

OCTOBRE 2018

L'ESSENTIEL

DU JEU VIDÉO

MARCHÉ - CONSOMMATION - USAGES



OCTOBRE 2018

L'ESSENTIEL

DU JEU VIDÉO

CHAPITRE 1	Profil des joueurs français	4
CHAPITRE 2	Comprendre le marché du jeu vidéo	12
CHAPITRE 3	Une industrie responsable	20
CHAPITRE 4	Informé et protégé	28
CHAPITRE 5	La Paris Games Week	32
CHAPITRE 6	Le SELL	42



www.afnor.org

L'Essentiel du Jeu Vidéo est produit par le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL).
Il est le reflet de l'industrie française du jeu vidéo sur les aspects marché, consommation et usages.

Le SELL est certifié QUALI'OP par l'AFNOR, qui assure les bonnes pratiques du SELL dans ses prestations de services délivrées à ses adhérents.

CHAPITRE 1

LE PROFIL DES JOUEURS FRANÇAIS



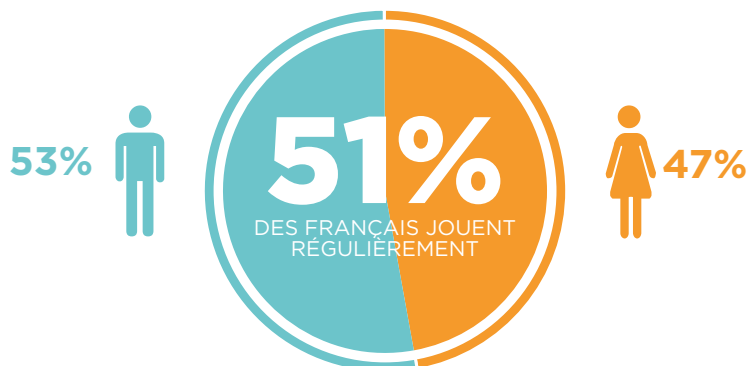
À propos de l'étude « Les Français et le jeu vidéo »

Données recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du S.E.L.L., dans le but de mesurer et de comprendre les usages et achats du jeu vidéo en France.

Étude réalisée sur Internet du 06 septembre au 1er octobre 2018, auprès d'un échantillon de 2 856 internautes de 10 ans et plus, représentatif de la population d'internautes vivant en France.

Tous droits réservés © 2018 Médiamétrie - www.mediametrie.fr

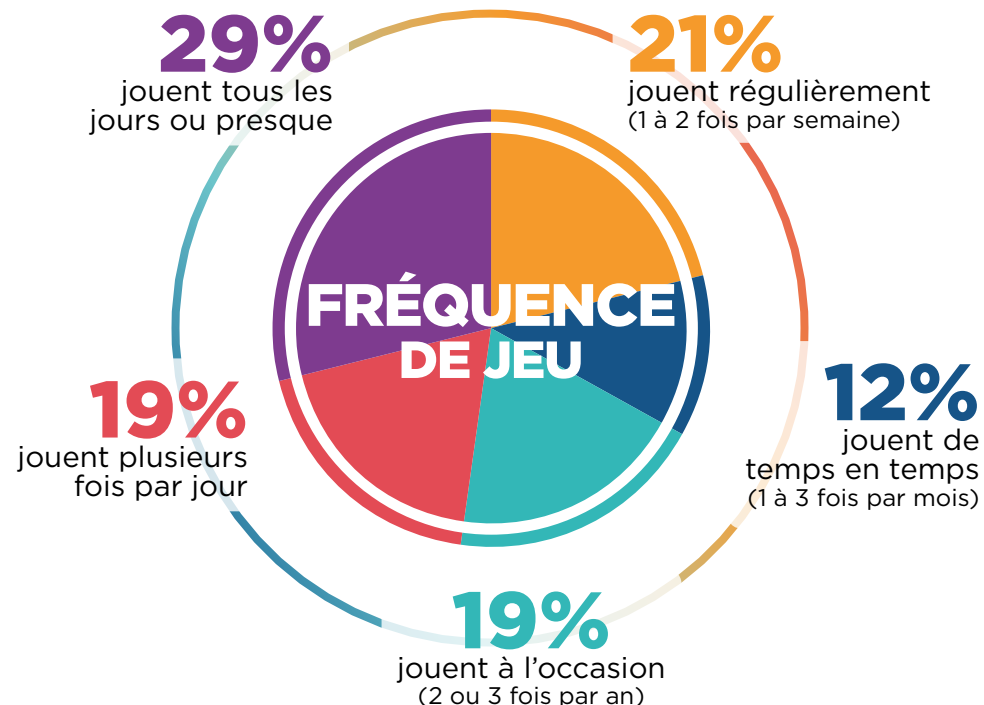
LE JEU VIDÉO UN LOISIR POUR TOUS



74%
DES FRANÇAIS JOUENT AU MOINS OCCASIONNELLEMENT

39 ANS
ÂGE MOYEN DES JOUEURS RÉGULIERS
HOMMES **41 ANS** - FEMMES **37 ANS**

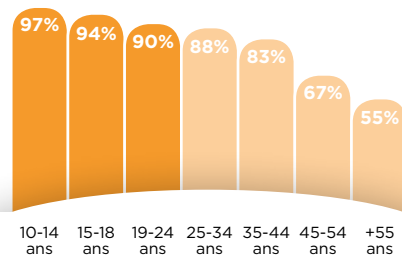
PARMI LES JOUEURS FRANÇAIS



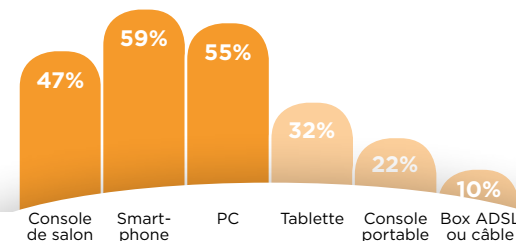
ÂGE MOYEN DES JOUEURS PAR PLATEFORME



POURCENTAGE DE JOUEURS PAR TRANCHE D'ÂGE



RÉPARTITION DES JOUEURS PAR PLATEFORME



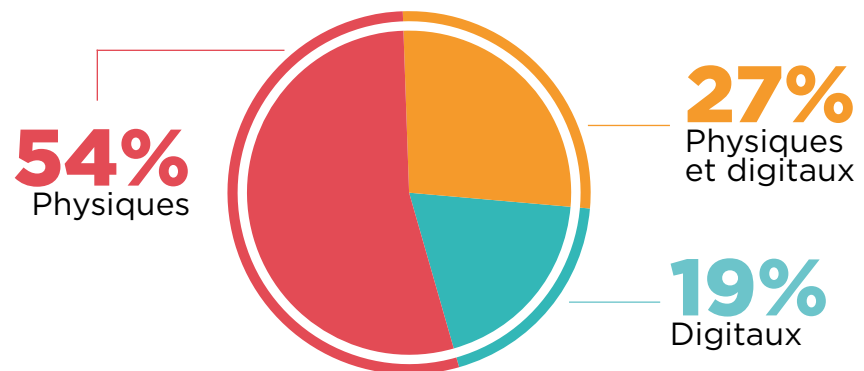
DONNÉES ET COMPORTEMENT D'ACHAT



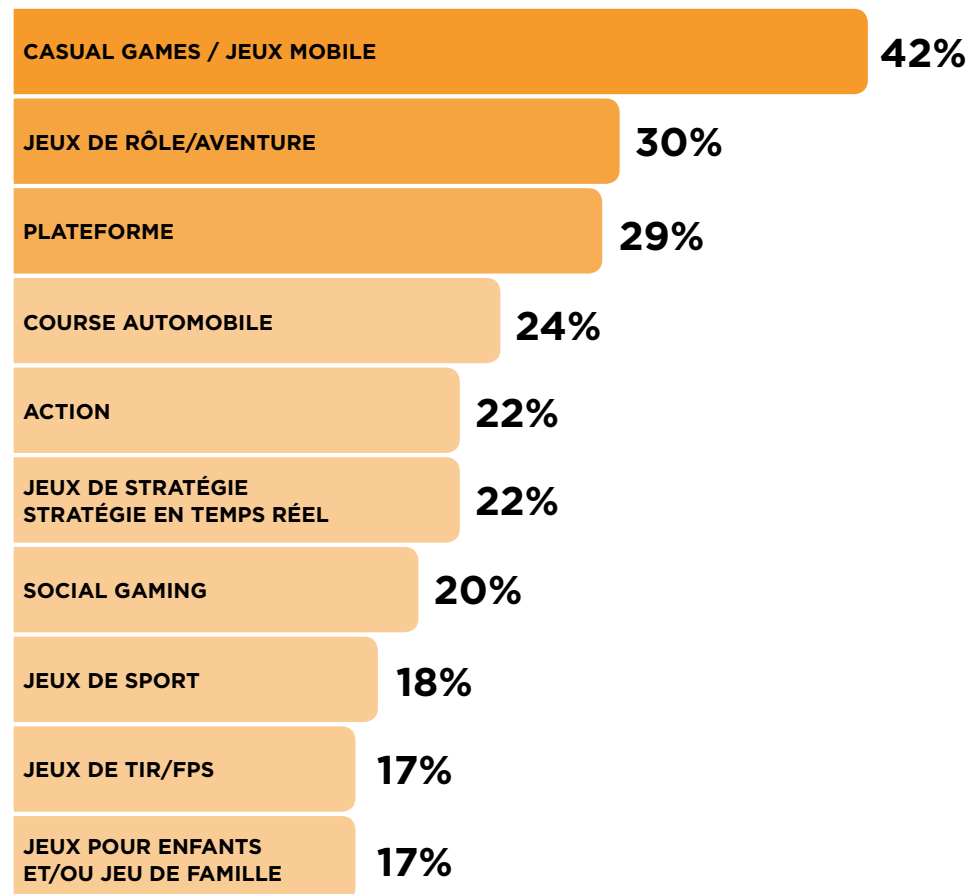
LIEU D'ACHAT DE JEUX VIDÉO



FORMAT DES JEUX VIDÉO ACHETÉS



TOP 10 DES GENRES DE JEUX LES PLUS JOUÉS EN 2017

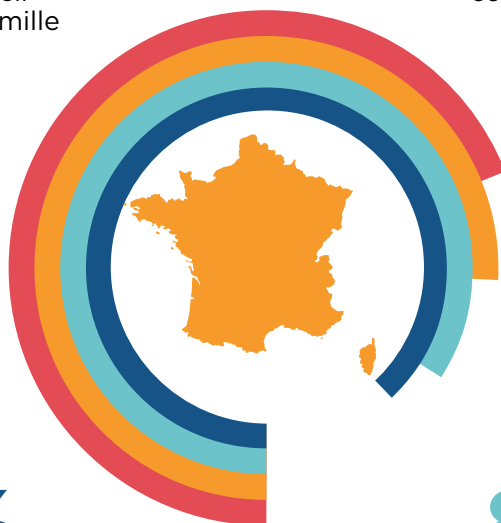


LES FRANÇAIS ET LE JEU VIDÉO

PRÈS D'UN ADULTE SUR DEUX CONSIDÈRE QUE LE JEU VIDÉO A DES IMPACTS POSITIFS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES ENFANTS

75%
DES FRANÇAIS considèrent le jeu vidéo comme un loisir pour toute la famille

62%
DES FRANÇAIS considèrent le jeu vidéo comme une activité positive

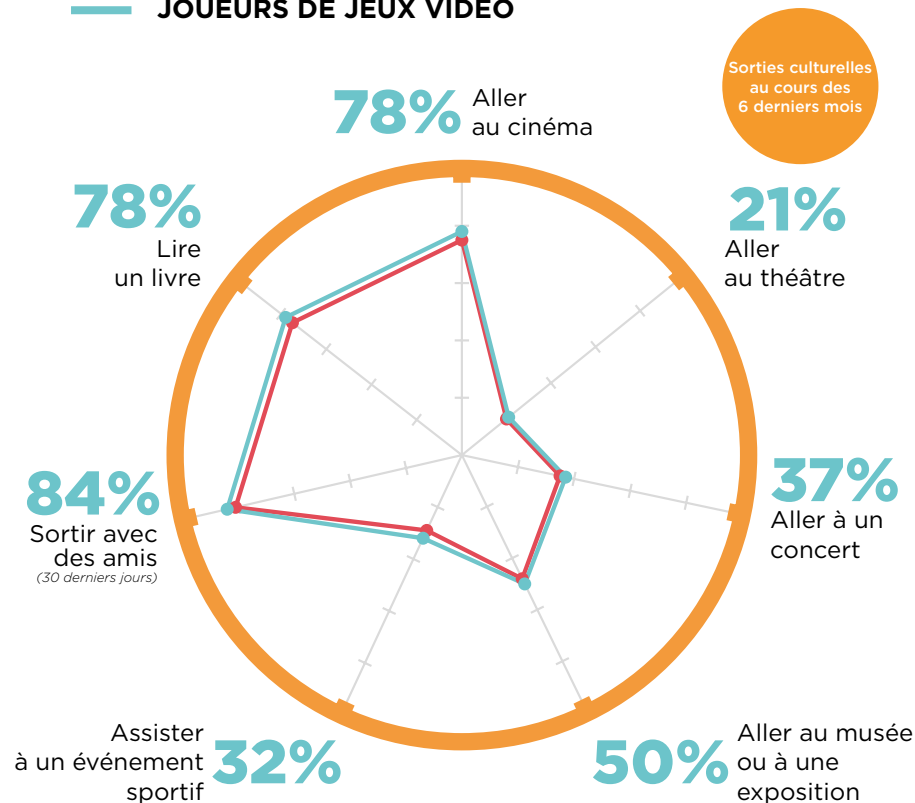


89%
DES FRANÇAIS considèrent le jeu vidéo comme un secteur innovant

84%
DES FRANÇAIS considèrent que les jeux vidéo sont créés par des artistes

LES HABITUDES DES FRANÇAIS

— ENSEMBLE DES INTERNAUTES DE 10 ANS ET PLUS
— JOUEURS DE JEU VIDÉO



PRATIQUE D'UNE ACTIVITÉ SPORTIVE RÉGULIÈRE



CHAPITRE 2

COMPRENDRE LE MARCHÉ DU JEU VIDÉO



GAMETRACK *App Annie*



NOUVEAUX PANELS

Les estimations des chiffres du marché 2017 sont le résultat de la collaboration entre trois organismes fournissant leurs données au SELL et permettant de dresser une analyse précise de l'activité du secteur.

- GSD : pour le marché physique
- GSD et GameTrack : pour le marché digital
- App Annie et GameTrack : pour le marché mobile

À PROPOS DE GSD (GAME SALES DATA)



Démarré en 2013, le projet GSD est le résultat d'une démarche européenne menée par l'ISFE (Interactive Software Federation of Europe) auprès d'une centaine de partenaires, ayant pour objectif d'unifier la collecte des données de vente à travers les différents territoires et de regrouper ces données, qu'elles soient physiques ou dématérialisées, au sein d'un unique outil mis à la disposition des organisations professionnelles, des distributeurs et des éditeurs de jeux vidéo participant au panel. La France est le premier pays à communiquer ses données officielles marché à partir des données GSD. D'autres pays et régions suivront dans les mois à venir : la Belgique et les Pays-Bas, l'Espagne et le Portugal, l'Italie, les pays nordiques, puis l'Autriche, l'Allemagne, la Suisse et la Pologne mi-2018, et le Royaume-Uni début 2019.

Le panel est opéré par b2boost.

Méthodologie :

- Panel distributeurs : les données de vente de jeux vidéo sont transmises par les distributeurs de chaque pays sur une base hebdomadaire. Les données sont standardisées, agrégées, anonymisées et extrapolées pour recréer l'intégralité du marché. Afin de garantir une base de données produits fiable et uniforme, les informations relatives aux catalogues sont directement fournies par les éditeurs. De plus, les éditeurs transmettent des données permettant d'affiner les modèles de calculs d'extrapolation, offrant une vision plus fine des marchés dont la couverture du panel distributeurs n'est pas de 100%.
- Panel digital : les données de ventes dématérialisées couvrent les ventes de jeux complets réalisées sur le PlayStation Network (PSN), le Xbox Live (XBL) et les réseaux de vente PC. Les chiffres de vente sont communiqués chaque semaine directement par les éditeurs de jeux vidéo participant au projet, et ne nécessitent donc pas d'extrapolation. GSD est la seule source de données de téléchargement de jeux complets basée sur des données de ventes réelles.

GAMETRACK

À PROPOS DE GAMETRACK

GameTrack est un projet complémentaire mis en place en 2011, et construit autour d'un panel consommateurs opéré par l'Ipsos pour le compte de l'ISFE. Les données GameTrack sont issues d'enquêtes mensuelles publiées à récurrence trimestrielle. Elles analysent les caractéristiques démographiques des joueurs européens, leurs comportements d'achat toutes plateformes confondues, et permettent d'obtenir une vision approfondie de leurs habitudes de jeu et d'usages. Les pays couverts sont la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne, mais aussi les États-Unis et la Russie. GameTrack soutient le projet GSD en fournissant une vision plus globale des marchés dans lesquels il opère.

Méthodologie :

Les données GameTrack sont communiquées à fréquence trimestrielle à partir de deux enquêtes :

- une enquête offline, réalisée une fois par an sur un échantillon de 1000 personnes de 15 ans et plus. Cette enquête est utilisée pour pondérer les réponses d'une enquête en ligne plus détaillée ;
- une enquête online, conduite mensuellement auprès d'un échantillon de 3000 (mêmes) personnes par trimestre, âgées de 6 à 64 ans.

App Annie

À PROPOS D'APP ANNIE

App Annie analyse les données des app stores (notes, classements, commentaires...), ainsi que les données transactionnelles agrégées et anonymisées de plus d'un million d'applications. À partir de ces données, App Annie produit des estimations sur la performance des applications en matière de téléchargements et de revenus.

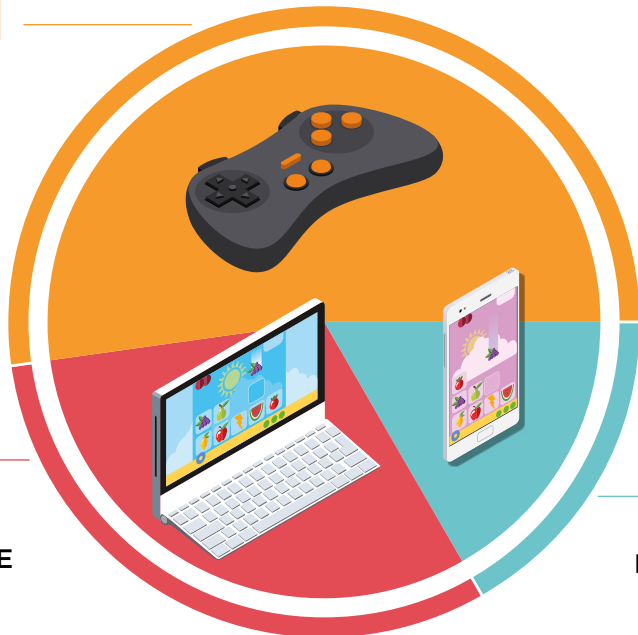


BILAN MARCHÉ 2017

CHIFFRE D'AFFAIRES

4,3 MILLIARDS D'EUROS*

ÉCOSYSTÈME
CONSOLE
2401
MILLIONS
D'EUROS



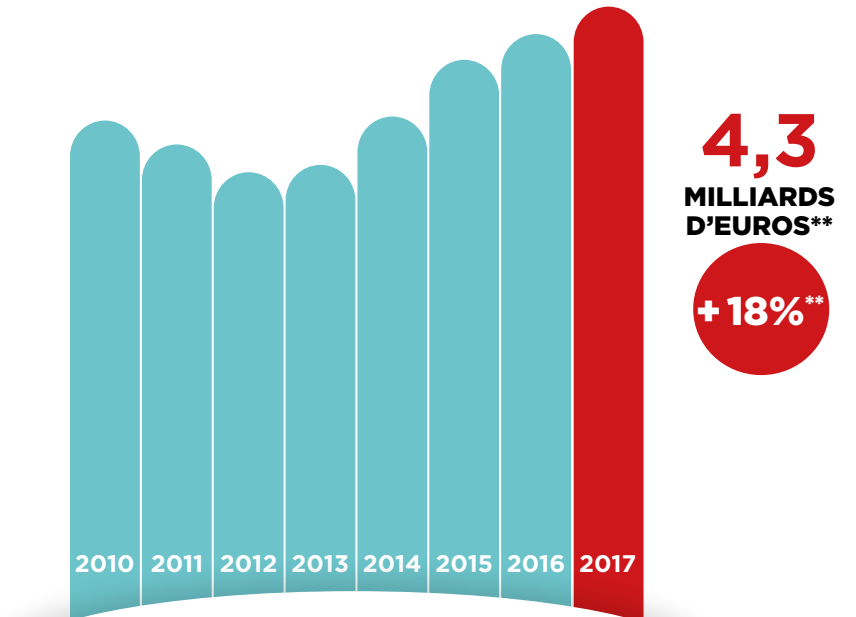
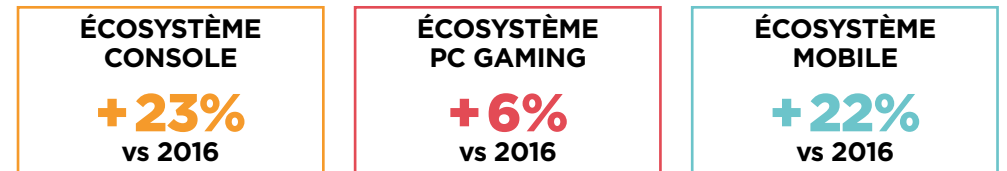
ÉCOSYSTÈME
PC GAMING
1124
MILLIONS
D'EUROS

ÉCOSYSTÈME
MOBILE
778
MILLIONS
D'EUROS

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

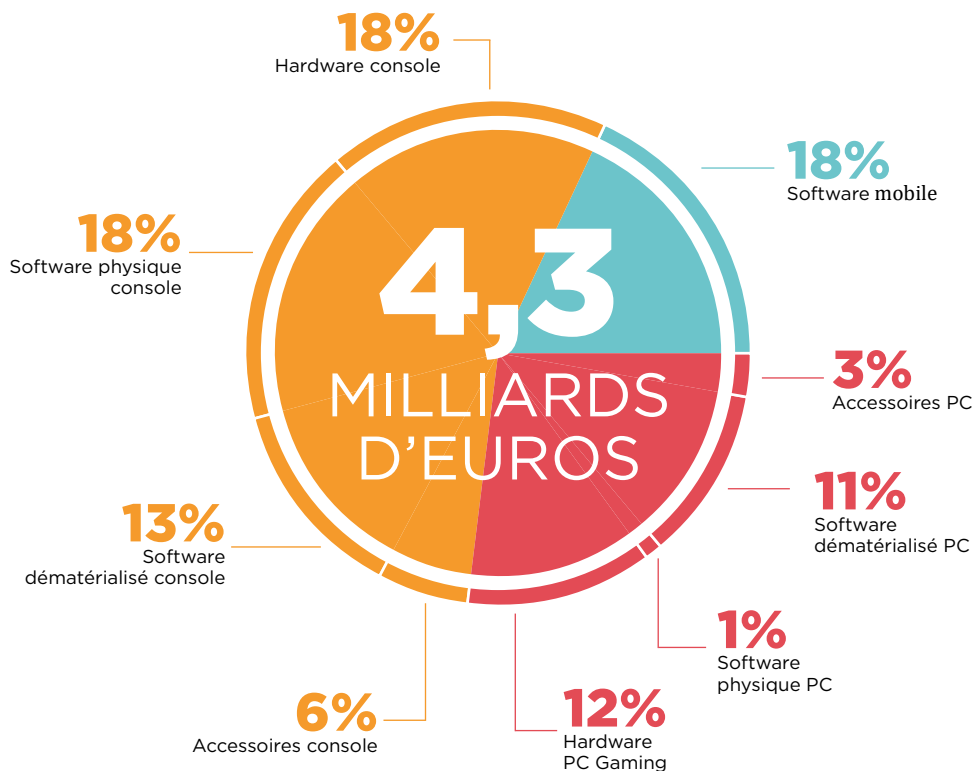
MARCHÉ TOTAL*

+18% VS 2016



ZOOM SEGMENTS

PARTS DE MARCHÉ

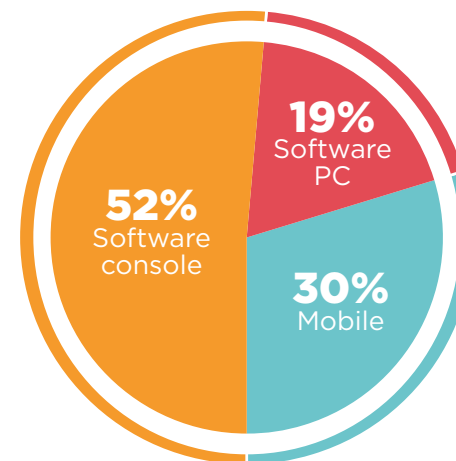


ZOOM

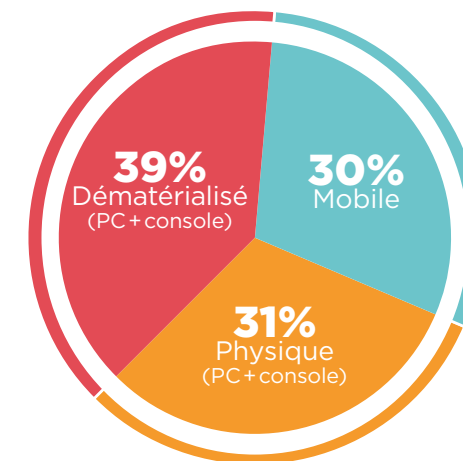
SOFTWARE



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR PLATEFORME



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



CHAPITRE 3

UNE INDUSTRIE RESPONSABLE

LE COMPORTEMENT DES PARENTS FACE AU JEU VIDÉO

ATTENTION DES PARENTS VIS-À-VIS DE LA PRATIQUE DU JEU VIDÉO DE LEURS ENFANTS



POURQUOI LES PARENTS JOUENT-ILS AVEC EUX ?



FRÉQUENCE DE JEU DES PARENTS AVEC LEURS ENFANTS



L'ACTE D'ACHAT ET LE SYSTÈME DE CLASSIFICATION PEGI

ATTITUDE FACE AU SYSTÈME DE CLASSIFICATION PEGI



PEGI

PAN EUROPEAN GAME INFORMATION

Le système de classification par âge PEGI (Pan European Game Information, système européen d'information sur les jeux) permet aux parents de toute l'Europe de prendre des décisions éclairées lors de l'achat de jeux vidéo.

CRÉÉ EN 2003

PRÉSENT DANS 38 PAYS

PRÈS DE 30 000 JEUX RATIFIÉS

REGROUPE 1 800 SOCIÉTÉS MEMBRES









Lancé au printemps 2003, il s'est substitué à un certain nombre de systèmes nationaux de classification par âge au moyen d'une signalétique unique, désormais utilisée dans la plupart des pays d'Europe. Le système bénéficie de l'appui des principaux fabricants de consoles (dont Sony, Microsoft et Nintendo), ainsi que des éditeurs et développeurs de jeux interactifs à travers toute l'Europe. Il est également appliqué à toutes les nouvelles applications disponibles sur le Google Play Store. Le système de classification par âge a été élaboré par la Fédération européenne des logiciels de loisirs (ISFE, Interactive Software Federation of Europe).

QUE SIGNIFIENT LES PICTOGRAMMES ?

Les pictogrammes PEGI apparaissent sur le devant et le dos de la jaquette, et indiquent l'une des classifications suivantes : 3, 7, 12, 16 et 18 ans. Ils donnent une indication fiable du caractère adapté du contenu du jeu en matière de protection des mineurs.

La classification par âge ne tient pas compte du niveau de difficulté ou des aptitudes requises pour jouer à un jeu. Ce sont les descripteurs (cf. page 41) apparaissant sur la jaquette qui indiquent les principaux motifs pour lesquels un jeu s'est vu attribuer une classification particulière.

LES PICTOGRAMMES PEGI

	 VIOLENCE	 LANGAGE GROSSIER	 PEUR	 SEXE	 DROGUE	 JEUX DE HASARD	 DISCRIMINATION	 ACHATS INTÉGRÉS
3 www.pegi.info								
7 www.pegi.info	X		X					
12 www.pegi.info	X	X	X	X	X	X		
16 www.pegi.info	X	X		X	X	X		
18 www.pegi.info	X	X		X	X	X	X	

LES DESCRIPTEURS

3
www.pegi.info

Adapté pour tous les âges. Légère violence dans un contexte comique. Personnages fantastiques. Aucun contenu inapproprié.

12
www.pegi.info

Violence réaliste envers des personnages fantastiques ou violence non-réaliste envers des personnages à caractère humain. Langage grossier modéré, nudité, horreur.

18
www.pegi.info

Violence crue/extrême violence envers des personnages à caractère humain sans défense ou innocents. Idéalisation des drogues. Expressions ou activités sexuelles.

7
www.pegi.info

Non-réaliste. Violence implicite. Cartoonesque, humoristique. Scènes effrayantes pour les jeunes enfants.

16
www.pegi.info

Violence réaliste envers des personnages à caractère humain. Action sportive avec présence de sang. Langage grossier, usage de drogues. Représentation d'activités criminelles.

 Ce jeu fait usage d'un langage grossier.

 Ce jeu se réfère à la consommation de **drogues** (boissons alcoolisées et tabac inclus) ou y fait allusion.

 Ce jeu contient des scènes de **violence**.

 Ce jeu contient des images susceptibles d'inciter à la discrimination.

 Ce jeu représente des corps nus et/ou des comportements ou des allusions de nature sexuelle.

 Ce jeu risque de faire peur aux jeunes enfants.

 Ce jeu apprend et/ou incite à **parier**.

 Le jeu permet d'acheter des biens virtuels avec de l'argent réel.

POUR AIDER LE CONTRÔLE PARENTAL

Au-delà du système PEGI, les différents constructeurs proposent aujourd'hui à travers les ordinateurs et les consoles un système de contrôle parental permettant aux parents de superviser les jeux auxquels jouent leurs enfants.

Depuis quelques années, les fabricants de consoles (Sony, Microsoft et Nintendo), les systèmes d'exploitation Windows et Mac ou encore Google utilisent le système PEGI pour proposer une solution de contrôle parental simple et efficace. Il suffit en effet de quelques minutes pour interdire à ses enfants l'accès aux jeux dépassant une certaine catégorie d'âge, surveiller et contrôler les achats en ligne, limiter la navigation sur Internet, mais également

le temps passé à jouer ou encore contrôler le niveau d'interaction en ligne. Ces systèmes intégrés aux différents appareils ont tous pour objectif de protéger le jeune public de contenus ou de comportements inadaptés à leur âge. Néanmoins, bien que les constructeurs aient œuvré pour faire en sorte que les systèmes de contrôle soient les plus efficaces possible, il est indispensable que les parents restent vigilants quant aux activités et usages de leurs enfants.

Voici une liste des différents matériels et logiciels intégrant un système de contrôle parental configurable grâce au système PEGI.

LES CONSOLES DE SALON

Microsoft Xbox 360
Microsoft Xbox One
Nintendo Wii
Nintendo Wii U
Nintendo Switch
Sony PlayStation 3
Sony PlayStation 4

LES CONSOLES PORTABLES

Nintendo DS
Nintendo 3DS
Sony PSP
Sony PlayStation Vita
LES TERMINAUX MOBILES
Smartphones sous Android
Tablettes sous Android

LES ORDINATEURS

Système d'exploitation Windows
Système d'exploitation macOS
LES NAVIGATEURS INTERNET
Google Chrome
Apple Safari/WebKit
Mozilla Firefox



CHAPITRE 4

INFORMER ET PROTÉGER

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

Le collectif PédaGoJeux, dont le SELL est membre fondateur et très actif dans son développement, œuvre depuis 2008 à la sensibilisation et à l'aide à la compréhension de l'usage du jeu vidéo. PédaGoJeux guide ainsi les parents en délivrant les bonnes pratiques qui leur permettront d'accompagner au

mieux leurs enfants dans ce loisir. Afin d'amplifier son action, le collectif développe un réseau d'ambassadeurs. Il s'agit de structures publiques ou associatives qui œuvrent dans les domaines de la sensibilisation et de l'information auprès des familles. Ce programme a reçu, en 2014, le label du Défenseur

des droits, lors de la célébration du 25^e anniversaire de la Convention des droits de l'enfant.

Depuis 2015, PédaGoJeux s'adresse également aux plus jeunes avec PédaGoJeux Junior, un espace proposant des contenus dédiés aux 6-12 ans.



WOMEN IN GAMES FRANCE: POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA MIXITÉ

À la suite de la signature du plan pour la promotion de la mixité dans le secteur du numérique, l'association Women In Games France a vu le jour. Ses engagements: encourager les femmes à rejoindre le secteur du jeu vidéo en France, faciliter leur carrière professionnelle et promouvoir la mixité

auprès des acteurs de la filière. La première initiative mise en place par l'association consiste à rassembler les femmes de l'industrie soucieuses de partager leur expertise à l'occasion d'événements, de tables rondes ou d'interviews. Le SELL s'est évidemment engagé auprès de Women in Games France dès

sa création en septembre 2017 en lui conférant une opportunité de dialogue avec les visiteurs de la Paris Games Week. Une rencontre networking a été organisée au sein du salon où plus de 300 participants se sont retrouvés en présence de Mounir Mahjoubi, secrétaire d'État chargé du numérique.

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

Avec GameCode, les enfants s'initient à la programmation, découvrent les secrets de fabrication des jeux vidéo et créent leurs propres jeux. L'application, créée avec le soutien du SELL, a officiellement été lancée lors de la Paris Games Week 2015 à travers des ateliers organisés avec Tralalere sur l'espace PédaGoJeux. En 2017, la PGW a permis la rencontre entre GameCode et Women in Games qui ont proposé un atelier conjoint dans l'optique de faire découvrir le développement aux jeunes filles. L'application est disponible gratuitement sur le site Internet www.code-decode.net. GameCode permet aux 9-14 ans de découvrir les coulisses de la fabrication d'un jeu vidéo en abordant les notions de la programmation. Ludique et éducative, elle permet de créer son propre jeu en développant sa



culture numérique.

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

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



RESPECT ZONE, LE LABEL DE L'ÉDUCATION AU RESPECT

Le SELL soutient depuis sa création Respect Zone, un label inédit pour contrer positivement la cyberviolence, et promouvoir le respect sur Internet.

Créée en 2014, Respect Zone est une initiative associative accessible à tous ceux qui souscrivent au principe de respect sur Internet, ainsi qu'à la charte Respect Zone. Avec ce label, l'association

entend proposer un outil pédagogique moderne de lutte contre les comportements toxiques présents sur le Web.

Le SELL offre à Respect Zone un terrain d'expression et de communication à chaque édition de la Paris Games Week.

CHAPITRE 5

LA PARIS GAMES WEEK



PARIS GAMES WEEK 2018

LE RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE DES TALENTS ET DES COMMUNAUTÉS DU JEU VIDÉO

La 9^e édition de la Paris Games Week ouvrira ses portes à Paris Expo - Porte de Versailles du 26 au 30 octobre prochains. Événement incontournable pour tous les passionnés de jeux vidéo, le salon est devenu depuis sa création en 2010 le rendez-vous phare de tout l'écosystème vidéoludique. Pendant une semaine, les communautés, les familles et les talents de l'industrie se retrouvent à la Porte de Versailles pour mettre en lumière l'incroyable foisonnement du secteur.



L'engouement pour la Paris Games Week est le reflet du formidable dynamisme d'un secteur porté par des talents qui innovent et se renouvellent sans cesse et par des communautés de passionnés toujours plus engagées. La Paris Games Week 2018, qui investira 80 000 m² répartis dans les halls 1, 2.2 et 3 de Paris Expo – Porte de Versailles, est la célébration de cette formidable richesse et regroupera pendant 5 jours tous ceux qui font battre le cœur du jeu vidéo.

TOUTES LES FACETTES DU JEU VIDÉO RÉUNIES À LA PARIS GAMES WEEK

Pratique confidentielle à ses débuts, le jeu vidéo est aujourd'hui un loisir planétaire qui touche des millions de personnes: hommes, femmes, enfants, seniors, parents... En 2018, tout le monde joue! La Paris Games Week 2018 sera la vitrine de toutes les pratiques vidéoludiques et d'un secteur qui s'engage pour un jeu vidéo plus inclusif. Un nombre record d'exposants seront présents pour représenter toutes les composantes du jeu vidéo. Communautés, familles, éditeurs, développeurs, écoles, accessoiristes, associations, cosplayers, Esportifs, ils ont tous répondu présent pour faire de la Paris Games Week la plus grande fête dédiée au 10^e art.

La recette qui a fait le succès du salon reste bien évidemment la même: il y en aura pour tous les goûts. Pendant les vacances de la Toussaint, la Paris Games Week sera le lieu pour tester toutes les nouveautés de fin d'année, qu'elles soient hardware, software ou accessoires. Grâce au talent des créateurs et à une génération de consoles exceptionnelle, le salon présentera en avant-première les sorties les plus attendues de 2019. Les éditeurs proposeront également de nombreuses animations pour tisser des liens toujours plus forts avec leurs communautés. À l'écoute des joueurs toute l'année, la Paris Games Week est l'opportunité



pour l'industrie de leur rendre hommage et de célébrer ensemble la passion du jeu vidéo. Véritable spectacle qui fédère des supporters toujours plus nombreux, les compétitions d'Esport seront à nouveau à l'honneur avec un hall entièrement dédié. La Paris Games Week accueillera les meilleurs joueurs du monde, qui s'affronteront dans des finales de compétitions internationales. Enfin, le salon proposera aux visiteurs de partir à la découverte d'univers vidéoludiques riches et variés. En allant à la rencontre aussi bien des studios français qu'africains, de la Paris Games Week Junior que des Silver Geeks, la Paris Games Week 2018 célèbre toutes les pratiques du jeu vidéo!

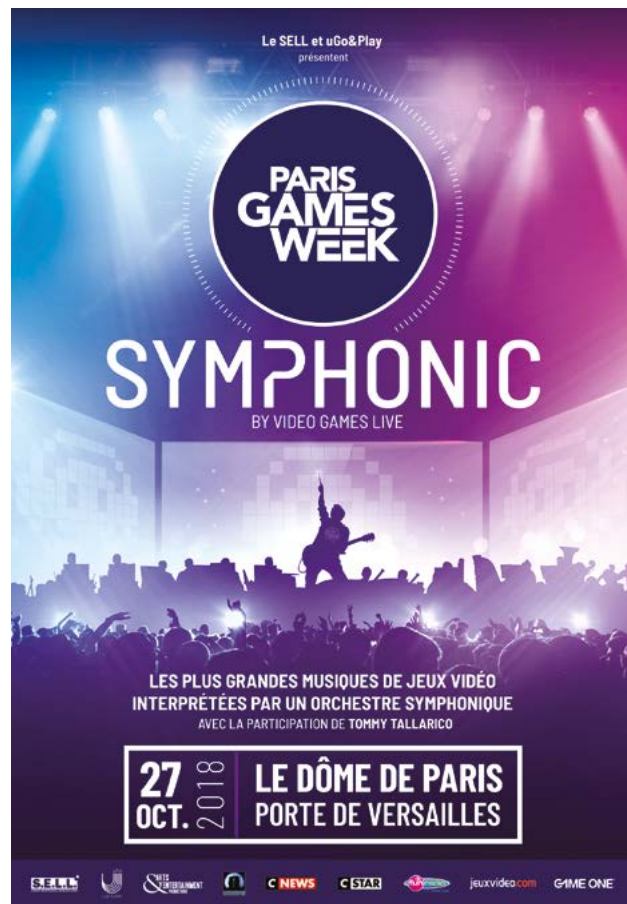
« La Paris Games Week 2018 s'annonce exceptionnelle pour tous les passionnés de jeux vidéo. Toutes les composantes du secteur seront de la partie pour des moments de partages vidéoludiques, dans la bonne humeur et la convivialité. Nous avons ainsi souhaité offrir aux joueurs et aux familles une expérience chaleureuse en continuant le travail accompli depuis des années sur le confort et l'information aux visiteurs. »

Julie Chalmette
Présidente du SELL

PARIS GAMES WEEK SYMPHONIC BY VIDEO GAMES LIVE

LE SHOW SYMPHONIQUE
AUX ACCENTS ROCK
REVIENT POUR UN CONCERT INÉDIT !

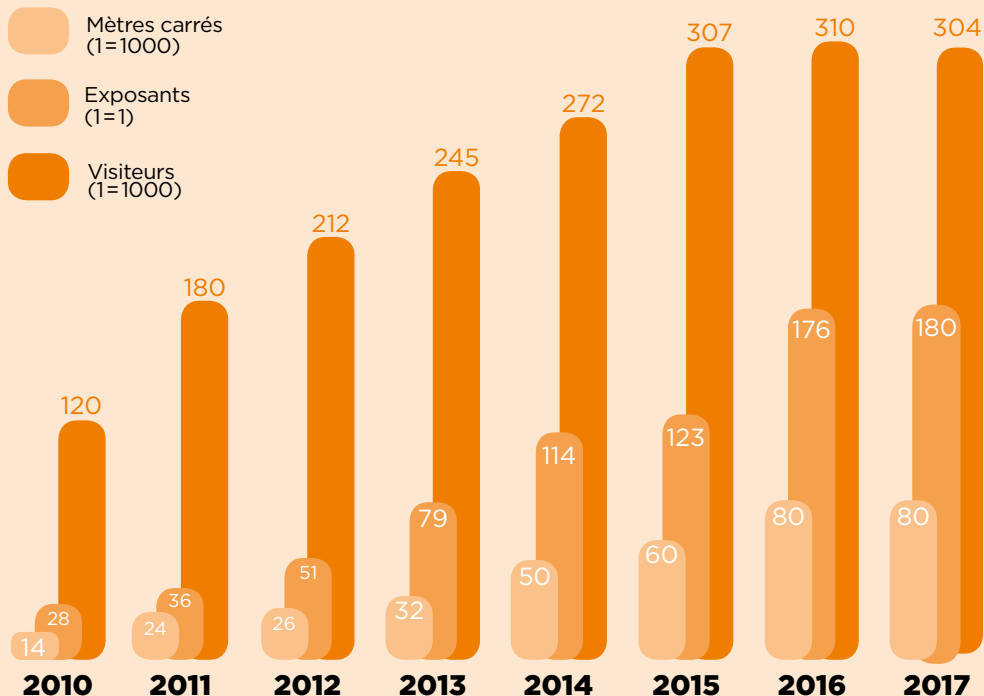
Après un premier concert qui a fait date en 2017, la Paris Games Week prend une nouvelle dimension et donne rendez-vous à tous les passionnés de musique et de jeux vidéo pour un événement d'exception : Paris Games Week Symphonic by Video Games Live. Le show symphonique aux accents rock présentera les morceaux de jeux vidéo les plus populaires et iconiques interprétés en sons et lumières par le Yellow Socks Orchestra. Un concert immersif original et unique créé, produit et animé par le célèbre compositeur Tommy Tallarico, fondateur de Video Games Live.



INFOS ET RÉSERVATIONS SUR WWW.PARISGAMESWEEK.COM



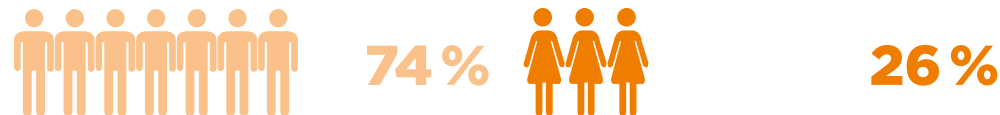
POUR LA 8E ÉDITION DE LA PGW: 304 000 VISITEURS RÉUNIS PAR LA PASSION DU JEU VIDÉO



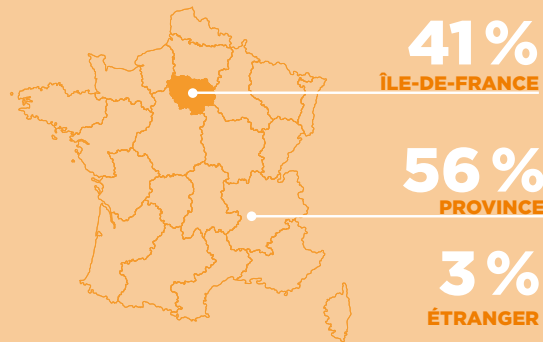
PARIS GAMES WEEK 2017 EN CHIFFRES

VISITORAT PGW

VISITEURS PRÉSENTS SUR LE SALON



Origine géographique



Âge moyen



FOCUS VISITES DE LA PGW

51 %
VENAIENT
POUR LA
PREMIÈRE FOIS

ILS VISITENT
LE SALON
PRINCIPALEMENT...
45 %
Entre amis

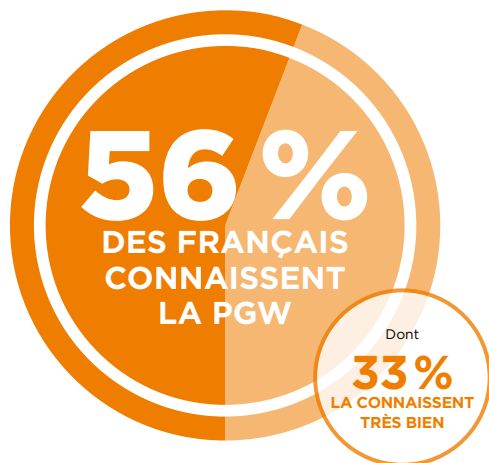
ILS VIENNENT :
75 %
pour tester
des jeux
73 %
pour découvrir
des nouveautés

ILS AIMENT
LE SALON POUR :
86 %
l'ambiance
générale
85 %
l'accueil sur
les stands

PARIS GAMES WEEK

UN ÉVÉNEMENT INCONTOURNABLE
POUR LES PASSIONNÉS DE JEUX VIDÉO
ET LEURS FAMILLES

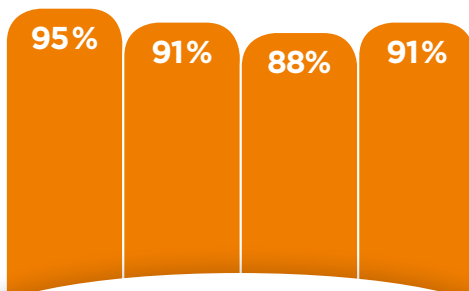
NOTORIÉTÉ DE LA PGW



POURQUOI VIENNENT-ILS À LA PGW ?

90%

CONSIDÈRENT LA PGW COMME UN ÉVÉNEMENT
MAJEUR DANS LE MONDE DES JEUX VIDÉO



Découvrir
et tester
les derniers
jeux et
technologies

L'occasion de
rencontrer
d'autres
joueurs

Se faire une
idée des jeux
à acheter pour
les fêtes

L'occasion
d'assister
à des
compétitions
d'Esport

Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le jeu vidéo », réalisée sur Internet du 06 septembre au 1er octobre 2018, auprès d'un échantillon de 2 856 internautes de 10 ans et plus.



CHAPITRE 6

LE SYNDICAT DES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS



LES MISSIONS DU SELL

Le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) a été fondé en 1995, à l'initiative des principaux acteurs du marché du jeu vidéo. Pour accompagner l'essor du jeu vidéo et contribuer à sa démocratisation, les professionnels du jeu vidéo (constructeurs de consoles, éditeurs de jeux, accessoiristes...) avaient besoin de parler d'une même voix. Reprenant l'exemple de l'Interactive Software Federation of Europe (ISFE), qui défend les intérêts des acteurs du secteur du jeu vidéo au niveau européen, le SELL est immédiatement devenu l'interlocuteur privilégié des institutions publiques, des médias et des différents acteurs associatifs français.

En vingt ans, les réalisations du SELL ont été nombreuses et déterminantes pour la reconnaissance du jeu vidéo comme l'un des loisirs préférés des Français. Un succès qui ne s'explique pas uniquement par la qualité des jeux proposés par les membres du SELL. Conscients de leurs responsabilités vis-à-vis des joueurs et de leur entourage, les membres du SELL ont mis en place, dès 2003, un système de classification des jeux vidéo simple, complet et indépendant : le PEGI (Pan European Game Information). Le SELL exprime ainsi la volonté de responsabilité de notre industrie : système de classification PEGI et dispositif d'information à destination des parents (PédaGoJeux). Cet engagement sociétal s'est concrétisé en 2015 avec l'homologation du système PEGI par le ministère de l'Intérieur comme système de classification des jeux vidéo en France.

Le SELL a pour principal objectif de promouvoir le jeu vidéo et sa pratique auprès du grand public, des acteurs économiques nationaux, européens et des pouvoirs publics. À ce titre, le SELL organise chaque année deux salons, l'Interactive & Digital Entertainment Festival (IDEF) et la Paris Games Week (PGW), regroupant les principaux acteurs du secteur du jeu vidéo.

LES MISSIONS DU SELL



PROMOUVOIR LE JEU VIDÉO

Le SELL a pour principal objectif de promouvoir le jeu vidéo et sa pratique auprès du grand public, des acteurs économiques nationaux et européens, et des pouvoirs publics.

Il a aussi pour mission de défendre les intérêts de ses membres et, plus généralement, de l'ensemble du secteur du jeu vidéo.



ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS INCONTOURNABLES

Le SELL organise chaque année deux salons :

- La Paris Games Week (PGW)
- L'Interactive & Digital Entertainment Festival (IDEF)

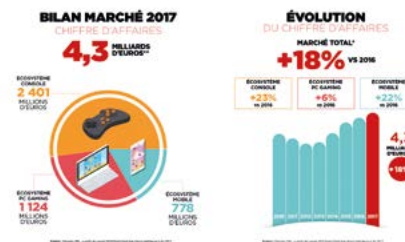
Ces deux événements regroupent chaque année les principaux acteurs du jeu vidéo.



INFORMER ET PROTÉGER

Depuis sa création, le SELL est engagé dans une démarche d'information et de protection du consommateur.

À cet effet, l'organisation intervient sur des sujets variés visant à sensibiliser les joueurs, les parents et les familles sur les problématiques liées à l'utilisation des jeux vidéo.



STRUCTURER UNE CONNAISSANCE DU MARCHÉ

Afin de structurer une connaissance du marché, le SELL s'entoure de partenaires afin de délivrer à l'ensemble de son écosystème une cartographie fidèle du marché du jeu vidéo.

METTRE EN AVANT LA CRÉATION, L'INNOVATION ET LES VALEURS DE RESPONSABILITÉ DE L'INDUSTRIE

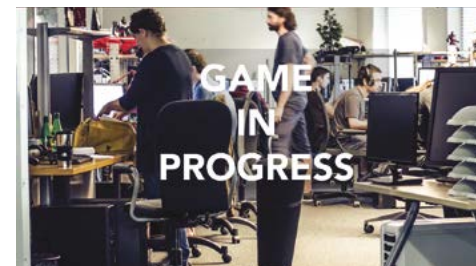


Le SELL, qui s'inscrit dans une démarche d'information, de pédagogie et de promotion autour de l'industrie du jeu vidéo, continuera tout au long de l'année à donner la parole aux multiples talents du secteur. Depuis 2017, le SELL met en lumière toutes les richesses du jeu vidéo à travers divers documentaires.



ART & JEUX VIDÉO

Véritable culture populaire, le jeu vidéo compte des millions de passionnés à travers le monde. Toutefois, sa dimension artistique est encore parfois méconnue. À travers cette série documentaire de 5 épisodes, le SELL met en lumière la relation entre les arts classiques et le jeu vidéo. Le processus de création d'un jeu vidéo fait appel à de nombreux artistes et références artistiques s'inspirant des arts majeurs pour donner vie à des œuvres originales d'une grande diversité. De l'architecture à la musique, des arts visuels à la littérature et toutes leurs autres sources d'inspirations, *Art & Jeux vidéo* invite les joueurs à en savoir plus sur les liens étroits qui les unissent.



GAME IN PROGRESS

Ce documentaire de 5 épisodes propose de découvrir les coulisses de la création des jeux vidéo. Il décrypte les différentes étapes de la production et invite à découvrir les métiers et talents qui y participent. Afin de retracer avec la plus grande fidélité toutes les étapes de la création, le SELL a interrogé une grande diversité d'acteurs de l'industrie du jeu vidéo, français et internationaux. Ils y abordent l'aspect créatif, scénaristique, et même technologique de leur travail.



CHECKPOINT

Checkpoint est une série inspirée du questionnaire de Proust. Le SELL est allé à la rencontre des personnalités et talents qui font le jeu vidéo : fondateurs de studios, directeurs créatifs, producteurs... avec pour objectif de leur donner la parole en s'intéressant à leurs goûts, leur personnalité, leurs aspirations...

Photo : Elijah Wood

RETROUVEZ L'INTÉGRALITÉ DE CES CONTENUS SUR LE SITE SELL.FR

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Frédérique De Fondaumière
Activision Blizzard

Arnaud Muller
Bandai Namco Entertainment

Julie Chalmette
Bethesda

Philippe Coen
Disney Interactive

Dominique Cor
Electronic Arts

John Bert
Focus Home Interactive

Hugues Ouvrard
Microsoft

Philippe Lavoué
Nintendo

Philippe Cardon
Sony Interactive Entertainment

Yves Elalouf
Warner Bros. Interactive Entertainment

Patrick Bellaïche & Michel Magne
Take-Two Interactive

John Parkes
Ubisoft

LES MEMBRES DU SELL

Activision Blizzard

Bandai Namco Entertainment

Bethesda

Bigben Interactive

Capcom

Disney Interactive

Electronic Arts

Focus Home Interactive

Innelec Multimedia

Just For Games

Koch Media

Konami

Microsoft

Nintendo

Orange

Sega

Sony Interactive Entertainment

Square Enix

Take-Two Interactive

Ubisoft

Warner Bros. Interactive Entertainment

Whybe Online

NOTES



Julie Chalmette
Présidente

Emmanuel Martin
Délégué général
e.martin@sell.fr

Anne Sophie Montadier
Responsable Communication
et Marketing
as.montadier@sell.fr

Meryl Pioche
Responsable Marketing
m.pioche@sell.fr

Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux



[@SELL_JeuxVideo](#)



[@SELL.JeuxVideo](#)



[@SELL_JeuxVideo](#)



[SELL TV](#)

www.sell.fr