



les études du CNC
octobre 2019

Le marché
du jeu vidéo
en 2018

Cette étude a été réalisée par :



GfK Consumer Choices
Ludovic Bockler, Sandrine Vigroux
40, rue Pasteur | 92156 Suresnes Cedex | France
Tél : +33 1 74 18 60 00
www.gfkcr.fr



Centre national du cinéma et de l'image animée
Direction des études, des statistiques et de la prospective
Benoît Danard, Danielle Sartori, Linda Zidane

Avec la collaboration de la
Direction de l'audiovisuel et de la création numérique
Pauline Augrain, Lionel Prévot, Laurent Mahuteau

291 boulevard Raspail 75 675 Paris Cedex 14
Tél : + 33 1 44 34 38 26
www.cnc.fr

Sommaire

OBJECTIFS ET METHODOLOGIE.....	4
CHIFFRES-CLES DU JEU VIDEO EN 2018	5
SYNTHESE	7
I. DONNEES DE CADRAGE	9
II. LE MARCHE DU JEU VIDEO EN FRANCE : PRINCIPALES TENDANCES	10
A. La Chine, premier marché mondial du jeu vidéo en 2018	10
B. Plus de 3,6 Md€ générés par le marché du jeu vidéo en France	11
C. Les ventes physiques pour : moins de 20 % du chiffre d'affaires du marché dès 2019	12
D. L'hyper-croissance des jeux sur mobile.....	13
E. Classement des meilleures ventes en 2018	14
F. De nouvelles perspectives pour le secteur	14
III. EVOLUTION DES VENTES SUR SUPPORT PHYSIQUE	16
A. Evolution des ventes selon la nationalité	16
B. Evolution des ventes selon le type de console	18
C. Evolution des ventes selon les plateformes de lecture	21
D. Evolution des ventes selon les genres	26
E. Evolution des ventes selon la classification	30

Objectifs et méthodologie

Pour la neuvième année, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) réalise une étude sur la consommation de jeux vidéo en France. Cette étude évalue le volume et les revenus annuels des ventes de jeux vidéo sur support physique. Elle s'appuie sur les données de l'institut GfK, qui mesurent les ventes de « software » (jeux pour consoles et pour ordinateurs) réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées (FNAC, Cultura, etc.), par correspondance et sur internet. Ces données n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. La location et la vente de jeux d'occasion ne sont pas prises en compte. Sauf mention spécifique du contraire, les données s'entendent toutes taxes comprises (TTC). Il convient de rappeler que les pourcentages d'évolution sont calculés à partir des valeurs exactes.

Les volumes portent sur le nombre d'unités vendues (nombre de « boîtes »). Les coffrets contenant plusieurs jeux réunis dans le cadre d'une offre promotionnelle, appelés « bundles », ne sont pas pris en compte. A chaque support de jeu sont associés un genre (action / aventure, sport, FPS, MMO, etc.) et une nationalité. L'attribution d'une nationalité est effectuée à partir des données dont dispose le CNC. Sont considérés comme français les jeux conçus et développés en France et dont les dépenses françaises de conception sont majoritaires. Le genre des jeux s'appuie sur une nomenclature déterminée par GfK.

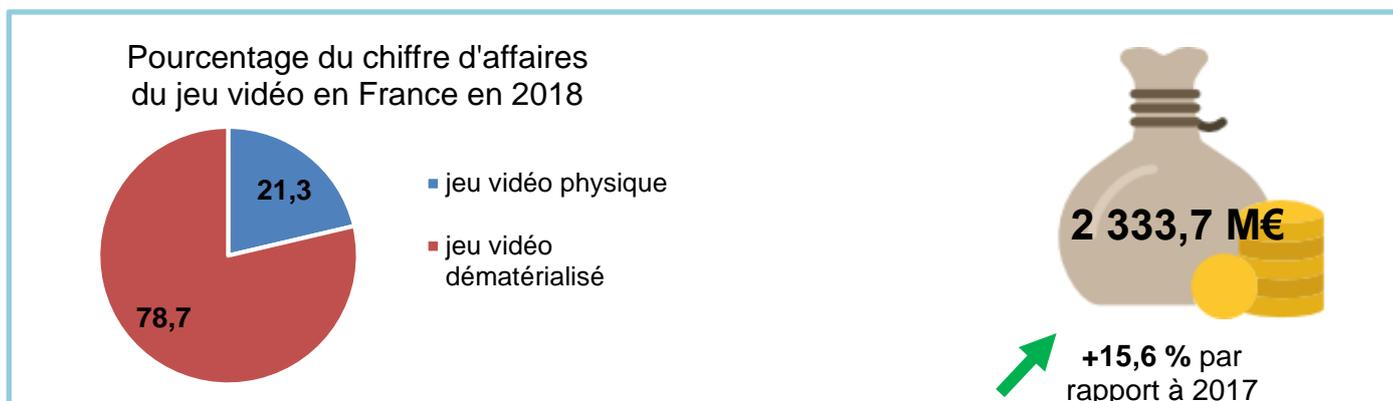
Les jeux vidéo font également l'objet d'une classification selon l'âge du public auxquels ils sont destinés. Cette classification européenne est baptisée PEGI (Pan European Game Information). Elle permet un étiquetage clair des contenus proposés (3+, 7+, 12+, 16+, 18+), qui a pour but d'informer les acheteurs potentiels et d'encadrer l'accès des jeux aux mineurs.

Dans l'univers du jeu vidéo, il existe plusieurs supports (et plateformes) de lecture : consoles de salon (Wii U, Wii, PS4, PS3, Xbox One,...), consoles portables (3DS, DS, PS Vita,...) et consoles hybrides (Nintendo Switch), ordinateurs, terminaux mobiles (ordiphones et tablettes). Un même titre de jeu peut être conçu pour être lu sur plusieurs plateformes.

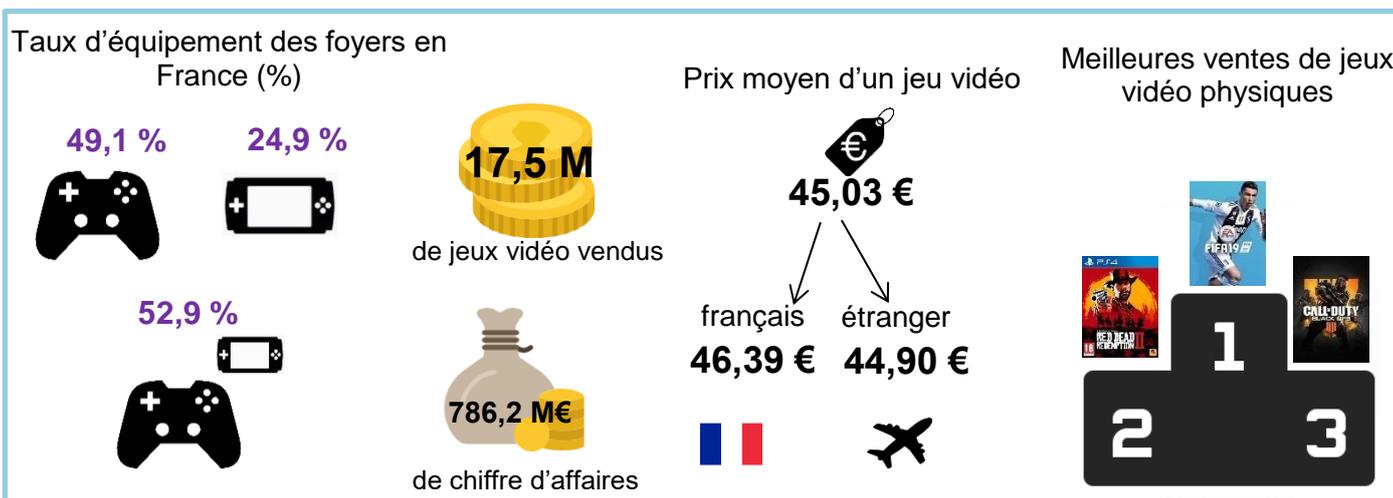
Le marché du jeu vidéo dématérialisé ne pouvant être mesuré avec précision à ce jour, il fait l'objet d'estimations par l'IDATE. L'institut estime les ventes hors taxes de jeux vidéo dématérialisés pour consoles de salon, consoles portables, ordinateurs individuels et terminaux mobiles (ordiphones et tablettes). L'estimation des ventes de jeux en ligne sur ordinateur et des ventes de jeux pour mobiles inclut les ventes de logiciels dématérialisés ainsi que les revenus issus des pratiques « *in game* » (commerce de biens virtuels, commission sur opérations de change, publicité « *in game* »).

Chiffres-clés du jeu vidéo en 2018

Le jeu vidéo dématérialisé



Le marché des jeux vidéo sur support physique



Les genres de jeux vidéo sur support physique



La classification des jeux vidéo physiques



Synthèse

Pour la neuvième année, le CNC a réalisé une étude sur la consommation de jeux vidéo en France à partir des données de l'institut GFK et de l'IDATE. Cette étude évalue le volume et les revenus des ventes de jeux vidéo sur support physique. Elle analyse la structure du marché en fonction de la nationalité des jeux vidéo, de leur genre et des plateformes de lecture. Une estimation des ventes de jeux vidéo dématérialisés est également conduite. Le marché du jeu vidéo dans le monde connaît une forte croissance. Il représente 120 Md\$ en 2018, soit une progression de 13 % par rapport à l'année précédente selon Superdata.

Plus de 3,6 Md€ générés par le marché du jeu vidéo en France

Selon les données de l'IDATE, le marché global du jeu vidéo en France (logiciel et consoles hors accessoires) génère 3 619,1 M€ HT en 2018, en hausse de 6,1 % par rapport à 2017. Les ventes de consoles de salon continuent de soutenir le marché des consoles de jeux puisqu'elles représentent près de la moitié (47,7 %) du chiffre d'affaires du jeu vidéo en France en 2018. Le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 2 333,7 M€ HT en France en 2018 en progression de 15,6 % par rapport à 2017. Il représente 78,7 % du marché total des jeux vidéo (hors matériel). Le jeu mobile sur ordiphone est le principal segment de marché du jeu vidéo dématérialisé en France avec une part de marché de 30,4 % et un chiffre d'affaires de 708,6 M€ HT en 2018.

La part de marché des jeux vidéo français sur supports physiques en recul

En 2018, les revenus issus de la vente de jeux français diminuent à 68,2 M€, soit une baisse de 10,7 % par rapport à 2017. La part de marché des jeux d'origine française est en retrait à 8,7 % contre 9,5 % en 2017. En 2018, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » augmente à 45,03 € (+5,6 %). Cette année à nouveau, les jeux vidéo français se vendent plus cher (46,4 €) que les jeux vidéo étrangers (44,9 €). Les ventes de jeux étrangers baissent de 1,2 % à 718,1 M€.

Forte progression de la Nintendo Switch

En 2018, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique baissent pratiquement sur toutes les plateformes traditionnelles de lecture, à l'exception de celles pour Nintendo Switch qui ont quasiment doublé (+93,5 %) pour atteindre 253,9 M€ soit la deuxième plateforme. Les ventes de jeux vidéo sur ordinateur diminuent de 48,2 % à 10,6 M€, celles pour consoles portables baissent de 59,0 % à 40,6 M€ et celles sur consoles de salon diminuent de 12,8 % à 481,1 M€ et représentent 61,2 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques. En 2018, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support physique diminue à la fois sur console portable et sur ordinateur. Avec un prix moyen de 49,15 €, les jeux pour Switch constituent les jeux les plus chers du marché. Viennent ensuite les jeux vidéo pour console de salon dont le prix moyen s'établit à 46,46 € en 2018 et les jeux vidéo pour console portable à 26,91 €. Le prix moyen des jeux pour ordinateur s'élève à 24,61 € en 2018 (-1,7 %).

Les jeux pour console de 8^{ème} génération captent 65,5 % du marché

En 2018, tous les jeux pour consoles de salon voient leurs revenus diminuer. En 2018, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles (de salon et portable) de génération 8 captent 65,5 % du marché des jeux vidéo sur support physique à 515,2 M€.

Les jeux pour PS4 dominant encore une fois le marché français

Les jeux pour PS4 dominant encore une fois le marché français en 2018 avec 388,8 M€ de recettes. Ils sont suivis par les jeux pour Switch dont les ventes atteignent 253,9 M€ et par les jeux pour Xbox One (82,4 M€). En 2018, les ventes de jeux sur Xbox 360 (7^{ème} génération) reculent de 69,6 % en valeur, à 1,4 M€, ainsi que celles des jeux pour Wii U (8^{ème} génération) à 3,4 M€ (-80,8 %). Les jeux français représentent 86,8 % des ventes en valeur de jeux sur Wii en 2018 (70,3 % en 2017).

Les jeux vidéo pour 3DS sont leader des jeux vidéo sur console portable

Sur le segment des consoles portables, les jeux vidéo pour 3DS enregistrent des recettes de 40,2 M€ en 2018, en recul de 58,8 %, pour une part de marché de 5,1 % (12,2 % en 2017). Les ventes de jeux pour la PS Vita de Sony sont quant à elles toujours en recul de 71,0 % à 0,4 M€.

Les jeux d'action/aventure toujours en tête des ventes, en volume comme en valeur

Les jeux d'action / aventure tiennent le haut du classement des ventes par genre, avec des ventes en hausse de 30,6 % à 271,2 M€ en 2018. Les jeux de sport arrivent en seconde position (-4,0 % à 111,1 M€), tirés cette année par le succès de *FIFA 2019*. Les FPS (First-Person Shooter : jeux de tirs subjectifs) prennent la 3^{ème} place (-41,8 % à 91,5 M€). En 2018, les jeux de plateforme (+32,4 % à 83,1 M€), les jeux de combat (+86,3 % à 45,4 M€) et les nouveaux genres (+15,5 % à 30,1 M€) voient leurs revenus augmenter.

Les jeux vidéo pour adultes captent 30,7 % du marché

En 2018, les jeux vidéo pour adultes bénéficient d'une part de marché très proche de celle des jeux destinés aux individus de 3 ans et plus. Ainsi, avec 241,4 M€ de revenus (+2,2 % par rapport à 2017) et 5,0 millions d'unités vendues en 2018 (-4,8 % par rapport à 2017), les jeux conçus pour les 18 ans et plus captent 30,7 % des recettes totales du marché des jeux vidéo sur support physique. En 2018, la part de marché des jeux pour les 3 ans et plus s'élève à 31,3 % contre 31,6 % en 2017.

I. Données de cadrage

Plus d'un foyer français sur deux équipés

Selon GfK, 52,9 % des foyers français sont équipés en console de jeux en 2018, contre 52,4 % en 2017 et 51,2 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en console de salon progresse à 49,1 % (+1,1 point par rapport à 2017), alors que le taux d'équipement en console portable diminue à 24,9 % (-2,2 points par rapport à 2017).

Taux d'équipement multimédia des foyers en France (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
vidéo									
téléviseur	98,4	98,2	98,3	97,6	97,6	96,1	94,9	94,1	94,0
lecteur de DVD ¹	90,5	89,3	86,0	83,7	79,3	74,2	70,0	65,0	61,1
lecteur de Blu-ray ²	13,7	19,3	24,4	29,5	29,3	28,2	28,5	28,8	29,0
console									
console de jeux de salon	39,4	41,6	44,4	45,6	45,6	45,9	46,1	48,0	49,1
console de jeux portable	31,4	32,9	34,6	35,7	35,6	32,3	29,8	27,1	24,9
console de jeux	47,0	47,8	50,6	51,2	51,5	52,1	52,0	52,4	52,9
ordinateur									
ordinateur de bureau	49,7	48,9	47,2	45,1	44,6	44,0	43,0	41,5	41,0
ordinateur portable	41,2	45,2	49,3	52,9	51,7	51,2	51,6	51,9	52,0
ordinateur	71,5	73,9	76,7	78,8	77,4	76,9	76,5	76,2	76,0

¹ Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.).

² Equipement en matériels permettant la lecture du support Blu-ray (lecteur Blu-ray, consoles de jeux et box internet de dernière génération).

Source : GfK – REC.

Selon le S.E.L.L. et sur la base des chiffres de l'institut GfK, la vente de matériel affiche un léger recul en 2018 (2,8 millions de consoles vendues en 2018 contre 2,9 millions en 2017). Depuis son lancement en mars 2017, la console Nintendo Switch a été vendue à plus de deux millions d'exemplaires. D'après le S.E.L.L., parmi les 2,8 millions de consoles vendues en 2018, 2,5 millions sont des consoles de salon (comme en 2017) et 270 000 sont des consoles portables (420 000 en 2017).

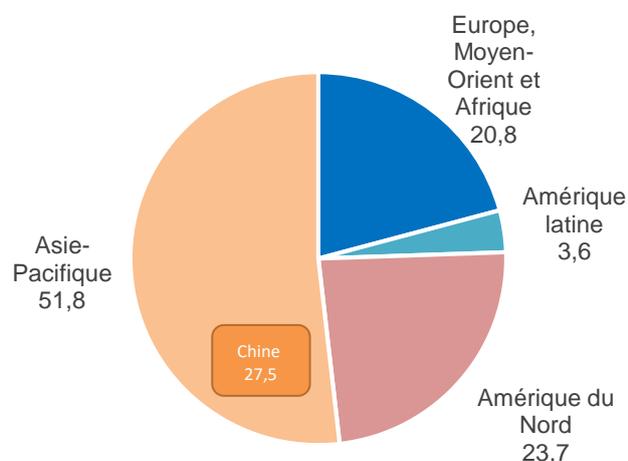
II. Le marché du jeu vidéo en France : principales tendances

Le marché du jeu vidéo est en pleine mutation. En effet, le développement rapide de nouveaux supports de lecture (tablettes tactiles, ordiphones, téléviseurs connectés) a entraîné l'apparition de nouvelles habitudes de jeu (ubiquité, « cloud gaming », modèle « Free2Play »), favorisé la pratique de jeux en mobilité et fait émerger une importante composante sociale. Il a surtout accéléré la consommation de jeux vidéo dématérialisés (ou « online »), dont le poids a aujourd'hui pris le pas sur les jeux vidéo physiques (ou « offline »). Du côté de la production, 1 200 jeux sont en cours de production en 2019 d'après le SNJV.

A. La Chine, premier marché mondial du jeu vidéo en 2018

D'après l'institut Newzoo, au niveau mondial, la région « Europe, Moyen-Orient et Afrique » représente un cinquième (20,8 %) du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2018. La région « Asie-Pacifique » est quant à elle majoritaire puisqu'elle représente plus de la moitié du chiffre d'affaires et 27,8 % des consommateurs de jeux vidéo dans le monde sont chinois. La Chine est ainsi le premier marché mondial du jeu vidéo en 2018, avec des taux de croissance à deux chiffres.

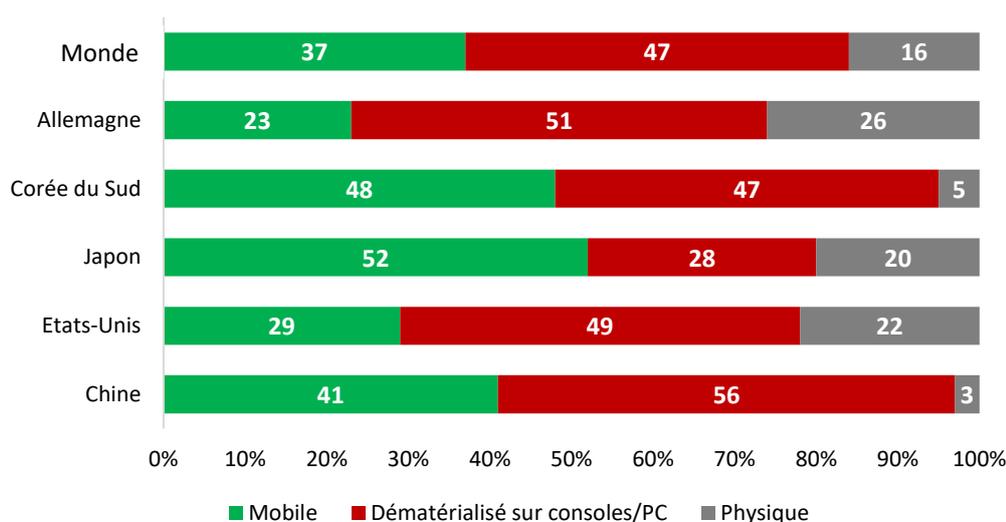
Répartition géographique du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2018 (%)



Source : Newzoo.

La part du jeu vidéo dématérialisé est particulièrement importante en Chine, notamment comparée aux autres pays où le jeu vidéo physique a une place forte. Ainsi, en Chine, la part du marché physique est quasiment nulle à 3 %. Le marché du jeu vidéo dématérialisé atteint 56 % des revenus sur consoles ou PC et 41 % sur mobile. Aux Etats-Unis, la domination du dématérialisé est moins forte : 22 % des revenus sont issus du jeu vidéo physique, 49 % du digital sur consoles ou PC et 29 % sur mobile.

Répartition mondiale des chiffres d'affaires du jeu vidéo en 2018 (%)



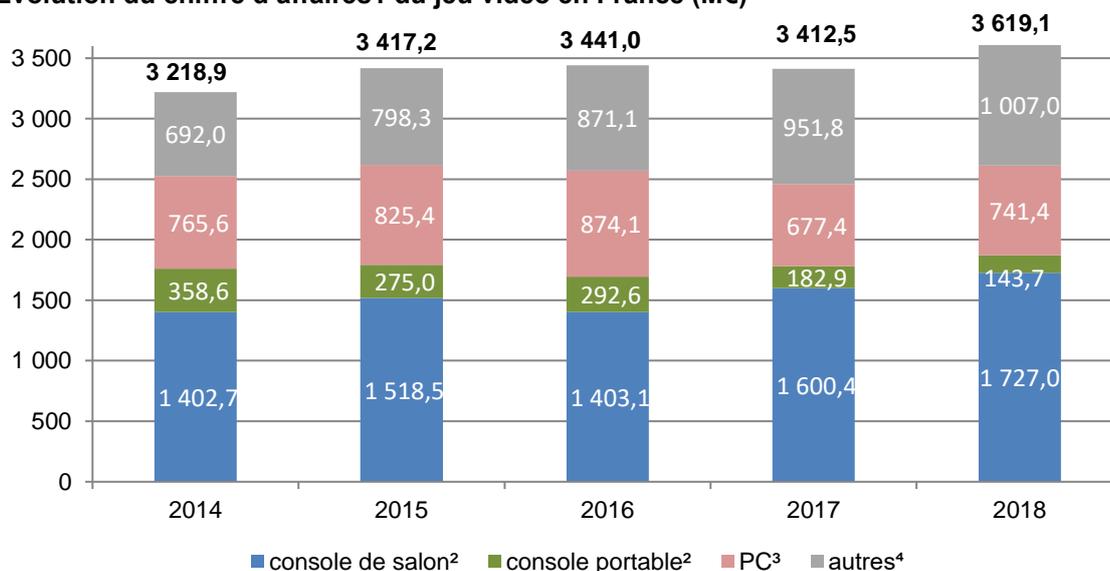
Source : Newzoo.

D'après le SNJV, au niveau mondial, la vente de jeux vidéo devrait générer près de 115 milliards d'euros de revenus d'ici fin 2019, en hausse de 11,3 % par rapport à 2018.

B. Plus de 3,6 Md€ générés par le marché du jeu vidéo en France

Selon les données de l'IDATE, le marché du jeu vidéo (appareils et jeux) en France génère 3 619,1 M€ HT en 2018, en hausse de 6,1 % par rapport à 2017 (3 412,5 M€). Le chiffre d'affaires du jeu vidéo en France en 2018 provient pour la majorité des ventes de consoles de salon (47,7 %, contre 46,9 % en 2017). Le poids des consoles portables diminue de 1,4 point à 4,0 %, contre 5,4 % en 2017. La part de marché du jeu vidéo sur PC reste stable à 20,5 % (19,9 % en 2017). Les autres supports (ordiphones, tablettes, TV en ligne) contribuent à 27,8 % du marché, contre 27,9 % en 2017.

Evolution du chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo en France (M€)



¹ Chiffre d'affaires hors taxes.

² Chiffre d'affaires intégrant les ventes d'appareils et de jeux (physiques et dématérialisés).

³ Jeux sur PC.

⁴ Jeux sur ordiphones et tablettes, jeux à la demande via la télévision.

Source : IDATE.

C. Les ventes physiques : moins de 20 % du chiffre d'affaires dès 2019

La principale caractéristique du marché du jeu vidéo est la progression importante de la dématérialisation. Selon les estimations de l'IDATE, le chiffre d'affaire généré par les supports physiques pourraient passer sous la barre des 20 % dès 2019.

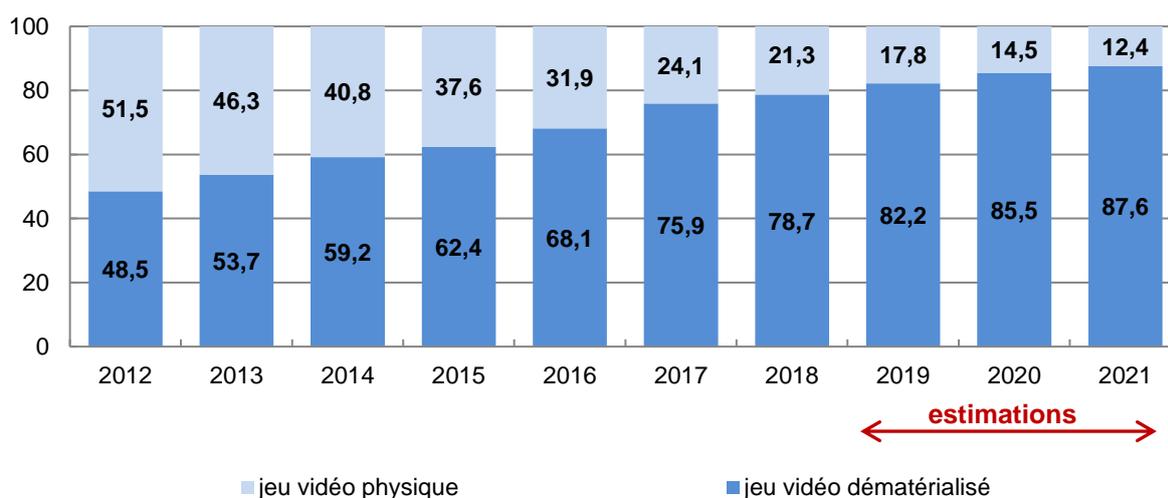
Selon l'IDATE, le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 2 333,7 M€ HT en France en 2018 (+15,6 % par rapport à 2017), soit 78,7 % du marché total des jeux vidéo (hors matériel) (75,9 % en 2017). Le chiffre d'affaires des jeux vidéo dématérialisés devrait continuer à progresser dans les prochaines années.

Le jeu mobile sur ordiphone est le principal segment de marché du jeu vidéo dématérialisé en France en 2018 avec une part de marché de 30,4 % (-3,0 points par rapport à 2017) et un chiffre d'affaires de 708,6 M€ HT (+5,3 % par rapport à 2017). Ses recettes pourraient s'élever à plus de 795,1 M€ en 2021.

Selon l'IDATE, la vente dématérialisée de jeux vidéo pour consoles de salon représente plus de la moitié des recettes totales de la vente de jeux vidéo pour consoles de salon en 2018 (51,7 % contre 42,2 % en 2017). En 2021, 71,4 % du chiffre d'affaires des jeux vidéo pour consoles de salon pourraient provenir des ventes de jeux dématérialisés. La vente dématérialisée pour consoles portables constitue 46,8 % du chiffre d'affaires des jeux pour consoles portables en 2018 selon l'IDATE.

Le jeu sur ordinateur est d'ores et déjà largement dématérialisé. En effet, 94,5 % du chiffre d'affaires des jeux sur ordinateur en 2018 provient de la vente dématérialisée. L'IDATE estime que 96,6 % des ventes de jeux pour ordinateur pourraient être dématérialisées en France en 2021.

Évolution prévisionnelle du chiffre d'affaires du jeu vidéo en France (% du chiffre d'affaires)



Source : IDATE.

D. L'hyper-croissance des jeux sur mobile

Le développement du jeu en mobilité constitue une autre caractéristique essentielle du marché. Ainsi, les jeux vidéo pour ordiphone et tablette, disponibles uniquement sous forme dématérialisée et qui proposent de nouvelles expériences de jeu à des prix très attractifs, continuent leur progression. Selon l'IDATE, le marché français du jeu mobile s'établit au global à 999,0 M€ en 2018, en hausse de 5,6 % par rapport à 2017 et en hausse de 41,6 % en cinq ans. Les jeux vidéo pour ordiphone représentent 708,6 M€ de recettes HT en 2018 (+5,3 % par rapport à 2017) tandis que les jeux vidéo pour tablette sont en augmentation de 6,2 % à 290,4 M€.

Le marché des jeux vidéo dématérialisés pour console portable voit ses revenus diminuer de 13,5 % entre 2017 et 2018, à 31,1 M€ HT. Selon l'IDATE, les revenus de la vente dématérialisée de jeux pour console portable pourraient atteindre 22,6 M€ en 2021. Ils représenteraient 64,1 % du chiffre d'affaires des jeux pour console portable sur le marché français en 2018.

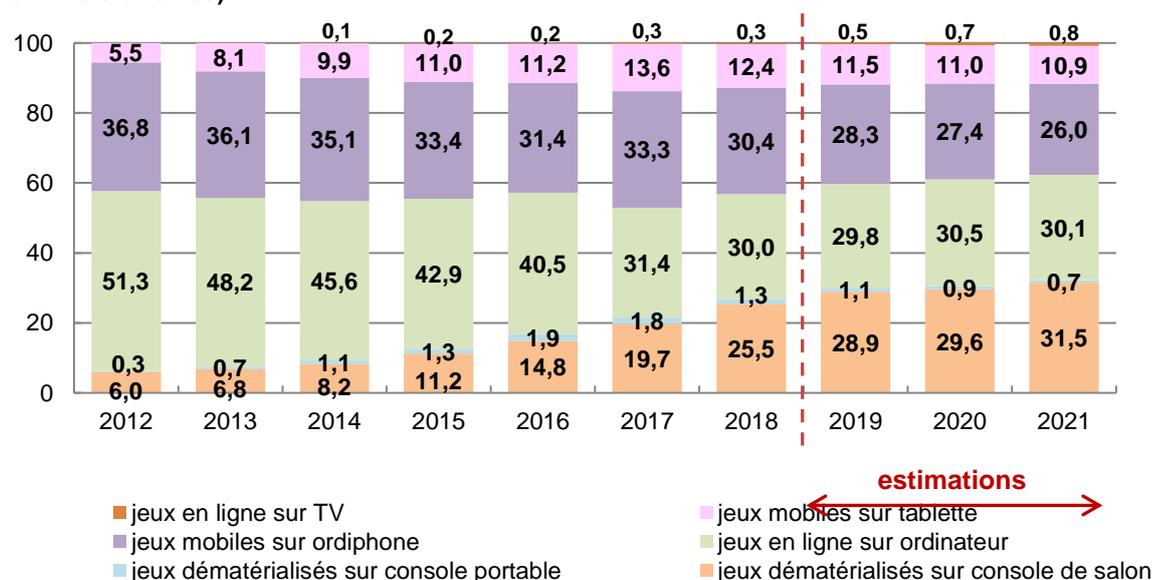
Estimation du marché français des jeux vidéo dématérialisés¹ (M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
jeux dématérialisés sur console de salon	74,7	122,8	205,3	316,7	397,7	595,0
jeux dématérialisés sur console portable	9,4	17,2	24,1	38,0	35,9	31,1
jeux en ligne sur ordinateur	417,3	459,9	513,8	566,3	633,0	700,7
jeux mobiles	584,3	705,5	815,3	889,8	946,2	999,0
dont :						
jeux pour ordiphones	468,3	538,8	598,3	638,7	672,6	708,6
jeux pour tablettes	116,0	166,7	216,9	251,0	273,5	290,4
total jeu vidéo dématérialisé	1 086,1	1 307,0	1 561,3	1 815,0	2 018,4	2 333,7
total marché du jeu vidéo	2 021,2	2 206,9	2 502,0	2 665,2	3 412,5	3 619,1
évolution du marché dématérialisé	+22,2	+20,3	+19,5	+16,2	+11,2	+15,6
part du marché dématérialisé dans le marché total	53,7	59,2	62,4	68,1	75,9	78,7 %

¹ Hors taxes.

Source : IDATE.

Répartition prévisionnelle du marché du jeu vidéo dématérialisé en France selon le support (% du chiffre d'affaires)



Source : IDATE.

E. Classement des meilleures ventes en 2018

En 2018, deux jeux vidéo s'imposent parmi les trois premiers biens culturels physiques (livre, DVD/Blu-ray, CD, jeux vidéo) les plus vendus en France. *FIFA 2019* se place ainsi en deuxième position du classement des meilleures ventes en volume de biens culturels physiques derrière l'album de Johnny Hallyday *Mon pays c'est l'amour* et devant le jeu vidéo *Red Dead Redemption II*. En 2018, le classement des meilleures ventes en volume de jeux vidéo physiques est dominé par *FIFA 2019*, avec 1,3 million d'unités vendues toutes plateformes confondues (1,4 million d'unités vendues en 2017 pour *FIFA 2018*). *FIFA 2018* fait toujours partie du TOP 20 et se place à la treizième position en 2018 avec plus de 260 000 unités vendues. La suite du classement laisse apparaître de grandes franchises historiques : *Call of Duty : Black Ops 4*, *Mario Kart 8*, *Assassin's Creed Odyssey* et *The Legend of Zelda : Breath of the wild*. Le marché des jeux vidéo demeure concentré. En 2018, les 20 meilleures ventes de jeux vidéo physiques génèrent 44,7 % du marché du jeu vidéo physique en volume (40,9 % en 2017).

Meilleures ventes de jeux vidéo physiques en volume en 2018

	label	unités vendues ¹ (milliers)
1	<i>FIFA 19</i>	1 269,1
2	<i>Red Dead Redemption 2</i>	1 027,7
3	<i>Call of Duty : Black Ops 4</i>	587,7
4	<i>Mario Kart 8</i>	532,7
5	<i>Super Mario Party</i>	364,1
6	<i>Marvel's Spider-man</i>	362,8
7	<i>Super Mario Odyssey</i>	335,4
8	<i>Assassin's Creed Odyssey</i>	330,7
9	<i>Super Smash Bros Ultimate</i>	307,0
10	<i>God of War</i>	305,2
11	<i>Far Cry 5</i>	285,1
12	<i>Minecraft</i>	264,9
13	<i>FIFA 18</i>	263,0
14	<i>The Legend of Zelda : Breath of the wild</i>	261,5
15	<i>Splatoon 2</i>	257,1
16	<i>Pokemon Let's go Pikachu</i>	242,6
17	<i>Dragon Ball : Fighterz</i>	234,7
18	<i>Crash Bandicoot – N. Sane Trilogy</i>	221,1
19	<i>Shadow of the Tomb Raider</i>	175,4
20	<i>Donkey Kong Country : Tropical Freeze</i>	170,2

¹ Toutes plateformes confondues.

Source : CNC – GfK.

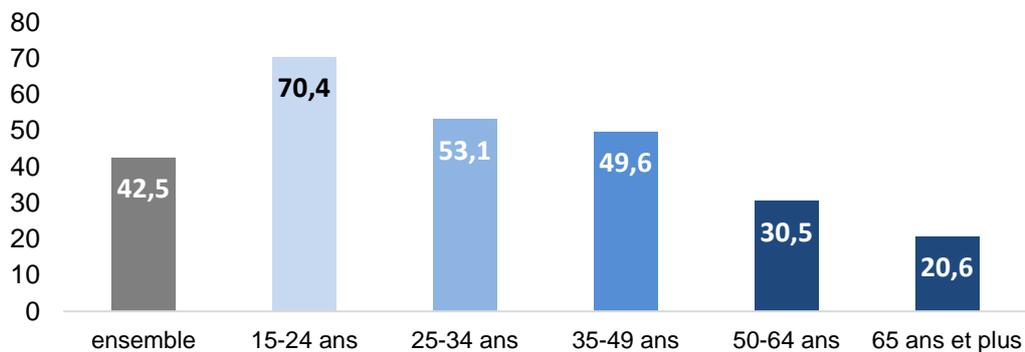
F. De nouvelles perspectives pour le secteur

Le marché du jeu vidéo bénéficie de nombreuses perspectives d'évolution avec l'arrivée et le développement de nouvelles technologies avec notamment la réalité virtuelle, le *streaming* et le *cloud gaming*.

D'après un sondage réalisé par l'IFOP pour le CNC au mois de février 2019, 93,4 % des Français âgés de 15 à 65 ans connaissent le terme « réalité virtuelle », soit une hausse de 4 points par rapport à 2016. Cette notoriété est variable selon les profils puisque 70 % des 15-24 ans connaissent l'expression « VR », 52,2 % des hommes et 59,3 % des joueurs réguliers.

Par ailleurs, d'après le baromètre du SNJV, 20 % des studios de développement en France travaillent sur un projet de jeux en réalité artificielle (réalité virtuelle, réalité augmentée...).

Notoriété de l'expression « VR » en 2019 (%)



Q1. Est-ce que vous connaissez les termes suivants ? « VR »
Source : CNC – IFOP.

En termes d'équipements, 6,5 % des Français possèdent un casque de réalité virtuelle en 2019, contre 2,0 % en 2016. Par ailleurs, 40,1 % des Français ont déjà eu une expérience en réalité virtuelle. Ce taux est plus élevé chez les cibles jeunes : plus de la moitié des 15-34 ans (52,7 %) a déjà eu une expérience en réalité virtuelle.

III. Evolution des ventes sur support physique

A. Evolution des ventes selon la nationalité

1. Ventes de jeux vidéo physiques en volume

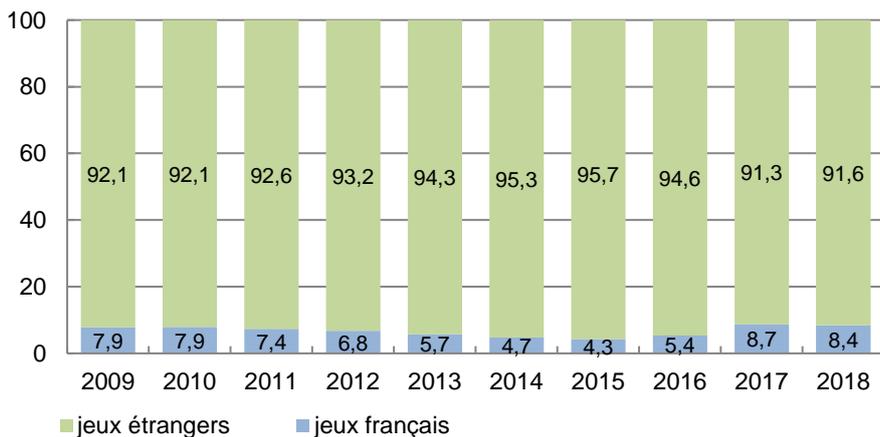
Les ventes en volume de jeux vidéo sur support physique diminuent (-7,2 % par rapport à 2017, contre -2,3 % en 2017 par rapport à 2016). En 2018, 17,5 millions de jeux vidéo sur support physique se sont vendus en France. Les volumes des jeux français reculent (-10,6 % en volume par rapport à 2017) et ceux des jeux d'origine étrangère diminuent (-6,9 %). Les jeux d'origine étrangère totalisent 91,6 % des volumes vendus en 2018 (91,3 % en 2017), contre 8,4 % pour les jeux français (8,7 % en 2017).

Ventes de jeux vidéo sur support physique selon la nationalité des jeux vidéo (millions d'unités)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
jeux français	3,2	3,0	2,5	2,0	1,5	1,1	0,9	1,0	1,6	1,5	-10,6 %
jeux étrangers	37,5	34,7	31,7	27,0	24,6	21,1	19,9	18,2	17,2	16,0	-6,9 %
total	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	17,5	-7,2 %

Source : CNC – GfK.

Répartition des volumes de vente selon la nationalité des jeux vidéo (%)



Source : CNC – GfK.

2. Ventes de jeux vidéo physiques en valeur

En 2018, le marché des ventes TTC de jeux vidéo physique connaît une diminution (-2,1 %). Le marché demeure pour la cinquième fois sous la barre du milliard d'euros à 786,2 M€. Le marché est touché par le développement de nouvelles habitudes de jeu avec la dématérialisation et la mobilité, pratiquées hors supports de jeux historiques (sur tablette et ordiphone notamment). Selon les estimations de l'IDATE (détaillées page 11), le marché physique représente 21,3 % du marché du jeu vidéo en France en 2018.

Les revenus issus de la vente de jeux français reculent de 10,7 % en 2018 et les ventes de jeux étrangers baissent de 1,2 %. La part de marché en valeur des jeux d'origine française atteint 8,7 % en 2018, soit le deuxième plus haut niveau de la décennie. Celle des jeux étrangers atteint 91,3 %.

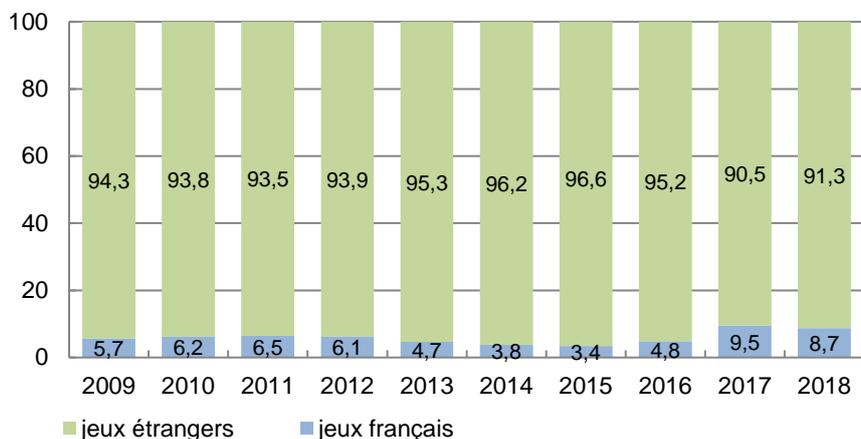
Ventes¹ en valeur de jeux vidéo sur support physique selon la nationalité des jeux vidéo (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol.
jeux français	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,2	37,8	76,3	68,2	-10,7 %
jeux étrangers	1 421,9	1 317,3	1 191,4	1 033,4	966,8	849,6	824,3	754,8	726,7	718,1	-1,2 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes en valeur selon la nationalité des jeux vidéo (%)

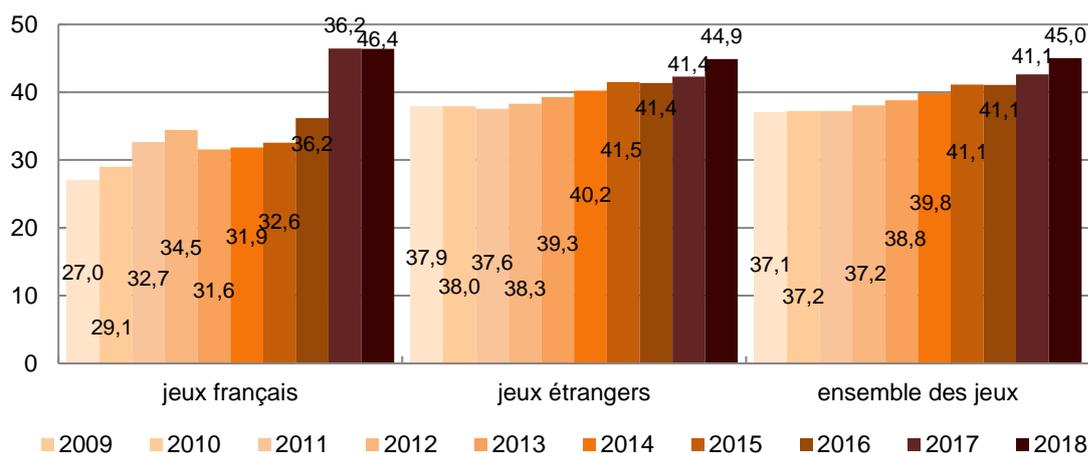


Source : CNC – GfK.

3. Prix moyen des jeux vidéo physiques

En 2018, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » est en hausse à 45,03 €, soit 2,37 € de plus qu'en 2017. Le prix moyen des jeux français progresse à 46,39 € (46,43 € en 2017), ainsi que celui des jeux étrangers à 44,90 € (42,30 € en 2017). L'écart de prix entre jeux étrangers et jeux français se réduit. Pour la deuxième fois consécutive, les jeux vidéo français se vendent plus cher que les jeux vidéo étrangers (46,39 € contre 44,90 € pour les jeux vidéo étrangers).

Prix moyen¹ des jeux vidéo selon la nationalité² (€)



¹ Prix moyen calculé hors « bundles », c'est-à-dire des coffrets contenant plusieurs jeux réunis dans le cadre d'une offre.

² Y compris les offres promotionnelles multi plateformes.

Source : CNC – GfK.

B. Evolution des ventes selon le type de console

1. Ventes de jeux vidéo physiques en volume

En 2018, tous les types de supports affichent des volumes de vente en baisse, excepté ceux destinés à la Nintendo Switch. La plus forte diminution touche les jeux vidéo pour console portable, dont les ventes reculent de 51,9 % à 1,5 million d'unités. Les ventes de jeux pour ordinateur diminuent de 47,3 % à 0,4 million d'unités. Les ventes de jeux pour console de salon diminuent de 15,7 % à 10,4 millions d'unités, couvrant toujours une part de marché majoritaire, avec 59,3 % du volume des jeux vidéo physiques vendus en 2018 contre 52,8 % en 2009.

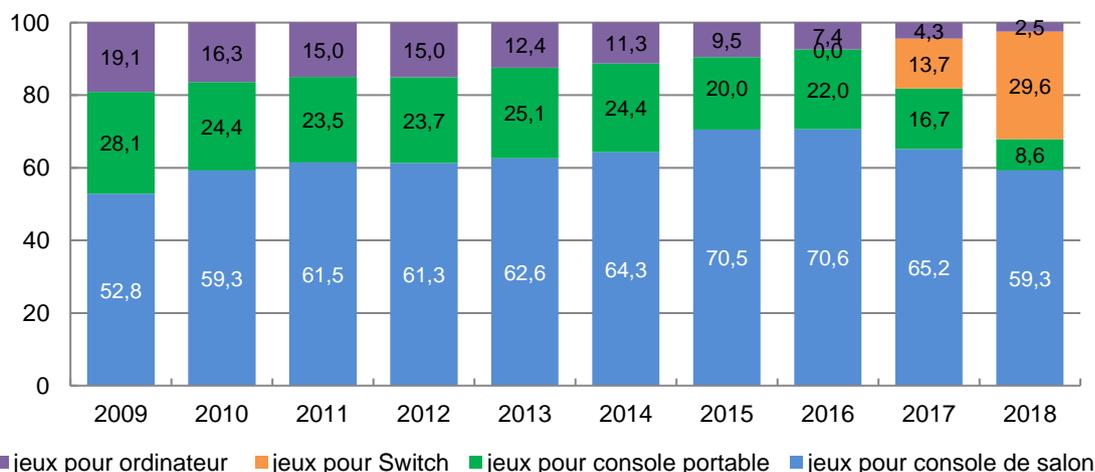
Il convient de rappeler le succès de la sortie de la Nintendo Switch en mars 2017, console hybride pouvant être utilisée comme une console de jeux de salon et comme une console de jeux portable. Le nombre d'unités vendues de jeux pour la Switch en 2018 a été multiplié par deux à 5,2 millions d'unités, contre 2,6 millions d'unités en 2017.

Ventes de jeux vidéo sur support physique selon le support de lecture (millions d'unités)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
jeux pour console de salon	21,5	22,4	21,1	17,7	16,3	14,2	14,6	13,6	12,3	10,4	-15,7 %
jeux pour console portable	11,4	9,2	8,0	6,9	6,5	5,4	4,1	4,3	3,1	1,5	-51,9 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	2,6	5,2	+100,7 %
jeux pour ordinateur	7,8	6,2	5,1	4,3	3,2	2,5	2,0	1,4	0,8	0,4	-47,3 %
total	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	17,5	-7,2 %

Source : CNC – GfK.

Répartition des volumes de vente de jeux vidéo selon le support de lecture (%)



Source : CNC – GfK.

2. Ventes de jeux vidéo physiques en valeur

En 2018, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique baissent pratiquement sur toutes les plateformes traditionnelles de lecture, à l'exception de celles pour Nintendo Switch qui ont quasiment doublé (+93,5 %) pour atteindre 253,9 M€ en 2018. Les ventes de jeux vidéo pour console portable diminuent de 59,0 % à 40,6 M€, celles pour ordinateur reculent de 48,2 % à 10,6 M€, et celles pour console de salon diminuent de 12,8 % à 481,1 M€, représentant 61,2 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques soit 7,5 points de moins qu'en 2017, au profit de la Nintendo Switch dont la part atteint 32,3 % en 2018 contre 16,4 % en 2017.

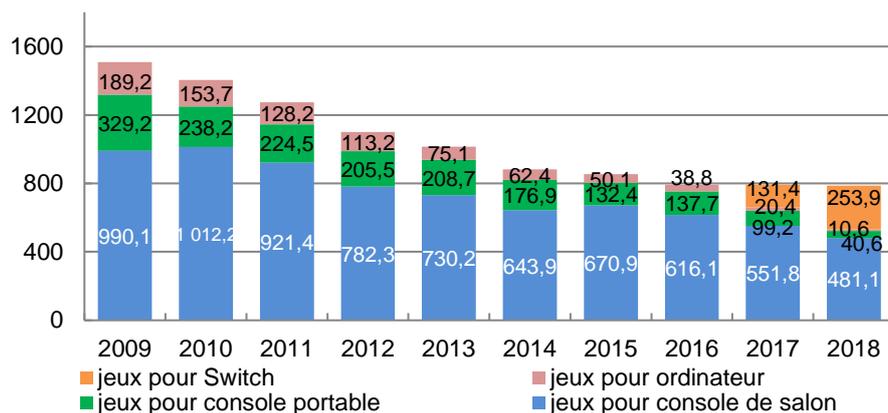
Ventes¹ en valeur de jeux vidéo sur support physique selon le support de lecture (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
jeux pour console de salon	990,1	1 012,2	921,4	782,3	730,2	643,9	670,9	616,1	551,8	481,1	-12,8 %
jeux pour console portable	329,2	238,2	224,5	205,5	208,7	176,9	132,4	137,7	99,2	40,6	-59,0 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	131,4	253,9	+93,3 %
jeux pour ordinateur	189,2	153,7	128,2	113,2	75,1	62,4	50,1	38,8	20,4	10,6	-48,2 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK.

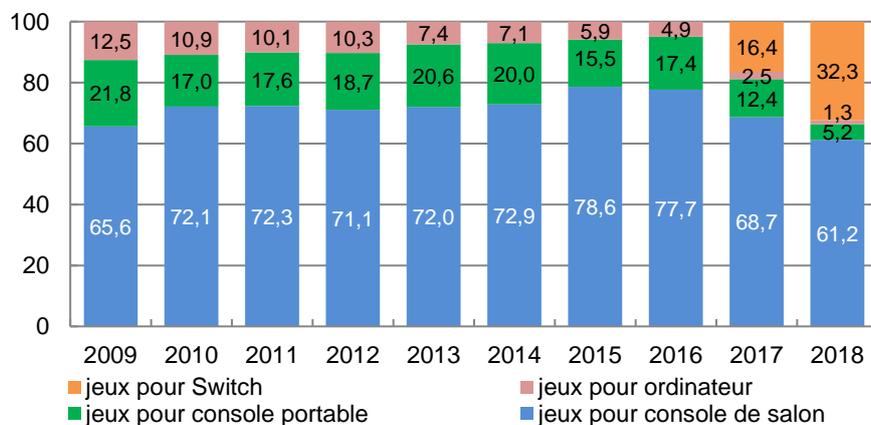
Evolution des ventes¹ en valeur de jeux vidéo physiques selon le support de lecture (M€)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK.

Répartition du chiffre d'affaires des ventes de jeux vidéo physiques selon le support de lecture (%)

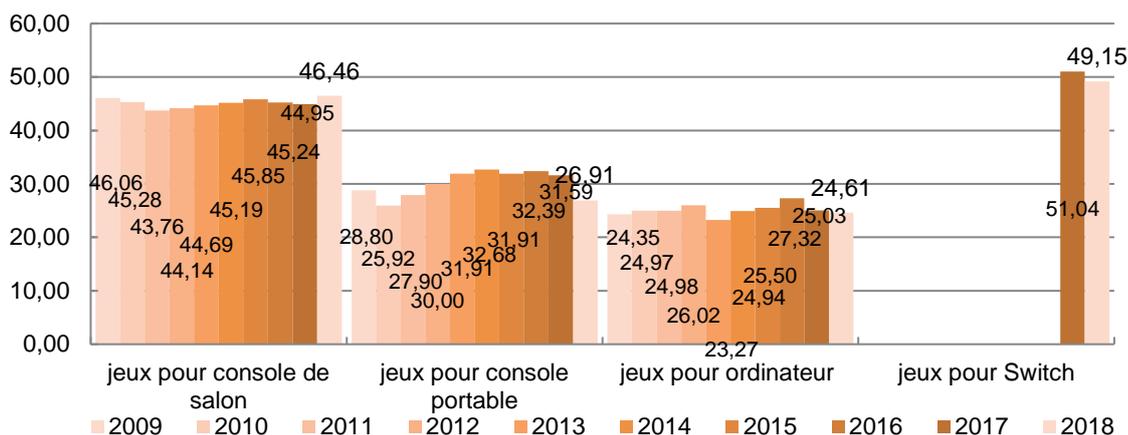


Source : CNC – GfK.

3. Prix moyen des jeux vidéo physiques

En 2018, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support physique diminue à la fois sur console portable, sur ordinateur et sur Nintendo Switch. L'analyse des données met en évidence une forte dispersion des prix selon les supports de lecture. Les jeux pour la nouvelle console hybride Switch constituent les jeux les plus chers du marché avec un prix moyen de 49,15 € en 2018. Les jeux pour console de salon suivent avec un prix moyen de 46,46 € en 2018 (44,95 € en 2017). Viennent ensuite les jeux pour console portable, dont le prix moyen s'établit à 26,91 € en 2018 (31,59 € en 2017). Le prix moyen des jeux pour ordinateur s'élève à 24,61 € en 2018 (25,03 € en 2017).

Prix moyen des jeux vidéo selon le support de lecture¹ (€)



¹ Prix moyen calculé hors « bundles », c'est-à-dire des coffrets contenant plusieurs jeux réunis dans le cadre d'une offre.
Source : CNC – GfK.

4. Evolution des ventes de jeux vidéo physiques selon la nationalité des jeux

Pour la dixième année consécutive, les ventes de jeux étrangers diminuent en valeur, de 1,2 % à 718,1 M€. Cette baisse est plus forte sur les jeux pour console portable qui diminuent de 59,0 % à 40,4 M€. Cette année, les ventes de jeux vidéo français reculent en valeur, de 10,7 % à 68,2 M€. Cette baisse s'observe notamment sur les jeux pour console de salon (-19,3 %) et les jeux pour ordinateur (-36,6 %).

Avec une part de marché de 60,0 % en 2018 (67,4 % en 2017), la console de salon reste de loin le premier support de consommation des jeux vidéo étrangers. Les jeux pour Switch arrivent en deuxième position avec 32,9 % des ventes de jeux vidéo étrangers (16,3 % en 2017), contre 5,6 % pour les jeux pour console portable (13,6 % en 2017) et 1,4 % pour les jeux pour ordinateur (-1,3 point).

Sur le seul périmètre des jeux vidéo français, la part de marché des jeux pour console de salon reste largement majoritaire en 2018, à 73,2 % (81,1 % en 2017). La baisse de la part de marché des jeux pour console de salon en 2018 s'explique par la montée en puissance des jeux pour Switch en 2018. Les jeux vidéo français réalisent 25,8 % de leur chiffre d'affaires sur les Switch et 0,3 % sur les consoles portables contre 0,8 % en 2017. La Switch devient la deuxième console pour les jeux vidéo français. En cinq ans, les ventes en valeur de jeux vidéo français pour console portable ont fortement diminué, passant de 2,2 M€ en 2014 à 0,2 M€ en 2018. Les jeux pour ordinateur sont à l'origine de 0,7 % des recettes en valeur des jeux vidéo français, soit une baisse de 0,2 point par rapport à 2017.

Ventes¹ en valeur de jeux vidéo physiques selon la nationalité et le support de lecture (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
jeux français	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,2	37,8	76,3	68,2	-10,7 %
jeux pour console de salon	39,4	69,4	70,4	59,0	42,0	29,8	26,0	35,4	61,9	49,9	-19,3 %
jeux pour console portable	40,4	12,3	8,4	5,5	3,3	2,2	1,6	0,8	0,6	0,2	-67,0 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	13,1	17,6	+34,6 %
jeux pour ordinateur	6,8	5,1	3,7	3,1	2,0	1,5	1,5	1,6	0,7	0,5	-36,6 %
jeux étrangers	1 421,90	1 317,30	1 191,40	1 033,4	966,8	849,6	824,3	754,8	726,7	718,1	-1,2 %
jeux pour console de salon	950,7	942,8	850,9	723,3	688,2	613,9	644,9	580,7	489,9	431,2	-12,0 %
jeux pour console portable	288,8	225,9	216,0	200,0	205,4	174,7	130,8	136,9	98,6	40,4	-59,0 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	118,3	236,4	+99,8 %
jeux pour ordinateur	182,4	148,6	124,5	110,1	73,2	61,0	48,6	37,2	19,7	10,1	-48,6 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,0	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

¹Ventes toutes taxes comprises (TTC).

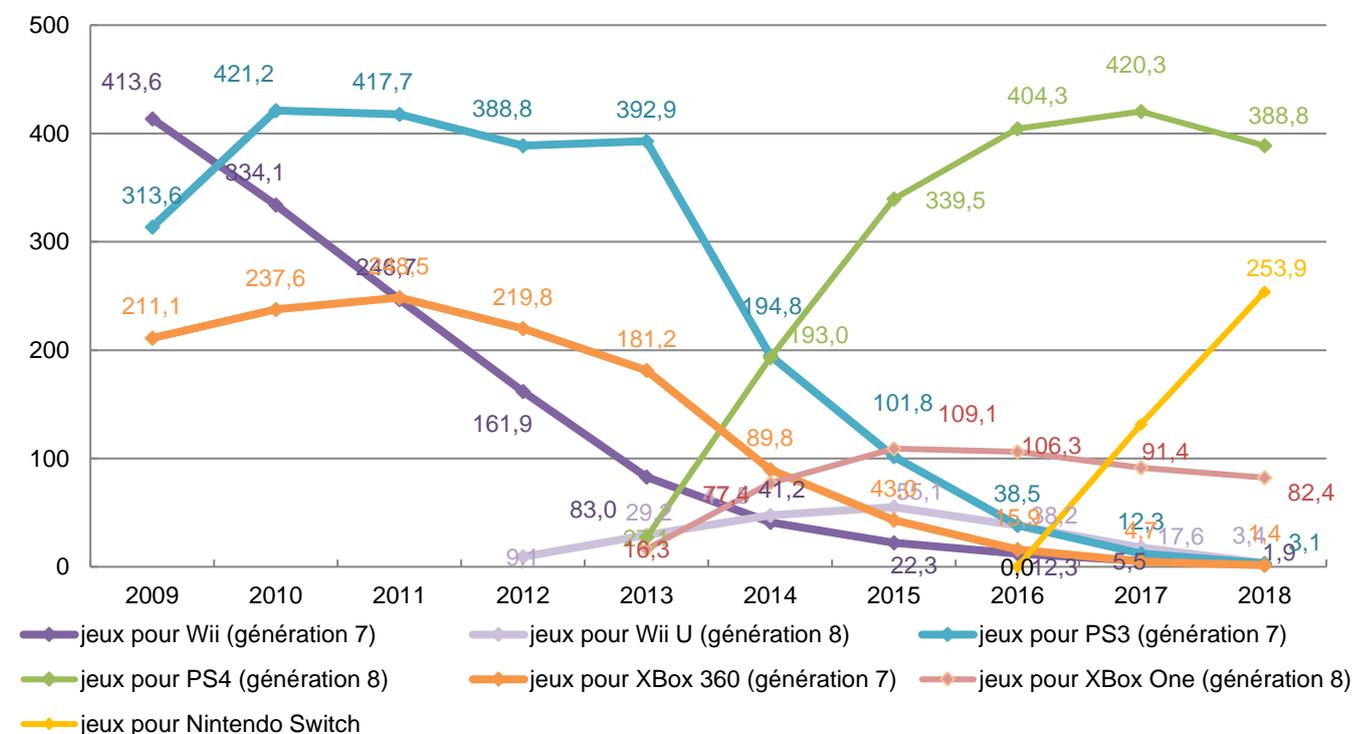
Source : CNC – GfK

C. Evolution des ventes selon les plateformes de lecture

Les jeux vidéo peuvent fonctionner sur plusieurs types de plateformes. Le marché des jeux vidéo sur support physique s'organise traditionnellement autour des consoles de salon, des consoles portables et des ordinateurs. En 2017, est apparue pour la première fois une console de jeu hybride, à la fois de salon et portable : la Nintendo Switch.

En 2017, le marché des jeux vidéo est redynamisé grâce au succès de la Nintendo Switch, sortie en mars 2017, console hybride pouvant être utilisée comme une console de jeux de salon et comme une console de jeux portable. Ce dynamisme est largement maintenu au cours de l'année 2018. En 2018, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles (de salon et portable) de génération 8 captent plus de la moitié (65,5 %) du marché des jeux vidéo physiques, tandis que les jeux pour consoles de génération 7 diminuent largement entre 2017 et 2018 (-71,2 % à 6,6 M€).

Le marché des jeux vidéo physiques pour console de salon (M€)

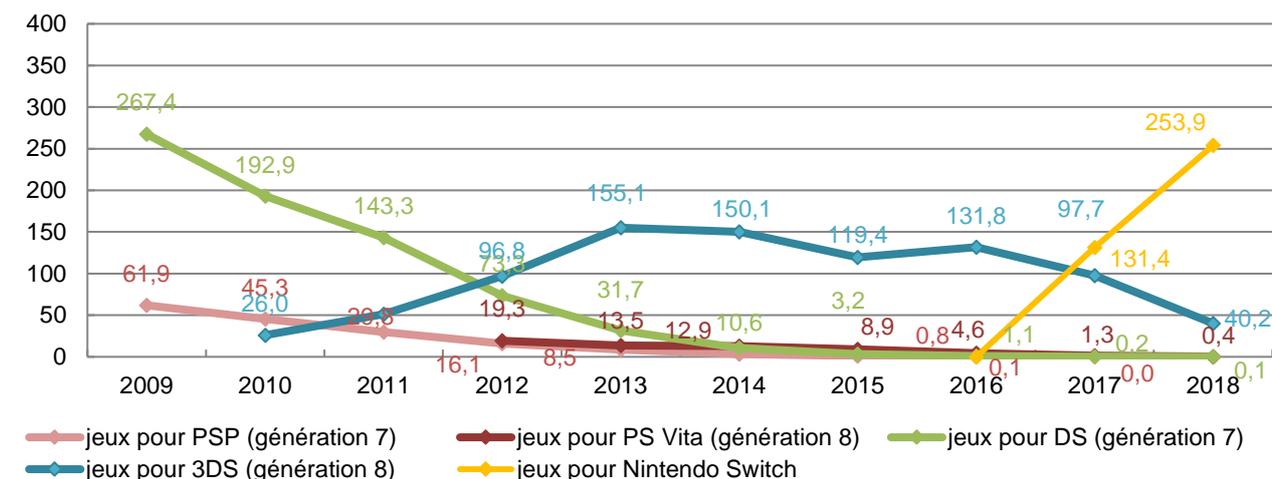


Source : CNC – GfK.

Sur le segment des consoles portables, les jeux vidéo pour 3DS enregistrent en 2018 des recettes de 40,2 M€, en baisse de 58,8 %, pour une part de marché de 5,1 % (12,2 % en 2017). Les ventes de jeux pour la PS Vita de Sony sont quant à elles toujours en recul de 71,0 % à 0,4 M€, comme celles pour la PSP (-72,8 % à 10 000 €).

Les ventes de jeux pour ordinateur reculent de 48,2 % à 10,6 M€ en 2018, pour une part de marché en retrait à 1,3 % (2,5 % en 2017).

Le marché des jeux vidéo physiques pour console portable (M€)



Source : CNC – GfK.

Ventes¹ en valeur de jeux vidéo physiques selon les plateformes de lecture (M€)

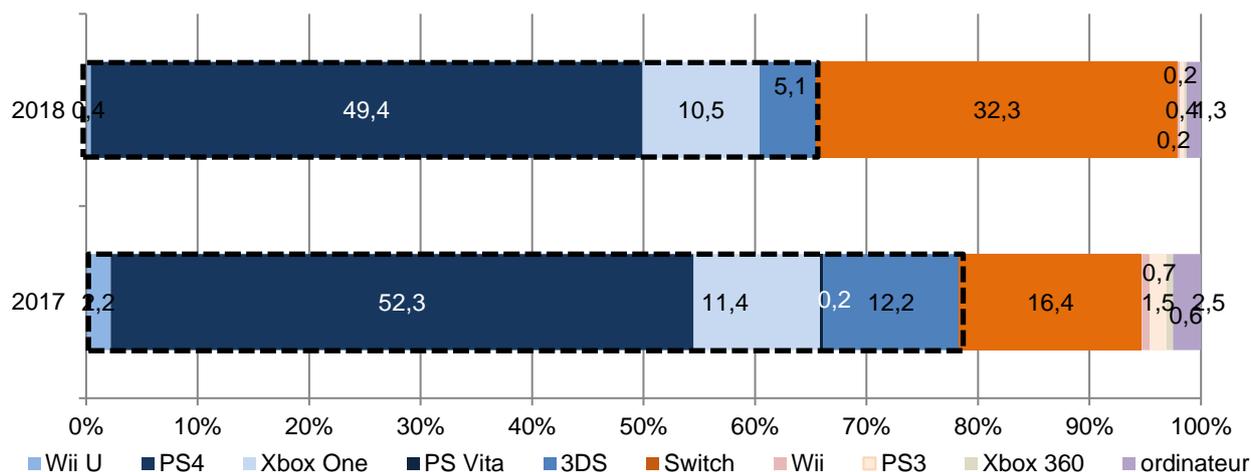
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
jeux pour consoles de salon	990,1	1 012,2	921,4	782,3	730,2	643,8	670,9	616,1	551,8	481,1	-12,8 %
jeux pour Wii	413,6	334,1	246,7	161,9	83,0	41,2	22,3	12,3	5,5	1,9	-65,2 %
jeux pour Wii U	-	-	-	9,1	29,2	47,5	55,1	38,2	17,6	3,4	-80,8 %
jeux pour PS3	313,6	421,2	417,7	388,8	392,9	194,8	101,8	38,5	12,3	3,1	-74,4 %
jeux pour PS4	-	-	-	-	27,1	193,0	339,5	404,3	420,3	388,8	-7,5 %
jeux pour Xbox 360	211,1	237,6	248,5	219,8	181,2	89,8	43,0	15,9	4,7	1,4	-69,6 %
jeux pour Xbox One	-	-	-	-	16,3	77,4	109,1	106,3	91,4	82,4	-9,8 %
jeux pour autres consoles de salon ²	51,9	19,3	8,5	2,7	0,5	0,1	0,1	0,5	0,3	0,0	-95,1 %
jeux pour consoles portables	329,2	238,2	224,5	205,5	208,7	177,0	132,4	137,7	99,2	40,6	-59,0 %
jeux pour PSP	61,9	45,3	29,8	16,1	8,5	3,3	0,8	0,1	0,0	0,0	-72,8 %
jeux pour PS Vita	-	-	-	19,3	13,5	12,9	8,9	4,6	1,3	0,4	-71,0 %
jeux pour DS	267,4	192,9	143,3	73,3	31,7	10,6	3,2	1,1	0,2	0,1	-72,4 %
jeux pour 3DS	-	0,0	51,4	96,8	155,1	150,1	119,5	131,8	97,7	40,2	-58,8 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	131,4	253,9	+93,3 %
jeux pour ordinateur	189,2	153,7	128,2	113,2	75,1	62,5	50,1	38,8	20,4	10,6	-48,2 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² PS2, Xbox, etc.

Source : CNC – GfK.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux vidéo physiques selon la plateforme de lecture (%)



 Consoles de 8^{ème} génération : Wii U, PS4, Xbox One, PS Vita, 3DS, Switch.

L'année suivant sa sortie, la Nintendo Switch conquiert 32,3 % de part de marché. Il s'agit du plus fort bouleversement du marché depuis l'arrivée de la PS4 en novembre 2013.

1. Zoom sur les Ventes de jeux français selon les plateformes de lecture

En 2018, les ventes en valeur de jeux vidéo français pour Wii (-57,1 %) et Wii U (-63,5 %) diminuent moins que les ventes de jeux étrangers pour ces mêmes plateformes (respectivement -84,5 % et -82,4 %).

Avec 38,3 M€ de recettes et 56,2 % de part de marché, les jeux français pour PS4 demeurent le premier segment de vente des jeux vidéo français. Ils sont suivis par les jeux pour Switch (17,6 M€ soit 25,8 % des ventes de jeux français toutes plateformes confondues) et par les jeux pour Xbox One (9,2 M€ soit 13,5 %). Les jeux français représentent à eux seuls plus des trois quarts (86,8 %) du marché des jeux conçus pour Wii (70,3 % en 2017), tandis qu'ils ne génèrent que 9,9 % du revenu des jeux pour PS4 et 1,4 % du revenu des jeux pour PS3.

Entre 2017 et 2018, la part de marché des jeux vidéo français progresse de 16,5 points sur la Wii à 86,8 %. Elle est en hausse sur la Wii U, passant de 8,5 % en 2017 à 16,2 % en 2018 et en progression sur la Xbox 360 (+1,8 point). Sur les autres consoles de salon, la part de marché des jeux français est en légère baisse.

Pour ce qui concerne les consoles portables, c'est sur le segment des jeux pour PS Vita que les jeux français s'arrogent la part de marché la plus élevée. Les jeux français captent 2,4 % du marché des jeux pour PS Vita en 2018 (2,7 % en 2017).

Parts de marché des jeux vidéo français selon les plateformes de lecture (% du chiffre d'affaires toutes nationalités confondues)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
jeux pour console de salon	4,0	6,9	7,6	7,5	5,8	4,6	3,9	5,8	11,2	10,4
jeux pour Wii	8,0	18,1	21,1	22,5	26,4	30,5	37,9	55,8	70,3	86,8
jeux pour Wii U	-	-	-	22,8	12,0	5,2	5,9	8,4	8,5	16,2
jeux pour PS3	0,8	1,8	2,3	2,6	2,7	2,1	2,8	3,3	2,7	1,4
jeux pour PS4	-	-	-	-	-	2,9	2,2	4,6	10,3	9,9
jeux pour Xbox 360	1,2	0,5	3,6	4,7	3,0	3,3	4,2	5,3	6,7	8,5
jeux pour Xbox One	-	-	-	-	2,3	2,8	2,0	4,4	13,8	11,2
jeux pour autres consoles de salon ¹	2,0	1,2	0,9	0,5	0,9	0,8	0,2	0,0	0,2	0,0
jeux pour console portable	12,3	5,2	3,8	2,7	1,6	1,2	1,2	0,6	0,6	0,5
jeux pour PSP	1,2	1,4	0,4	1,1	1,0	1,4	1,3	0,7	0,4	0,5
jeux pour PS Vita	-	-	-	4,8	4,7	2,7	5,1	5,4	2,7	2,4
jeux pour DS	14,8	6,0	2,8	2,4	2,2	4,3	4,5	2,6	4,3	0,0
jeux pour 3DS	-	100,0	8,5	2,7	1,2	0,9	0,8	0,4	0,6	0,5
jeux pour ordinateur	3,6	3,3	2,9	2,7	2,6	2,5	3,1	4,0	3,5	4,3
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	9,9	6,9
total	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5	8,7

¹ PS2, Xbox, etc.

² Game Boy Advance, 3DS.

Source : CNC – GfK.

2. Prix moyen des jeux vidéo physiques selon les plateformes de lecture

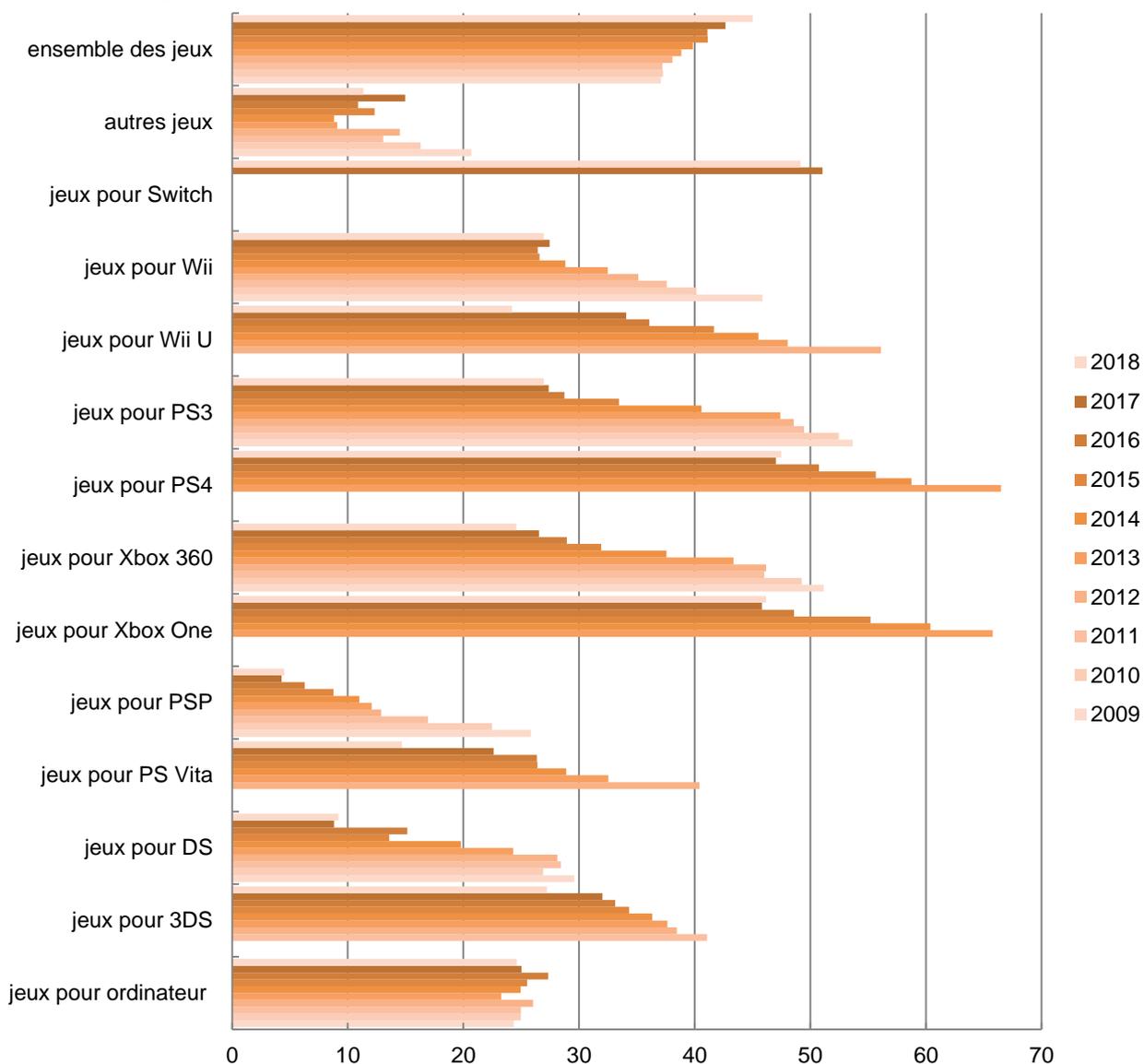
En 2018, le prix moyen unitaire des jeux vidéo diminue sur la plupart des consoles. Sur l'ensemble des jeux, le prix moyen unitaire est en hausse par rapport à 2017 à 45,03 € (+5,6 %). Pour ce qui concerne les consoles de salon, le prix de vente moyen des jeux vidéo diminue sur certaines consoles de 7^{ème} génération : -1,9 % à 26,93 € sur la Wii, -1,6 % à 26,94 € sur la PS3 et progresse sur d'autres : +5,4 % à 4,49 € sur la PSP et +4,2 % sur la DS à 9,19 €. En ce qui concerne les consoles de 8^{ème} génération : +1,0 % à 47,50 € sur la PS4 et +0,8 % à 46,19 € sur la Xbox One. Au global, les jeux pour consoles de salon affichent un prix moyen en hausse à 46,46 € (+3,4 % par rapport à 2017). En 2018, le prix moyen d'un jeu pour console de salon est 1,7 fois supérieur à celui d'un jeu pour console portable (26,91 €, soit une baisse de 14,8 %).

Le prix moyen des jeux vidéo baisse sur la majorité des consoles de salon. La plus touchée est la Wii U, de génération 8, dont le prix recule de 28,9 % à 24,21 € en 2018. Les jeux pour Xbox 360, de génération 7, connaissent une baisse plus mesurée, de 7,4 % à 24,57 €.

Le prix moyen des jeux pour la Switch est en recul de 3,7 % entre 2017 et 2018 à 49,15 €.

Le prix moyen des jeux pour ordinateur recule de 1,7 % en 2018 à 24,61 € (25,03 € en 2017).

Prix moyen des jeux vidéo selon les plateformes de lecture¹ (€)



¹ Prix moyen calculé hors « bundles », c'est-à-dire des coffrets contenant plusieurs jeux réunis dans le cadre d'une offre. Pour les nouvelles consoles (3DS, PS Vita, Wii U, Xbox One, PS4), les données ne sont disponibles qu'à partir de leur année de sortie. Source : CNC – GfK.

D. Evolution des ventes selon les genres

Typologie des genres de jeux vidéo

La diversité des jeux vidéo disponibles et la segmentation du marché ont conduit les professionnels à regrouper les jeux vidéo selon une typologie de genre. La liste qui suit donne une définition des principaux genres de jeux vidéo.

Action / Aventure : l'intérêt prédominant des jeux d'aventure se focalise sur la recherche et l'exploration, les dialogues, la résolution d'énigmes, plutôt que sur les réflexes et l'action. Le joueur peut agir sur l'histoire, certains jeux d'aventures offrent ainsi plusieurs embranchements scénaristiques. En général, la segmentation des jeux regroupe les jeux d'action et les jeux d'aventure.

Compilation : Sont regroupées dans ce segment les compilations de jeux multi-genres.

Course : les jeux de course placent le joueur aux commandes d'un véhicule. Le joueur doit effectuer un nombre déterminé de tours de piste et lutter contre d'autres pilotes, en vue d'obtenir une place sur le podium. Deux sous-genres sont distingués : le jeu de course d'arcade et le jeu de course de simulation.

FPS (First-Person Shooter) : les jeux de tir subjectif sont basés sur une visée et des déplacements où l'environnement est vu à travers les « yeux » du personnage joué. Cette perspective génère une forte identification, accentuée par des graphismes en trois dimensions.

Gestion / Wargames : dans les jeux de gestion, le joueur endosse le rôle d'un personnage qui doit construire et gérer un espace de vie (une ville), de loisir (un parc d'attraction), etc. Les jeux de gestion sont associés aux jeux de guerre dans la segmentation des jeux.

MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game) ou MMO (Massively Multiplayer Online) : jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs. Ce type de jeux exclusivement multi-joueurs innove, notamment, par la mise en place d'univers fonctionnant 24 heures sur 24, appelés « mondes persistants ».

Nouveaux genres : jeux appartenant aux catégories de dressage, élevage, musique, chant, danse, rythme, simulation de métier, « party game ». Les jeux vidéo de rythme sont habituellement des jeux d'arcade dont le but est de suivre une séquence de mouvements ou de maintenir un rythme particulier. Les jeux se pratiquent à l'aide du clavier ou d'une manette de jeu. D'autres jeux de ce segment requièrent un tapis de danse ou la réplique d'un instrument de musique.

Plateforme : Les jeux de plateforme sont caractérisés par des sauts d'une plateforme suspendue à une autre ou au-dessus d'obstacles, ainsi que par divers « pièges » tendus au personnage contrôlé par le joueur.

RPG (Role Playing Game) : les jeux vidéo de rôle s'inspirent des jeux de rôle traditionnels tels que *Donjons & Dragons*. Le joueur incarne un ou plusieurs « aventuriers » qui se spécialisent dans un domaine spécifique (combat, magie, etc.) et qui progressent à l'intérieur d'une intrigue linéaire.

Simulation : les jeux de simulation visent à reproduire de manière réaliste les sensations ressenties aux commandes d'une voiture, d'un avion, d'un tank, d'un train, etc. Ils tiennent compte des lois de la physique, des limites de la réalité et d'un certain nombre de paramètres du comportement propre aux engins pilotés.

Sport : les jeux de sport regroupent de nombreuses disciplines sportives existantes. Ils placent le joueur directement dans l'action ou proposent au joueur de diriger une équipe.

En 2018, les deux premiers genres en volume sont les jeux d'action/aventure et les jeux de sport. Les jeux de plateforme se placent en 3^{ème} position en 2018. Les trois premiers genres représentent ainsi plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo physiques (56,8 % des ventes en volume, contre 55,5 % en 2017). Tous les genres affichent des volumes de vente en recul, hormis les

catégories action/aventure (+19,0 % qui reste largement en tête du marché français avec 5,8 millions d'unités), nouveaux genres (+1,9 % à 0,7 million d'unités), les jeux de combat (+65,9 % à 0,8 million d'unités), les jeux de plateforme (+20,5 % à 2,0 millions d'unités) et les jeux de simulation (+28,0 % à 0,2 million d'unités). Les FPS enregistrent des ventes en baisse de 40,7 % en 2018 (2,0 millions d'unités vendues, contre 3,4 millions en 2017).

Ventes de jeux vidéo sur support physique selon le genre des jeux vidéo (millions d'unités)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
action/aventure	8,5	8,8	7,9	7,2	8,5	6,0	5,3	4,9	4,8	5,8	+19,0 %
jeux de sport	6,5	4,7	4,4	4,2	2,9	2,8	2,6	2,7	2,2	2,2	-3,1 %
plateforme	2,0	2,2	1,8	1,8	1,5	1,2	1,0	1,0	1,7	2,0	+20,5 %
FPS	3,7	3,8	5,0	4,2	3,5	3,4	3,7	3,2	3,4	2,0	-40,7 %
course	3,4	3,2	2,8	2,1	1,8	1,5	1,3	1,1	1,7	1,4	-18,6 %
RPG	2,7	3,1	2,7	2,2	2,5	2,2	2,5	3,0	2,3	1,4	-39,2 %
combat	1,8	1,2	1,0	0,9	0,5	0,8	0,8	0,6	0,5	0,8	+65,9 %
nouveaux genres	3,1	3,3	2,9	2,1	1,3	1,5	1,1	0,8	0,7	0,7	+1,9 %
gestion / wargame	3,7	3,1	2,3	1,6	1,5	1,3	1,1	0,8	0,8	0,7	-17,9 %
simulation	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	+28,0 %
jeux de société	2,6	2,4	1,6	1,2	1,0	0,8	0,5	0,3	0,3	0,1	-49,6 %
compilation	1,0	0,6	0,8	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-34,9 %
MMO games	0,4	0,4	0,2	0,3	0,1	0,1	0,2	0,4	0,1	0,0	-54,8 %
autres	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-82,3 %
total	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	17,5	-7,2 %

Source : CNC – GfK.

En valeur, les trois premiers genres représentent 60,3 % des ventes de jeux vidéo physiques en 2018, contre 59,9 % en 2017. Les jeux d'action/aventure dominent là encore largement le classement, avec des ventes en hausse de 30,6 % à 271,2 M€ en 2018. Les jeux de sport arrivent en seconde position (-4,0 % à 111,1 M€), tirés par le succès de *FIFA 2019*, suivis par les FPS (-41,8 % à 91,5 M€). En 2018, les jeux de plateforme (+32,4 % à 83,1 M€), les jeux de simulation (+45,1 % à 8,8 M€) et les jeux de combat (+86,3 % à 45,4 M€) voient leurs revenus augmenter. Les plus fortes baisses touchent les MMO (-59,1 % à 0,9 M€), les jeux de société (-49,8 % à 3,3 M€) et les RPG (-41,0 % à 51,0 M€).

Ventes¹ en valeur des jeux vidéo sur support physique selon le genre des jeux vidéo (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ²	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
action / aventure	295,2	321,8	277,5	272,6	366,1	248,5	210,2	193,2	207,7	271,2	+30,6 %
jeux de sport	300,0	203,3	190,8	187,2	126,8	139,0	130,2	136,3	115,8	111,1	-4,0 %
FPS	161,2	187,0	249,7	202,6	163,2	159,3	172,9	150,7	157,3	91,5	-41,8 %
plateforme	77,4	81,4	66,6	64,7	55,7	41,2	37,7	31,9	62,8	83,1	+32,4 %
course	122,4	136,0	109,2	77,8	66,3	63,9	55,0	43,4	79,7	64,6	-19,0 %
RPG	92,7	113,2	101,5	88,2	91,7	82,7	111,4	119,4	86,4	51,0	-41,0 %
combat	78,0	44,7	34,2	30,8	16,6	32,0	38,9	26,9	24,3	45,4	+86,3 %
nouveaux genres	128,2	116,3	100,4	67,3	40,4	46,6	36,5	27,0	26,1	30,1	+15,5 %
gestion / wargame	110,2	89,8	65,4	43,9	43,6	34,2	30,7	24,3	26,1	21,9	-16,0 %
simulation	9,7	6,8	9,6	8,9	9,4	8,7	10,3	10,0	6,1	8,8	+45,1 %
jeux de société	73,4	67,7	40,2	31,9	23,9	19,0	8,6	5,2	6,6	3,3	-49,8 %
compilation	24,4	10,0	16,1	8,1	3,5	2,0	2,7	2,4	1,9	3,2	+67,4 %
MMO games	12,6	12,7	5,2	12,2	4,1	4,3	7,6	21,5	2,2	0,9	-59,1 %
autres	4,5	2,4	0,1	0,0	2,5	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0	-91,1 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Données actualisées pour l'année 2014.

Source : CNC – GfK.

1. Zoom sur les ventes de jeux français selon les genres

La répartition des ventes de jeux vidéo français par genre se distingue de celle toutes nationalités confondues. La catégorie « nouveaux genres » (11,2 M€ en 2018) reste de loin le genre français le plus vendu, malgré des recettes en baisse pour la cinquième année consécutive (-7,1 % entre 2017 et 2018). La part de marché des jeux français sur le genre est passée de 46,3 % à 37,2 % en 2018. Malgré des revenus en baisse de 22,4 % pour les jeux français d'action/aventure entre 2017 et 2018 (33,6 M€ en 2018), ils restent à la deuxième place des ventes en valeur de jeux français (12,4 %). À 7,9 M€ en 2018 (+34,9 %), les jeux de course passent en troisième position du classement.

Parts de marché des jeux vidéo français selon les genres (% du chiffre d'affaires toutes nationalités confondues)

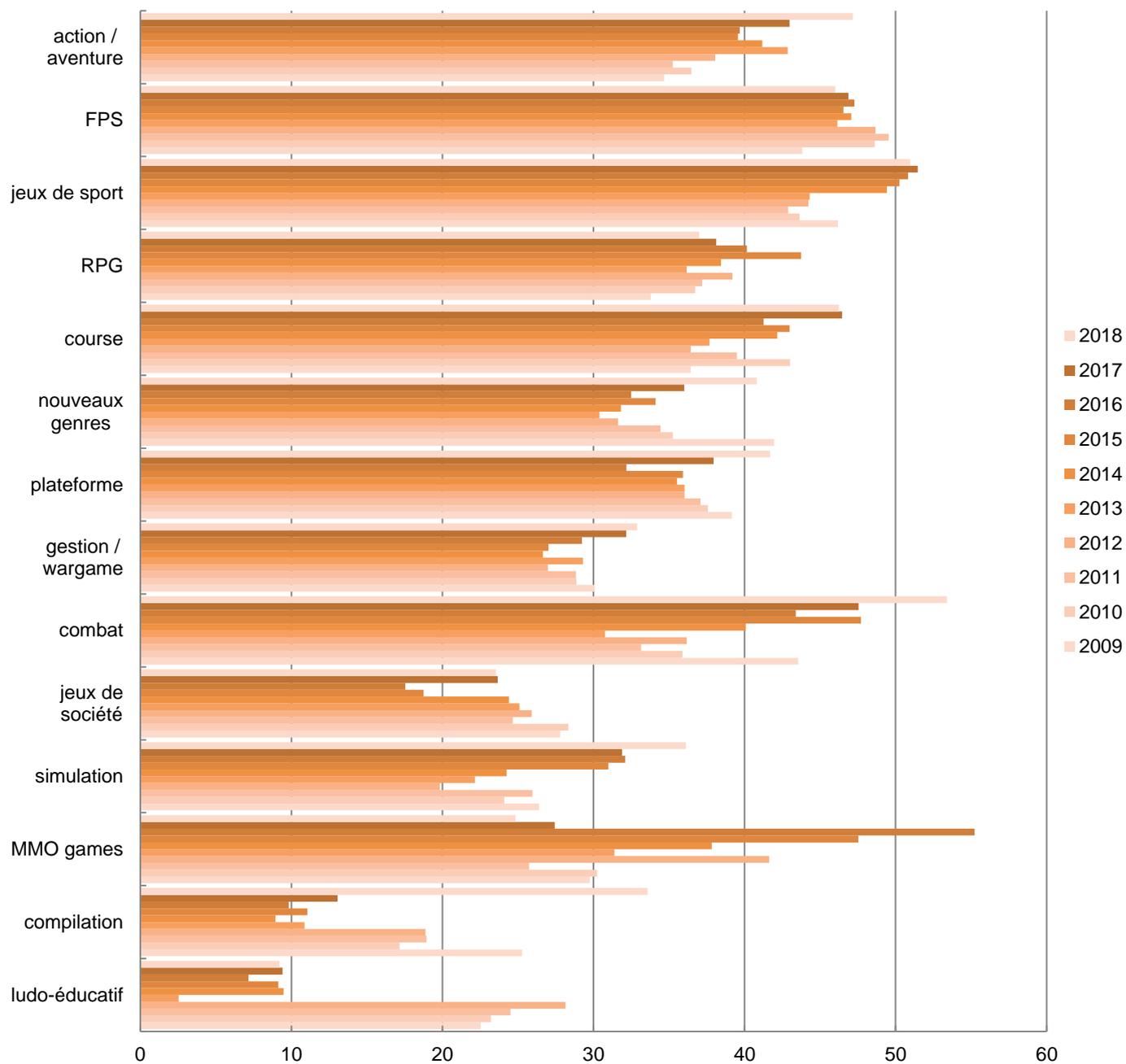
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
action / aventure	7,1	7,2	3,8	3,5	2,6	1,5	0,9	3,6	20,8	12,4
FPS	2,4	1,9	0,6	3,2	0,5	0,2	0,1	0,0	0,0	0,5
jeux de sports	2,5	1,7	1,0	0,4	0,3	0,1	0,5	4,0	3,1	2,8
nouveaux genres	11,1	31,7	42,8	55,2	62,8	35,8	39,0	48,8	46,3	37,2
course	3,6	2,1	5,3	0,8	2,5	10,1	14,5	18,6	7,3	12,2
RPG	3,7	1,0	0,4	1,3	0,5	0,1	0,1	1,3	1,4	4,4
gestion / wargame	9,8	7,4	7,3	5,5	2,1	1,3	2,7	1,2	0,3	0,1
plateforme	17,9	8,0	20,5	14,0	13,3	12,1	7,9	5,9	16,2	11,5
jeux de société	6,0	2,3	1,0	0,3	0,1	0,0	0,4	0,2	0,0	0,0
combat	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
compilation	0,4	0,2	0,8	1,2	2,6	0,5	0,2	0,0	0,0	0,0
simulation	3,4	0,9	0,1	0,9	6,5	5,4	4,7	2,9	0,5	1,5
ludo-éducatif	0,6	0,7	6,2	5,6	6,4	-	-	-	-	-
MMO games	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
autres	52,7	35,9	2,6	0,1	0,1	0,1	-	-	-	-
total	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5	8,7

Source : CNC – GfK.

2. Prix moyen des jeux vidéo physiques selon les genres de jeux vidéo

En 2018, le prix moyen de l'ensemble des jeux vidéo progresse à 45,03 €. Le prix des jeux vidéo varie beaucoup selon les genres étudiés. Les jeux de combat affichent le prix unitaire moyen le plus élevé du marché en 2018, en hausse de 12,3 % à 53,40 €. En deuxième position, les jeux de sport affichent un prix unitaire moyen de 50,97 € (-1,0 % par rapport à 2017), ils sont tirés par *FIFA 2019* et *FIFA 2018*, vendus respectivement à 55,47 € et 43,99 € en moyenne). Le prix des jeux d'action/aventure progresse de 9,8 % à 47,16 € et le prix des jeux de course est stable à 46,25 € (-0,4 %). En 2018, les MMO sont ceux qui enregistrent la plus forte diminution : -9,5 % à 24,84 €.

Prix moyen des jeux vidéo selon les genres¹ (€)



Source : CNC – GfK.

E. Evolution des ventes selon la classification

Les jeux vidéo font l'objet d'une classification en fonction de leur contenu, selon l'âge des publics auxquels ils sont destinés. Cette classification européenne est baptisée PEGI (Pan European Game Information). Elle permet un étiquetage clair des contenus proposés (3+, 7+, 12+, 16+, 18+,...) qui a pour objet d'informer les acheteurs potentiels (en particulier les parents) et d'encadrer l'accès des jeux aux mineurs.

En 2018, les jeux vidéo pour adultes bénéficient d'une part de marché très proche de celle des jeux destinés aux individus de 3 ans et plus, c'est-à-dire accessibles à quasiment tous les joueurs. Ainsi, avec 241,4 M€ de revenus (+2,2 % par rapport à 2017) et 5,0 millions d'unités vendues en 2018 (-4,8 % par rapport à 2017), les jeux conçus pour les 18 ans et plus captent 30,7 % des recettes totales du marché des jeux vidéo sur support physique (+1,3 point par rapport à 2017). Cette part importante s'explique notamment par le succès des franchises *Call of Duty Black Ops 4*, *Red Dead Redemption 2* et *Assassin's Creed Odyssey*.

En 2018, la part de marché des jeux pour les 3 ans et plus s'élève à 31,3 % (-0,3 point par rapport à 2017). 5,5 millions de jeux vidéo destinés aux individus de 3 ans et plus ont été écoulés sur le marché français en 2018, soit un recul de 6,2 % par rapport à 2017. Les revenus de ces jeux sont en baisse à 245,9 M€ (-3,2% par rapport à 2017).

Les jeux 7+ et 12+ et 16+ affichent des volumes en baisse en 2018. Les jeux destinés aux individus de 7 ans et plus reculent de 1,5 % à 3,2 millions de jeux vendus et progressent en valeur avec des recettes en hausse de 9,0 % à 128,5 M€. Les jeux 12+ diminuent en volume à 2,3 millions de jeux venus (-5,9 %) et sont stables en valeur à 104,7 M€ (-0,1 %). Les jeux 16+ reculent de 22,6 % en volume à 1,5 million de jeux vendus et affichent des recettes en baisse à 65,4 M€ (-26,0 %). En 2018, les jeux 7+ représentent une part de marché de 16,3 % (14,7 % en 2017), contre 13,3 % pour les jeux 12+ (13,0 % en 2017) et 8,3 % pour les jeux 16+ (11,0 % en 2017).

Ventes des jeux vidéo sur support physique selon la classification PEGI¹ (millions d'unités)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
3 ans et plus	17,3	14,6	12,5	9,8	8,1	7,6	6,6	6,6	5,9	5,5	-6,2 %
7 ans et plus	4,5	3,6	3,5	3,4	4,0	3,1	2,8	2,8	3,2	3,2	-1,5 %
12 ans et plus	7,1	6,3	5,8	4,9	3,0	2,5	2,3	2,2	2,4	2,3	-5,9 %
16 ans et plus	5,8	5,0	3,7	3,3	2,3	1,6	1,7	1,7	1,9	1,5	-22,6 %
18 ans et plus	4,0	6,0	7,2	6,8	8,2	6,9	6,9	5,8	5,3	5,0	-4,8 %
autres ²	1,9	2,2	1,4	0,8	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0,0	-83,6 %
total	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	17,5	-7,2 %

¹ PEGI (Pan European Game Information) est un système européen de classification des jeux selon l'âge des publics ciblés, destiné aux logiciels de loisirs afin d'informer les consommateurs et d'encadrer la diffusion des jeux vidéo auprès des mineurs.

² Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.

Ventes¹ en valeur de jeux vidéo sur support physique selon la classification PEGI² (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17
3 ans et plus	623,4	511,3	445,8	356,7	304,0	306,0	272,5	267,1	254,0	245,9	-3,2 %
7 ans et plus	161,9	113,3	117,5	121,4	136,8	101,8	89,6	91,2	117,9	128,5	+9,0 %
12 ans et plus	274,0	226,2	199,8	161,0	93,3	89,2	96,5	92,2	104,8	104,7	-0,1 %
16 ans et plus	238,5	203,4	128,0	119,9	75,5	54,0	67,9	78,5	88,3	65,4	-26,0 %
18 ans et plus	175,4	290,4	355,3	328,8	397,6	327,9	323,8	261,2	236,3	241,4	+2,2 %
autres ³	35,4	59,5	27,6	13,1	6,8	4,3	3,2	2,4	1,7	0,4	-78,4 %
total	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	786,2	-2,1 %

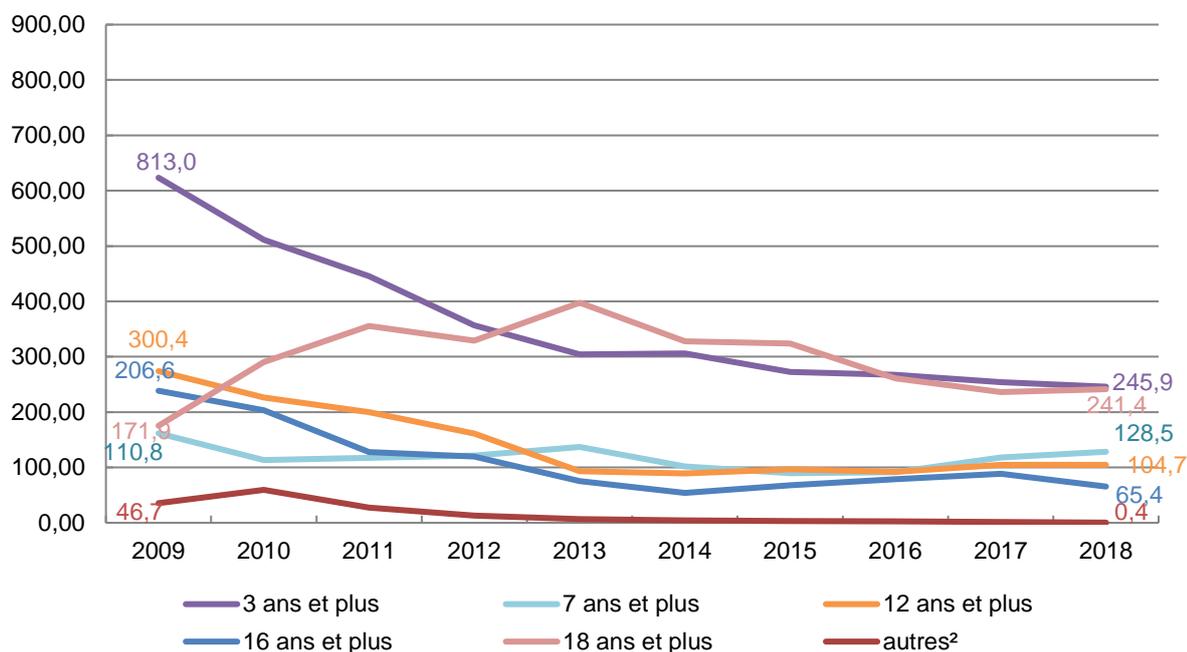
¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² PEGI (Pan European Game Information) est un système européen de classification des jeux selon l'âge des publics ciblés, destiné aux logiciels de loisirs afin d'informer les consommateurs et d'encadrer la diffusion des jeux vidéo auprès des mineurs.

³ Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.

Le marché des jeux vidéo physiques selon la classification PEGI¹ (M€)



¹ PEGI (Pan European Game Information) est un système européen de classification des jeux selon l'âge des publics ciblés, destiné aux logiciels de loisirs afin d'informer les consommateurs et d'encadrer la diffusion des jeux vidéo auprès des mineurs.

² Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.

1. Zoom sur les ventes de jeux français selon la classification

En 2018, la majorité des jeux vidéo français hors-ligne ciblent un large public. Malgré des ventes en baisse de 22,2 % en 2018 à 35,1 M€, les jeux français pour les plus de 18 ans totalisent 51,5 % des recettes totales des jeux français en 2018, soit un pourcentage nettement supérieur à celui qu'ils réalisent sur l'ensemble du marché (30,7 % en 2018).

Les jeux destinés aux 3 ans et plus demeurent en 2018 la seconde catégorie des jeux français les mieux vendus et subissent une baisse de 7,5 % à 14,9 M€, pour une part de marché de 21,9 %. Les ventes des jeux français étiquetés 7+ s'élèvent à 9,8 M€ (-2,3 %) soit 14,4 % du marché des jeux français (13,1 % en 2017). Les ventes des jeux français à destination des 12 ans et plus ont plus que doublé à 7,3 M€ (+136,8 % par rapport à 2017). Les jeux français pour les 16+ enregistrent des revenus en baisse de 46,6 % en 2018 à 1,0 M€.

Parts de marché des jeux vidéo français selon la classification PEGI¹ (% du chiffre d'affaires toutes nationalités confondues)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
3 ans et plus	10,1	10,6	12,3	11,9	9,6	6,5	7,2	7,4	6,4	6,1
7 ans et plus	10,2	13,8	12,5	7,7	5,9	4,8	3,2	2,0	8,5	7,6
12 ans et plus	1,9	1,9	4,5	1,2	0,6	6,2	5,1	3,4	2,9	7,0
16 ans et plus	0,4	2,5	1,4	0,7	2,4	2,0	1,2	2,8	2,2	1,6
18 ans et plus	0,5	2,6	0,6	3,9	1,9	0,6	0,3	4,2	19,1	14,5
autres ²	1,3	0,8	1,0	0,6	0,5	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0
total	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5	8,7

¹ PEGI (Pan European Game Information) est un système européen de classification des jeux selon l'âge des publics ciblés, destiné aux logiciels de loisirs afin d'informer les consommateurs et d'encadrer la diffusion des jeux vidéo auprès des mineurs.

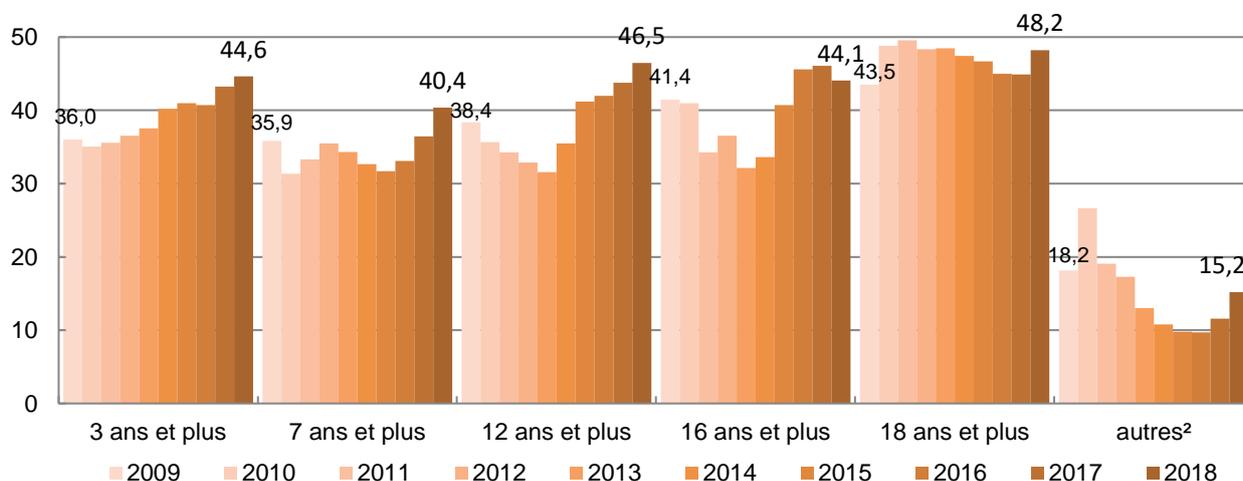
² Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.

2. Prix moyen des jeux selon la classification

Il existe une corrélation entre le prix moyen des jeux vidéo et le système PEGI de classification selon le public ciblé. En effet, les jeux vidéo pour adultes, souvent plus sophistiqués, nécessitent des développements plus complexes. Les trois classifications les plus restrictives pour les joueurs (12, 16+ et 18+) correspondent ainsi aux jeux dont le prix moyen pratiqué par les éditeurs est le plus élevé : 46,48 € pour les jeux 12+ (+6,2 % par rapport à 2017), 44,07 € pour les jeux 16+ (-4,3 %) et 48,21 € pour les jeux 18+ (+7,3 %). Les jeux 18+ sont donc plus les plus chers, suivis des jeux pour les 12 ans et plus. Les jeux pour les 7 ans et plus sont ceux dont le prix de vente moyen est le plus bas (à l'exception des jeux de la catégorie « autres »), en hausse de 10,7 % à 40,36 € en 2018. En 2018, le prix moyen des jeux pour les 3 ans et plus est en hausse de 3,2 % à 44,62 € (43,24 € en 2017).

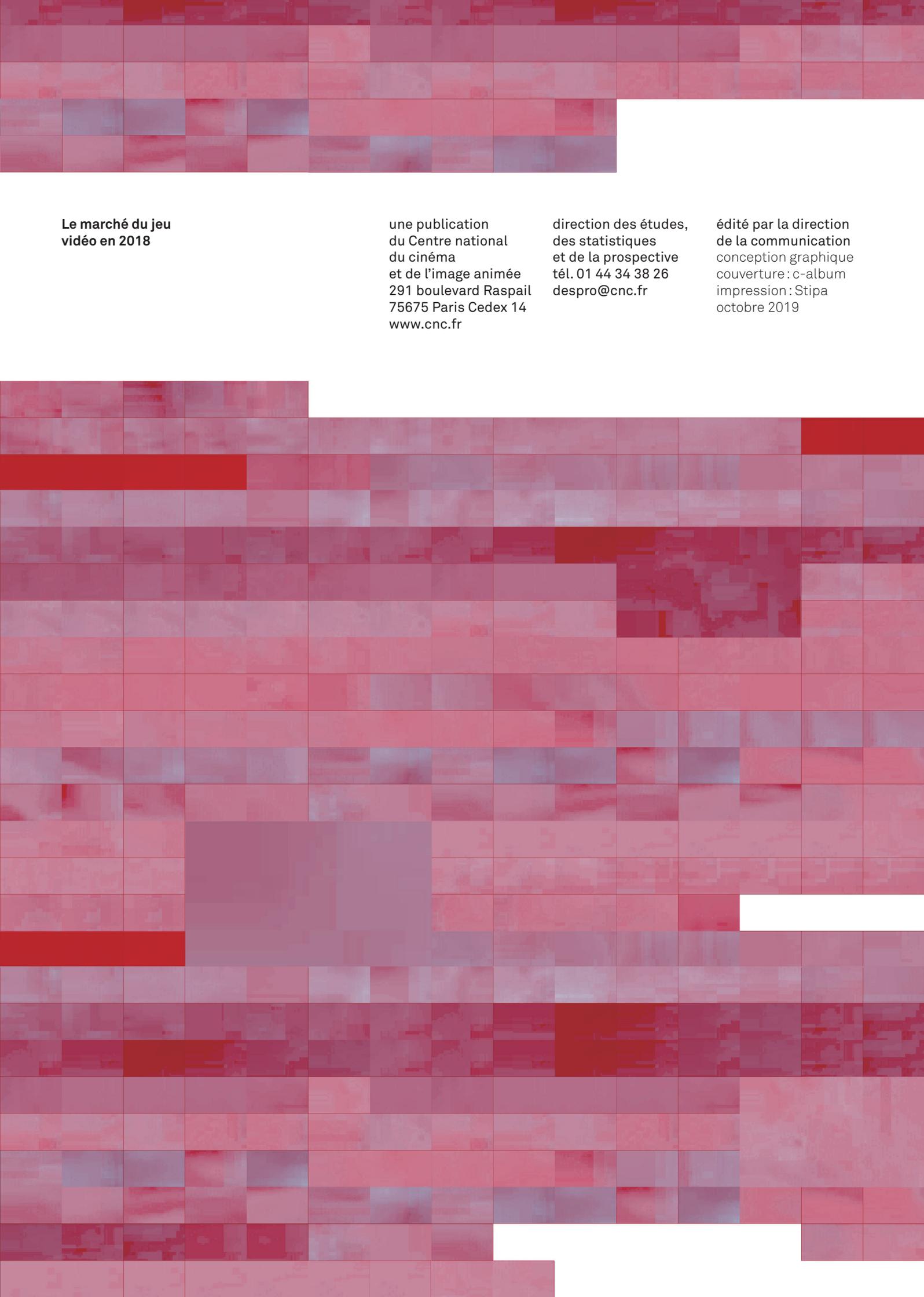
Prix moyen des jeux vidéo selon la classification PEGI¹ (€)



¹ Prix moyen calculé hors « bundles », c'est-à-dire des coffrets contenant plusieurs jeux réunis dans le cadre d'une offre. PEGI (Pan European Game Information) est un système européen de classification des jeux selon l'âge des publics ciblés, destiné aux logiciels de loisirs afin d'informer les consommateurs et d'encadrer la diffusion des jeux vidéo auprès des mineurs.

² Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.



**Le marché du jeu
vidéo en 2018**

une publication
du Centre national
du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
impression : Stipa
octobre 2019