

COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
Paris, le 3 novembre 2017

## « LES FEMMES DANS L'INDUSTRIE DU JEU VIDEO »

### Un documentaire produit par le SELL présente la mixité comme une formidable richesse pour le jeu vidéo

A l'occasion de la Paris Games Week qui se tient actuellement à la Porte de Versailles, le SELL – Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs – dévoile un documentaire de 13 minutes qui met en lumière 9 portraits de femmes issues de l'industrie du jeu vidéo. Au travers de leur parcours, chacune y évoque son expérience personnelle et y décrypte les facteurs explicatifs de la faible représentativité des femmes dans le jeu vidéo. En témoignant, toutes entendent faire bouger les lignes et encourager la présence des femmes afin qu'elles deviennent, elles aussi, les actrices du dynamisme de l'industrie vidéoludique.

#### Jeux vidéo : trop peu de femmes aux manettes dans l'industrie

Aujourd'hui, en France, 47% des joueurs sont des joueuses. L'évolution de l'offre, de l'expérience de jeu mais aussi la diversification des plateformes auront suffi pour inviter les femmes à entrer dans le *game*. Si la parité est désormais quasiment atteinte chez les joueurs, l'industrie du jeu vidéo, quant à elle, reste à la traîne. Dans les studios de création en France, on compte aujourd'hui seulement 15% de femmes. Si les perspectives sont encourageantes puisque cette part ne cesse d'augmenter (elles n'étaient que 12,3% en 2014), il reste un long chemin à parcourir pour atteindre l'équilibre hommes / femmes.

#### Un mouvement est en marche

Le SELL, qui s'inscrit dans une démarche d'information, de pédagogie et de promotion de toute la richesse du jeu vidéo, est un acteur clé du mouvement que doit opérer l'industrie en terme de présence des femmes dans le jeu vidéo.

Si le mouvement devrait naturellement s'accélérer, il doit s'accompagner d'actions concrètes de terrain qui doivent permettre de faire se rencontrer les femmes et les acteurs de l'industrie dont la volonté est d'afficher cette ouverture à tous les talents sans distinction de sexe. Ce documentaire en est un exemple. Le SELL se positionne aussi en tant qu'amplificateur d'initiatives en faveur de la représentativité des femmes dans le Jeu Vidéo, à l'instar de l'association Women in Games France, où des professionnel.le.s œuvrent pour la mixité dans l'industrie du jeu vidéo en France au travers de formations, rencontres, sensibilisation, éducation, entraide, etc. Pour ces femmes de l'industrie, l'accompagnement vers la connaissance et la reconnaissance des formations existantes en matière de jeu vidéo est l'une des étapes clés.



Le 3 novembre à 16h, Women in Games anime une rencontre networking sur la Paris Games Week (Hall 1 – salle 121E). Cet événement vise à donner une opportunité aux femmes de l'industrie d'étendre leur réseau professionnel, de partager sur leurs parcours et expériences et de leur donner plus de visibilité.

### **Des formations nombreuses et méconnues des femmes**

*"Il y a clairement un manque d'information sur les métiers possibles au sein de l'industrie et sur les formations liées et le jeu vidéo a également une image sectorielle encore très masculine"* explique Julie Chalmette, présidente du SELL.

En effet les formations qui mènent aux métiers du jeu vidéo sont encore méconnues et restent associées à un univers masculin, confortant certains parents ou enfant que cette filière n'est pas destinée aux femmes. Une idée tenace qui a un impact lors des orientations scolaires ou des choix de formations.

### **Promouvoir les métiers du jeu vidéo pour toutes et tous**

*« La proportion de femmes en école de jeux vidéo est assez variable en fonction des cursus et des écoles, mais elle dépasse rarement 20% des effectifs, détaille Julie Chalmette, ce qui peut expliquer en partie la faible mixité de notre secteur".* Pourtant il existe en France de très nombreuses formations qui préparent les jeunes aux métiers du jeu vidéo. Women in Games France se donne ainsi pour mission de promouvoir auprès des plus jeunes, les formations et métiers liés à l'industrie du jeu vidéo. Le but : montrer l'incroyable diversité et richesse de ce secteur et susciter des vocations chez les étudiantes et cela, dès le plus jeune âge. En 2017, l'école Isart Digital compte 35% de filles contre 23% en 2012. Pour la seule formation en jeux vidéo, les effectifs sont passés de 15% de filles en 2012 à 27% cinq ans plus tard ! Toujours à l'Isart, la seule formation Game Art est composée cette année d'une majorité de femmes (51%) ! Presqu'une performance qui illustre néanmoins une tendance de fond qui va vers une progressive féminisation du secteur. *" La prochaine génération de femmes à entrer dans la vie professionnelle est une génération de joueuses se réjouit Julie Chalmette, elles s'orienteront peut-être plus naturellement vers notre secteur".*

Comme d'autres avant elle, l'industrie du jeu vidéo doit faire de sa diversité, de sa mixité, sa richesse. C'est aussi à cette condition, en rejetant toute forme d'ostracisme, de sectarisme et de sexisme que le secteur pourra revendiquer une maturité que d'autres, bien souvent grâce aux combats de femmes bien déterminées à revendiquer une légitime égalité de traitement, ont acquis avant lui.

#### **FICHE TECHNIQUE**

*Les femmes dans l'industrie du jeu vidéo - Novembre 2017*

Réalisation : CRUSH Production

Production : SELL – Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs –

Durée : 12'40



### À propos du SELL, Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs

Le SELL représente au plan national les éditeurs de jeux vidéo et de logiciels de loisirs : les logiciels grand public qui ne sont pas destinés au travail de bureau dans les entreprises. Il compte vingt-quatre membres qui représentent, selon le panel GfK, plus de 70% du chiffre d'affaires du secteur. Le SELL promeut et défend les intérêts collectifs des éditeurs de jeux vidéo dans les différents domaines où ils sont engagés et sous les différents aspects professionnels, économiques ou juridiques qui les concerne, et contribue ainsi à la structuration du marché (classification, promotion de la profession, antipiraterie, presse...) et à sa reconnaissance par tous les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Le SELL soutient la norme européenne PEGI, véritable système de classification du contenu des jeux vidéo, qui propose des informations fiables et faciles à comprendre sous forme de labels figurant sur les emballages. Le SELL représente ainsi la volonté d'engagement et de responsabilisation de l'industrie des loisirs numériques. La Présidente du SELL est Julie Chalmette et son Délégué Général, Emmanuel Martin.

### Contacts Presse :

PROFILE :            Nicolas Brodiez - [nbrodiez@agence-profile.com](mailto:nbrodiez@agence-profile.com)  
                         Jennifer Loison (médias économiques et grand public) - [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@agence-profile.com)  
                         Mendrika Rabenjamina (médias audiovisuels) - [mrabenjamina@agence-profile.com](mailto:mrabenjamina@agence-profile.com)  
                         Titouan Coulon (médias spécialisés et professionnels) - [tcoulon@agence-profile.com](mailto:tcoulon@agence-profile.com)  
                         01 56 26 72 00

SELL :                Anne Sophie Montadier - 01 56 90 08 24 / 06 27 55 06 64 - [as.montadier@sell.fr](mailto:as.montadier@sell.fr)

### Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux :

 [@SELL\\_JeuxVideo](https://twitter.com/SELL_JeuxVideo)

 [@SELLJeuxVideo](https://www.facebook.com/SELLJeuxVideo)

 [@SELL\\_JeuxVideo](https://www.linkedin.com/company/SELL_JeuxVideo)

 [@SELL TV](https://www.youtube.com/channel/UC...)