

MARS 2025

# L'ESSENTIEL

## DU JEU VIDÉO



# BILAN DU MARCHÉ FRANÇAIS 2024



SYNDICAT  
DES ÉDITEURS  
DE LOGICIELS  
DE LOISIRS

MARS 2025

# L'ESSENTIEL

## DU JEU VIDÉO

<b>CHAPITRE 1</b>	<b>Le marché français du jeu vidéo</b>	<b>08</b>
<b>CHAPITRE 2</b>	<b>Les profils des joueurs français</b>	<b>50</b>
<b>CHAPITRE 3</b>	<b>Une industrie responsable</b>	<b>58</b>
<b>CHAPITRE 4</b>	<b>Le SELL</b>	<b>70</b>



SYNDICAT  
DES ÉDITEURS  
DE LOGICIELS  
DE LOISIRS



# ÉDITO

**L**e jeu vidéo en France, malgré une baisse de 5,8% en 2024, réalise sa deuxième meilleure performance historique.

**Le jeu vidéo en France maintient son rang malgré un contexte de grande incertitude macro-économique et politique.** 2024 avait en effet la dure tâche de succéder à 2023, mais avec un chiffre d'affaires de 5,7 milliards d'euros à -5,8% vs 2023, le marché du jeu vidéo en France réalise sa deuxième performance historique. Malgré une conjoncture et des effets de cycle défavorables, **le marché fait donc preuve de stabilité et de régularité en franchissant les 5,5 milliards d'euros pour la cinquième année consécutive**, dépassant son niveau pré-Covid de 2019 de 14%. La baisse de 2024 doit être vue à la lumière de 2023, année exceptionnelle pour l'industrie qui a bénéficié d'un « historique marché », notamment pour l'écosystème console. Elle est donc à relativiser. Notre industrie fait preuve d'une résilience particulièrement remarquable au vu du contexte de baisse globale de la consommation des ménages, de contraction du pouvoir d'achat et de crise du secteur au niveau mondial et local.

**La force du marché repose sur la complémentarité des trois grands écosystèmes, qui s'ajustent aux demandes consommateurs avec des offres différenciées.** On observe ainsi des performances contrastées au sein de chaque écosystème (console, PC gaming, mobile) et des résultats à nuancer pour chacun d'entre eux. **L'écosystème console**, qui concentre près de la moitié de la valeur du marché (45%) enregistre une baisse de 18,9%, tandis que les **écosystèmes PC gaming** (27% du marché) et **mobile** (28% du marché) progressent respectivement de 9,1% et 8,2% sur un an.

**L'écosystème console demeure le socle de l'industrie, avec 2,55 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 45% de part de marché.** Le recul de l'écosystème console (-18,9%) est à mettre en perspective de sa performance de 2023: cette année-là conjuguaient un line-up software exceptionnel avec un rattrapage des ventes hardware (+72%) après une année de pénurie. Les baisses de 35% des ventes de consoles et de

12% des ventes de jeux apparaissent ainsi comme une forme de normalisation. La tenue des ventes dématérialisées qui ne régressent que de 4% en est l'illustration. Malgré une performance moins importante qu'en 2023, le software **démontre la puissance de ses licences phares et la richesse de son fond de catalogue pour développer des ventes de titres long-sellers**, et ce face à des effets à long terme liés au Covid: report de sorties et line-up plus faible en triples A. **Cette année de ralentissement ne préjuge en rien les succès à venir en 2025:** des sorties de jeux très attendus, nouvelle console...

**Les écosystèmes mobile et PC connaissent de belles dynamiques, illustrant l'appétit intact des consommateurs pour le jeu vidéo.** L'écosystème mobile confirme sa très bonne santé en réalisant sa quatrième année de progression consécutive, atteignant son plus haut point historique avec 1,6 milliard d'euros. **L'écosystème PC gaming** renoue avec la croissance (+9,1%), porté par la bonne performance du hardware (+12%) et des accessoires (+27%) dans une période de rééquipement des consommateurs.

**L'année 2024 est donc une année de transition** tant en termes de cycle de vie hardware que de line-up software, qui succède à une année d'hyper croissance atypique. **En baisse sur un an (-5,8%), le jeu vidéo signe tout de même la 2<sup>e</sup> meilleure performance de son histoire à 5,677 milliards d'euros.** Elle souligne les forces structurelles de notre industrie, la demande forte et constante des consommateurs, la diversité des écosystèmes, la capacité à renouveler l'offre hardware et software par l'innovation. **Ces perspectives ne doivent pas faire oublier ni les difficultés économiques rencontrées par plusieurs structures françaises et internationales**, ni la situation humaine et sociale difficile traversée par nombre de salariés de l'industrie, mais permettent d'envisager l'avenir avec un certain optimisme.

**JAMES REBOURS,**  
PRÉSIDENT DU SELL

## PANELS ET MÉTHODOLOGIE

Les estimations des chiffres du marché 2024 sont le résultat de la collaboration entre quatre 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
- Sensor Tower et GameTrack pour le marché mobile ■ IDC pour le hardware et les écrans PC gaming



### À PROPOS DE GSD (GAME SALES DATA)

Démarré en 2013, le projet GSD est le résultat d'une démarche européenne menée par VGE (Video Games 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 dernières, 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. Le panel retail est déployé dans 25 pays européens. Le panel digital GSD couvre aujourd'hui 53 pays répartis sur les zones Europe, Amérique du Nord, Moyen-Orient, Afrique et Asie-Pacifique. Le panel est opéré par Sparkers.

### MÉTHODOLOGIE

- Panel retail : les données de vente de jeux vidéo sont transmises par les détaillants 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 de produits fiable et uniforme, les informations relatives aux catalogues sont directement fournies par les éditeurs. En parallèle, les éditeurs et les distributeurs transmettent des données permettant d'affiner les modèles de calculs d'extrapolation, offrant une vision plus fine des marchés dont la couverture du panel retail 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 Game Pass, le Nintendo eShop (éditeurs tiers) et les réseaux de vente PC (Steam, Epic, stores propriétaires). Les chiffres de vente sont communiqués chaque semaine directement par 38 éditeurs de jeux vidéo participant au projet et ne nécessitent donc pas d'extrapolation. GSD est la seule source de données des téléchargements de jeux complets basée sur les ventes réelles. À partir de 2024, GSD suit également les in-game purchases (DLC) dans le panel digital.



### À PROPOS DE GAMETRACK

GameTrack est un projet phare mis en place en 2011, opéré par Ipsos pour le compte de VGE (Video Games Europe). Les données GameTrack sont issues d'enquêtes mensuelles publiées à récurrence trimestrielle. Elles analysent les caractéristiques démographiques des joueurs européens, leurs comportements de jeu et d'achat toutes plateformes confondues, permettant ainsi d'obtenir une vision approfondie de leurs habitudes de jeu et d'usages. Les pays couverts sont la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie. GameTrack et le projet GSD fournissent une vision plus globale des marchés dans lesquels ils opèrent.

### MÉTHODOLOGIE

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

- Une enquête offline, réalisée une fois par an à partir d'un échantillon de 1000 personnes de 15 ans et plus. Elle est utilisée pour pondérer les réponses d'un sondage en ligne plus détaillé permettant de contextualiser les résultats.
- Une enquête online, conduite mensuellement auprès d'un échantillon total de 3000 personnes par trimestre, âgées de 6 à 64 ans.



### À PROPOS D'IDC

IDC est un acteur majeur de la Recherche, du Conseil et de l'Événementiel sur les marchés des Technologies de l'Information, des Télécommunications et des Technologies Grand Public. IDC aide les professionnels évoluant sur les marchés IT et les investisseurs à prendre des décisions stratégiques basées sur des données factuelles. Plus de 1100 analystes proposent leur expertise globale, régionale et locale sur les opportunités et les tendances technologiques dans plus de 110 pays à travers le monde, depuis plus de 50 ans. IDC est une filiale de la société IDG, leader mondial du marché de l'information dédiée aux technologies de l'information.

### MÉTHODOLOGIE

IDC suit les ventes de centaines de catégories de produits grand public et professionnels (hardware comme software) dans le monde entier. Grâce à la plus large communauté d'analystes du marché, IDC peut s'appuyer sur trois sources et les combiner : données collectées auprès des fournisseurs (OEM, fabricants de composants ou de produits finis, éditeurs...), des revendeurs (distributeurs, grossistes, VAR, opérateurs...) ainsi que des sondages menés auprès des consommateurs et utilisateurs finaux. Ces informations sont consolidées à l'échelle mondiale, vérifiées en local et confrontées lors de recherches supplémentaires (rapports financiers et économiques, éléments démographiques...).



### À PROPOS DE SENSOR TOWER

Sensor Tower fournit des informations et insight sur les applications mobiles, la publicité numérique, les médias et les audiences pour des marques et des éditeurs d'applications à l'échelle mondiale.



CHAPITRE

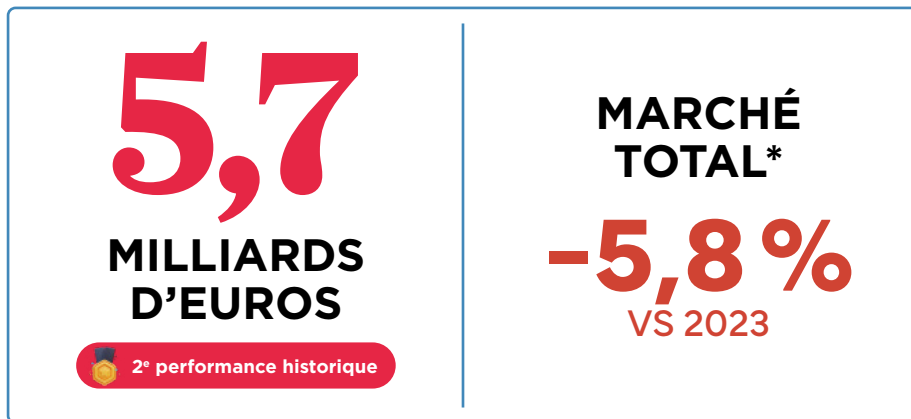
# 01

## LE MARCHÉ FRANÇAIS DU JEU VIDÉO

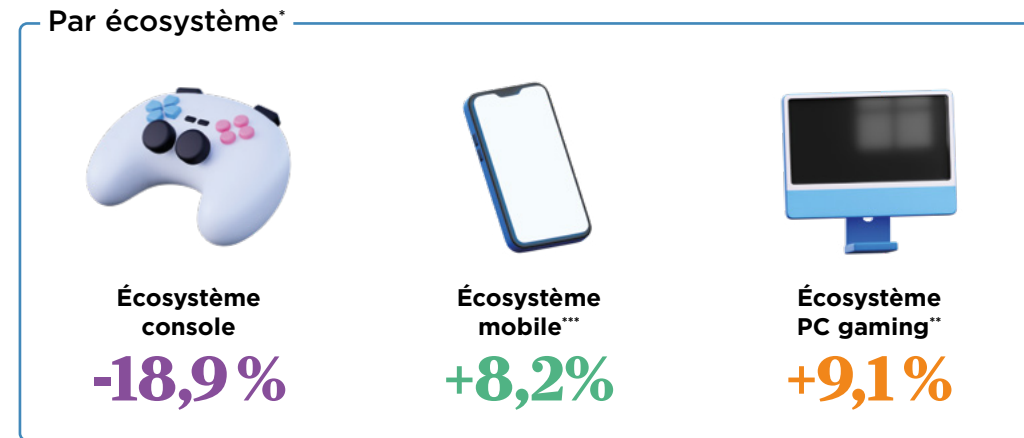


Marché global .....	10
Écosystème console .....	16
Écosystème PC gaming .....	30
Écosystème mobile .....	40

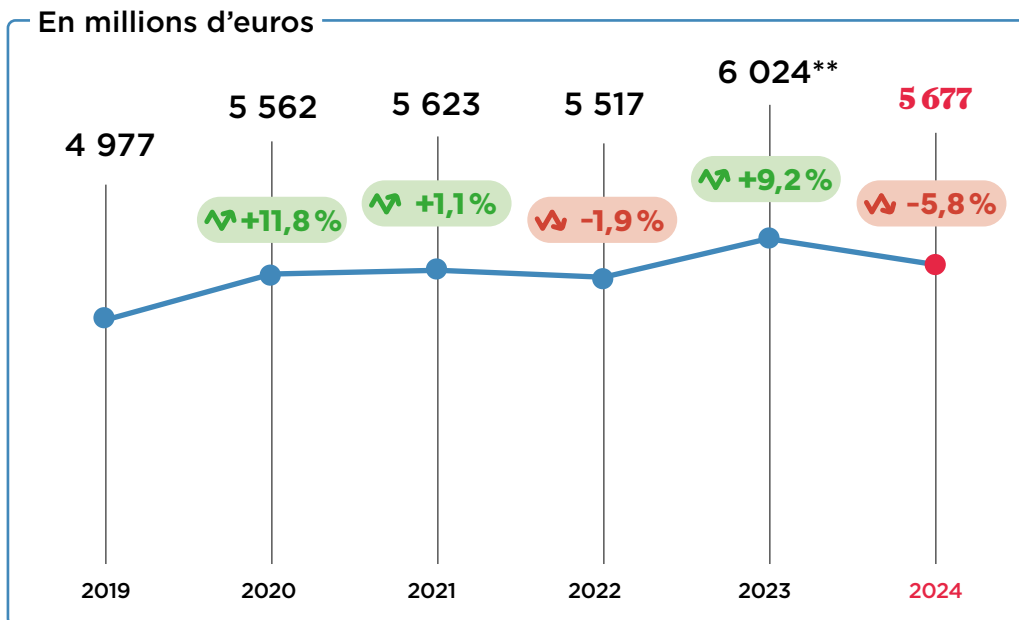
## CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL 2024



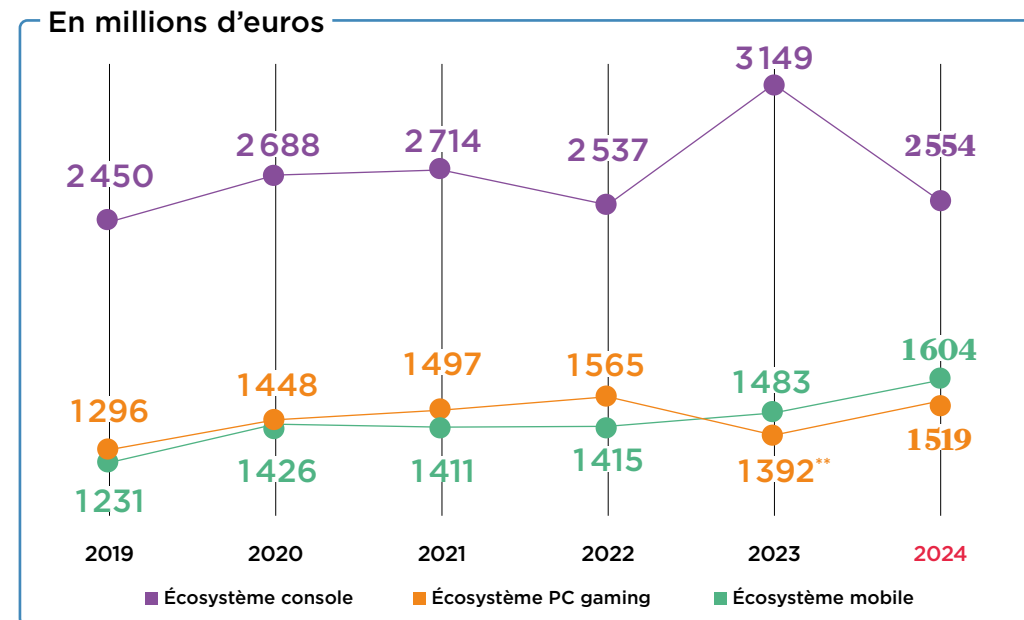
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024



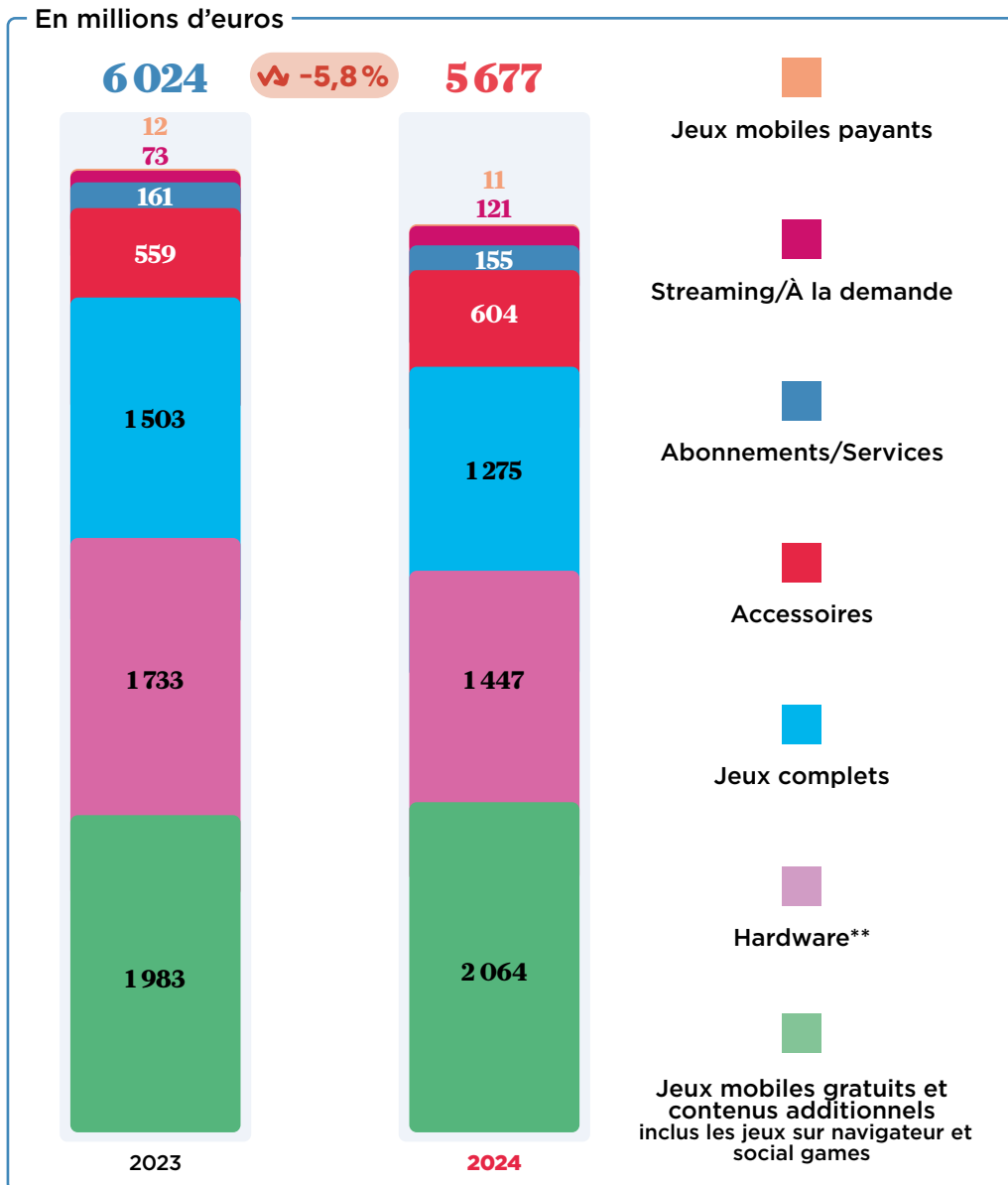
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES MARCHÉ



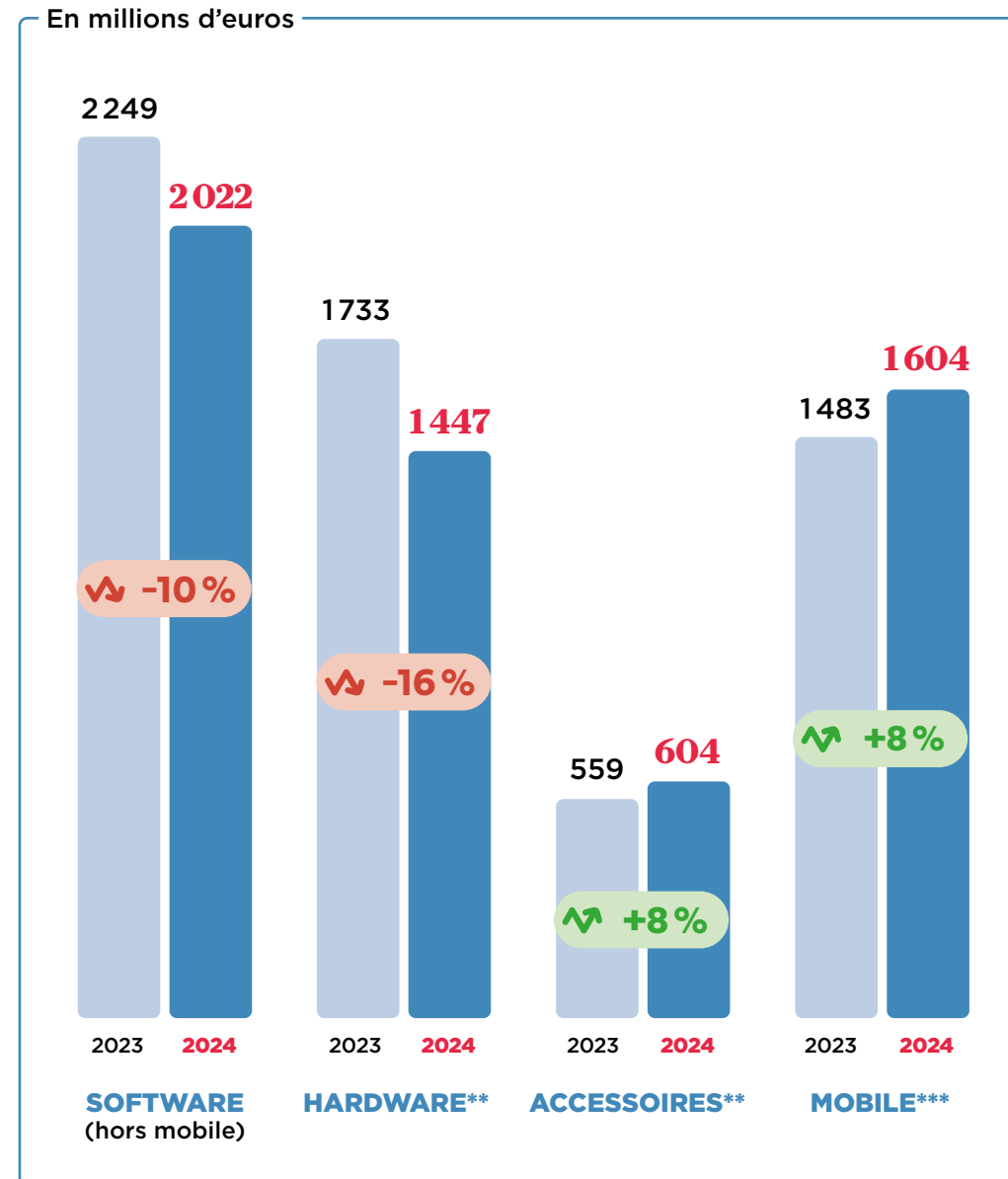
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ÉCOSYSTÈME\*



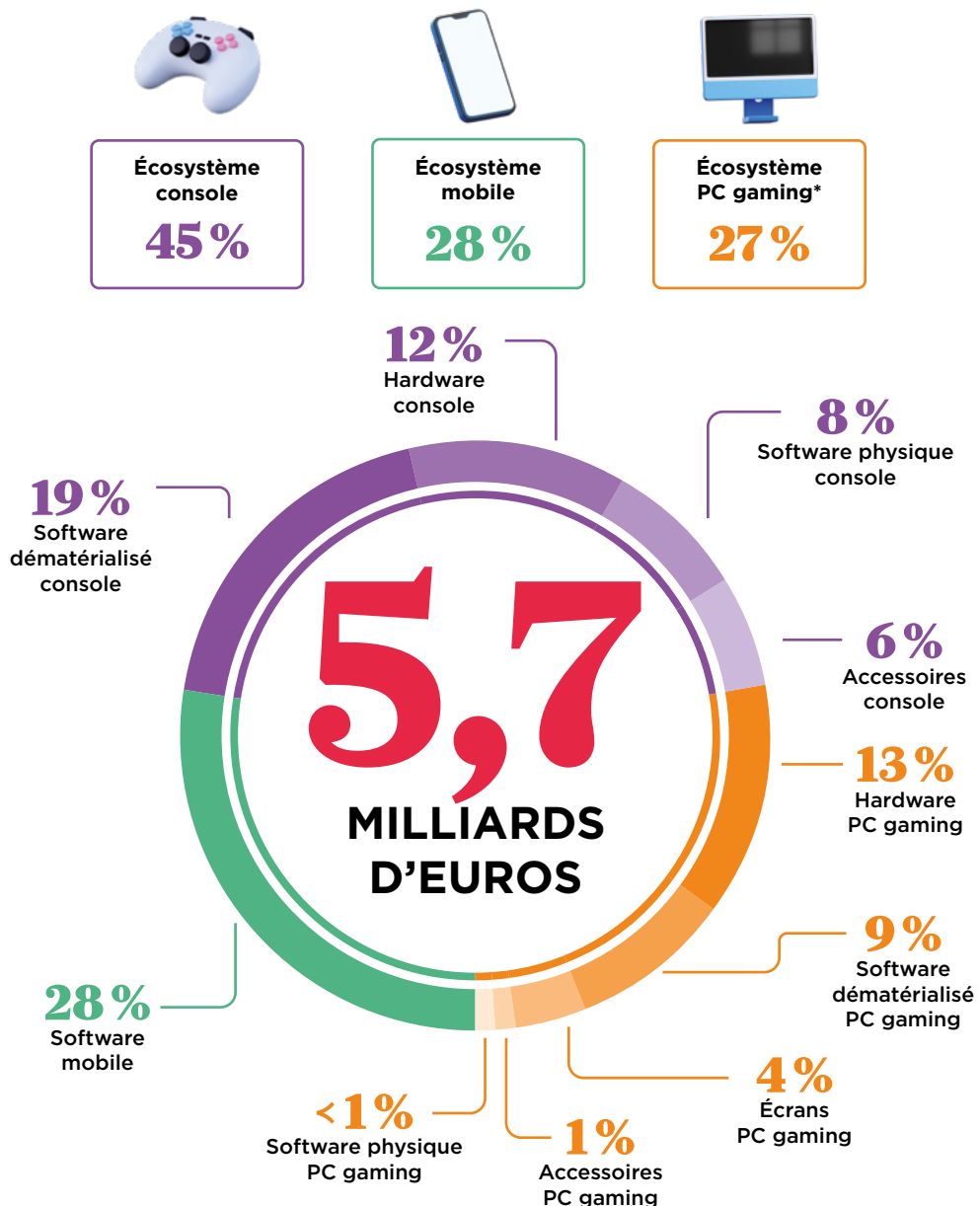
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES\*



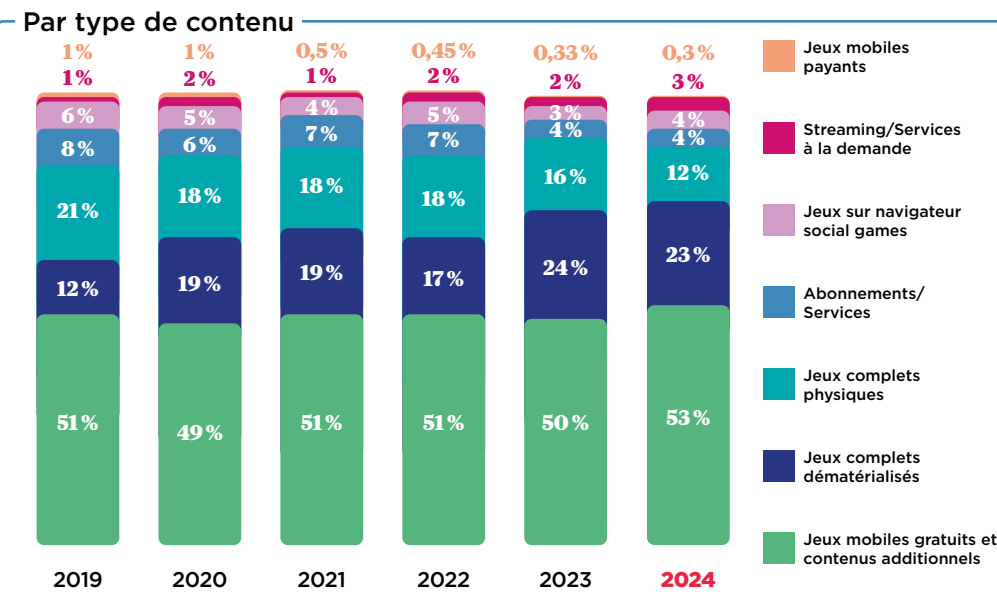
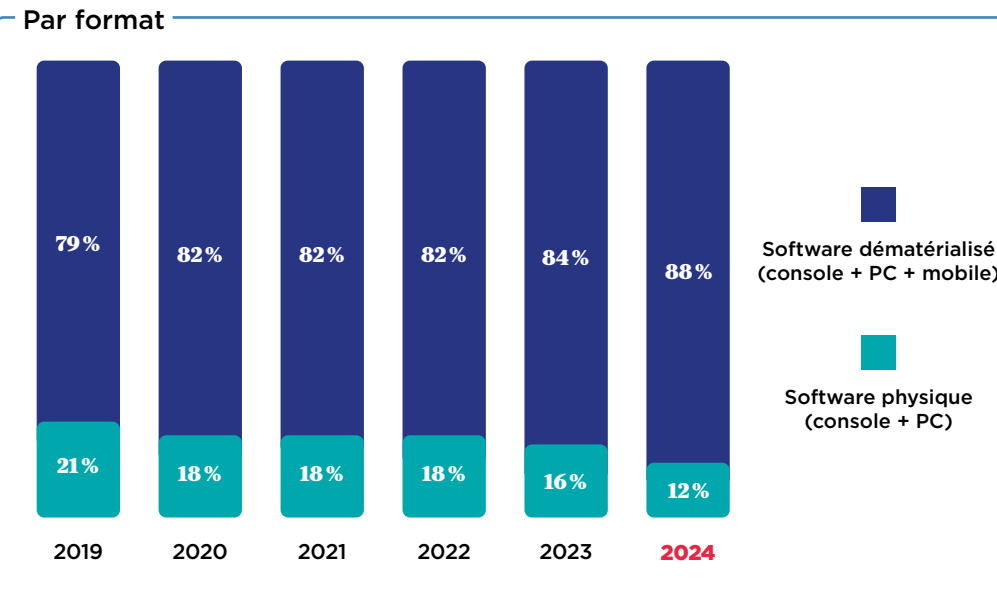
## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES\*



## ZOOM SEGMENTS PARTS DE MARCHÉ\*

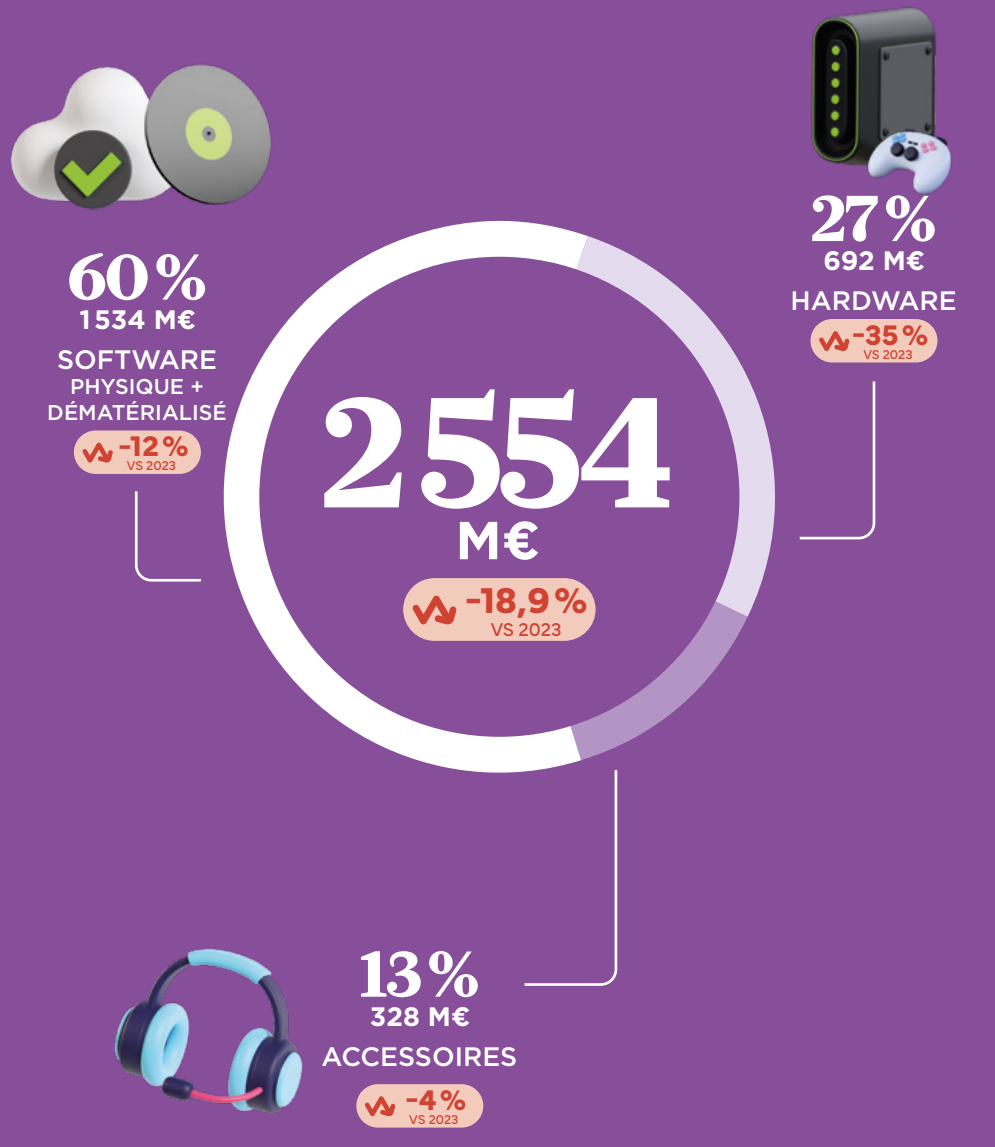


## ZOOM SOFTWARE RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



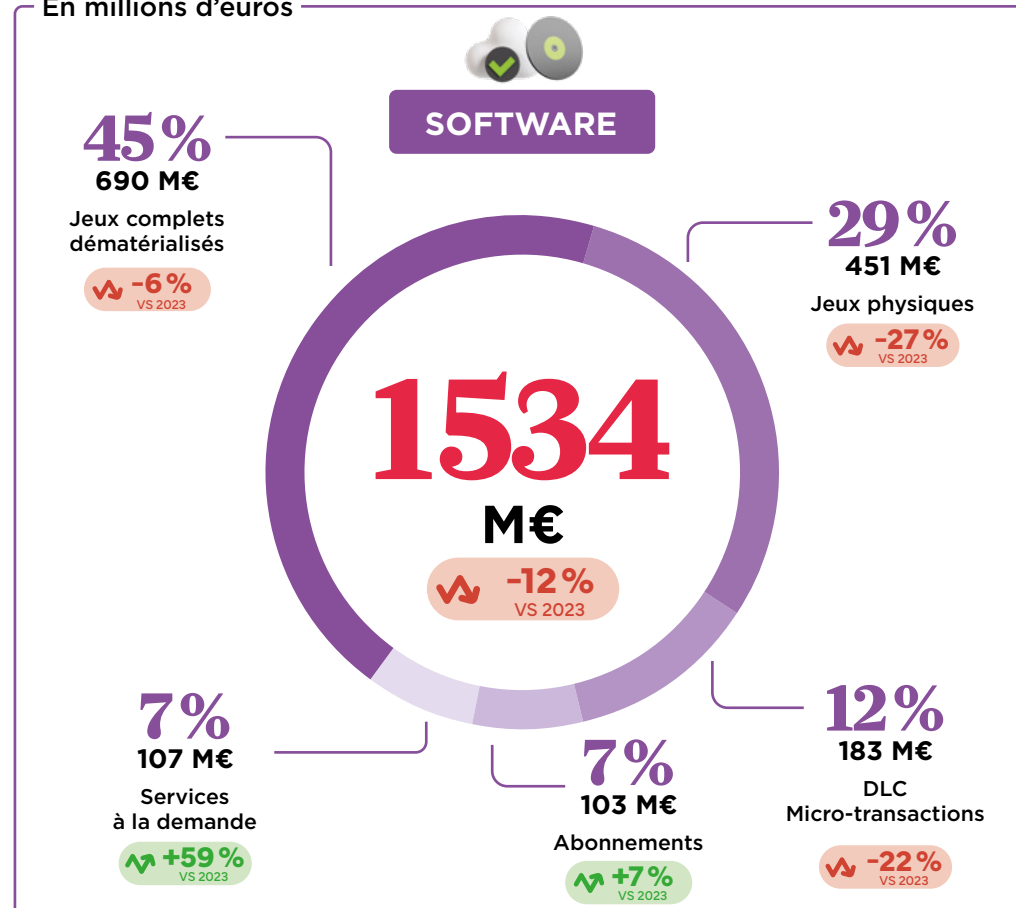
## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024

En millions d'euros



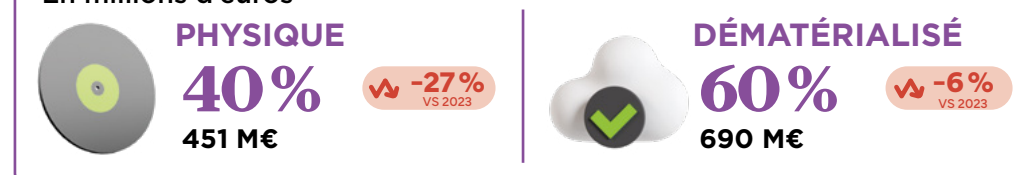
## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024

En millions d'euros

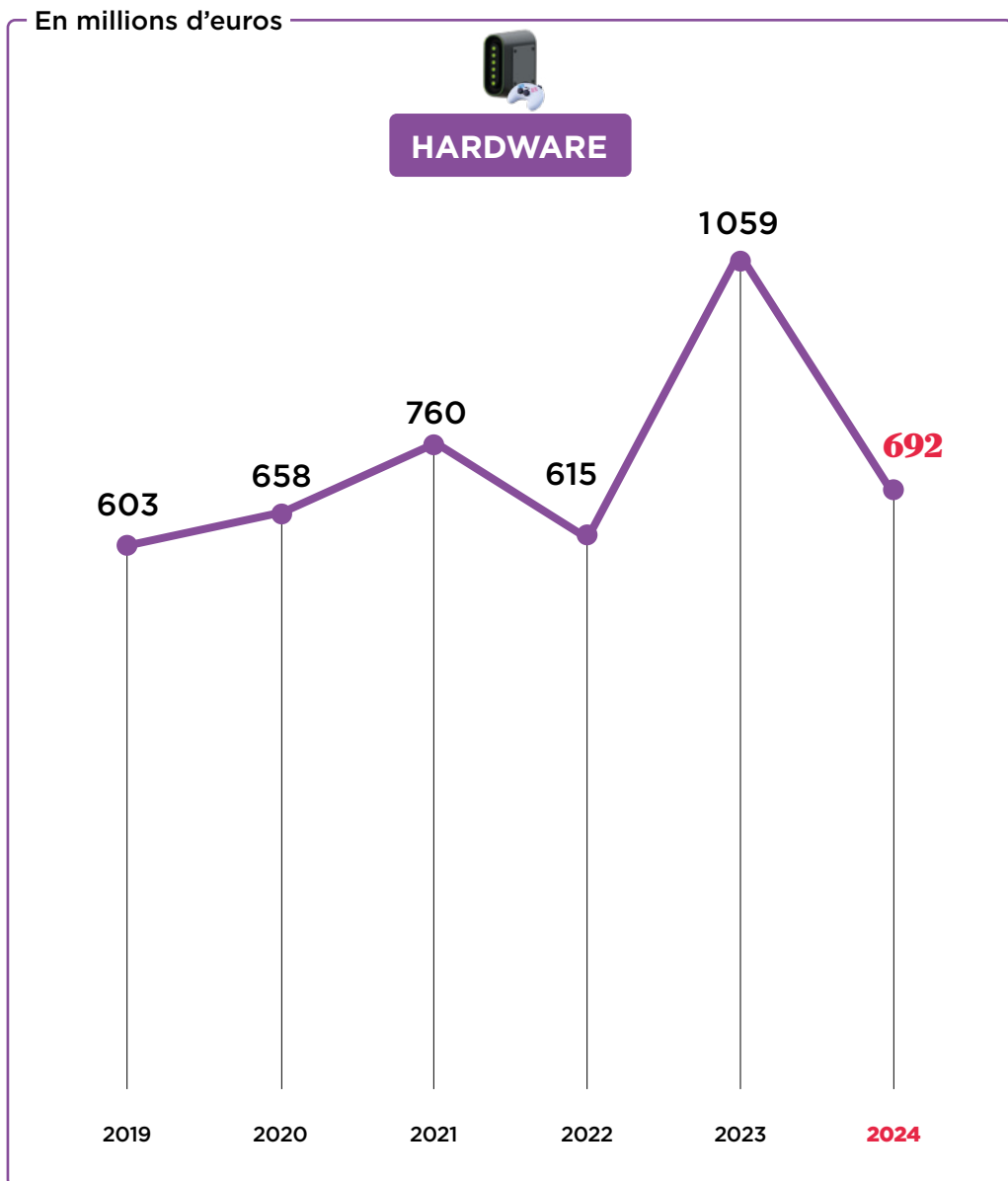


## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES JEUX COMPLETS 2024

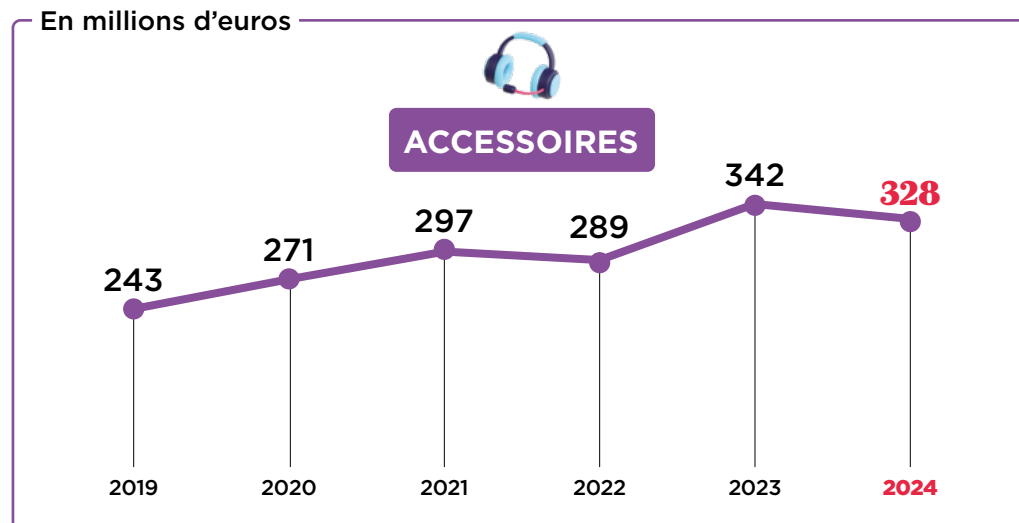
En millions d'euros



## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024



## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024



### Top 5 des accessoires

EN VALEUR			EN VOLUME			
	<b>MANETTES</b>	-8% VS 2023	1		<b>MANETTES</b>	-12% VS 2023
	<b>CASQUES ET ACCESSOIRES AUDIO</b>	= VS 2023	2		<b>CASQUES ET ACCESSOIRES AUDIO</b>	-4% VS 2023
	<b>ACCESSOIRES DIVERS</b>	+91% VS 2023	3		<b>ACCESSOIRES DIVERS</b>	+5% VS 2023
	<b>VOLANTS</b>	-22% VS 2023	4		<b>CHARGEURS</b>	-20% VS 2023
	<b>VR &amp; AFFICHAGE</b>	+17% VS 2023	5		<b>STOCKAGE</b>	-29% VS 2023

## TOP 20 DES JEUX 2024 TOUTES CONSOLES CONFONDUES

Marché **PHYSIQUE** en valeur 📈

<b>1</b>	<b>EA Sports FC 25</b> Electronic Arts 44 545 056 €	<b>2</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 30 047 733 €	<b>3</b>	<b>Super Mario Party Jamboree</b> Nintendo 14 686 929 €
<b>4</b>	<b>Mario Kart 8 Deluxe</b>	Nintendo	<b>13 093 165 €</b>		
<b>5</b>	<b>Dragon Ball: Sparking! Zero</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>11 563 272 €</b>		
<b>6</b>	<b>The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom</b>	Nintendo	<b>11 374 572 €</b>		
<b>7</b>	<b>Super Mario Bros. Wonder</b>	Nintendo	<b>10 509 042 €</b>		
<b>8</b>	<b>EA Sports FC 24</b>	Electronic Arts	<b>9 864 023 €</b>		
<b>9</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>7 473 508 €</b>		
<b>10</b>	<b>Final Fantasy VII Rebirth</b>	Square Enix	<b>7 307 925 €</b>		
<b>11</b>	<b>Princess Peach : Showtime!</b>	Nintendo	<b>7 155 133 €</b>		
<b>12</b>	<b>Astro Bot</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>6 458 844 €</b>		
<b>13</b>	<b>Luigi's Mansion 2 HD</b>	Nintendo	<b>6 212 609 €</b>		
<b>14</b>	<b>Star Wars Outlaws</b>	Ubisoft	<b>5 556 132 €</b>		
<b>15</b>	<b>Animal Crossing : New Horizons</b>	Nintendo	<b>5 392 679 €</b>		
<b>16</b>	<b>The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom</b>	Nintendo	<b>5 178 625 €</b>		
<b>17</b>	<b>Marvel's Spider-Man 2</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>5 169 915 €</b>		
<b>18</b>	<b>Minecraft : Nintendo Switch Edition</b>	Mojang	<b>5 151 403 €</b>		
<b>19</b>	<b>Gran Turismo 7</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>4 801 306 €</b>		
<b>20</b>	<b>NBA 2K25</b>	Take-Two Interactive	<b>4 426 466 €</b>		

## TOP 20 DES JEUX 2024 TOUTES CONSOLES CONFONDUES

Marché **PHYSIQUE** en volume 📈

<b>1</b>	<b>EA Sports FC 25</b> Electronic Arts 736 691 unités	<b>2</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 454 571 unités	<b>3</b>	<b>Super Mario Party Jamboree</b> Nintendo 309 015 unités
<b>4</b>	<b>Mario Kart 8 Deluxe</b>	Nintendo	<b>271 918 unités</b>		
<b>5</b>	<b>The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom</b>	Nintendo	<b>236 789 unités</b>		
<b>6</b>	<b>Super Mario Bros. Wonder</b>	Nintendo	<b>217 518 unités</b>		
<b>7</b>	<b>Minecraft : Nintendo Switch Edition</b>	Mojang	<b>204 845 unités</b>		
<b>8</b>	<b>EA Sports FC 24</b>	Electronic Arts	<b>204 295 unités</b>		
<b>9</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>169 875 unités</b>		
<b>10</b>	<b>Dragon Ball: Sparking! Zero</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>166 237 unités</b>		
<b>11</b>	<b>Princess Peach : Showtime!</b>	Nintendo	<b>148 825 unités</b>		
<b>12</b>	<b>Grand Theft Auto V</b>	Take-Two Interactive	<b>145 158 unités</b>		
<b>13</b>	<b>Luigi's Mansion 2 HD</b>	Nintendo	<b>127 917 unités</b>		
<b>14</b>	<b>Animal Crossing : New Horizons</b>	Nintendo	<b>113 267 unités</b>		
<b>15</b>	<b>Astro Bot</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>110 065 unités</b>		
<b>16</b>	<b>Nintendo Switch Sports</b>	Nintendo	<b>106 215 unités</b>		
<b>17</b>	<b>Mario vs. Donkey Kong</b>	Nintendo	<b>105 084 unités</b>		
<b>18</b>	<b>Final Fantasy VII Rebirth</b>	Square Enix	<b>102 111 unités</b>		
<b>19</b>	<b>The Legend of Zelda : Tears of The Kingdom</b>	Nintendo	<b>94 348 unités</b>		
<b>20</b>	<b>Mario &amp; Luigi : L'épopée fraternelle</b>	Nintendo	<b>90 901 unités</b>		



## TOP 20 DES JEUX 2024 TOUTES CONSOLES CONFONDUES

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en valeur 🌐🌐

<b>1</b>	<b>EA Sports FC 25</b> Electronic Arts 94 859 903 €	<b>2</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 67 033 815 €	<b>3</b>	<b>Dragon Ball: Sparking! Zero</b> Bandai Namco Entertainment 27 190 420 €
<b>4</b>	<b>EA Sports FC 24</b>	Electronic Arts	<b>18 126 493 €</b>		
<b>5</b>	<b>Super Mario Party Jamboree</b>	Nintendo	<b>14 686 929 €</b>		
<b>6</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>13 846 272 €</b>		
<b>7</b>	<b>Mario Kart 8 Deluxe</b>	Nintendo	<b>13 093 165 €</b>		
<b>8</b>	<b>Call of Duty : Modern Warfare III</b>	Activision Blizzard	<b>12 160 335 €</b>		
<b>9</b>	<b>The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom</b>	Nintendo	<b>11 374 572 €</b>		
<b>10</b>	<b>Super Mario Bros. Wonder</b>	Nintendo	<b>10 509 042 €</b>		
<b>11</b>	<b>NBA 2K25</b>	Take-Two Interactive	<b>10 000 621 €</b>		
<b>12</b>	<b>Final Fantasy VII Rebirth</b>	Square Enix	<b>9 818 180 €</b>		
<b>13</b>	<b>Star Wars Outlaws</b>	Ubisoft	<b>8 995 138 €</b>		
<b>14</b>	<b>Astro Bot</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>8 736 670 €</b>		
<b>15</b>	<b>Marvel's Spider-Man 2</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>8 225 789 €</b>		
<b>16</b>	<b>Gran Turismo 7</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>8 194 517 €</b>		
<b>17</b>	<b>Grand Theft Auto V</b>	Take-Two Interactive	<b>8 033 475 €</b>		
<b>18</b>	<b>Elden Ring</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>7 539 627 €</b>		
<b>19</b>	<b>TopSpin 2K25</b>	Take-Two Interactive	<b>7 494 989 €</b>		
<b>20</b>	<b>The Crew Motorfest</b>	Ubisoft	<b>7 396 089 €</b>		

## TOP 20 DES JEUX 2024 TOUTES CONSOLES CONFONDUES

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🌐🌐

<b>1</b>	<b>EA Sports FC 25</b> Electronic Arts 1 417 535 unités	<b>2</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 906 312 unités	<b>3</b>	<b>EA Sports FC 24</b> Electronic Arts 504 687 unités
<b>4</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>379 735 unités</b>		
<b>5</b>	<b>Grand Theft Auto V</b>	Take-Two Interactive	<b>372 369 unités</b>		
<b>6</b>	<b>Dragon Ball: Sparking! Zero</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>329 171 unités</b>		
<b>7</b>	<b>Super Mario Party Jamboree</b>	Nintendo	<b>309 015 unités</b>		
<b>8</b>	<b>Mario Kart 8 Deluxe</b>	Nintendo	<b>271 918 unités</b>		
<b>9</b>	<b>The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom</b>	Nintendo	<b>236 789 unités</b>		
<b>10</b>	<b>Super Mario Bros. Wonder</b>	Nintendo	<b>217 518 unités</b>		
<b>11</b>	<b>Minecraft : Nintendo Switch Edition</b>	Mojang	<b>204 845 unités</b>		
<b>12</b>	<b>Call of Duty : Modern Warfare III</b>	Activision Blizzard	<b>194 582 unités</b>		
<b>13</b>	<b>The Crew Motorfest</b>	Ubisoft	<b>179 648 unités</b>		
<b>14</b>	<b>Grand Theft Auto Online</b>	Take-Two Interactive	<b>176 125 unités</b>		
<b>15</b>	<b>Red Dead Redemption 2</b>	Take-Two Interactive	<b>163 840 unités</b>		
<b>16</b>	<b>The Last of Us Part II Remastered</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>161 013 unités</b>		
<b>17</b>	<b>NBA 2K25</b>	Take-Two Interactive	<b>156 852 unités</b>		
<b>18</b>	<b>Princess Peach : Showtime!</b>	Nintendo	<b>148 825 unités</b>		
<b>19</b>	<b>Astro Bot</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>142 677 unités</b>		
<b>20</b>	<b>Gran Turismo 7</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>141 759 unités</b>		

## TOP 20 DES JEUX 2024 PAR CONSOLE

Marché **PHYSIQUE** en valeur 📈

<b>1</b>	EA Sports FC 25 Electronic Arts 25 944 214 €	<b>PS5</b>	<b>2</b>	Call of Duty : Black Ops 6 Activision Blizzard 24 633 488 €	<b>PS5</b>	<b>3</b>	Super Mario Party Jamboree Nintendo 14 686 929 €	<b>SWITCH</b>
<b>4</b>	Mario Kart 8 Deluxe	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>13 093 165 €</b>		
<b>5</b>	The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>11 374 572 €</b>		
<b>6</b>	Dragon Ball: Sparking! Zero	<b>PS5</b>		Bandai Namco Entertainment		<b>10 768 607 €</b>		
<b>7</b>	Super Mario Bros. Wonder	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>10 509 042 €</b>		
<b>8</b>	EA Sports FC 25	<b>PS4</b>		Electronic Arts		<b>9 145 536 €</b>		
<b>9</b>	Final Fantasy VII Rebirth	<b>PS5</b>		Square Enix		<b>7 307 925 €</b>		
<b>10</b>	Princess Peach : Showtime!	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>7 155 133 €</b>		
<b>11</b>	EA Sports FC 25	<b>SWITCH</b>		Electronic Arts		<b>6 998 139 €</b>		
<b>12</b>	Astro Bot	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>6 458 844 €</b>		
<b>13</b>	Luigi's Mansion 2 HD	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>6 212 609 €</b>		
<b>14</b>	Animal Crossing : New Horizons	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>5 392 679 €</b>		
<b>15</b>	The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>5 178 625 €</b>		
<b>16</b>	Marvel's Spider-Man 2	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>5 169 915 €</b>		
<b>17</b>	Minecraft : Nintendo Switch Edition	<b>SWITCH</b>		Mojang		<b>5 151 403 €</b>		
<b>18</b>	Star Wars Outlaws	<b>PS5</b>		Ubisoft		<b>4 826 749 €</b>		
<b>19</b>	Mario & Luigi : L'épopée fraternelle	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>4 369 615 €</b>		
<b>20</b>	Mario vs. Donkey Kong	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>4 263 581 €</b>		

## TOP 20 DES JEUX 2024 PAR CONSOLE

Marché **PHYSIQUE** en volume 📈

<b>1</b>	EA Sports FC 25 Electronic Arts 403 272 unités	<b>PS5</b>	<b>2</b>	Call of Duty : Black Ops 6 Activision Blizzard 371 583 unités	<b>PS5</b>	<b>3</b>	Super Mario Party Jamboree Nintendo 309 015 unités	<b>SWITCH</b>
<b>4</b>	Mario Kart 8 Deluxe	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>271 918 unités</b>		
<b>5</b>	The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>236 789 unités</b>		
<b>6</b>	Super Mario Bros. Wonder	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>217 518 unités</b>		
<b>7</b>	Minecraft : Nintendo Switch Edition	<b>SWITCH</b>		Mojang		<b>204 845 unités</b>		
<b>8</b>	Dragon Ball: Sparking! Zero	<b>PS5</b>		Bandai Namco Entertainment		<b>154 979 unités</b>		
<b>9</b>	EA Sports FC 25	<b>SWITCH</b>		Electronic Arts		<b>148 968 unités</b>		
<b>10</b>	Princess Peach : Showtime!	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>148 825 unités</b>		
<b>11</b>	EA Sports FC 25	<b>PS4</b>		Electronic Arts		<b>144 745 unités</b>		
<b>12</b>	Luigi's Mansion 2 HD	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>127 917 unités</b>		
<b>13</b>	Animal Crossing : New Horizons	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>113 267 unités</b>		
<b>14</b>	Astro Bot	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>110 065 unités</b>		
<b>15</b>	Nintendo Switch Sports	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>106 215 unités</b>		
<b>16</b>	Mario vs. Donkey Kong	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>105 084 unités</b>		
<b>17</b>	Final Fantasy VII Rebirth	<b>PS5</b>		Square Enix		<b>102 111 unités</b>		
<b>18</b>	The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>94 348 unités</b>		
<b>19</b>	Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard	<b>SWITCH</b>		Warner Bros. Games		<b>92 333 unités</b>		
<b>20</b>	Mario & Luigi : L'épopée fraternelle	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>90 901 unités</b>		

## TOP 20 DES JEUX 2024 PAR CONSOLE

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en valeur 🌐🌐

<b>1</b>	EA Sports FC 25 Electronic Arts 69 554 391 €	<b>PS5</b>	<b>2</b>	Call of Duty : Black Ops 6 Activision Blizzard 57 081 397 €	<b>PS5</b>	<b>3</b>	Dragon Ball: Sparking! Zero Bandai Namco Entertainment 23 759 665 €	<b>PS5</b>
<b>4</b>	Super Mario Party Jamboree	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>14 686 929 €</b>		
<b>5</b>	Mario Kart 8 Deluxe	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>13 093 165 €</b>		
<b>6</b>	The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>11 374 572 €</b>		
<b>7</b>	Super Mario Bros. Wonder	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>10 509 042 €</b>		
<b>8</b>	EA Sports FC 24	<b>PS5</b>		Electronic Arts		<b>10 101 050 €</b>		
<b>9</b>	Final Fantasy VII Rebirth	<b>PS5</b>		Square Enix		<b>9 818 180 €</b>		
<b>10</b>	EA Sports FC 25	<b>PS4</b>		Electronic Arts		<b>9 145 536 €</b>		
<b>11</b>	Astro Bot	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>8 736 670 €</b>		
<b>12</b>	EA Sports FC 25	<b>XBOX SERIES</b>		Electronic Arts		<b>8 408 861 €</b>		
<b>13</b>	Marvel's Spider-Man 2	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>8 225 789 €</b>		
<b>14</b>	EA Sports FC 25	<b>SWITCH</b>		Electronic Arts		<b>7 751 115 €</b>		
<b>15</b>	Star Wars Outlaws	<b>PS5</b>		Ubisoft		<b>7 515 830 €</b>		
<b>16</b>	Call of Duty : Modern Warfare III	<b>PS5</b>		Activision Blizzard		<b>7 319 863 €</b>		
<b>17</b>	NBA 2K25	<b>PS5</b>		Take-Two Interactive		<b>7 226 925 €</b>		
<b>18</b>	Princess Peach : Showtime!	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>7 155 133 €</b>		
<b>19</b>	Gran Turismo 7	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>6 501 198 €</b>		
<b>20</b>	Call of Duty : Black Ops 6	<b>PS4</b>		Activision Blizzard		<b>6 410 625 €</b>		

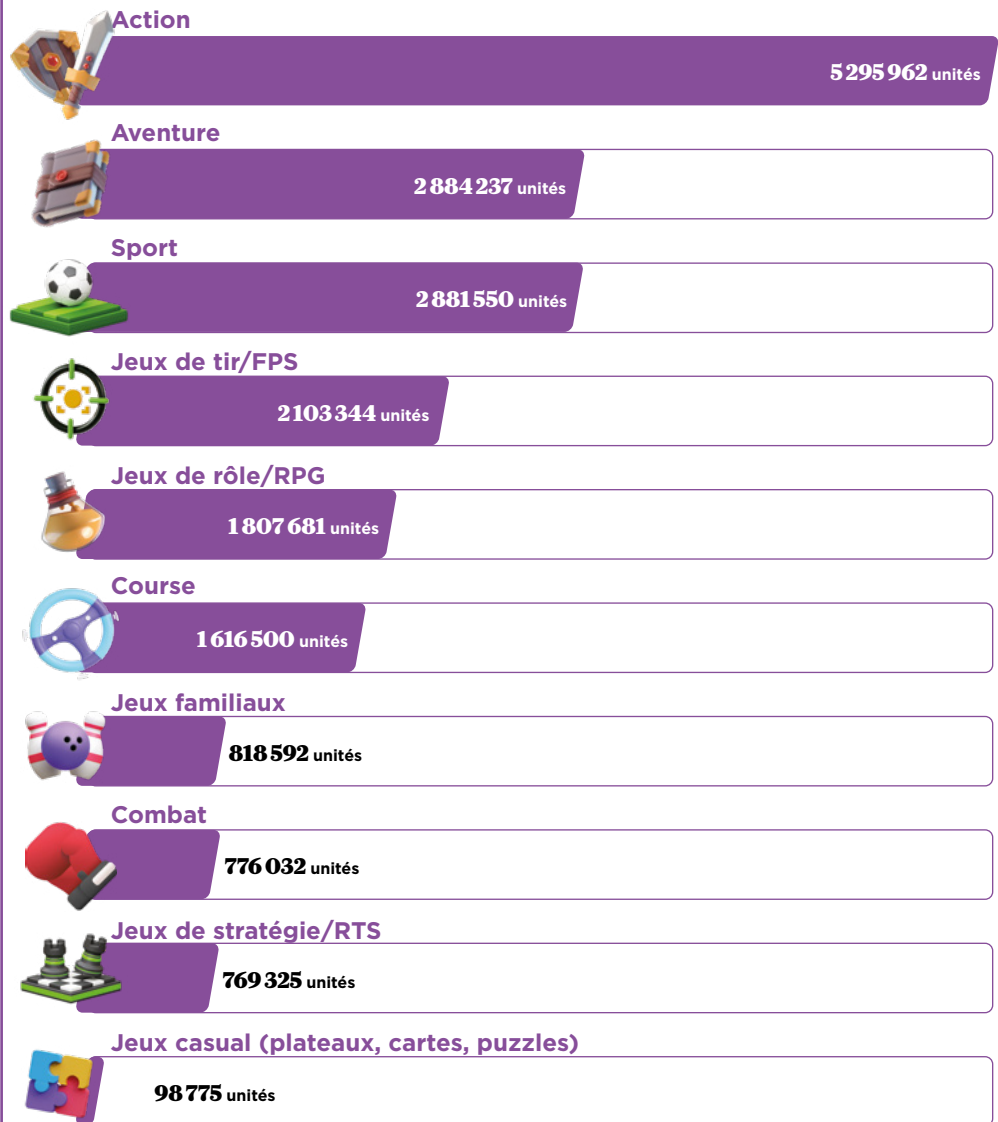
## TOP 20 DES JEUX 2024 PAR CONSOLE

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🌐🌐

<b>1</b>	EA Sports FC 25 Electronic Arts 985 262 unités	<b>PS5</b>	<b>2</b>	Call of Duty : Black Ops 6 Activision Blizzard 767 780 unités	<b>PS5</b>	<b>3</b>	Super Mario Party Jamboree Nintendo 309 015 unités	<b>SWITCH</b>
<b>4</b>	Dragon Ball: Sparking! Zero	<b>PS5</b>		Bandai Namco Entertainment		<b>291 230 unités</b>		
<b>5</b>	EA Sports FC 24	<b>PS5</b>		Electronic Arts		<b>278 963 unités</b>		
<b>6</b>	Mario Kart 8 Deluxe	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>271 918 unités</b>		
<b>7</b>	The Legend of Zelda : Echoes of Wisdom	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>236 789 unités</b>		
<b>8</b>	Super Mario Bros. Wonder	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>217 518 unités</b>		
<b>9</b>	Minecraft : Nintendo Switch Edition	<b>SWITCH</b>		Mojang		<b>204 845 unités</b>		
<b>10</b>	Grand Theft Auto V	<b>PS5</b>		Take-Two Interactive		<b>182 698 unités</b>		
<b>11</b>	Grand Theft Auto Online	<b>PS5</b>		Take-Two Interactive		<b>176 125 unités</b>		
<b>12</b>	EA Sports FC 25	<b>SWITCH</b>		Electronic Arts		<b>165 056 unités</b>		
<b>13</b>	The Last of Us Part II Remastered	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>161 013 unités</b>		
<b>14</b>	Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard	<b>SWITCH</b>		Warner Bros. Games		<b>157 676 unités</b>		
<b>15</b>	Princess Peach : Showtime!	<b>SWITCH</b>		Nintendo		<b>148 825 unités</b>		
<b>16</b>	EA Sports FC 25	<b>PS4</b>		Electronic Arts		<b>144 745 unités</b>		
<b>17</b>	Astro Bot	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>142 677 unités</b>		
<b>18</b>	Helldivers 2	<b>PS5</b>		Sony Interactive Entertainment		<b>137 882 unités</b>		
<b>19</b>	Final Fantasy VII Rebirth	<b>PS5</b>		Square Enix		<b>134 381 unités</b>		
<b>20</b>	Red Dead Redemption 2	<b>PS4</b>		Take-Two Interactive		<b>132 207 unités</b>		

# TOP 10 DES GENRES DE JEUX ACHETÉS EN 2024

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🎮👁️



SYNDICAT  
DES ÉDITEURS  
DE LOGICIELS  
DE LOISIRS

## TOP DES VENTES HEBDOMADAIRE

Chaque lundi, retrouvez le top des ventes  
de jeux vidéo en France sur

# SELL.FR

ET SUIVEZ NOS ACTUALITÉS  
SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX



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



[facebook.com/SELL.JeuxVideo/](https://facebook.com/SELL.JeuxVideo/)



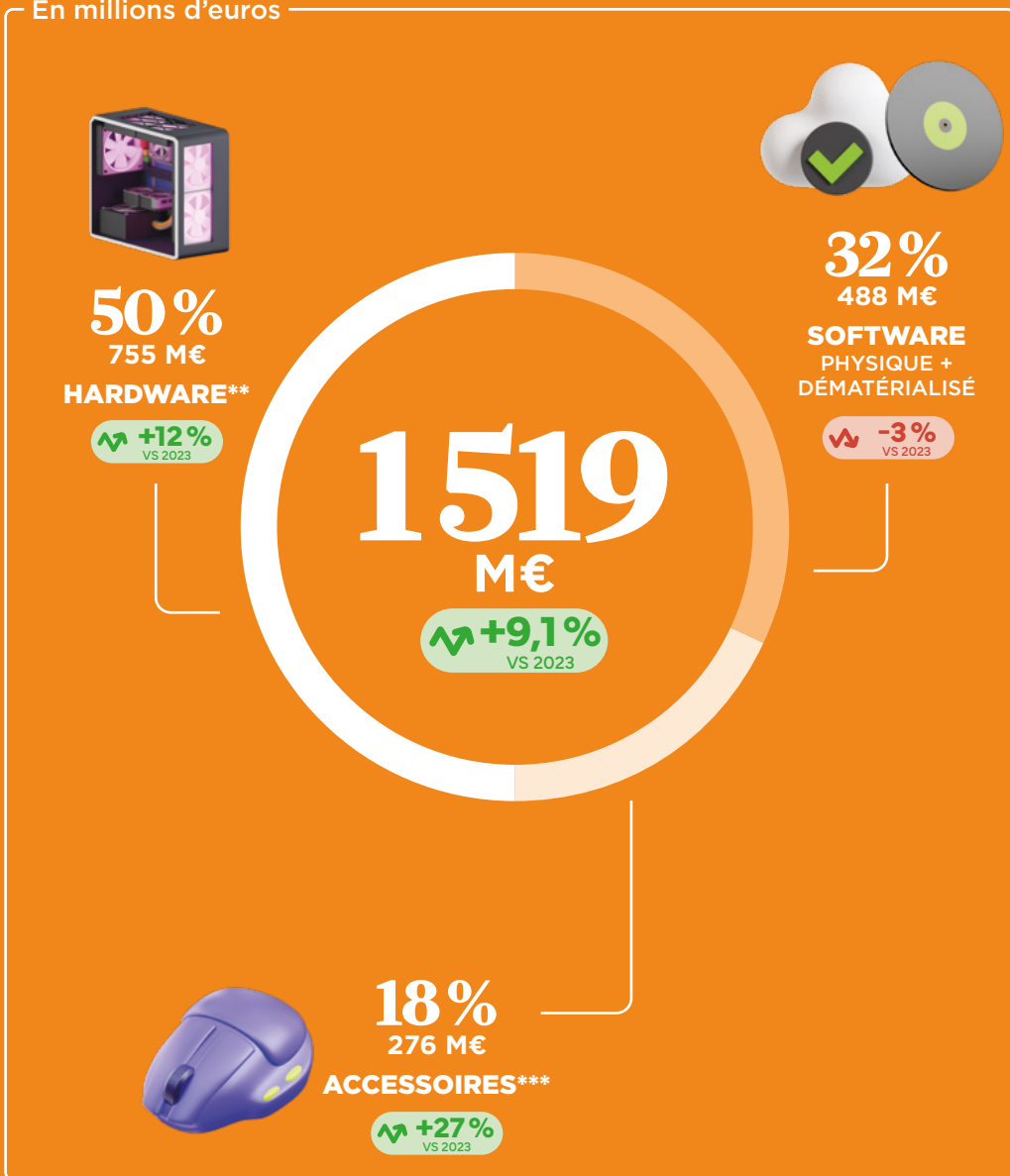
[linkedin.com/company/s.e.l.l.](https://linkedin.com/company/s.e.l.l.)



[youtube.com/@SELLTV](https://youtube.com/@SELLTV)

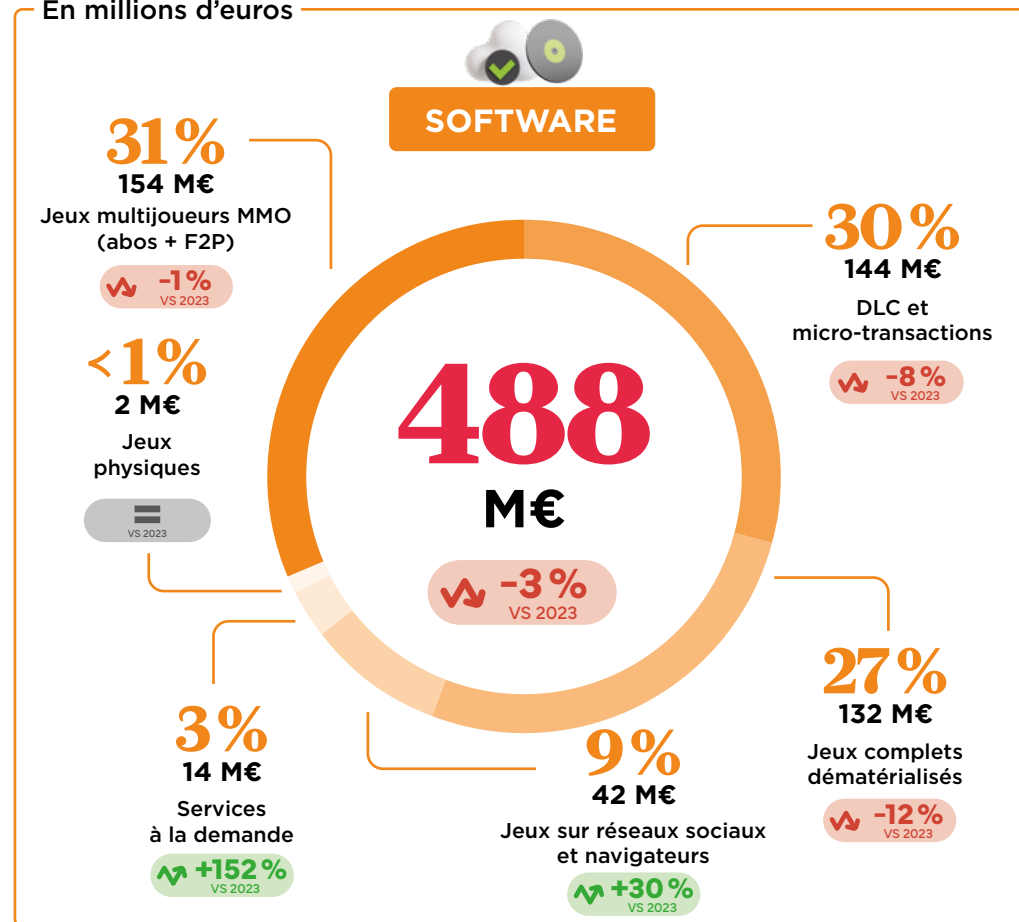
# RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES\* 2024

En millions d'euros



# RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024

En millions d'euros



## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES JEUX COMPLETS 2024

En millions d'euros



## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES\* 2024

En millions d'euros

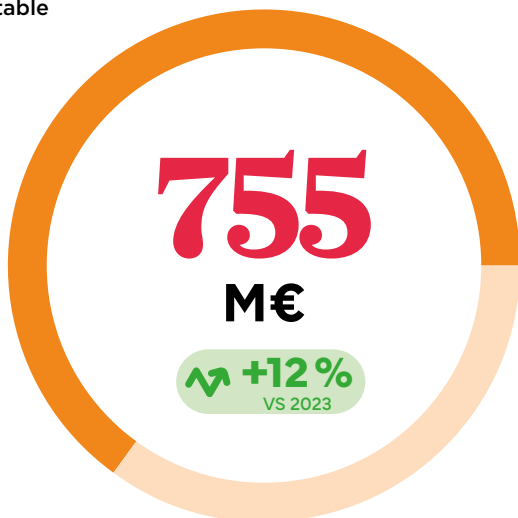


**HARDWARE\*\***

**65 %**

**494 M€**  
PC gaming portable

↗ **+13 %**  
VS 2023



**35 %**

**261 M€**  
PC gaming de bureau

↗ **+9,5 %**  
VS 2023

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES\* 2024

En millions d'euros



**ACCESSOIRES**

**73 %**

**201 M€**  
Écrans

↗ **+26 %**  
VS 2023



**27 %**

**75 M€**  
Accessoires divers

↗ **+32 %**  
VS 2023



## TOP 20 DES JEUX PC 2024

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en valeur 🌐🌐

<b>1</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 13 491 299 €	<b>2</b>	<b>EA Sports FC 25</b> Electronic Arts 5 976 460 €	<b>3</b>	<b>Helldivers 2</b> Sony Interactive Entertainment 4 103 992 €
<b>4</b>	<b>Call of Duty : Modern Warfare III</b>	Activision Blizzard	<b>3 357 041 €</b>		
<b>5</b>	<b>Dragon Ball: Sparking! Zero</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>2 269 694 €</b>		
<b>6</b>	<b>Elden Ring</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>2 254 807 €</b>		
<b>7</b>	<b>Warhammer 40,000 : Space Marine II</b>	Focus Entertainment Publishing	<b>2 159 225 €</b>		
<b>8</b>	<b>Grand Theft Auto V</b>	Take-Two Interactive	<b>2 068 527 €</b>		
<b>9</b>	<b>Sea of Thieves</b>	Microsoft	<b>1 693 041 €</b>		
<b>10</b>	<b>Red Dead Redemption 2</b>	Take-Two Interactive	<b>1 530 505 €</b>		
<b>11</b>	<b>Diablo IV</b>	Activision Blizzard	<b>1 375 313 €</b>		
<b>12</b>	<b>Dragon's Dogma II</b>	Capcom	<b>1 329 974 €</b>		
<b>13</b>	<b>Dragon Age : The Veilguard</b>	Electronic Arts	<b>1 324 831 €</b>		
<b>14</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>1 227 871 €</b>		
<b>15</b>	<b>EA Sport FC 24</b>	Electronic Arts	<b>1 127 584 €</b>		
<b>16</b>	<b>Age of Mythology : Retold</b>	Microsoft	<b>1 104 108 €</b>		
<b>17</b>	<b>F1 24</b>	Electronic Arts	<b>1 082 989 €</b>		
<b>18</b>	<b>Ghost of Tsushima : Director's Cut</b>	Sony Interactive Entertainment	<b>1 082 010 €</b>		
<b>19</b>	<b>Star Wars Outlaws</b>	Ubisoft	<b>958 683 €</b>		
<b>20</b>	<b>Farming Simulator 25</b>	Giants Software	<b>894 799 €</b>		

## TOP 20 DES JEUX PC 2024

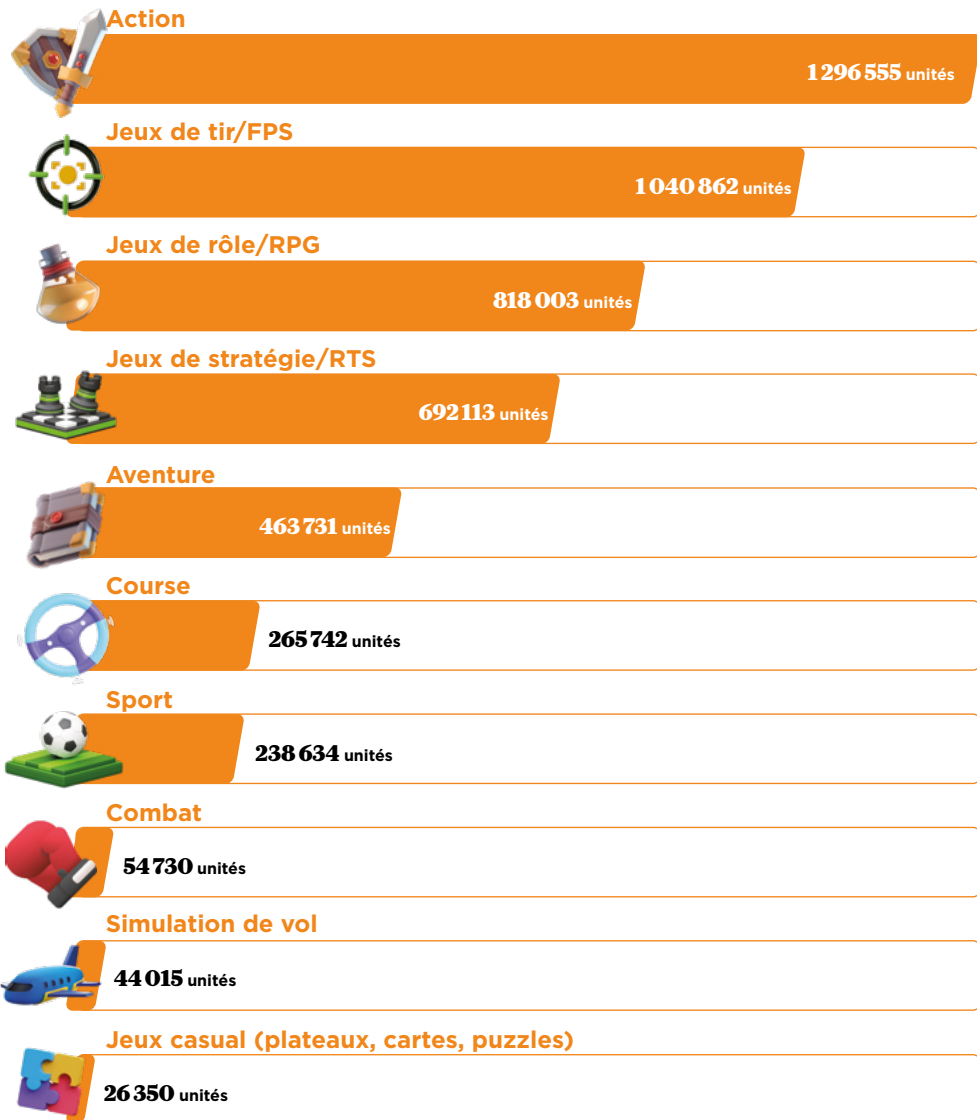
Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🌐🌐

<b>1</b>	<b>Call of Duty : Black Ops 6</b> Activision Blizzard 163 172 unités	<b>2</b>	<b>Helldivers 2</b> Sony Interactive Entertainment 124 557 unités	<b>3</b>	<b>Grand Theft Auto V</b> Take-Two Interactive 107 041 unités
<b>4</b>	<b>EA Sports FC 25</b>	Electronic Arts	<b>90 286 unités</b>		
<b>5</b>	<b>Sea of Thieves</b>	Microsoft	<b>73 032 unités</b>		
<b>6</b>	<b>EA Sports FC 24</b>	Electronic Arts	<b>60 477 unités</b>		
<b>7</b>	<b>Red Dead Redemption 2</b>	Take-Two Interactive	<b>60 016 unités</b>		
<b>8</b>	<b>Call of Duty : Modern Warfare III</b>	Activision Blizzard	<b>57 132 unités</b>		
<b>9</b>	<b>Command &amp; Conquer : Generals</b>	Electronic Arts	<b>48 276 unités</b>		
<b>10</b>	<b>Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard</b>	Warner Bros. Games	<b>47 231 unités</b>		
<b>11</b>	<b>Sid Meier's Civilization VI</b>	Take-Two Interactive	<b>41 534 unités</b>		
<b>12</b>	<b>It Takes Two</b>	Electronic Arts	<b>41 291 unités</b>		
<b>13</b>	<b>The Crew 2</b>	Ubisoft	<b>40 530 unités</b>		
<b>14</b>	<b>Elden Ring</b>	Bandai Namco Entertainment	<b>39 953 unités</b>		
<b>15</b>	<b>Fallout 4</b>	Bethesda Softworks	<b>39 123 unités</b>		
<b>16</b>	<b>Kingdom Come : Deliverance</b>	Deep Silver	<b>36 976 unités</b>		
<b>17</b>	<b>Warhammer 40,000 : Space Marine II</b>	Focus Entertainment Publishing	<b>36 547 unités</b>		
<b>18</b>	<b>Age of Mythology : Retold</b>	Microsoft	<b>36 058 unités</b>		
<b>19</b>	<b>Tom Clancy's Rainbow Six Siege</b>	Ubisoft	<b>35 049 unités</b>		
<b>20</b>	<b>Star Wars Jedi : Fallen Order</b>	Electronic Arts	<b>34 630 unités</b>		



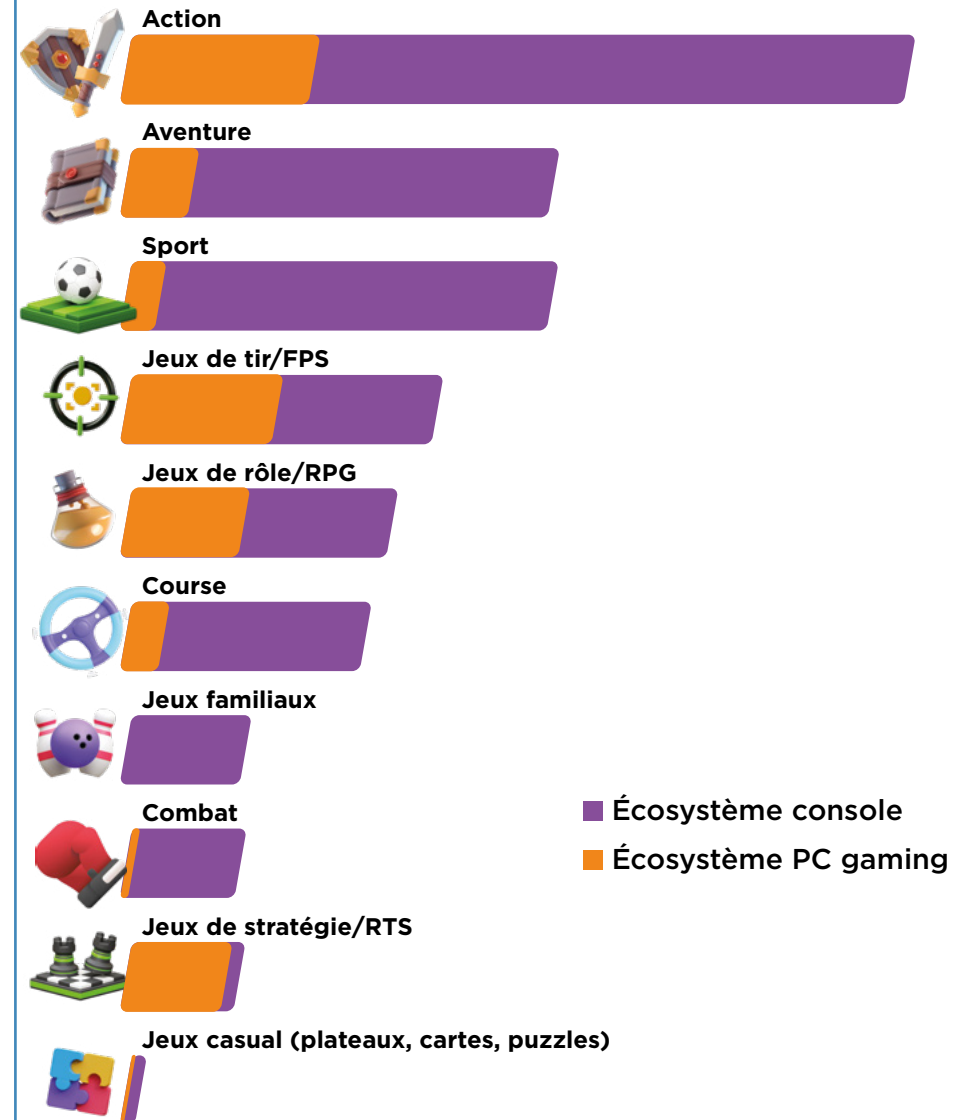
## TOP 10 DES GENRES DE JEUX ACHETÉS EN 2024

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🎮👁️



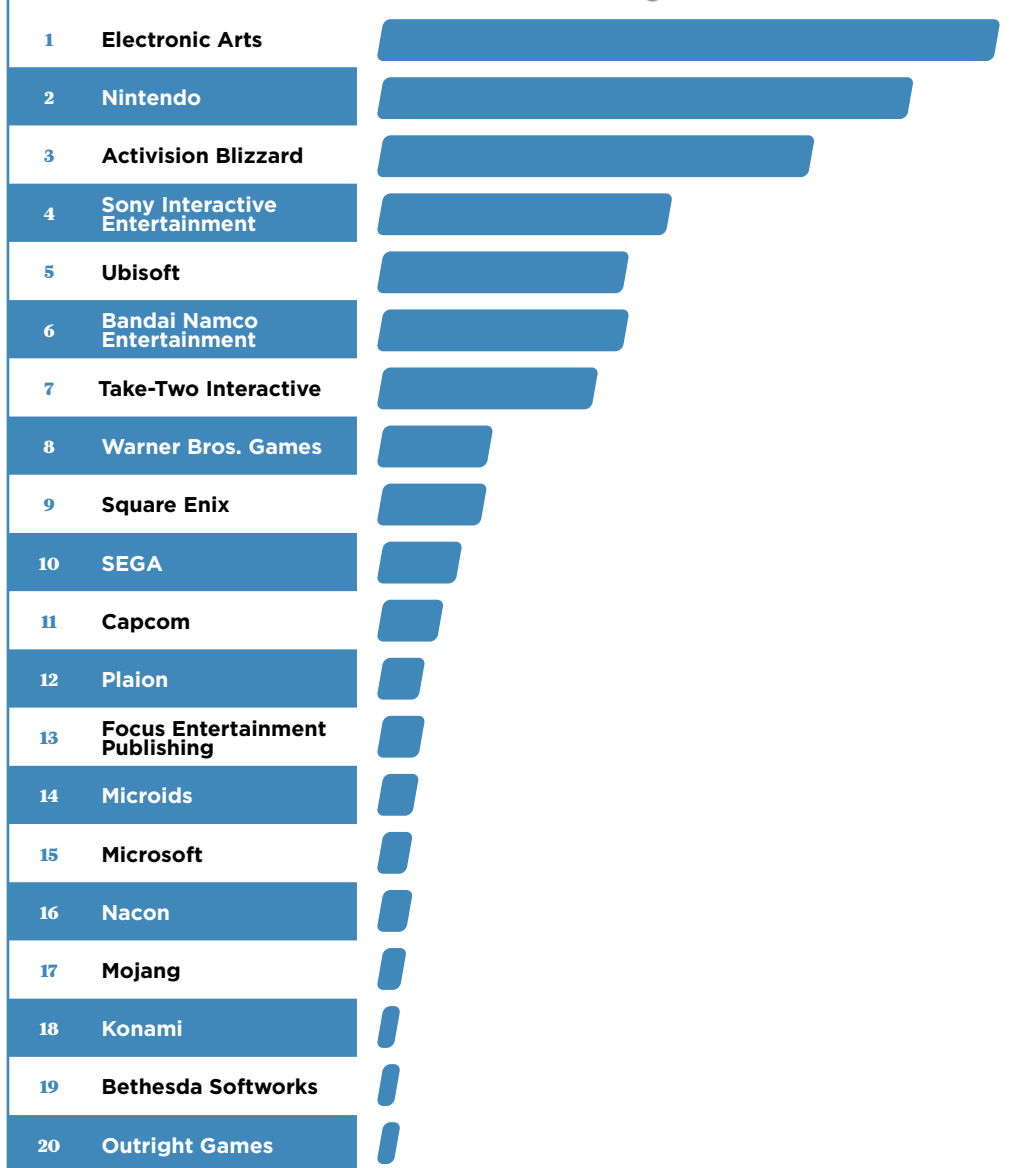
## TOP 10 DES GENRES DE JEUX ACHETÉS EN 2024

Comparaison de l'**ÉCOSYSTÈME PC GAMING** et de l'**ÉCOSYSTÈME CONSOLE**



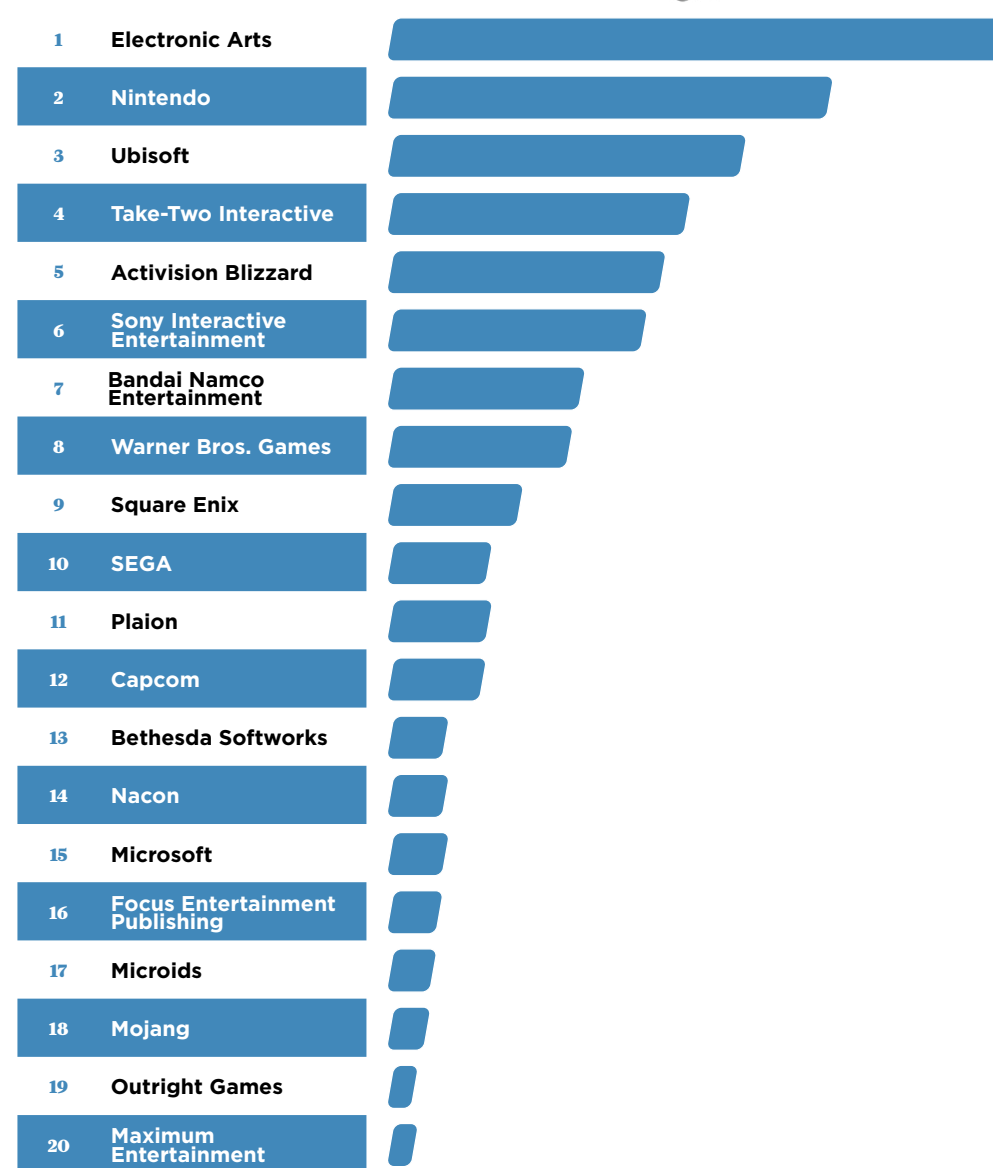
## TOP 20 DES ÉDITEURS SOFTWARE CONSOLE + PC GAMING

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en valeur 🟡🟢



## TOP 20 DES ÉDITEURS SOFTWARE CONSOLE + PC GAMING

Marché **PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ** en volume 🟡🟢



## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024

En millions d'euros

SOFTWARE



# 1604 M€

**+8%**  
VS 2023

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024

En millions d'euros

SOFTWARE

**99%**  
**1580 M€**

Applications gratuites

**+8%**  
VS 2023

# 1604 M€

**+8%**  
VS 2023

**<1%**  
**11 M€**

Applications payantes

**-15%**  
VS 2023

**<1%**  
**13 M€**

Social + jeux sur navigateur

**+71%**  
VS 2023




## TOP 10 DES JEUX MOBILES GRATUITS

En valeur\* (dépenses consommateurs)

1		<b>MONOPOLY GO!</b>	Scopely	<b>104 261 040 €</b>
2		<b>Coin Master</b>	Moon Active	<b>103 151 880 €</b>
3		<b>Brawl Stars</b>	Supercell	<b>64 331 280 €</b>
4		<b>Royal Match</b>	Dream Games	<b>43 257 240 €</b>
5		<b>Candy Crush Saga</b>	King Digital Entertainment	<b>41 038 920 €</b>
6		<b>Last War:Survival</b>	First Fun Games	<b>32 165 640 €</b>
7		<b>Pokémon TCG Pocket</b>	The Pokémon Company	<b>29 947 320 €</b>
8		<b>Roblox</b>	Roblox Corporation	<b>25 510 680 €</b>
9		<b>Whiteout Survival</b>	Century Games	<b>25 510 680 €</b>
10		<b>Clash of Clans</b>	Supercell	<b>23 292 360 €</b>







## TOP 10 DES JEUX MOBILES GRATUITS

En volume (nombre de téléchargements)

1		<b>Brawl Stars</b>	Supercell	<b>5 600 000 unités</b>
2		<b>Pokémon TCG Pocket</b>	The Pokémon Company	<b>5 000 000 unités</b>
3		<b>Roblox</b>	Roblox Corporation	<b>4 100 000 unités</b>
4		<b>Block Blast!</b>	Hungry Studio	<b>3 800 000 unités</b>
5		<b>"Jeux sans wifi - sans connexion"</b>	Moreno Maio	<b>3 100 000 unités</b>
6		<b>Last War:Survival</b>	First Fun Games	<b>2 800 000 unités</b>
7		<b>Royal Match</b>	Dream Games	<b>2 800 000 unités</b>
8		<b>Pizza Ready</b>	Supercent	<b>2 700 000 unités</b>
9		<b>MONOPOLY GO!</b>	Scopely	<b>2 700 000 unités</b>
10		<b>Subway Surfers</b>	Sybo Games	<b>2 600 000 unités</b>











## TOP 10 DES JEUX MOBILES PAYANTS

En valeur\* (dépenses consommateurs)

1		<b>Minecraft</b>	Mojang	<b>1 464 091 €</b>
2		<b>Balatro</b>	Playstack	<b>369 350 €</b>
3		<b>RFS Real Flight Simulator</b>	RORTOS	<b>171 920 €</b>
4		<b>Animal Crossing : Pocket Camp C</b>	Nintendo	<b>148 627 €</b>
5		<b>MONOPOLY : The Board Game</b>	Marmalade Game Studio	<b>149 737 €</b>
6		<b>Farming Simulator 23 Mobile</b>	GIANTS Software	<b>136 427 €</b>
7		<b>Evertale</b>	ZigZaGame	<b>126 444 €</b>
8		<b>Kingdom Rush 5 : Alliance TD</b>	Ironhide Game Studio	<b>122 008 €</b>
9		<b>Slay the Spire</b>	Humble Bundle	<b>87 624 €</b>
10		<b>Bloons TD 6</b>	Ninja Kiwi	<b>83 187 €</b>

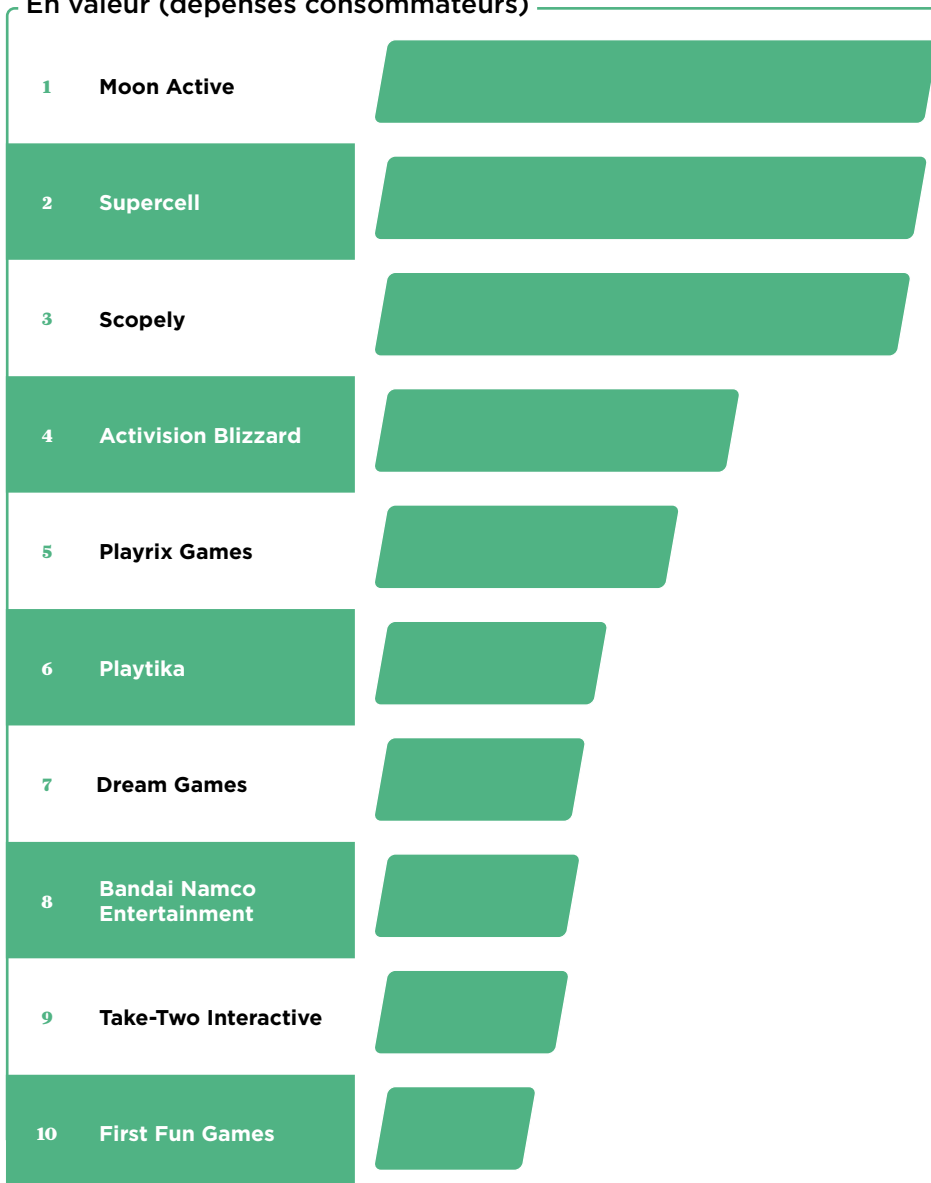
## TOP 10 DES JEUX MOBILES PAYANTS

En volume (nombre de téléchargements)

1		<b>Minecraft</b>	Mojang	<b>170 000 unités</b>
2		<b>Geometry Dash</b>	RobTop Games	<b>49 000 unités</b>
3		<b>MONOPOLY : The Board Game</b>	Marmalade Game Studio	<b>27 000 unités</b>
4		<b>Street Kart #1 Go Kart Game</b>	Fat Cigar Productions	<b>27 000 unités</b>
5		<b>Stardew Valley</b>	Concerned Ape	<b>22 000 unités</b>
6		<b>Balatro</b>	Playstack	<b>17 000 unités</b>
7		<b>RFS Real Flight Simulator</b>	RORTOS	<b>15 000 unités</b>
8		<b>The Past Within</b>	Rusty Lake	<b>15 000 unités</b>
9		<b>Bloom Sort</b>	Lion Studios Plus	<b>13 000 unités</b>
10		<b>Grand Theft Auto : San Andreas</b>	Rockstar Games	<b>11 000 unités</b>

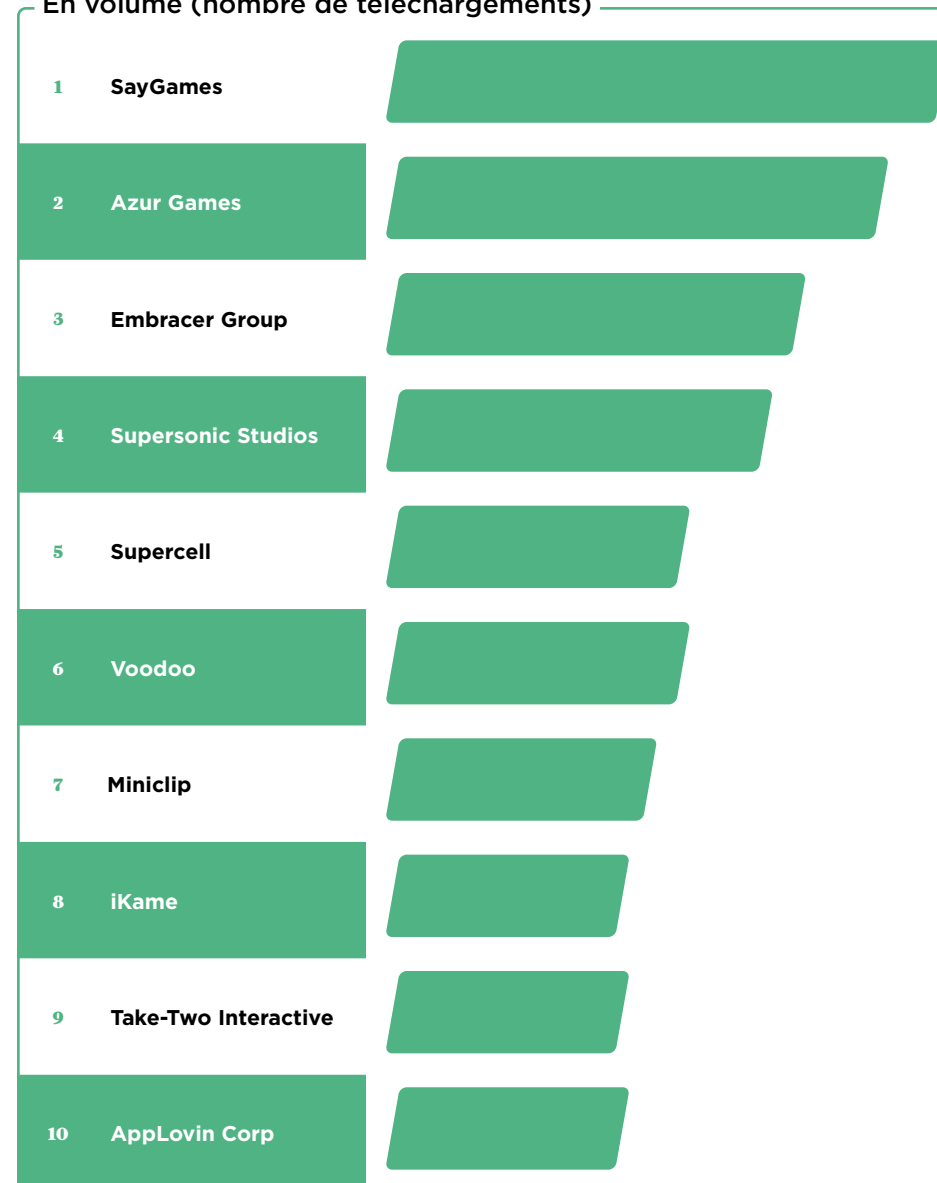
## TOP 10 DES ÉDITEURS SOFTWARE MOBILE

En valeur (dépenses consommateurs)



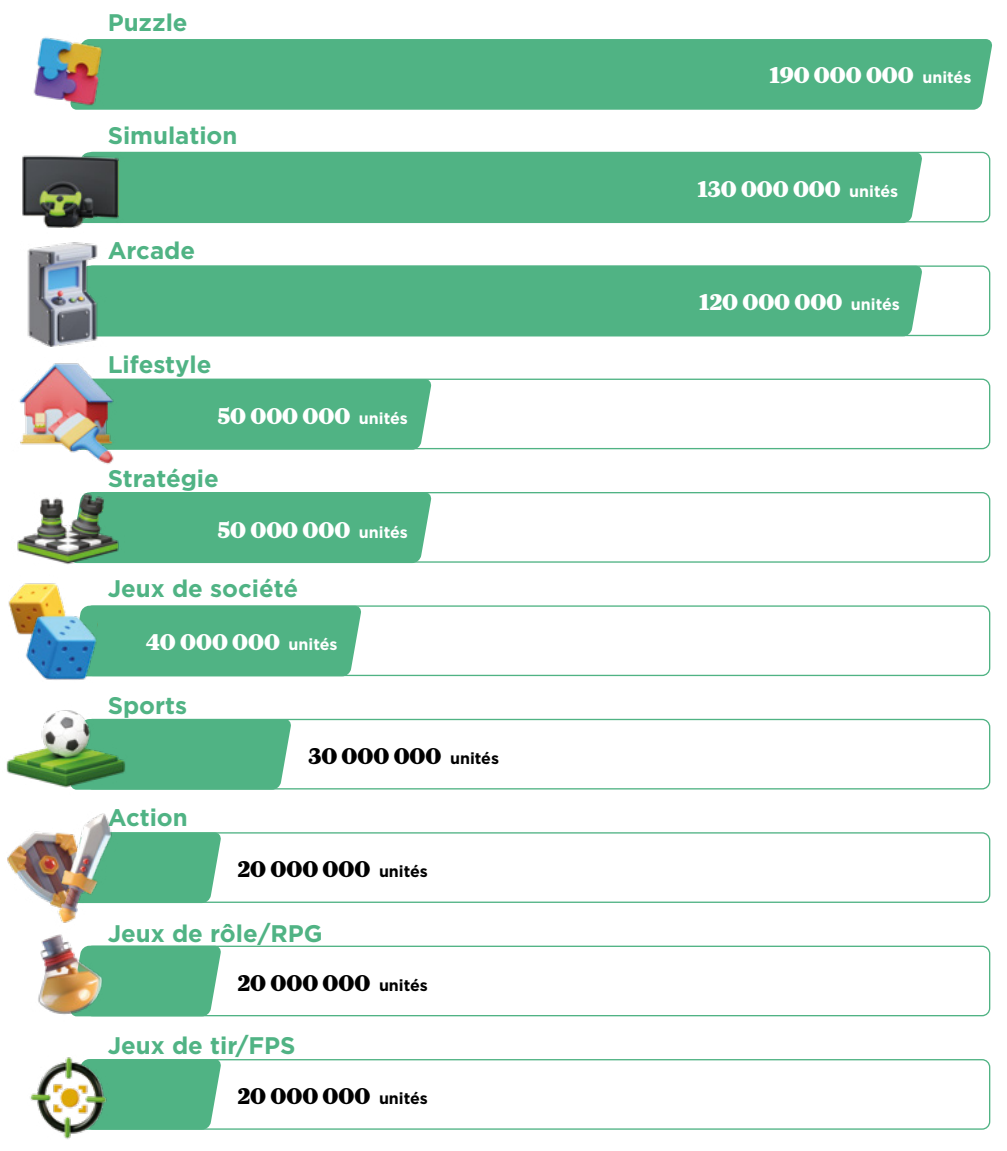
## TOP 10 DES ÉDITEURS SOFTWARE MOBILE

En volume (nombre de téléchargements)



## TOP 10 DES GENRES JEUX MOBILES

En volume (nombre de téléchargements)





CHAPITRE

# 02

## LES PROFILS DES JOUEURS FRANÇAIS



Le jeu vidéo en France .....	52
Les différents profils de joueurs .....	54
Les supports utilisés pour jouer aux jeux vidéo .....	56
La pratique sociale du jeu vidéo .....	57

EN FRANCE IL Y A

**38,3**  
**MILLIONS**  
**DE JOUEURS**  
 DE 10 ANS ET PLUS

**75 %**  
 jouent au moins  
 une fois par semaine

**25 %**  
 sont des joueurs  
 occasionnels

\* Joueurs ayant déclaré jouer au moins une fois dans l'année aux jeux vidéo.

Sources : étude réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024 auprès d'un échantillon de 4 005 individus âgés de 10 à 80 ans, représentatif de la population française âgée de 10 à 80 ans.

ET 84% D'ENTRE EUX SONT DES ADULTES

Ensemble des joueurs français

**84 %****16 %**

**ADULTES (18 ANS ET +)**  
**32,1 MILLIONS D'INDIVIDUS**



**ENFANTS (10-17 ANS)**  
**6,2 MILLIONS D'INDIVIDUS**

Sources : étude réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024 auprès d'un échantillon de 4 005 individus âgés de 10 à 80 ans, représentatif de la population française âgée de 10 à 80 ans.

1 joueur sur 2 joue au moins 1 fois par jour

JOUEURS DE JEUX VIDÉO



JOUEURS ENFANTS

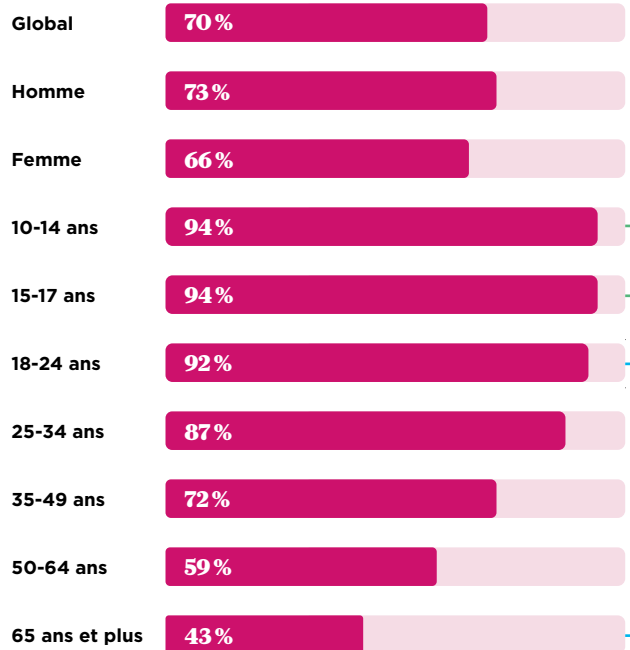


JOUEURS ADULTES



■ Plusieurs fois par jour ■ Tous les jours ou presque ■ 1 à 2 fois par semaine ■ 3 fois par mois ou moins

Le jeu vidéo concerne toutes les strates de la population



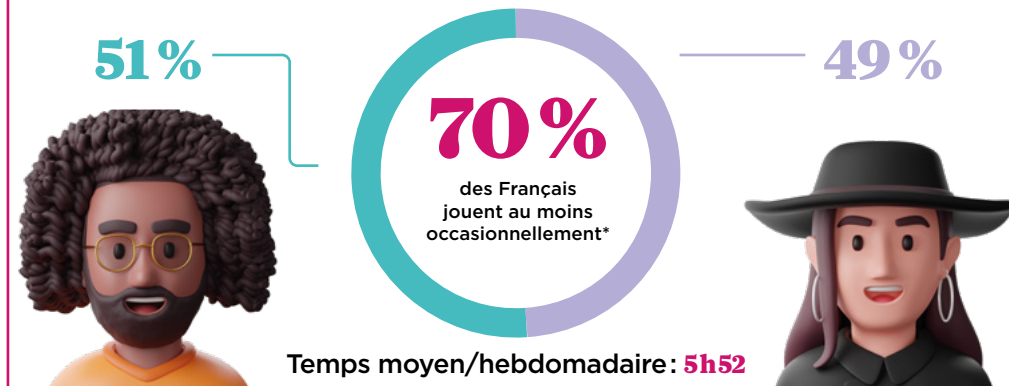
**95%**  
des enfants jouent aux jeux vidéo (10-17 ans)



**66%**  
des adultes jouent aux jeux vidéo (18 ans ou plus)

# LES PROFILS DES JOUEURS FRANÇAIS

Ensemble des joueurs



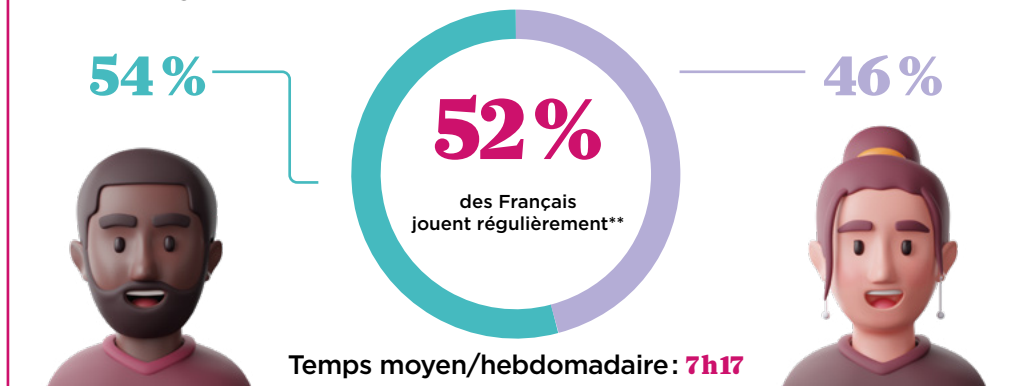
Hommes  
**39 ANS**

**39 ANS**  
Âge moyen des joueurs

Femmes  
**39 ANS**

\* Joueurs ayant déclaré jouer au moins une fois dans l'année aux jeux vidéo.

Joueurs réguliers



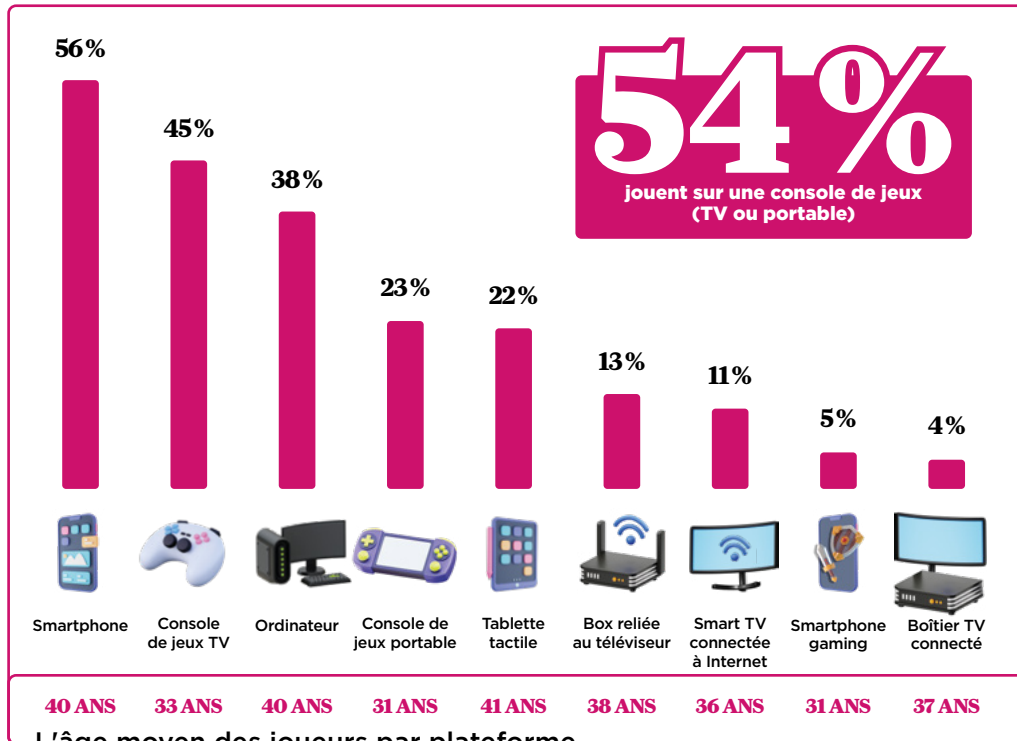
Hommes  
**36 ANS**

**37 ANS**  
Âge moyen des joueurs

Femmes  
**39 ANS**

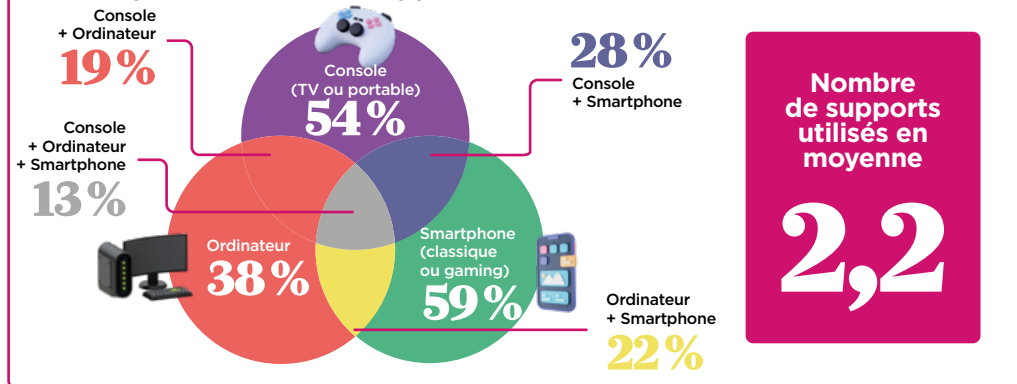
\*\* Joueurs ayant déclaré jouer au moins une fois par semaine aux jeux vidéo.

## LES SUPPORTS UTILISÉS POUR JOUER AUX JEUX VIDÉO



L'âge moyen des joueurs par plateforme

### La complémentarité des supports

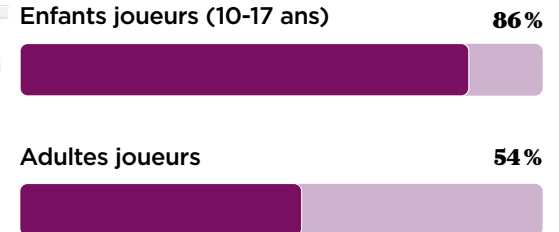


## LA PRATIQUE SOCIALE DU JEU VIDÉO

### Le pratique du jeu à plusieurs



Tous les joueurs (**98%**) font l'expérience du jeu en solo, mais **59%** jouent également à plusieurs (en ligne ou en local).



## 1 JOUEUR SUR 2



## CHAPITRE

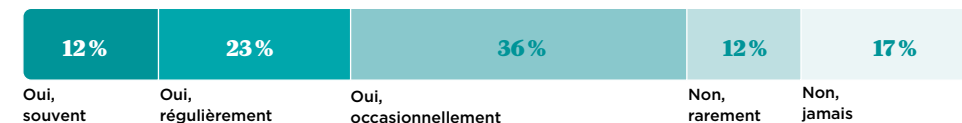
# 03

## UNE INDUSTRIE RESPONSABLE

Le comportement des parents face au jeu vidéo	59
Répartition de l'offre de jeux vidéo	62
Répartition des ventes de jeux vidéo	63
L'acte d'achat et le système de classification PEGI	64
PEGI	65
Les systèmes de contrôle parental	68
Actions & campagnes	69

## LE COMPORTEMENT DES PARENTS FACE AU JEU VIDÉO

1/3 des parents jouent régulièrement avec leurs enfants



# 71%

des parents DÉCLARENT  
JOUER AVEC LEURS  
ENFANTS au moins  
occasionnellement

↗ +2 pts  
VS 2023

Pourquoi les parents jouent-ils avec leurs enfants ?

Pour partager  
des activités

57%

Pour le fun

53%

Leurs enfants  
le leur demandent

46%

Parce qu'ils aiment  
jouer

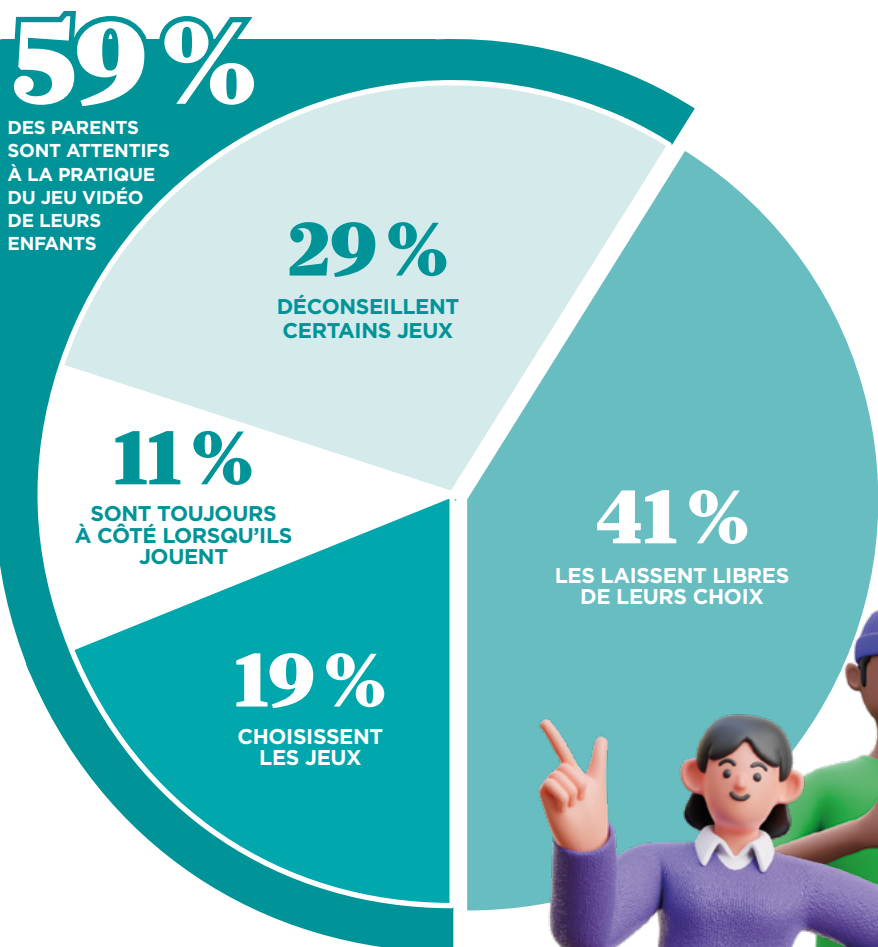
36%

Pour surveiller  
le contenu

23%

## LE COMPORTEMENT DES PARENTS FACE AU JEU VIDÉO

Des parents concernés par la pratique de leurs enfants



Connaissance et utilisation des systèmes de contrôle parental

**93 %** DÉCLARENT CONNAÎTRE LEUR EXISTENCE

**41%**

connaissent l'existence du contrôle parental et l'utilisent

**7%**

ne connaissent pas l'existence du contrôle parental

**52%**

connaissent l'existence du contrôle parental, mais ne l'utilisent pas

Connaissance du système PEGI



Acheteurs de jeux vidéo

**69%**



Parents acheteurs de jeux vidéo

**68%**

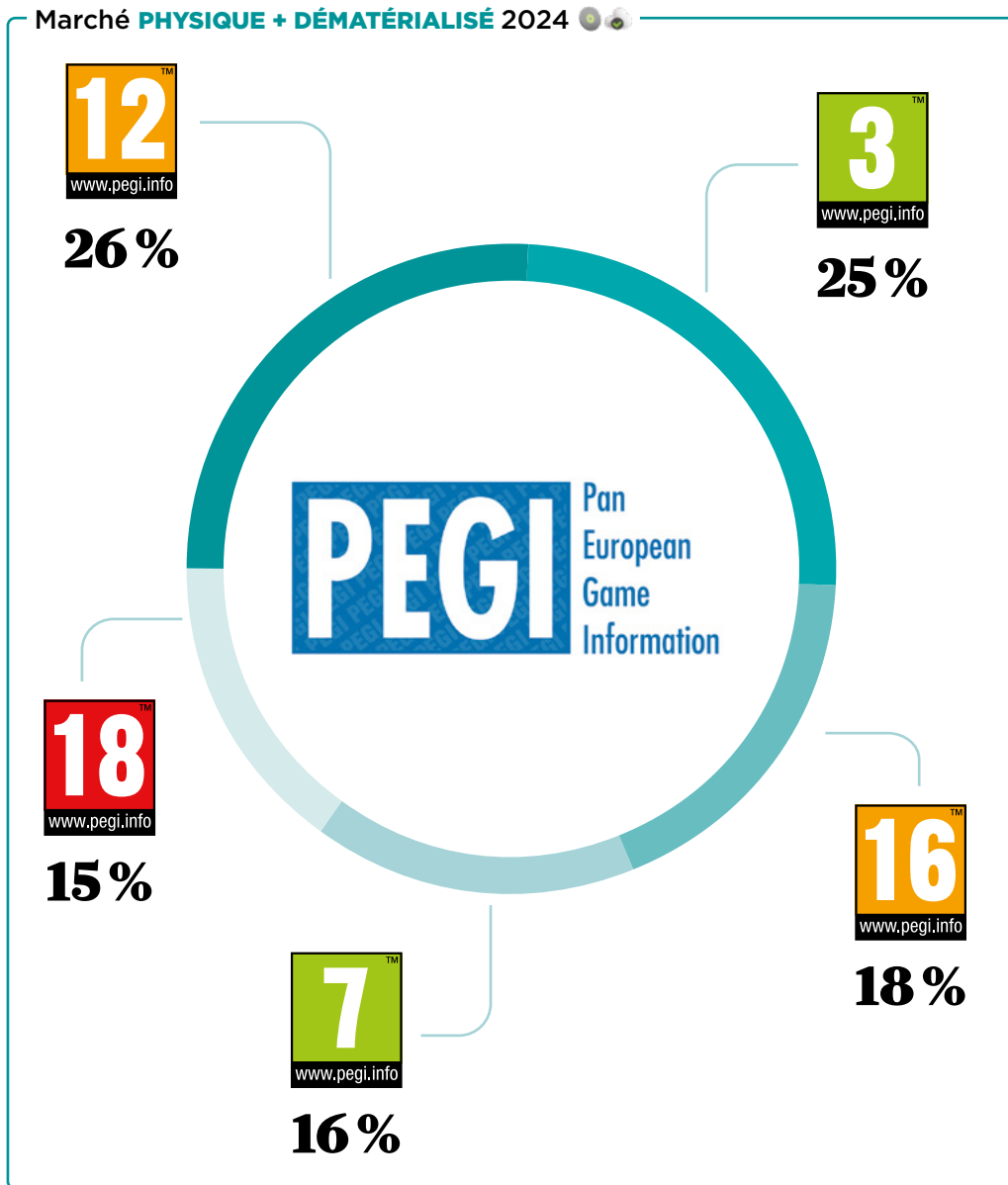


Joueurs enfants acheteurs

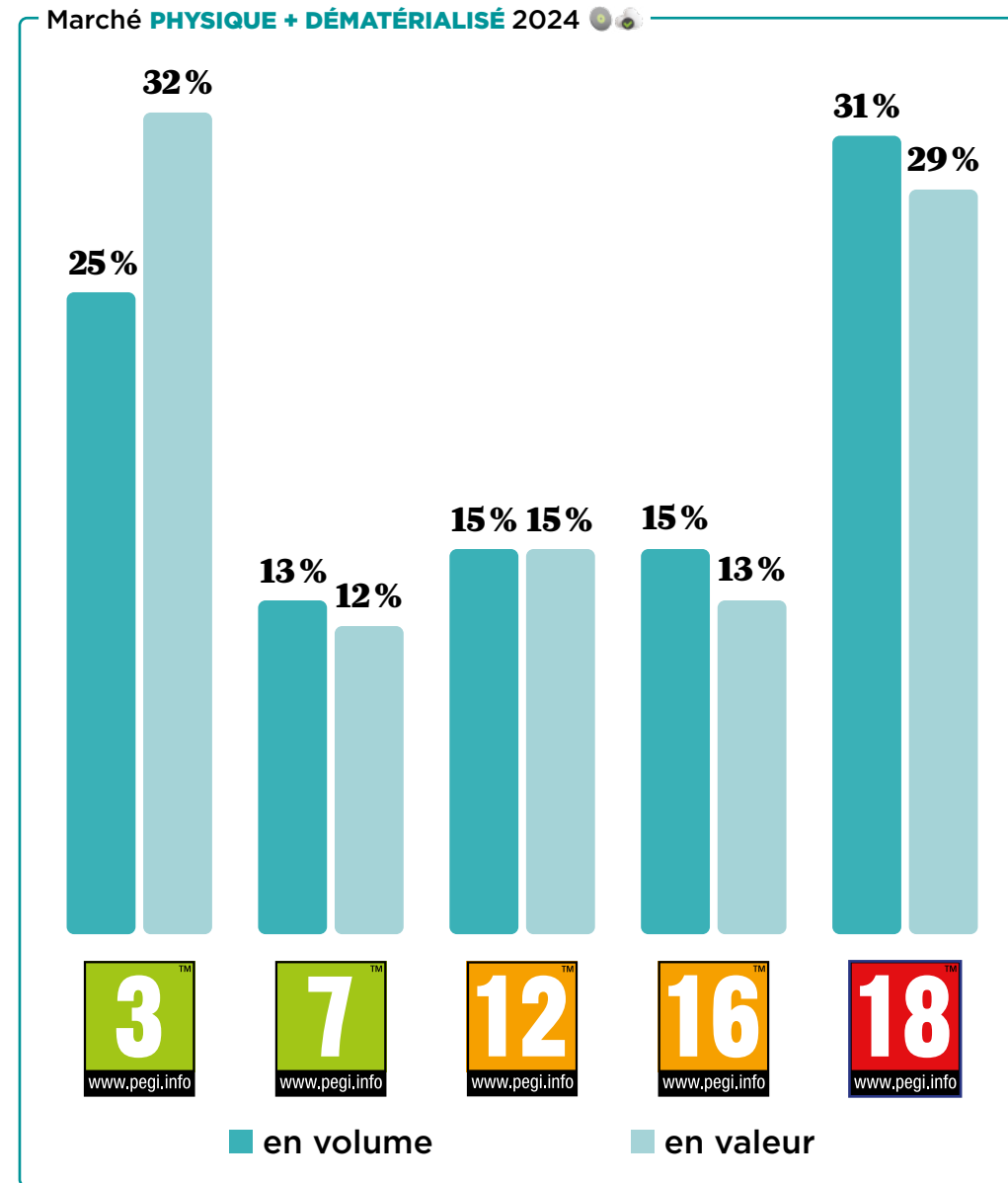
**66%**



## RÉPARTITION DE L'OFFRE DE JEUX VIDÉO



## RÉPARTITION DES VENTES DE JEUX VIDÉO





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

Attention portée au système de classification PEGI



**LES PARENTS**  
ACHETEURS DE JEUX VIDÉO

**62%**  
y sont  
attentifs



**38%**  
n'y sont pas  
attentifs

**LES ENFANTS**  
ACHETEURS DE JEUX VIDÉO

**58%**  
y sont  
attentifs



**42%**  
n'y sont pas  
attentifs

# 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. <https://pegi.info/20/>

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

### QUE SIGNIFIENT LES PICTOGRAMMES ?

Les pictogrammes PEGI, qui apparaissent sur le devant et sur le dos de la jaquette, ainsi que sur les plateformes digitales, indiquent l'une des classifications suivantes : 3, 7, 12, 16 ou 18 (ans). Ils donnent une indication fiable 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 (voir page suivante) affichés sur la jaquette, sur la page du jeu ou de la plateforme qui révèlent les principaux motifs pour lesquels un jeu s'est vu attribuer une classification particulière.

**CRÉÉ  
EN 2003**

**PRÉSENT DANS  
PLUS DE 40 PAYS**

**PLUS DE 40 000 JEUX  
ET DES MILLIONS D'APPS/  
JEUX EN LIGNE RATIFIÉS**

**REGROUPE PLUS  
DE 2700 SOCIÉTÉS  
MEMBRES**

## LES LABELS D'ÂGE

3

www.pegi.info

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

7

www.pegi.info

Violence non réaliste, implicite, cartoonesque, humoristique. Scènes effrayantes pour les jeunes enfants.

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.

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.

18

www.pegi.info

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

## LES DESCRIPTEURS DE CONTENU



LANGAGE GROSSIER

Ce jeu fait usage d'un langage grossier.



JEUX DE HASARD

Ce jeu apprend et/ou incite à parier.



DROGUE

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



SEXE

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



ACHATS INTÉGRÉS

Ce jeu permet d'acheter des biens virtuels avec de l'argent réel. Inclut des contenus aléatoires.



VIOLENCE

Ce jeu contient des scènes de violence.



PEUR

Ce jeu risque de faire peur aux jeunes enfants.



DISCRIMINATION

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

# PEGI COMMENT ÇA MARCHE ?

Chaque version commercialisée d'un jeu vidéo doit avoir une certification PEGI pour être mise sur le marché. Elle est obtenue après un examen par deux instituts indépendants: le Nicam (chargé des jeux PEGI 3 et PEGI 7) et le GRA (chargé des jeux PEGI 12, PEGI 16 et PEGI 18) pour fluidifier le processus.

## NICAM

L'institut **Nicam** (Netherland Institute for the Classification of Audiovisual Media) a été fondé en 1999 avec le soutien du gouvernement néerlandais, pour répondre à l'injonction de la Commission européenne de protéger le jeune public des contenus audiovisuels inadaptés. En raison de sa grande expertise dans les processus de certification des contenus audiovisuels, PEGI se rapproche du Nicam pour l'homologation des jeux vidéo destinés au jeune public (PEGI 3, PEGI 7) publiés en Europe.



Le **GRA** (Games Rating Authority) est un organisme dont l'activité a démarré en 1989 pour responsabiliser les producteurs de contenus vidéo, interactifs ou non, quant à leur rôle dans la diffusion d'images inadéquates auprès du public. Ainsi, dès sa création, le GRA a été chargé de la certification des jeux publiés au Royaume-Uni. Une expérience qui poussera le système PEGI à lui confier, en 2003, la mission d'homologuer les jeux PEGI 12, PEGI 16 et PEGI 18.

## LE PROCESSUS DE CERTIFICATION

### 1 ANALYSER LE CONTENU

Les éditeurs remplissent un questionnaire à questions fermées pour la détermination d'une classification provisoire.

### 2 JOUER POUR VALIDER

Les agents certificateurs explorent l'intégralité du jeu pour confirmer que la version examinée correspond bien aux réponses fournies.

### 3 DÉLIVRER LA CLASSIFICATION

Sous 4 à 10 jours, validation ou modification de la classification provisoire. PEGI délivre alors une licence à l'éditeur, autorisant l'utilisation des labels d'âge et des descripteurs.

### 4 INFORMER LES CONSOMMATEURS

L'éditeur doit apposer les logos correspondants sur le boîtier de son jeu, ainsi que sur son site Internet et les communications promotionnelles.

## LES SYSTÈMES DE CONTRÔLE PARENTAL

Pour faciliter la mise en place de règles d'utilisation des jeux vidéo au sein des familles, toutes les consoles disposent de systèmes de contrôle parental. Il est possible de les activer et de les paramétrer de façon simple afin de laisser ses enfants profiter de leurs jeux vidéo en toute sérénité, dans un environnement numérique en parfaite adéquation avec leur âge. Mais un système de contrôle parental, à quoi ça sert ?

### IL Y A UN ÂGE POUR TOUT, IL Y A UN JEU VIDÉO POUR TOUS LES ÂGES

À chaque âge, ses plaisirs. Tous les jeux vidéo ne sont pas destinés aux enfants. Grâce à la classification PEGI, il est facile d'obtenir des informations claires à ce sujet. Les systèmes de contrôle parental prennent en compte ce paramètre. Il devient alors impossible de lancer un jeu qui n'est pas en adéquation avec l'âge de son enfant.

### DÉFINIR UN TEMPS DE JEU

La plupart des solutions permettent aux parents de définir des plages d'activités numériques. Cela concerne généralement la pratique des jeux vidéo. Il est donc possible de mettre en place un véritable calendrier avec, pour chaque jour, les horaires autorisés pour le jeu vidéo. En dehors de ces créneaux, il sera impossible de lancer un jeu vidéo. La fonction peut être pratique lorsque les enfants les plus grands sont seuls à la maison afin d'éviter les débordements. Certaines solutions proposent même un suivi à distance par le biais d'une application !

### ENCADRER LA NAVIGATION INTERNET

Les systèmes de contrôle parental permettent d'autoriser (ou non) la navigation sur Internet tout en limitant l'accès à certains sites. Avant de confier votre tablette ou votre ordinateur à votre enfant, assurez-vous par exemple que l'accès aux contenus choquants, aux sites pornographiques ou aux jeux d'argent en ligne est impossible. Les systèmes de contrôle parental permettent de définir très précisément les sites auxquels

vos enfants peuvent avoir accès pour une navigation sereine. Il est même parfois possible de définir des mots-clés qui devront automatiquement être bloqués.

### PROTÉGER SA VIE PRIVÉE

Les systèmes de contrôle parental peuvent aussi éviter à vos enfants de partager avec des inconnus des informations personnelles. Ainsi, certains neutralisent la saisie d'informations personnelles dans un questionnaire. Ils peuvent aussi bloquer les chats ou empêcher l'accès à des forums.

### LIMITER LES ACCÈS

Qu'il s'agisse des smartphones, tablettes ou micro-ordinateurs, tous les contenus présents sur votre appareil ne s'adressent pas forcément à vos enfants. Lorsque vous leur prêtez votre appareil, il peut être utile de vous assurer qu'ils ne pourront pas fouiller dans vos dossiers personnels. Il serait dommage qu'ils effacent par inadvertance les photos de famille soigneusement archivées. Les systèmes de contrôle parental peuvent ainsi restreindre l'accès à certaines zones et applications ou à des dossiers.



Découvrez le système de contrôle parental de la Nintendo Switch sur le site de Nintendo [nintendo.fr/Hardware/Controle-parental-de-la-Nintendo-Switch/Controle-parental-de-la-Nintendo-Switch-1183145.html](https://nintendo.fr/Hardware/Controle-parental-de-la-Nintendo-Switch/Controle-parental-de-la-Nintendo-Switch-1183145.html)



Découvrez le système de contrôle parental des Xbox Series X|S et Xbox One sur le site Xbox [xbox.com/fr-FR/community/for-everyone/responsible-gaming](https://xbox.com/fr-FR/community/for-everyone/responsible-gaming)



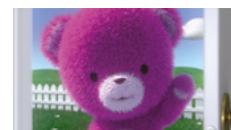
Découvrez le système de contrôle parental des PS4 et PS5 sur le site de PlayStation [playstation.com/fr-fr/support/account/ps5-parental-controls-pending-limits/](https://playstation.com/fr-fr/support/account/ps5-parental-controls-pending-limits/)



Pour en savoir plus et installer vos systèmes de contrôle parental pas à pas, rendez-vous sur le site de PédagoJeux [pedagojeux.fr/accompagner-mon-enfant/](https://pedagojeux.fr/accompagner-mon-enfant/)

## ACTIONS & CAMPAGNES

**Le SELL place au cœur de ses missions l'information et la sensibilisation des familles, des joueuses et des joueurs. Membre fondateur de PédagoJeux et membre du comité directeur de PEGI, le SELL met chaque année en place de vastes campagnes de sensibilisation à ces bonnes pratiques à destination des familles, pour encourager à les adopter et à échanger pour mieux les adapter.**



**2016 « Il y a un âge pour tout. Il y a un jeu vidéo pour tous les âges. »**

Campagne cinéma et Web.



**2017 Trois règles pour une meilleure pratique du jeu vidéo**

Publication d'un publi-reportage dans 11 titres de presse grand public.



**2018 Documentaire PEGI**

Production d'un documentaire allant à la rencontre des équipes de PEGI pour expliquer son fonctionnement et les étapes de classification.



**2018 Le guide PEGI**

Rédaction d'un guide d'information sur le système PEGI.



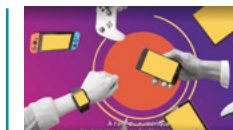
**2019 « Bons usages, bons souvenirs »**

Spot TV et Web visant à informer sur PEGI, PédagoJeux et les systèmes de contrôle parental.



**2020-2021 #ÀVOUSDEJOUER!**

Campagnes digitales de sensibilisation pour encourager les parents à installer et paramétrer les systèmes de contrôle parental.



**2022 « Un nouveau regard sur les écrans »**

Campagne digitale qui décrypte l'usage des écrans et sensibilise à l'installation des systèmes de contrôle parental.



**2023 Partenaire du Safer Internet Day**

Campagne de prévention pour un Internet plus sûr.

## CHAPITRE

# 04

## LE SYNDICAT DES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS



Nos missions	72
Les adhérents	74
Le conseil d'administration	75
30 ans du SELL	76

### Qui sommes-nous ?

Le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) est une association professionnelle fondée il y a 30 ans, en 1995, regroupant les entreprises spécialisées dans l'édition de jeu vidéo.

Avec ses vingt-quatre membres, dont deux associés, le SELL représente les intérêts des acteurs du secteur du jeu vidéo auprès des institutions, des médias, des familles, ainsi que des joueuses et des joueurs. Les éditeurs jouent un rôle clé dans la promotion des jeux vidéo : ils repèrent les studios prometteurs, les accompagnent et prennent en charge la distribution, le marketing et la communication autour de leurs créations.

Dans cette dynamique, le SELL a pour objectif de fédérer ces acteurs afin de promouvoir des actions communes qui illustrent la diversité, la créativité et l'engagement responsable de cette industrie. Ainsi, ses principales missions sont la promotion du jeu vidéo et la sensibilisation des joueuses, joueurs et familles aux bonnes pratiques pour en profiter sereinement.



## NOS MISSIONS

### Représenter la voix des professionnels de l'édition

En tant que porte-parole de l'industrie, le SELL a pour mission principale de défendre les intérêts de ses adhérents et, plus largement, de l'ensemble du secteur du jeu vidéo. Il est l'interlocuteur de référence des pouvoirs publics, des acteurs de la vie politique et des écosystèmes culturels et innovants.

Pour ce faire, le SELL est investi dans plusieurs organismes et groupes de travail.

**GROUPE DE TRAVAIL INTERMINISTÉRIEL** constitué de la DGE, du CNC, du SNJV, du SELL et d'Ubisoft.

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

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

**ORIENTATION STRATÉGIQUE** du Conseil national du numérique.

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

**FRANCE ESPORTS**: membre du conseil d'administration.



### Informier, protéger et soutenir les initiatives responsables

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

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

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

**PÉDAGOJEUX**: collectif créé en 2008 de l'union des acteurs de la sphère publique, de l'industrie et du monde associatif qui se donne pour mission de sensibiliser et d'aider à la compréhension de l'usage du jeu vidéo.

**SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS PORTANT DES VALEURS RESPONSABLES D'INCLUSION**:

Women in Games pour la promotion de la mixité, CapGame pour le développement de l'accessibilité et Silver Geek pour le développement du lien intergénérationnel.

### Promouvoir le jeu vidéo

Le SELL a pour mission de valoriser le jeu vidéo, son innovation et sa créativité auprès du grand public, des acteurs économiques nationaux et européens, mais aussi auprès des médias. Le SELL mène ses actions de promotion à travers des prises de parole ponctuelles et surtout lors de deux événements incontournables: l'IDEF et la Paris Games Week.

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

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

**PARIS GAMES WEEK**: en 2024, la PGW a accueilli 188 000 visiteurs et 156 exposants répartis sur trois halls, réunissant les joueuses et joueurs, les familles et amis autour d'une même passion pour les jeux vidéo. Cette édition témoigne de l'engouement constant pour le jeu vidéo et confirme sa place de rendez-vous incontournable pour la communauté gaming.



### Structurer une connaissance du marché

Le SELL s'entoure de partenaires afin de délivrer à l'ensemble de son écosystème des études fidèles sur le marché du jeu vidéo, le profil des joueurs, mais également les habitudes de consommation et d'achat des joueurs. Plusieurs panels sont constitués dans le but d'effectuer ces analyses.

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

**PANEL GAMETRACK (CONSOmmATEURS)**: VGE/IPSOS

**PANEL SENSOR TOWER (MOBILE)**

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

**ENQUÊTES AD HOC**: Les Français et le jeu vidéo, SELL/Médiamétrie

## LES ADHÉRENTS



## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

**CHRISTOPHE HAVART**

Bandai Namco Entertainment

**SOPHIE CARABALONA**

Electronic Arts

**YVES BLEHAUT**

Microids

**CÉDRIC MIMOUNI**

Microsoft

**PHILIPPE LAVOUÉ**

Nintendo

**JAMES REBOURS**

Plaion

**GEOFFROY SARDIN**

PULLUP Entertainment

**GUILLAUME DE FONDAUMIÈRE**

Quantic Dream

**NATHALIE DACQUIN**

Sony Interactive Entertainment

**FLORENT MOREAU**

Square Enix

**PATRICK BELLAICHE ET MICHEL MAGNE**

Take-Two Interactive

**BÉNÉDICTE GERMAIN**

Ubisoft

**YVES ELALOUF**

Warner Bros. Games

# TROIS DÉCENNIES AU SERVICE DU JEU VIDÉO

**1995**

Création du SELL

**1999**

Création de ISFE

**2003**

Création de PEGI

**2006**

1<sup>ère</sup> édition de l'IDEF

**2008**

Création de Pédagojeux  
Création du Crédit d'Impôt Jeux Vidéo (CIJV)

**2010**

Création de la Paris Games Week

**2013**

Création de l'Essentiel du Jeu Vidéo

**2016**

10<sup>ème</sup> édition de l'IDEF  
Le SELL contribue à la 1<sup>ère</sup> loi sur l'esport

**2020**

Le jeu vidéo reconnu comme « bien essentiel »

**2016-2022**

Grandes campagnes de préventions

**2022**

ISFE devient Video Games Europe

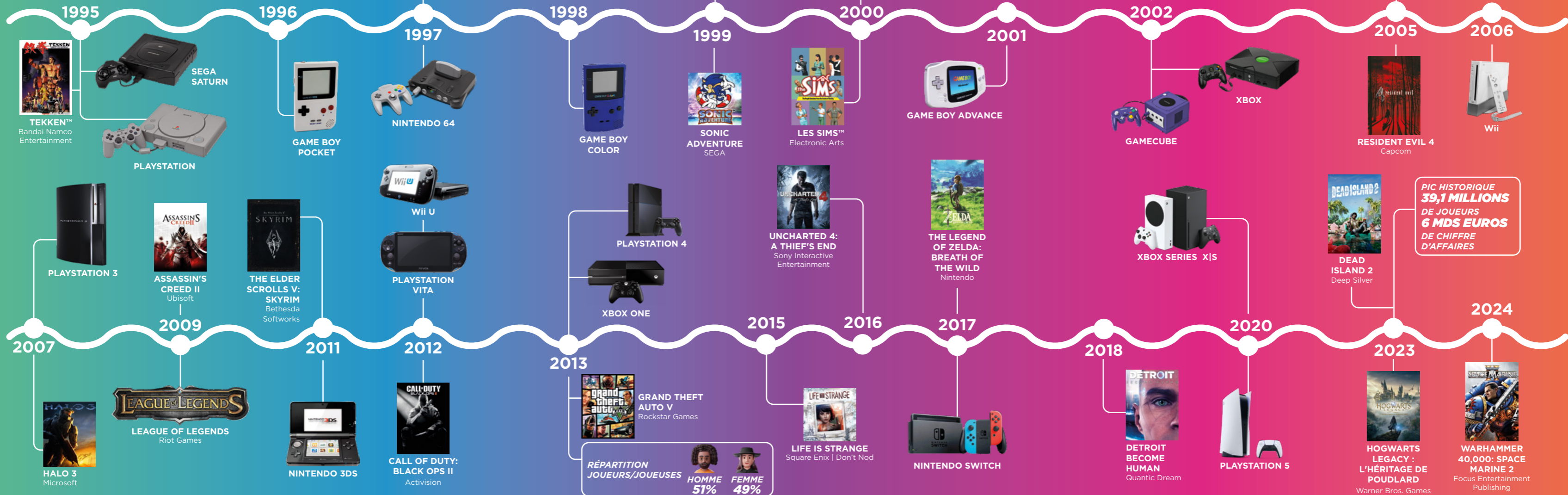
**2025**

Prolongation du Crédit d'Impôt Jeux Vidéo (CIJV) jusqu'en 2031





# JEUX VIDÉO 30 ANS D'INNOVATION





**SYNDICAT  
DES ÉDITEURS  
DE LOGICIELS  
DE LOISIRS**

**James Rebours**  
Président

**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  
e.colpart@sell.fr

**Retrouvez toute l'actualité du SELL sur les réseaux sociaux**

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



[SELL TV](#)

[www.sell.fr](http://www.sell.fr)