainsi que la publication par le réseau de coopération en matière de protection des consommateurs (CPC) des principes clés pour contraindre l'industrie du jeu vidéo à réinterpréter les règles de l'UE en matière de protection des consommateurs liées aux monnaies virtuelles utilisées dans les jeux, a contribué à attirer l'attention du législateur français, qui a aussi souhaité

se saisir de ces enjeux et peser sur les arbitrages au niveau européen.

Le SELL a donc collaboré étroitement avec les différentes administrations concernées pour promouvoir la vision de l'industrie en la matière et éviter une réglementation qui pourrait impacter significativement de nombreux acteurs.

Les échanges avec les équipes de la Direction générale des Entreprises (DGE) ont été constants sur le sujet et ces dernières se sont montrées très à l'écoute de nos revendications. Des premiers contacts ont aussi été pris avec la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) afin de mieux comprendre leurs positions et leur perception des principes du CPC. Cela a notamment permis d'intensifier les échanges entre le SELL et la DGCCRF.

Plus globalement, les enjeux autour de la monétisation dans les jeux vidéo sont revenus sur le devant de la scène avec les **sept principes du réseau CPC** (réseaux des DGCCRF européennes) proposés courant 2025. Ce changement de paradigme sur l'interprétation juridique d'une monnaie in-game, de contenu numérique à monnaie virtuelle, à pousser l'industrie à interroger les nouveaux modèles de monétisation dans les jeux. Un dialogue exigeant a débuté avec la Commission européenne avec la perspective du Digital Fairness Act, qui pourrait être la régulation la plus impactante de cette décennie pour l'industrie. Le SELL est mobilisé pour dialoguer avec les pouvoirs publics français afin de sensibiliser sur les impacts potentiels d'un dérèglement du droit de la consommation européen (inefficacité de la protection des consommateurs, mise en danger du tissu industriel européen, distorsion de concurrence et déstabilisation du continuum de sécurité mis en place par les entreprises).

Conformément à la volonté de la commission juridique, le SELL a initié un processus d'expertise approfondi sous la forme d'une consultation juridique. L'objectif est de fournir à ses membres deux notes structurantes sur le droit de la consommation en vigueur et les obligations juridiques

relatives aux contenus et services numériques pour les éditeurs, développeurs et distributeurs de jeux vidéo.

En effet, notre industrie est soumise à une forte pression en termes de régulation européenne, notamment à la suite de la publication par le **Consumer Protection Cooperation (CPC)** network de la Commission européenne de sept principes en matière de protection des consommateurs, modifiant notamment l'interprétation du droit en vigueur sur les monnaies virtuelles utilisées dans les jeux :

1. **L'indication des prix doit être claire et transparente ;**
2. **Les pratiques qui dissimulent le coût des contenus et services numériques dans les jeux doivent être évitées ;**
3. **Les pratiques qui obligent les consommateurs à acheter de la monnaie virtuelle non désirée dans les jeux doivent être évitées ;**
4. **Les consommateurs doivent recevoir des informations précontractuelles claires et compréhensibles ;**
5. **Le droit de rétractation des consommateurs doit être respecté ;**
6. **Les conditions contractuelles doivent être équitables et rédigées dans un langage clair et compréhensible ;**
7. **La conception et le gameplay des jeux doivent respecter les différentes vulnérabilités des consommateurs.**

Ces deux notes réalisées avec l'appui de notre conseil juridique Momentum Avocats ont pour objectif, d'une part, d'analyser les obligations de mise en conformité concernant le droit de la consommation, l'impact de ces nouvelles recommandations du CPC Network sur l'application du droit de la consommation et, d'autre part, de clarifier les différentes obligations juridiques propres à la mise à disposition des consommateurs de contenus et services numériques (incluant les monnaies in-game).

3 Des enjeux budgétaires qui restent sensibles, entre prolongement du CIJV et risques de nouvelles taxations

La chute du gouvernement Barnier en toute fin d'année 2024, rendant impossible l'adoption d'une loi de finances dans les temps, a contraint le SELL à se mobiliser encore plus fortement sur les textes budgétaires. Il a ainsi fallu agir à l'automne 2024, puis poursuivre le travail au premier trimestre 2025, avant de se réatteler à la tâche dès octobre 2025.

Cet investissement n'a toutefois pas été vain, puisque la mobilisation du SELL et le soutien des parlementaires avec lesquels nous collaborons depuis plusieurs années a permis d'inscrire dans la loi de finances pour 2025, publiée le 14 février 2025, la prolongation pour cinq ans du crédit d'impôt jeu vidéo, soit jusqu'au 31 décembre 2031.

Au-delà de ce succès, le SELL s'est particulièrement investi pour éviter les risques de hausses de fiscalité sectorielles pesant sur le jeu vidéo (exemple : taxe affectée sur les grands éditeurs ou les plateformes de distribution). Des échanges réguliers ont ainsi pu avoir lieu avec les rapporteurs spéciaux et pour avis impliqués sur la question du jeu vidéo, afin de s'assurer de leur soutien. Plusieurs rapports budgétaires ont ainsi souligné l'importance du secteur, l'utilité du crédit d'impôt et la force de notre tissu économique.

Cela n'a pas empêché les initiatives défavorables au secteur d'émerger, et le SELL a dû être très actif pour s'opposer à ces idées et arriver à faire rejeter des amendements visant notamment à introduire une taxe sur la publicité diffusée dans les jeux vidéo, ou encore à instaurer une contribution pesant sur les éditeurs de jeux vidéo assise sur les revenus des loot boxes.



James Rebours (Président du SELL) et Nicolas Vignolles (Délégué général du SELL) : audition à l'Assemblée nationale.



Vanessa Kaplan (Déléguée générale du SNJV) et Nicolas Vignolles (Délégué général du SELL) au Sénat.

4 L'instabilité politique impose un renouvellement des interlocuteurs réguliers du SELL

Au-delà des enjeux thématiques spécifiques, le SELL a œuvré à maintenir à jour son réseau au sein des cabinets ministériels et de l'administration.

Des démarches ont donc été réalisées auprès des différentes équipes des ministères les plus sensibles pour l'industrie, qu'il s'agisse de la Culture ou du Numérique, pour rencontrer les ministres ou leurs conseillers thématiques, au gré des remaniements, et faire de la pédagogie sur les questions

liées au jeu vidéo. Ce travail a permis de conserver un lien étroit avec les décideurs publics, de les alimenter sur les sujets d'actualité de l'industrie et de limiter, autant que possible, les communications et décisions politiques hostiles à notre secteur.

Ces évolutions n'ont pas concerné que les cabinets ministériels, puisque l'année 2025 a vu notamment la nomination d'un nouveau président du CNC, Gaëtan Bruel, avec qui le SELL a rapidement pu nouer des liens pour le sensibiliser aux risques liés à la mise en place d'une taxe affectée au CNC et pesant sur le chiffre d'affaires du secteur.

5 La Paris Games Week reste un moment important du rayonnement institutionnel de l'industrie

Une fenêtre de rencontres entre les industriels et les pouvoirs publics.

La Paris Games Week a une nouvelle fois marqué un temps fort pour la notoriété institutionnelle de l'industrie, avec notamment l'organisation d'un déplacement de **la ministre déléguée chargée de l'Intelligence artificielle et du Numérique**,



Nicolas Vignolles (Délégué général du SELL), Anne Le Hénanff (ministre déléguée chargée de l'Intelligence artificielle et du Numérique) et James Rebours (Président du SELL) © Paris Games Week 2025.

Anne Le Hénanff, ainsi que de la haute-commissaire à l'Enfance, Sarah El Haïry.

Une délégation de parlementaires a aussi profité de l'occasion pour visiter le salon, mieux comprendre notre industrie et appréhender nos enjeux.

Une attention a aussi été portée au renforcement des liens avec les administrations, avec notamment des réunions organisées à cette occasion avec l'ARCOM et la DGCCRF, ainsi qu'avec la DGE.



Nicolas Vignolles (Délégué général du SELL) et les députés Denis Masségia, Céline Calvez et Constance Le Grip © Paris Games Week 2025.

La PGW Business, une scène de conférence attractive et un outil d'influence :

- **Jeudi matin** : perspectives business & regulatory.
- **Jeudi après-midi** : licensing & transmédiâs.
- **Vendredi matin** : investissement.
- **Vendredi après-midi** : tech.
- **Samedi** : formations.
- **21 panels** : 5 keynotes, 8 tables rondes, 8 fireside chats.
- **9 panels anglophones** · **12 panels francophones**.
- **12 profils féminins** (un tiers des speakers).
- **Membres speakers** : Ubisoft, Tencent, Bandai Namco, Pull Up, Plaion, SIE, Nintendo, Roblox.
- **Partenaires speakers** : VGE, PEGI, BPI, CNC, Spielfabrique, Commission européenne.
- **Écosystème speakers** : Epic Games, AWS, Shiro Games, Sandfall, Amplitude, Celsius Online, Gentle Mates.
- **Temps fort** : Yves Guillemot, CEO Ubisoft.



© Espace PGW Business Paris Games Week 2025.



Pauline Augrain (Directrice du Numérique au CNC) et James Rebours (Président du SELL) © Espace PGW Business Paris Games Week 2025.

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 webinaire 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 2025 : « Le Bilan du marché français 2024 »

Malgré un contexte macro-économique et politique incertain, **le jeu vidéo en France réalise en 2024 sa deuxième meilleure performance historique**, avec un chiffre d'affaires de 5,7 milliards d'euros (-5,8 % vs 2023). Le marché franchit les 5,5 milliards d'euros pour la cinquième année consécutive, dépassant de 14 % son niveau pré-Covid de 2019.

Cette baisse doit être relativisée au regard de 2023, année exceptionnelle pour l'écosystème console. L'industrie fait ainsi preuve d'une résilience remarquable face à la baisse de la consommation des ménages et à la crise du secteur au niveau mondial.

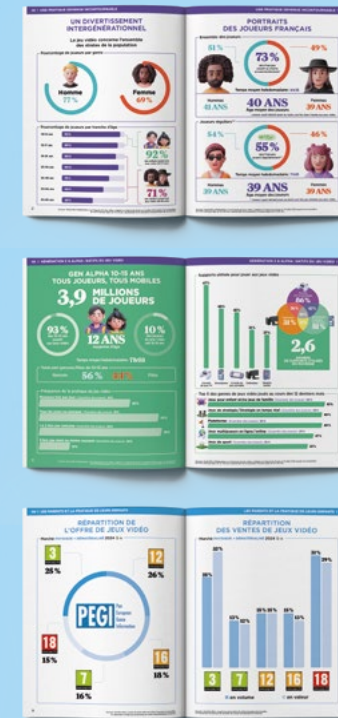


« C'est dans une année de transition marquée par une situation de baisse globale de la consommation et de contraction du pouvoir d'achat que le marché du jeu vidéo dépasse pour la cinquième année consécutive les 5,5 milliards d'euros, preuve de stabilité du secteur. »

Le secteur avait la tâche ardue de succéder à l'année exceptionnelle de 2023 (+9,2 %) et connaît logiquement un recul de 5,8 % en 2024, réalisant, avec 5,7 milliards d'euros, la deuxième meilleure performance de son histoire. »

James Rebours,
Président du SELL

Septembre 2025 : « 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.**

Pour le jeu vidéo, l'année 2025 enregistre un niveau d'engagement inédit avec plus de 40 millions de joueurs en France, un record historique qui confirme sa place de loisir incontournable. Les joueurs français sont toujours plus réguliers. En effet, 76 % jouent au moins une fois par semaine, et leur temps de jeu moyen progresse. Le profil des joueurs

confirme sa mixité, avec une quasi-parité entre les femmes et les hommes, et une féminisation marquée chez les 16-30 ans, tandis que l'âge moyen des joueurs reste stable à 40 ans.

Cette étude met également en avant **le rôle croissant du jeu vidéo comme vecteur de lien social et d'identité culturelle.** Les pratiques multijoueurs poursuivent leur progression, traduite par les 65 % des joueurs qui partagent désormais leurs sessions avec d'autres. Les communautés en ligne prennent également une place centrale, avec près de **4 joueurs sur 10 qui se revendiquent « gamers »**, et plus d'un joueur sur deux âgé de 16 à 30 ans déclare s'être fait des amis grâce au jeu vidéo. Enfin, la complémentarité des supports se confirme, les Français jouant en moyenne sur 2,2 plateformes différentes, illustrant un écosystème toujours plus accessible et complémentaire.

Écho médiatique

Résonance globale

2 440

Retombées au global

290

Presse écrite

2 020

Presse web

130

TV et radio

Paris Games Week

27

Communiqués PGW

47

Interviews PGW

149

Presse écrite

1 168

Presse web

112

TV et radio

SELL

4

Communiqués de presse

20

Interviews SELL

141

Presse écrite

852

Presse web

18

TV et radio

Avril 2025 Bilan marché 2024

Presse écrite FRA

Édition : 26 mars 2025 P.2-3

Famille du média : Agences de presse

Prévisibilité : Quotidienne

Audience : N.C.

Sujet du média : Banque-Finance, Économie - Services

Journaliste : mteucher

Nombre de mots : 623

26/03/2025 14:29:00 GMT

Jeu vidéo: le marché français marque le pas après une année 2023 historique

Après une année 2023 record, le marché français du jeu vidéo est repassé sous la barre des 6 milliards d'euros de chiffre d'affaires l'an dernier, plombé par des ventes de consoles en berne et une offre de jeux moins attrayante, selon un bilan publié mercredi.

Avec 5,7 milliards d'euros de ventes en 2024, soit un recul de 5,8% sur un an, "on assiste à une forme de réalignement" à la suite d'un cru 2023 "exceptionnel", a relevé James Rebours, président du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), auteur de l'étude avec quatre partenaires (GSD, GameTrack, IDC et Sensor Tower).

Il a également insisté sur "les difficultés économiques rencontrées par plusieurs structures françaises et internationales", alors que l'industrie du jeu vidéo traverse une crise de croissance au niveau mondial marquée par des fermetures de studios et des vagues de licenciements.

Si 2023 avait profité d'un "effet rattrapage" lié à la fin de la pénurie de composants et à de nombreuses sorties de titres post-Covid, les ventes de nouvelles consoles et de leurs jeux, qui représentaient près de la moitié de la valeur du marché, sont ressorties en recul de près de 19% en 2024.

Alors que plus de 26 millions de consoles équipent les foyers français, les ventes de Playstation, Xbox et Nintendo Switch ont chuté de 35% l'an dernier et celles des jeux sur ces plateformes ont baissé de 12%.

Longtemps habitué à des taux de croissance à deux chiffres, le marché fait désormais face à un "plateau", a souligné le président du SELL, avec une progression moyenne de 2,6% par an.

Le jeu vidéo trouve toutefois des relais de croissance dans le PC et les jeux mobiles, qui représentent chacun près d'un quart du marché et ont progressé en 2024 respectivement de 9,1% et 8,2%.

Octobre 2025 Paris Games Week 2025

Presse écrite FRA

Édition : 26 octobre 2025 P.2-3

Famille du média : Agences de presse

Prévisibilité : En continu

Audience : N.C.

Sujet du média : Actualités-Info, Généralistes

Journaliste : -

Nombre de mots : 418

26/10/2025 03:00:30 GMT

Concerts, esport, stars du web... la Paris Games Week revisite sa formule pour attirer un plus large public

Porté par de nouveaux partenaires, le plus grand salon du jeu vidéo en France fait son retour jusqu'à dimanche à la porte de Versailles à Paris, dans une formule encore plus tournée vers les spectacles et la pop-culture.

Pour cette quatorzième édition, raccourcie d'une journée, la fête du jeu vidéo proposera pour la première fois des nocturnes.

Après une soirée inaugurale mercredi lancée par la star d'internet Spacezie et le chanteur Bigflo & Oli, le Dôme de Paris accueillera plusieurs soirées et concerts, avec notamment les rappeurs Bigflo & Oli, un spectacle autour de la musique du jeu vidéo français à succès "Clair Obscur: Expedition 33" et des compétitions de esport.

"Depuis le Covid, pour que les gens sortent de chez eux, il faut qu'il y ait une promesse d'expérience très forte", a expliqué à l'AFP James Rebours, président du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), l'organisateur de l'événement.

La Paris Games Week opte un "redémarrage" après trois éditions post-pandémie où s'est jouée la survie du salon, souligne de son côté Nicolas Vignolles, délégué général du SELL.

Avec comme nouveaux partenaires le groupe Fimalac Entertainment (propriétaire de l'agence artistique Webdia) et le spécialiste de l'organisation de salons GL events, l'édition 2025 "change d'échelle" et "s'élargit à tous les loisirs, que ce soit la musique, les jeux de cartes ou les spectacles", détaille M. Vignolles.

La Paris Games Week héberge ainsi des espaces dédiés aux mangas, au cosplay et jeux de cartes à collectionner, tandis qu'une partie "business" accueillera des conférences et tables rondes sur l'avenir de l'industrie.

Les organisateurs promettent également plus de 200 jeux jouables, répartis dans deux halls de Parc des expositions.

Parmi les titres les plus attendus : "Resident Evil Requiem", "Kirby Air Riders", jeu de course autour du petit héros rond et rose de Nintendo, et "Call of Duty: Black Ops 7", nouvel opus de la série d'Activision.

Septembre 2025 Les Français et le jeu vidéo 2025

LSA

Jeux vidéo : les 10 chiffres à savoir sur ce loisir prisé par plus de 40 millions de Français

Pour les Français de cet article, découvrez avec LSA Centre, édition Abbeville

De 12 millions d'adeptes dans les années 2000, le jeu vidéo regroupe aujourd'hui 40,2 millions de Français. Un loisir devenu incontournable dans les foyers français loin de l'image d'Épinal de ses débuts. Voici les 10 chiffres essentiels à retenir.

Alors que le salon Paris Games Week 2025 bat actuellement son plein à la Paris Expo - Porte de Versailles, le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL) et Médiamétrie ont dressé le portrait-robot des joueurs français de jeux vidéo, détaillant les chiffres clés de ce marché qui, après un millésime 2024 compliqué, a été relancé cette année avec la sortie très attendue de la nouvelle console Switch 2 de Nintendo.

Qui sont les adeptes du jeu vidéo et combien pèse cette activité culturelle devenue incontournable aujourd'hui en France ? Loin des clichés, voici les informations clés à retenir.

40,2 millions de joueurs en France

C'est un record historique ! En 2025, selon l'étude de Médiamétrie pour le SELL, la France compte 40,2 millions de joueurs de jeux vidéo. C'est plus de 7 Français sur 10 qui ont joué au moins une fois dans l'année à un jeu vidéo.

40 ans

Ce dynamisme est porté par les adultes (88% d'entre eux disent avoir joué au moins une fois dans l'année aux jeux vidéo). Conséquence logique, la moyenne d'âge est plutôt haute, avoisinant désormais 40 ans.

ouest france **MCE**

Jeu vidéo en France: âge moyen, profil, temps d'écran... cette étude révèle tout

À l'heure actuelle, tout le monde ou presque aime jouer aux jeux vidéo. Cette étude récente met d'ailleurs fin à de nombreux clichés...



Plus de 40 millions d'adeptes des jeux vidéo en France : l'âge moyen des joueurs va vous surprendre

Par Mathieu BOUTIER pour l'AFP

Écho digital

En 2025, le SELL a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux, en mettant l'accent sur la diffusion de contenus à forte valeur ajoutée destinés aux professionnels, aux décideurs publics et à l'ensemble de son écosystème. LinkedIn s'est imposé comme le principal canal de communication pour relayer les interventions et prises de position des porte-parole du syndicat, contribuant à soutenir leurs actions en matière d'affaires publiques et à faire rayonner les enjeux stratégiques de l'industrie du jeu vidéo.

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.



Parallèlement, le SELL a enrichi sa communication avec la création d'infographies pédagogiques mettant en lumière les principaux enseignements de ses études, les chiffres-clés du marché. Conçus pour être facilement partagés et réutilisés, ces supports ont permis d'accroître la visibilité des productions du syndicat et de conforter son rôle de référence auprès des acteurs institutionnels et économiques de la filière.

Décryptage des sujets clés de l'industrie

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

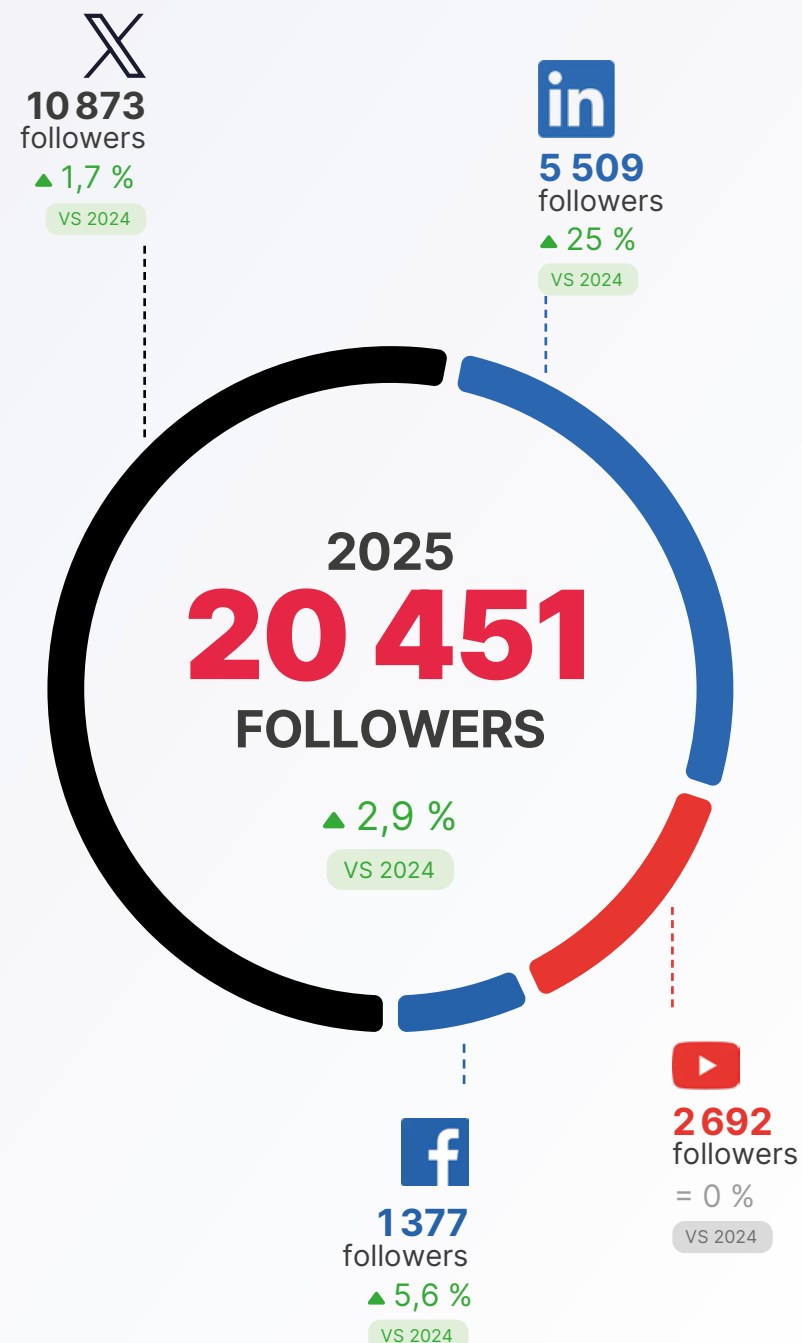


Les grandes études du SELL en infographies

Un format idéal pour la diffusion auprès des professionnels de l'industrie.



Le rayonnement du SELL sur les réseaux sociaux



Fédérer et valoriser

À travers la Paris Games Week



Depuis 2010, la **Paris Games Week s'est imposée comme le premier salon gaming en France**, rassemblant durant cinq jours tous les passionnés et passionnées de jeux vidéo et culture geek.

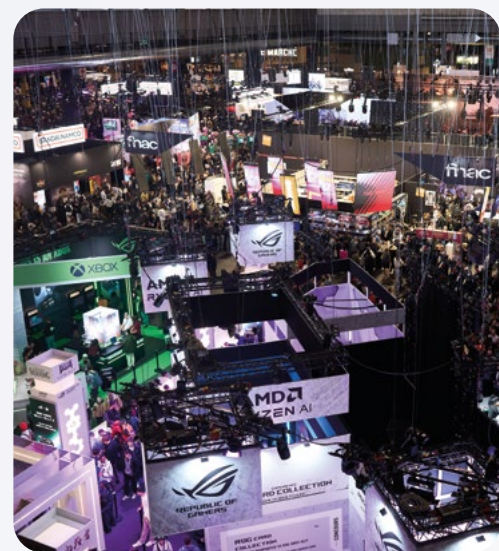
En 2025, la **Paris Games Week confirme son statut de premier salon du jeu vidéo en France** et poursuit sa transformation avec une édition profondément renouvelée. Avec **175 exposants** (en hausse par rapport à 2024), **plus de 230 marques représentées et 161 000 visiteurs**, cette édition a proposé une programmation particulièrement riche, marquée par l'arrivée de nouveaux éditeurs, comme **NCsoft et BattleState Games**, la présence de grands jeux mobiles, tels que **Brawl Stars et Clash Royale de Supercell**, ainsi que par la mise en lumière de la création française grâce au **Pavillon Game France, soutenu par le CNC, qui a réuni 31 studios et 40 jeux jouables**. Le stand d'**EVA (Esport Virtual Arena)** a marqué les visiteurs par sa capacité d'innovation en proposant des expériences mêlant **réalité virtuelle et activité physique**. Pour la première fois, **la scène principale a investi le Dôme de Paris, où trois nocturnes inédites et quinze spectacles** ont marqué une nouvelle étape dans l'évolution de la PGW.

Cette édition a également confirmé le rôle de la **Paris Games Week comme rendez-vous incontournable célébrant la passion des Français pour le jeu vidéo**, en rassemblant les plus grands acteurs français et internationaux du secteur.

Les visiteurs ont pu découvrir **plus de 150 jeux, parfois en exclusivité mondiale**, et assister à **quatre compétitions esport internationales majeures** (finale des EMEA Masters [*League*

of Legends], Trackmania World Cup, League of Legends Game Changers et Coupe de France Slash [*Rocket League*]). Disputées devant **près de 4 000 spectateurs au Dôme de Paris**, leurs finales imposent **la PGW comme une scène esport de premier plan en Europe**. Fidèle à ses valeurs, le salon a poursuivi son **engagement en faveur d'un jeu vidéo accessible à tous**, en accueillant des associations mobilisées pour l'inclusion, la sensibilisation des familles et la pratique responsable du jeu vidéo.

La mobilisation de près de **1 750 créateurs de contenu accrédités, aux côtés de 680 journalistes**, témoigne du rayonnement croissant de la Paris Games Week, qui s'impose plus que jamais comme **un événement de référence pour l'ensemble de l'écosystème vidéoludique**. Forte du succès de cette édition, la Paris Games Week est d'ores et déjà tournée vers **2026**, avec l'ambition de proposer **une expérience toujours plus immersive, des contenus exclusifs et une ouverture internationale renforcée** afin de continuer à répondre aux attentes de l'ensemble de ses publics.



© Paris Games Week 2025

À travers l'Interactive & Digital Entertainment Festival



© IDEF 2025

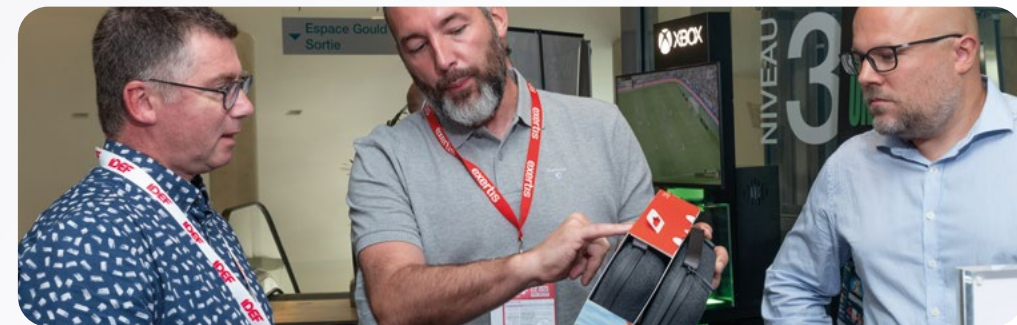
Depuis 2006, le SELL organise l'IDEF, devenu un **rendez-vous incontournable pour les professionnels du jeu vidéo et des loisirs interactifs en France**. L'IDEF permet aux éditeurs, constructeurs, distributeurs et accessoiristes de présenter leurs jeux, matériels et services aux acheteurs, afin de préparer les référencements et les opérations commerciales de fin d'année, **une période déterminante pour l'activité de l'industrie**.

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 2025 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. En ouverture de la conférence, le journaliste spécialisé jeu vidéo et auteur du média *News Tank*, Jean Zeid, a proposé une

rétrospective des cinquante dernières années de l'industrie. À travers une sélection de photographies d'archives, il est revenu sur les grandes étapes qui ont marqué l'histoire du jeu vidéo, mettant en lumière son évolution technologique, culturelle et économique au fil des cinq dernières décennies. Cette keynote a offert à l'audience **un véritable voyage à travers l'histoire de ce média devenu un acteur majeur de l'industrie culturelle et créative**.

L'événement s'ancre par ailleurs dans **l'agenda européen du secteur**, en accueillant de nouveau **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 confirme son rôle de véritable espace de dialogue structurant pour toute la chaîne de valeur du jeu vidéo**.

Pour sa **19^e édition**, l'IDEF s'est tenu **du 30 juin au 2 juillet 2025 à Juan-les-Pins**, avec une organisation entièrement repensée sous la direction de Vincent Gaudin, responsable événementiel du SELL, en collaboration avec Corinne Pico, directrice de l'agence As de Com. Cette nouvelle formule a rassemblé **300 professionnels du secteur autour de 21 exposants** (éditeurs de jeux vidéo, accessoiristes et distributeurs physiques comme digitaux), **représentant 37 marques et accueillant 70 acheteurs**.



© IDEF 2025

À travers l'accompagnement d'acteurs engagés



Pavillon Game France © Paris Games Week 2025

Tout au long de l'année, le **SELL** accompagne les **acteurs clés de l'industrie et les associations engagées** afin de valoriser leurs initiatives et de favoriser leur visibilité auprès du grand public. Dans le cadre de la Paris Games Week, le SELL contribue à faciliter leur présence et leur permet de présenter leurs actions autour de grandes thématiques, telles que **la prévention, l'inclusion, la diversité ou encore la création française**. Sur l'édition 2025, plusieurs acteurs de l'écosystème ont ainsi bénéficié de cet accompagnement.

Women In Games France : en 2025, le SELL a renouvelé son soutien à **Women in Games France**, acteur engagé en faveur de la mixité et de l'inclusion dans l'industrie du jeu vidéo. Sur son espace dédié, l'association a mis en lumière **trois jeux indépendants développés par des équipes inclusives**, permettant aux visiteurs de découvrir ces créations et d'échanger directement avec leurs équipes de développement. Une animation autour de la **Roue de l'inclusion** a également sensibilisé le public de manière ludique aux enjeux de diversité dans le jeu vidéo, à travers des questions portant sur l'histoire des personnes de genre marginalisé dans la tech et le jeu vidéo, la représentation, les communautés de joueurs et joueuses, le streaming, l'esport ou encore les actions de l'association.

Cette édition a également marqué le **lancement de Checkpoint**, un dispositif inédit porté par **Women in Games France soutenu par le SELL**. Composé d'équipes mobiles formées à l'écoute et à la prévention des violences sexistes et

sexuelles, ainsi que d'un espace d'accueil dédié au sein de la Paris Games Week, en collaboration avec CapGame, ce dispositif a permis de proposer **un accompagnement adapté et un lieu sécurisé pour les personnes victimes ou témoins de comportements inappropriés**.

Centre national du cinéma et de l'image animée et le Syndicat national du jeu vidéo : le SELL a soutenu **la mise en lumière de la création française** en accompagnant la création du **Pavillon Game France**, un espace dédié à la promotion des talents, studios et éditeurs français du jeu vidéo. Porté par le **Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)**, produit et organisé par le **SELL**, en lien avec le **SNJV**, ce pavillon de près de 600 m² a offert une vitrine exceptionnelle au savoir-faire de la filière française. Successeur du stand Jeux Made in France, le **Pavillon Game France** rassemble une sélection d'entreprises françaises venues présenter leurs créations auprès du grand public et des professionnels. À travers **des jeux jouables, des avant-premières mondiales et des expériences immersives**, cet espace illustre **la richesse, la diversité et la capacité d'innovation des acteurs français du jeu vidéo**.

Cette édition a notamment proposé **une exposition inédite consacrée à Clair Obscur : Expedition 33**, succès international du studio **Sandfall Interactive**. En accompagnant cette initiative, le SELL a contribué **au rayonnement de l'écosystème français et à la valorisation d'une industrie créative, culturelle et économique majeure**.

À travers d'autres événements



© Spawn! édition 2025

Spawn! : le SELL est fier d'être **partenaire de Spawn!** depuis deux éditions, 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.

Rendez-vous incontournable du jeu vidéo à Angoulême, Spawn! rassemble chaque année le grand public, les familles, les étudiants et les professionnels autour d'un **événement gratuit et ouvert à toutes et tous**. À la croisée de la découverte culturelle et des échanges professionnels, le festival propose également un temps dédié aux acteurs de l'industrie afin de favoriser **les rencontres, le partage d'expertise et la mise en lumière des talents émergents**.

En 2025, Spawn! a confirmé **son rôle de vitrine pour la création vidéoludique avec 2 000 m² dédiés au jeu vidéo** au sein du Cnam-Enjmin, réunissant **100 exposants, 30 studios indépendants et présentant 100 jeux au public**. L'événement a accueilli **1 230 visiteurs**, ainsi que **160 professionnelles, professionnels, étudiantes et étudiants**, autour d'une programmation riche réunissant **25 speakers et artistes**.

Dans le cadre de son engagement en faveur de **l'accessibilité et de l'inclusion**, le SELL a également contribué à rendre la programmation de la scène **accessible en Langue des Signes Française (LSF)**, permettant ainsi à tous les publics de profiter pleinement des conférences, tables rondes et animations proposées.



Sensibiliser le grand public

À travers PEGI



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 **2 700 entreprises membres**, PEGI bénéficie de l'appui des principaux constructeurs de consoles, tels que **Sony PlayStation, Microsoft et Nintendo**, ainsi que de nombreux éditeurs et développeurs de jeux vidéo à travers l'Europe. Il est également appliqué aux 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 **suit de près l'évolution de ce système de classification et soutient activement les actions et campagnes menées en France pour sensibiliser les publics**.



Espace PGW Family © Paris Games Week 2025

À travers les associations de référence

En 2025, 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 Family. **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**.

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 **3 000 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 dix ans.

Trois axes d'action :

- **accroître la visibilité** des personnes issues des genres marginalisés et valoriser des rôles modèles inspirants ;
- **sensibiliser et former** les professionnelles et professionnels du secteur aux enjeux de l'inclusion et de l'égalité ;
- **favoriser le développement** des carrières grâce à des programmes de formation, de mentorat et de réseautage.

Depuis quatre ans, le SELL soutient Women in Games France en finançant le programme **BOOST!**.

Destiné aux personnes en début de carrière et aux futur(e)s professionnel(le)s de l'industrie, ce programme propose des ateliers, conférences et temps d'échange consacrés à des thématiques clés, telles que l'entrepreneuriat, l'employabilité et le développement des compétences, afin de favoriser une industrie du jeu vidéo plus inclusive et plus représentative.

Inclusion - La Bourse Jeu vidéo

Le SELL soutient depuis 2023 La Bourse Jeu vidéo, un dispositif lancé en 2020 qui vise à favoriser une plus grande diversité sociale au sein des formations et des métiers du jeu vidéo.

En 2025, le programme a poursuivi son accompagnement d'étudiant-es dans leurs études supérieures, avec six jeunes actuellement bénéficiaires du dispositif, de bac+1 à bac+5. Chaque boursier-ère bénéficie également de l'accompagnement

d'un-e ou deux mentor-es issu-es du secteur, avec un renouvellement réalisé ponctuellement selon les besoins, afin de faciliter son parcours et son insertion professionnelle.

Au-delà du soutien financier, La Bourse Jeu vidéo contribue à **lever les freins économiques et sociaux à l'accès aux formations du secteur et à favoriser une meilleure représentation de la diversité au sein de l'industrie.** Depuis 2020, près de 600 000 € ont été levés, permettant d'accompagner vingt-sept étudiant-es de bac+1 à bac+5.

Chiffres-clés 2025

6

étudiant-es
actuellement
accompagnés-es

27

étudiant-es
soutenu-es depuis
2020 (bac+1 à bac+5)

10

professionnel·les
actuellement
accompagnés-es

1 ou 2

mentor-es
accompagnent
chaque boursier-ère
selon les besoins



© La Bourse Jeu vidéo

Inclusion - La cellule d'écoute Audiens

Le SELL poursuit son engagement en faveur d'un secteur du jeu vidéo inclusif, responsable et respectueux en soutenant la **cellule d'écoute Audiens dédiée aux violences sexistes et sexuelles en milieu professionnel.** En devenant partenaire de cette initiative, le SELL contribue à renforcer sa visibilité auprès des professionnels du jeu vidéo et à faciliter l'accès à un dispositif essentiel d'accompagnement pour les personnes confrontées à ces situations.

Créée en 2020 à l'initiative de la FESAC et des organisations syndicales représentatives du secteur, avec le soutien du ministère de la Culture, et opérée par Audiens, cette cellule propose un

accompagnement anonyme, gratuit et confidentiel aux professionnel·les et professionnels des secteurs du spectacle vivant et enregistré, du jeu vidéo, des arts visuels, de l'édition et des parcs de loisirs.

Avec ce partenariat, le SELL réaffirme sa volonté de contribuer à la construction **d'un environnement de travail plus sûr et plus respectueux** pour l'ensemble des acteurs de la filière jeu vidéo, où chacune et chacun puisse **exercer son métier dans des conditions favorables à l'épanouissement et au respect de tous.**

Audiens



Accueil et point Informations PSH/PMR à la Paris Games Week 2025 © CapGame

Accessibilité - CapGame

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

En 2025, ce partenariat s'est poursuivi avec le renouvellement de l'accompagnement expert 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.

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

En complément de cet accompagnement, CapGame a organisé le stand **« Jouez comme vous êtes »**, un espace dédié à la découverte des différentes solutions permettant aux personnes en situation de handicap de pratiquer le jeu vidéo.

Ce stand a réuni plusieurs associations engagées en faveur de l'accessibilité, qui ont pu présenter aux visiteurs les différents dispositifs, matériels adaptés et initiatives **favorisant une pratique du jeu vidéo toujours plus inclusive.**

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



Traduction LSF au Dôme de Paris © Paris Games Week 2025



**SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS**

Bénédicte Germain
Présidente

Nicolas Vignolles
Délégué général
n.vignolles@sell.fr

Vincent Gaudin
Responsable
événements
v.gaudin@sell.fr

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

Éléa Colpart
Responsable
communication,
marketing et
datas
e.colpart@sell.fr

**Garance Mitiffiot
de Belair**
Assistante
communication,
marketing et
datas

Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux



@SELL_JeuxVideo



facebook.com/
SELL.JeuxVideo/



linkedin.com/
company/s.e.l.l



SELL TV

www.sell.fr