



les études du CNC
octobre 2018

Le marché
du jeu vidéo
en 2017

Cette étude a été réalisée par :



GfK Consumer Choices
Rémi Gironnay, Jean-François Boone
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
Benôit 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
SYNTHESE	7
I. DONNEES DE CADRAGE	9
II. LE MARCHE DU JEU VIDEO EN FRANCE : PRINCIPALES TENDANCES	10
III. EVOLUTION DES VENTES SUR SUPPORT PHYSIQUE	15
A. Evolution des ventes selon la nationalité	15
B. Evolution des ventes selon le type de console	17
C. Evolution des ventes selon les plateformes de lecture	20
D. Evolution des ventes selon les genres	26
E. Evolution des ventes selon la classification	31

Objectifs et méthodologie

Pour la huitième 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.

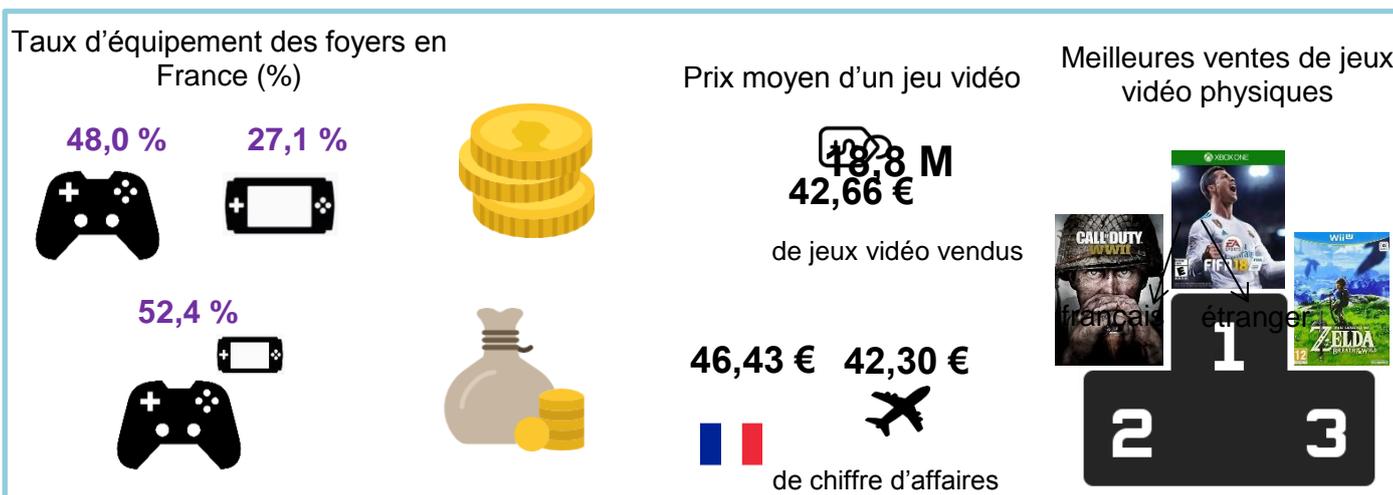
Le marché du jeu vidéo dématérialisé ne pouvant être mesuré avec précision à ce jour, il fait l'objet d'estimations par l'IDATE. L'institut estime les ventes hors taxes de jeux vidéo dématérialisés pour consoles de salon, consoles portables, ordinateurs individuels et terminaux mobiles (ordiphones et 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 2017

Le jeu vidéo dématérialisé



Le marché des jeux vidéo sur support physique



Les genres de jeux vidéo sur support physique

Classement des genres en valeur	Prix moyen selon le genre	
	Genre	Prix
<p>1 Action/ Aventure</p> <p>2 FPS</p> <p>3 Jeux de sport</p>	Action/ Aventure	43,9 €
	FPS	45,8 €
	Jeux de sport	51,7 €
	RPG	37,5 €
	Gestion/Wargame	31,6 €
	Plateforme	37,8 €
	Course	46,4 €
	Nouveaux genres	36,0 €
	Jeux de société	23,8 €
	Combat	47,5 €
	Simulation	33,0 €
	MMO games	30,7 €

La classification des jeux vidéo physiques



Synthèse

Pour la huitième 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 plus de 100 Md€ en 2017, soit une progression de 18 % par rapport à l'année précédente d'après le cabinet Newzoo. Le marché français du jeu vidéo représente quant à lui 5 % du marché mondial.

Plus de 3,5 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) génère 3 526,0 M€ HT en 2017, en hausse de 2,5 % par rapport à 2016. Le chiffre d'affaires du jeu vidéo en France en 2017 provient pour près de la moitié (41,3 %) des ventes de consoles de salon. Le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 2 272,1 M€ HT en France en 2017 en progression de 11,5 % par rapport à 2016. Il représente 76,8 % du marché total des jeux vidéo (hors matériel). Le jeu en ligne sur ordinateur est le principal segment de marché du jeu vidéo dématérialisé en France avec une part de marché de 38,8 % et un chiffre d'affaires de 880,7 M€ HT en 2017.

Pour la première fois depuis 10 ans, le marché des jeux vidéo physique progresse

L'arrivée, le 3 mars 2017 de la console hybride Nintendo Switch avec plus de 900 000 consoles vendues en 2017 a fortement dynamisé le marché du jeu vidéo. En dix mois, les jeux vidéo sur Nintendo Switch ont conquis une part de marché de 16 % avec plus de 131,2 M€ de ventes de jeux sur cette plateforme. Il s'agit du plus fort bouleversement du marché depuis l'arrivée de la PS4 en novembre 2013. Au global, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique enregistrent pour la première fois depuis dix ans une hausse de 1,4 % pour atteindre 803,7 M€.

La part de marché des jeux vidéo français est à son plus haut niveau depuis dix ans

En 2017, les revenus issus de la vente de jeux français doublent pour atteindre 76,3 M€ soit le plus haut niveau depuis 6 ans. La forte progression des jeux vidéo français s'explique notamment par le succès de *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands* (13,4 M€ en 2017). La part de marché des jeux d'origine française est en augmentation, pour atteindre 8,7 % soit le plus haut niveau depuis plus de 10 ans. En 2017, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » augmente à 42,66 € (+3,8 %). Pour la première fois depuis 2008, les jeux vidéo français se vendent plus cher que les jeux vidéo étrangers (46,4 € contre 42,3 € pour les jeux vidéo étrangers). Les ventes de jeux étrangers baissent de 3,6 % à 727,4 M€.

Les jeux pour console de salon représentent près de 70 % du chiffre d'affaires du marché

En 2017, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique reculent sur tous les types de consoles à l'exception de celles sur la Nintendo Switch. Les ventes de jeux vidéo sur ordinateur diminuent de 47,8 % à 20,2 M€, celles pour consoles portables baissent de 27,9 % à 99,2 M€ et celles sur consoles de salon diminuent de 10,2 % à 553,0 M€ et représentent 68,8 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques. En 2017, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support

physique diminue à la fois sur console de salon, console portable et ordinateur. Avec un prix moyen de 51,03 €, 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 44,91 € en 2017 et les jeux vidéo pour console portable à 31,58 €. Le prix moyen des jeux pour ordinateur s'élève à 24,97 € en 2017 (-8,6 %).

Les jeux pour console de 8^{ème} génération captent 78,3 % du marché du jeu vidéo physique

En 2017, les jeux conçus pour PS4 sont les seuls à voir leurs revenus augmenter parmi les consoles de salon. Ils progressent ainsi de 4,1 % entre 2016 et 2017. En 2017, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles (de salon et portable) de génération 8 captent plus des trois quarts (78,3 %) du marché des jeux vidéo sur support physique à 629,3 M€.

Les jeux pour PS4 dominent encore une fois le marché français

Les jeux pour PS4 dominent encore une fois le marché français en 2017 avec 421,0 M€ de recettes. Ils sont suivis par les jeux pour Switch dont les ventes atteignent 131,2 M€ et par les jeux pour Xbox One (91,6 M€). En 2017, les ventes de jeux sur Xbox 360 (7^{ème} génération) reculent de 70,5 % en valeur, à 4,7 M€, ainsi que celles des jeux pour Wii U (8^{ème} génération) à 17,6 M€ (-53,8 %). Les jeux français représentent 70,2 % des ventes en valeur de jeux sur Wii en 2017 (55,8 % en 2016).

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 97,7 M€ en 2017, en recul de 25,8 %, pour une part de marché de 12,2 % (16,6 % en 2016). Parmi les succès de la 3DS en 2017 figure notamment *Pokemon Ultra Lune + Soleil* (7^{ème} meilleure vente en volume à la référence en 2017). Les ventes de jeux pour la PS Vita de Sony sont quant à elles toujours en recul de 73,0 % à 1,3 M€, comme celles pour la PSP (-73,5 % à moins de 40 000 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 16,0 % à 224,2 M€ en 2017. Les jeux de FPS (First-Person Shooter : jeux de tirs subjectifs) arrivent en seconde position (-5,9 % à 141,8 M€). Les jeux de sport prennent la 3^{ème} place (-13,8 % à 117,4 M€), tirés cette année par le succès de *FIFA 2018*. En 2017, les jeux de plateforme (+106,1 % à 65,8 M€), les jeux de course (+83,7 % à 79,8 M€) et les jeux de société (+29,2 % à 6,7 M€) voient leurs revenus augmenter.

Les jeux vidéo pour adultes captent 29,2 % du marché des jeux sur support physique

En 2017, les jeux vidéo pour adultes s'arrogent une part de marché très proche de celle des jeux destinés aux individus de 3 ans et plus. Ainsi, avec 234,6 M€ de revenus (-10,2 % par rapport à 2016) et 5,2 millions d'unités vendues en 2017 (-10,0 % par rapport à 2016), les jeux conçus pour les 18 ans et plus captent 29,2 % des recettes totales du marché des jeux vidéo sur support physique. En 2017, la part de marché des jeux pour les 3 ans et plus s'élève à 31,1 % contre 33,7 % en 2016).

I. Données de cadrage

Selon GfK, **52,4 % des foyers français sont équipés en console de jeux en 2017**, contre 52,0 % en 2016 et 50,6 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en console de salon progresse à 48,0 % (+1,9 point par rapport à 2016), alors que le taux d'équipement en console portable diminue à 27,1 % (-2,7 points par rapport à 2016). D'après le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisir (S.E.L.L.) sur la base des données panel GfK, 20,0 millions de consoles de salon et 19,5 millions de consoles portables de la 7^e et 8^e génération étaient installées dans les foyers à la fin de 2017.

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

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

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 une hausse en 2017 (2,9 millions de consoles vendues en 2017 contre 2,2 millions en 2016). En 2017, avec l'arrivée de la Nintendo Switch et de la Xbox One X, les ventes de matériel de jeux vidéo ont progressé. D'après le S.E.L.L., parmi les 2,9 millions de consoles vendues en 2017, 2,5 millions sont des consoles de salon (1,5 million en 2016) et 420 000 sont des consoles portables (732 200 en 2016).

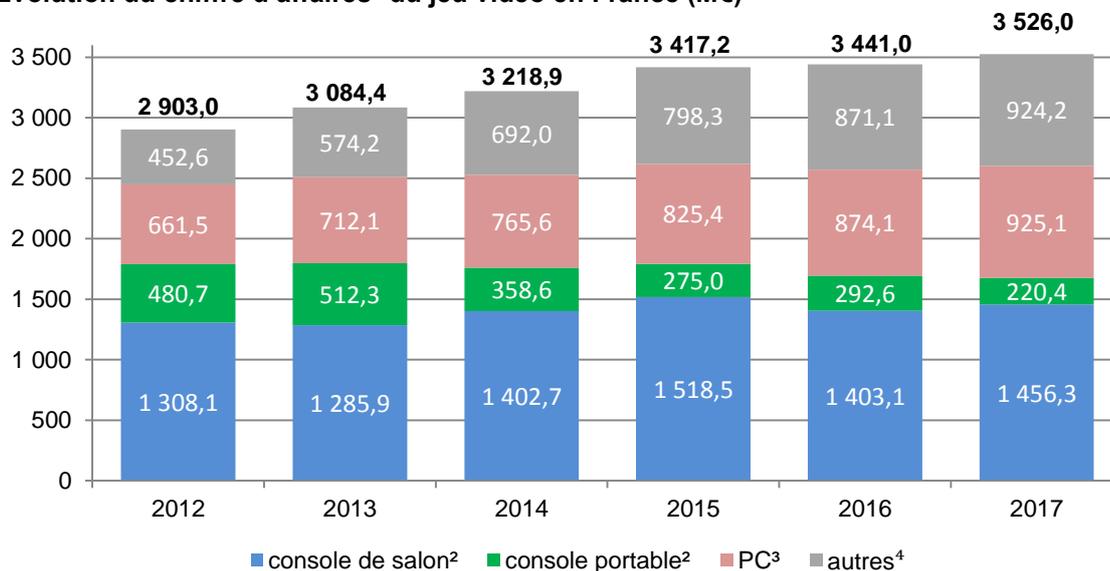
II. Le marché du jeu vidéo en France : principales tendances

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 »).

Plus de 3,5 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 3 526,0 M€ HT en 2017, en hausse de 2,5 % par rapport à 2016 (3 441,0 M€). Le chiffre d'affaires du jeu vidéo en France en 2017 provient pour près de la moitié des ventes de consoles de salon (41,3 %, contre 40,8 % en 2016). Le poids des consoles portables diminue de 2,3 points à 6,3 %, contre 8,5 % en 2016. La part de marché du jeu vidéo sur PC progresse légèrement à 26,2 % (+0,8 point par rapport à 2016). Les autres supports (ordiphones, tablettes, TV en ligne) contribuent à 26,2 % du marché, contre 25,3 % en 2016.

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.

La principale caractéristique du marché du jeu vidéo est la progression importante de la dématérialisation.

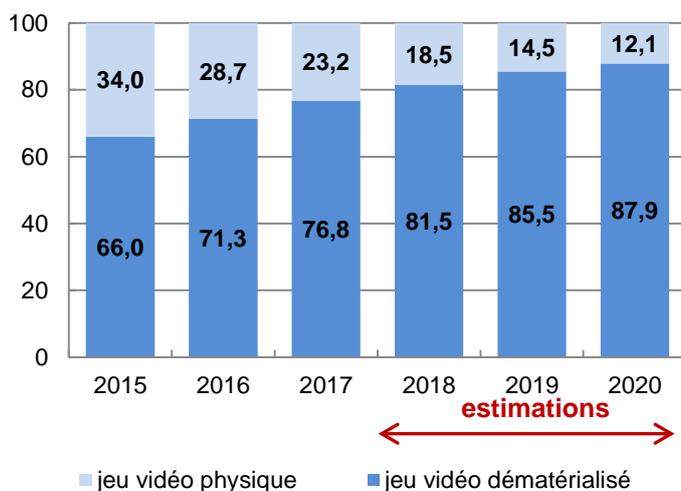
Selon l'IDATE, le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 2 272,1 M€ HT en France en 2017 (+11,5 % par rapport à 2016), soit 76,8 % du marché total des jeux vidéo (hors matériel) (71,3 % en 2016). Le chiffre d'affaires des jeux vidéo dématérialisés devrait continuer à progresser dans les prochaines années.

Le jeu en ligne sur ordinateur est le principal segment de marché du jeu vidéo dématérialisé en France en 2017 avec une part de marché de 38,8 % (-1,7 point par rapport à 2016) et un chiffre d'affaires de 880,7 M€ HT (+6,8 % par rapport à 2016). Ses recettes pourraient s'élever à plus de 900,0 M€ en 2018.

Selon l'IDATE, la vente dématérialisée de jeux vidéo pour console de salon représente plus d'un tiers des recettes totales de la vente de jeux vidéo pour consoles de salon en 2017 (42,2 % contre 32,1 % en 2016). En 2020, 67,4 % du chiffre d'affaires des jeux vidéo pour console de salon pourraient provenir des ventes de jeux dématérialisés. La vente dématérialisée pour console portable constitue 41,3 % du chiffre d'affaires des jeux pour consoles portables en 2017 selon l'IDATE.

Le jeu sur ordinateur est d'ores et déjà largement dématérialisé. En effet, 95,2 % du chiffre d'affaires des jeux sur ordinateur en 2017 provient de la vente dématérialisée. L'IDATE estime que 95,8 % des ventes de jeux pour ordinateur pourraient être dématérialisées en France en 2018 (96,1 % en 2019 et 96,5 % en 2020).

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



Source : IDATE.

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 918,5 M€ en 2017, en hausse de 5,9 % par rapport à 2016. Les jeux vidéo pour ordiphone représentent 669,9 M€ de recettes HT en 2017 (+4,9 % par rapport à 2016) tandis que les jeux vidéo pour tablette sont en augmentation de 9,0 % à 248,7 M€.

Le marché des jeux vidéo dématérialisés pour console portable voit ses revenus se multiplier par 1,4 entre 2016 et 2017, à 53,1 M€ HT. Selon l'IDATE, les revenus de la vente dématérialisée de

jeux pour console portable pourraient atteindre 62,3 M€ en 2018 (soit une hausse de 17,3 % entre 2017 et 2018). Ils représenteraient 60,0 % du chiffre d'affaires des jeux pour console portable sur le marché français en 2018.

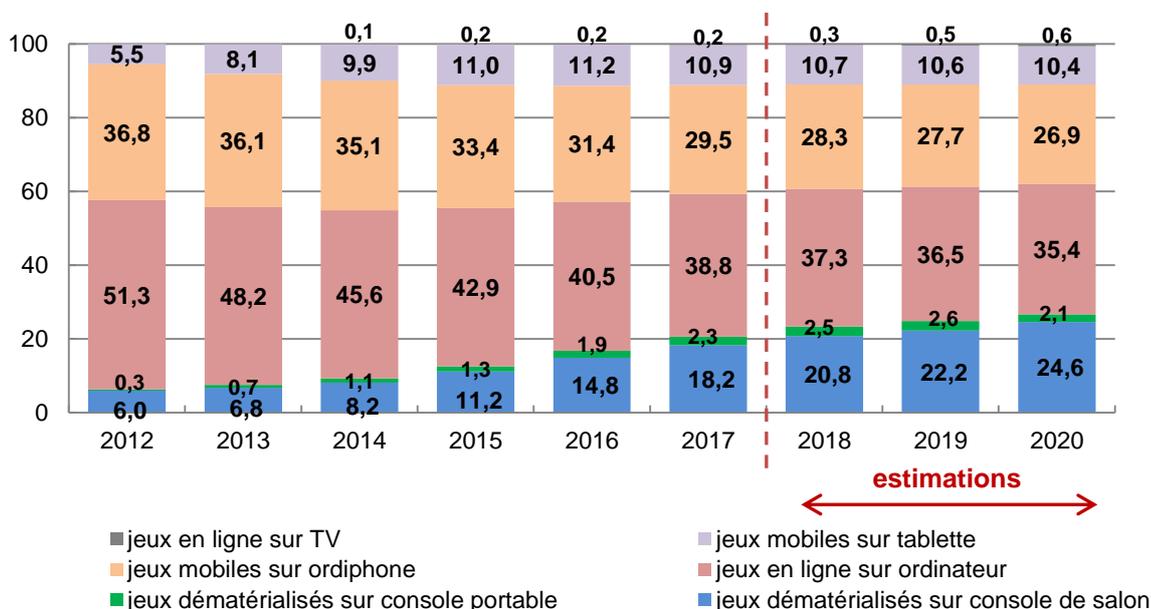
Estimation du marché français des jeux vidéo dématérialisés en 2018¹ (M€)

	2017	2018
jeux dématérialisés sur console de salon	414,2	511,9
jeux dématérialisés sur console portable	53,1	62,3
jeux en ligne sur ordinateur	880,7	917,9
jeux mobiles	918,5	959,7
<i>dont :</i>		
<i>jeux pour ordiphones</i>	669,9	695,7
<i>jeux pour tablettes</i>	248,7	264,0
total jeu vidéo dématérialisé	2 272,1	2 459,8
total marché du jeu vidéo	3 526,0	3 570,8
évolution du marché dématérialisé	+11,5	+8,3 %
part du marché dématérialisé dans le marché total	76,8 %	81,5 %

¹ Hors taxes.

Source : IDATE.

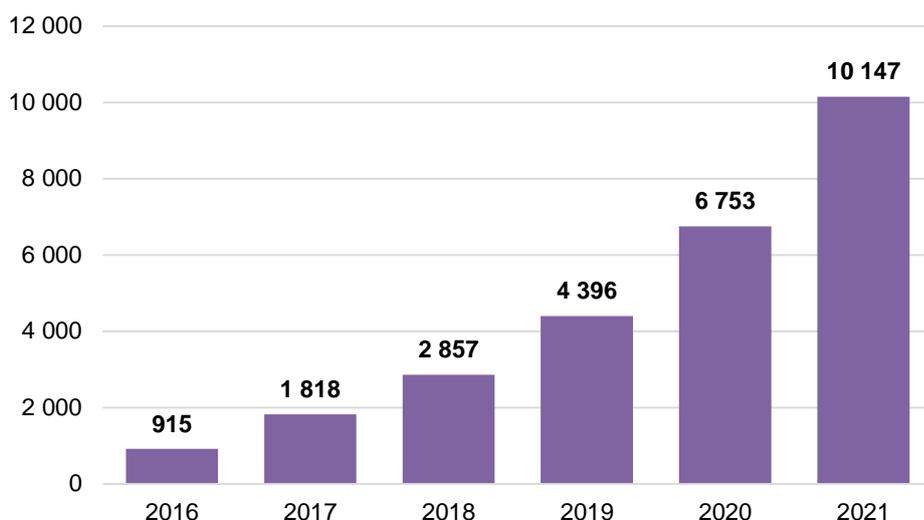
Répartition prévisionnelle du marché du jeu vidéo dématérialisé en France selon le support (% du chiffre d'affaires)



Source : IDATE.

L'équipementier en télécommunication Cisco a conduit une étude sur l'évolution du trafic sur les réseaux haut débit dans le monde sur la période 2016-2021, qui confirme la croissance importante du jeu vidéo en ligne dans le trafic internet. D'après cette étude, la volumétrie du trafic généré par les jeux en ligne va exploser d'ici à 2021, doublant en passant de 2,4 % en 2017 du trafic mondial à 5,2 % en 2021.

Evolution du trafic du jeu vidéo en ligne sur les réseaux haut débit (PB par mois)



Source : Cisco, Visual Networking Index : Forecast and Methodology, 2016-2021.

Classement des meilleures ventes en 2017 (sur support physique)

En 2017, 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 2018* se place ainsi en deuxième position du classement des meilleures ventes en volume de biens culturels physiques derrière la bande dessinée *Astérix et la Transitalique* et devant le jeu vidéo *Call of Duty : World War II*.

En 2017, le classement des meilleures ventes en volume de jeux vidéo physiques est dominé par *FIFA 2018*, avec 1,4 million d'unités vendues toutes plateformes confondues (1,4 million d'unités vendues en 2016 pour *FIFA 2017*). *FIFA 2017* fait toujours partie du TOP 20 et se place à la treizième position en 2017 avec plus de 200 000 unités vendues. La suite du classement laisse apparaître de grandes franchises historiques : *Call of Duty : World War II*, *The Legend of Zelda : Breath of the wild*, *Mario Kart 8* et *Assassin's Creed Origins*. Il convient de souligner les résultats en 2017 du jeu français *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands* à la 17^{ème} place avec 220 000 unités vendues. Le marché des jeux vidéo demeure concentré. En 2017, les 20 meilleures ventes de jeux vidéo physiques génèrent 40,9 % du marché du jeu vidéo physique en volume (38,0 % en 2016).

Meilleures ventes de jeux vidéo physiques en volume en 2017

label	unités vendues ¹ (milliers)
1 <i>FIFA 18</i>	1 357,2
2 <i>Call Of Duty : World War II</i>	995,5
3 <i>The Legend of Zelda : Breath of the wild</i>	505,4
4 <i>Mario Kart 8</i>	493,1
5 <i>Assassin's Creed Origins</i>	438,2
6 <i>Super Mario Odyssey</i>	434,5
7 <i>Pokemon Ultra Lune + Soleil</i>	367,1
8 <i>Crash Bandicoot – N. Sane Trilogy</i>	302,0
9 <i>GTA 5</i>	295,8
10 <i>Call Of Duty : Infinite Warfare</i>	274,8
11 <i>Horizon Zero Dawn</i>	251,7
12 <i>Minecraft</i>	248,7
13 <i>FIFA 17</i>	236,0
14 <i>Destiny 2</i>	235,2

15	<i>Star Wars : Battlefront 2</i>	230,3
16	<i>Splatoon 2</i>	221,1
17	<i>Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands</i>	220,0
18	<i>Gran Turismo Sport</i>	200,0
19	<i>Resident Evil 7 : Biohazard</i>	198,3
20	<i>Overwatch Origins</i>	195,2

¹Toutes plateformes confondues.

Source : CNC – GfK.

S'agissant des perspectives de marché, la réalité virtuelle, le *streaming* et le *cloud gaming* sont des tendances à relever pour les années à venir.

3,7 millions d'unités de casques de réalité virtuelle vendus en 2017

La réalité virtuelle est un usage qui se généralise et les investissements autour de la réalité virtuelle ne cessent d'augmenter. Selon le cabinet TrendForce, les ventes mondiales de casques de réalité virtuelle dans le monde ont atteint 3,7 millions d'unités en 2017. Toutefois, selon l'International Data Corporation (IDC), les résultats du marché de la réalité virtuelle seraient en retrait sur les derniers mois : les ventes de casques auraient diminué de 33,7 % entre juin et août 2018 par rapport à la même période en 2017.

A noter que le *streaming* et le *cloud gaming* pourraient également représenter une autre tendance lourde des prochaines années selon les professionnels. Les acteurs historiques (constructeur de consoles et de hardware PC), ainsi que des acteurs indépendants de plus petite envergure, se sont lancés en 2017 sur ce marché naissant.

Sony a lancé son service PlayStation Now avec un catalogue de 650 jeux ; Xbox Game Pass propose à ses abonnés un catalogue de jeux en accès illimité. Enfin la start-up française Blacknut vient également s'installer sur le marché du streaming de jeux sur PC. Google préparerait pour 2018 ou 2019 un service de streaming qui viendrait concurrencer Sony et Microsoft.

III. Evolution des ventes sur support physique

A. Evolution des ventes selon la nationalité

1. Ventes de jeux vidéo physiques en volume

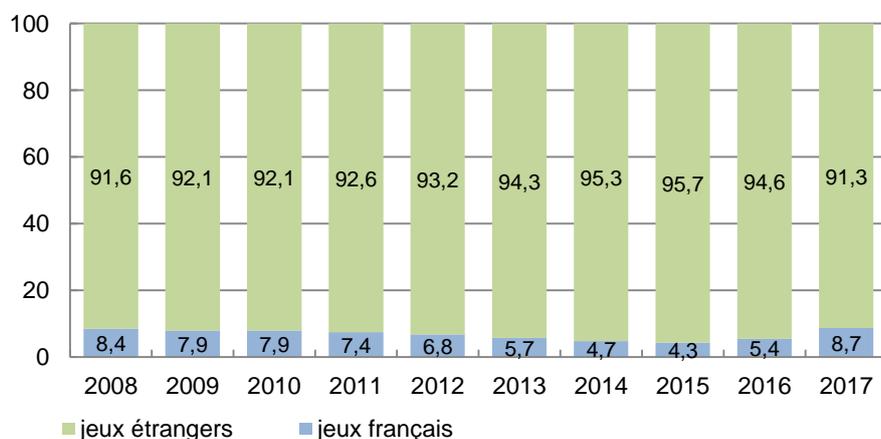
Les ventes en volume de jeux vidéo sur support physique diminuent (-2,3 % par rapport à 2016, contre -7,0 % en 2016 par rapport à 2015). En 2017, 18,8 millions de jeux vidéo sur support physique se sont vendus en France. Les volumes des jeux français progressent (+57,3 % en volume par rapport à 2016) alors que ceux des jeux d'origine étrangère diminuent (-5,8 %). Les jeux d'origine étrangère totalisent 91,3 % des volumes vendus en 2017 (94,6 % en 2016), contre 8,7 % pour les jeux français (5,4 % en 2016). La part de marché en volume des jeux vidéo français progresse donc cette année encore.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
jeux français	3,7	3,2	3,0	2,5	2,0	1,5	1,1	0,9	1,0	1,6	+57,3 %
jeux étrangers	40,1	37,5	34,7	31,7	27,0	24,6	21,1	19,9	18,2	17,2	-5,8 %
total	43,8	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	-2,3 %

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

Pour la première fois depuis dix ans, le marché des ventes TTC de jeux vidéo physique connaît une croissance (+1,4 %). Le marché demeure toutefois pour la quatrième fois sous la barre du milliard d'euros à 803,7 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 23,2 % du marché du jeu vidéo en France en 2017.

Les revenus issus de la vente de jeux français progressent de 101,9 %, tandis que les ventes de jeux étrangers baissent de 3,6 %. La forte progression des jeux vidéo français s'explique notamment par le succès de *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands* (13,4 M€ en 2017). La part de marché en valeur des jeux d'origine française est en augmentation, passant de 4,8 % en 2016 à 9,5 % en 2017, ce qui constitue la meilleure performance depuis plus de dix ans.

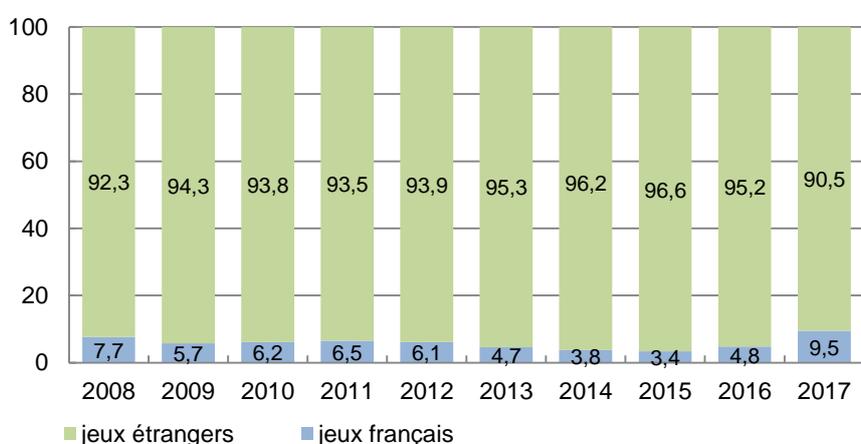
Ventes¹ en valeur de jeux vidéo sur support physique selon la nationalité des jeux vidéo (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol.
jeux français	126,8	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,2	37,8	76,3	+101,9 %
jeux étrangers	1 522,7	1 421,9	1 317,3	1 191,4	1 033,4	966,8	849,6	824,3	754,8	727,4	-3,6 %
total	1 649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK.

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

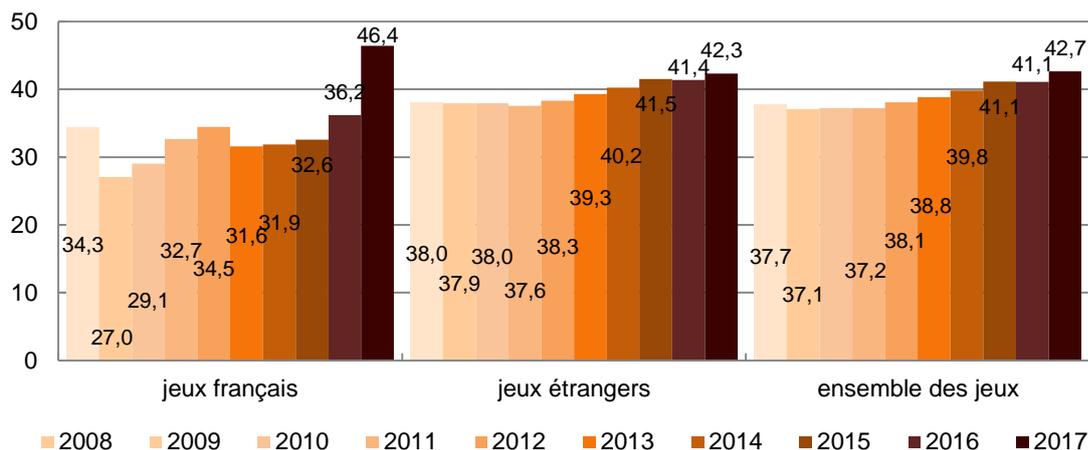


Source : CNC – GfK.

3. Prix moyen des jeux vidéo physiques

En 2017, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » est en hausse à 42,66 €, soit 1,57 € de plus qu'en 2016. Le prix moyen des jeux français progresse à 46,43 € (36,18 € en 2016), ainsi que celui des jeux étrangers à 42,30 € (41,37 € en 2016). L'écart de prix entre jeux étrangers et jeux français se réduit. Pour la première fois depuis 2008, les jeux vidéo français se vendent plus cher que les jeux vidéo étrangers (46,4 € contre 42,3 € 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

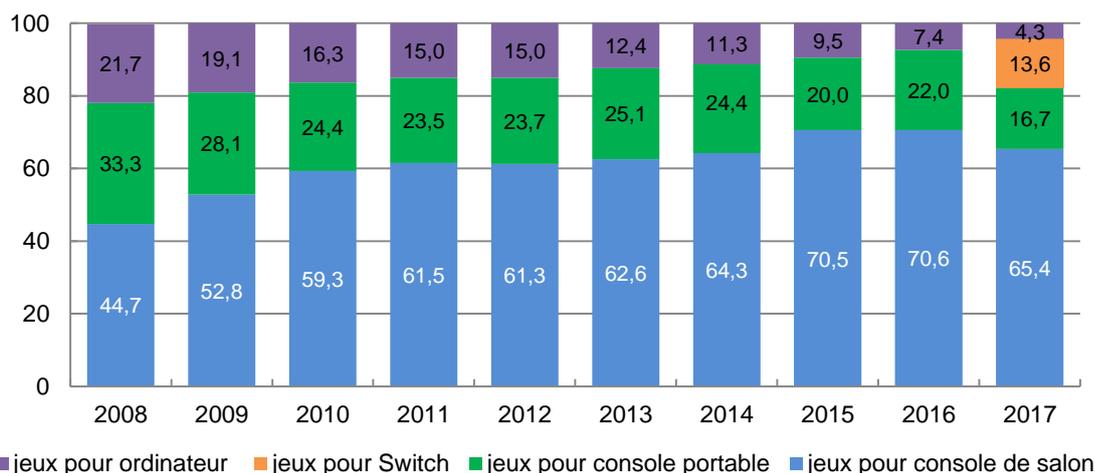
En 2017, tous les types de supports affichent des volumes de vente en baisse. La plus forte diminution touche les jeux vidéo pour ordinateur, dont les ventes reculent de 42,9 % à 0,8 million d'unités. Les ventes de jeux pour console portable diminuent de 26,1 % à 3,1 millions d'unités. Les ventes de jeux pour console de salon diminuent de 9,6 % à 12,3 millions d'unités, couvrant toujours une part de marché majoritaire, avec 65,4 % du volume des jeux vidéo physiques vendus en 2017 contre 44,7 % en 2008.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
jeux pour console de salon	19,6	21,5	22,4	21,1	17,7	16,3	14,2	14,6	13,6	12,3	-9,6 %
jeux pour console portable	14,6	11,4	9,2	8,0	6,9	6,5	5,4	4,1	4,3	3,1	-26,1 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,6	-
jeux pour ordinateur	9,5	7,8	6,2	5,1	4,3	3,2	2,5	2,0	1,4	0,8	-42,9 %
total	43,8	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	-2,3 %

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 2017, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique baissent pratiquement sur toutes les plateformes traditionnelles de lecture. Il convient de souligner l'arrivée le 3 mars 2017 de la Nintendo Switch, avec plus de 900 000 consoles vendues en 2017. C'est plus de 131,2 M€ de ventes de jeux sur cette plateforme vendus en 2017. Les ventes de jeux vidéo pour ordinateur reculent ainsi de 47,8 % à 20,2 M€, et celles pour console portable diminuent de 27,9 % à 99,2 M€. Les ventes pour console de salon diminuent quant à elles de 10,2 % à 553,0 M€, représentant 68,8 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques (-8,9 points par rapport à 2016).

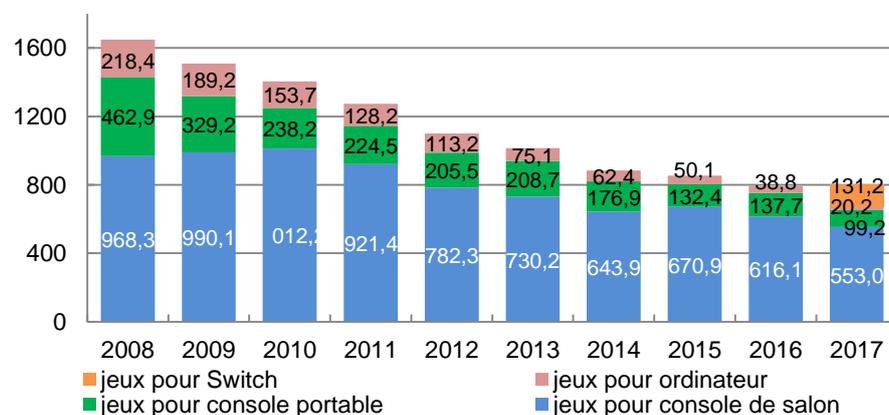
Ventes¹ en valeur de jeux vidéo sur support physique selon le support de lecture (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
jeux pour console de salon	968,3	990,1	1 012,2	921,4	782,3	730,2	643,9	670,9	616,1	553,0	-10,2 %
jeux pour console portable	462,9	329,2	238,2	224,5	205,5	208,7	176,9	132,4	137,7	99,2	-27,9 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	131,2	-
jeux pour ordinateur	218,4	189,2	153,7	128,2	113,2	75,1	62,4	50,1	38,8	20,2	-47,8 %
total	1 649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK.

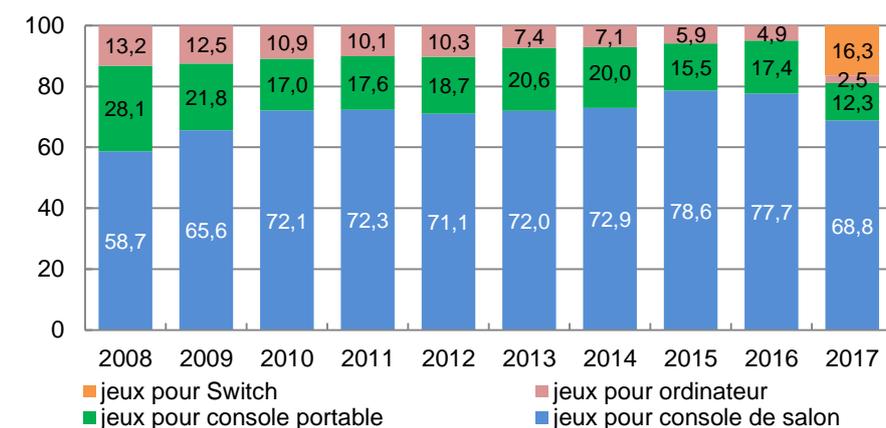
Evolution des ventes¹ en valeur de jeux vidéo physiques selon le support de lecture (M€)



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 (%)

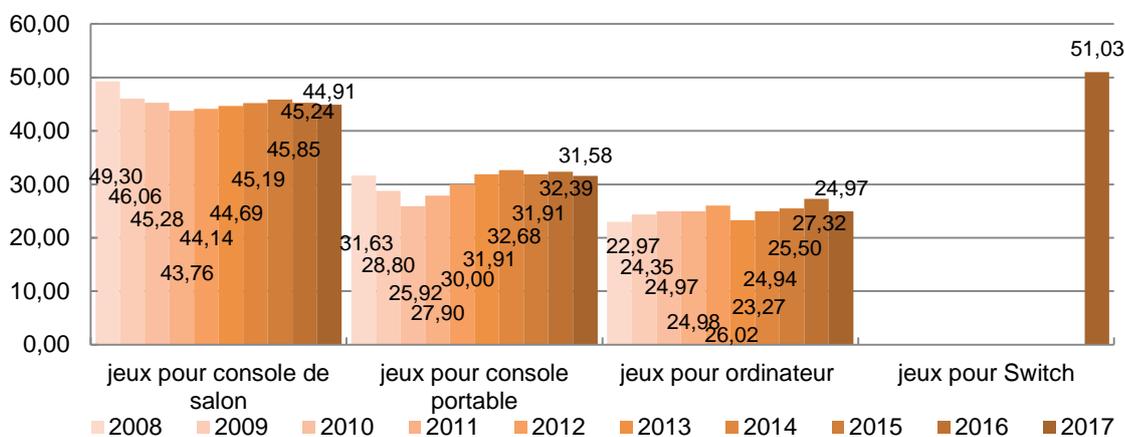


Source : CNC – GfK.

3. Prix moyen des jeux vidéo physiques

En 2017, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support physique diminue à la fois sur console portable, sur ordinateur et sur console de salon. 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 51,03 € en 2017. Les jeux pour console de salon suivent avec un prix moyen de 44,91 € en 2017 (45,24 € en 2016). Viennent ensuite les jeux pour console portable, dont le prix moyen s'établit à 31,58 € en 2017 (32,39 € en 2016). Le prix moyen des jeux pour ordinateur s'élève à 24,97 € en 2017 (27,32 € en 2016).

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 neuvième année consécutive, les ventes de jeux étrangers diminuent en valeur, de 3,6 % à 727,4 M€. Cette baisse est la plus forte sur les jeux pour ordinateur qui chutent de 47,6 % à 19,5 M€. Cette année à nouveau, les ventes de jeux vidéo français connaissent une progression en valeur, de 101,9 % à 76,3 M€, soit le plus haut niveau depuis six ans. Cette hausse s'observe notamment sur les jeux pour console de salon (+74,7 %).

Avec une part de marché de 67,5 % en 2017 (76,9 % en 2016), 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 16,2 % des ventes de jeux vidéo étrangers, contre 13,6 % pour les jeux pour console portable (18,1 % en 2016) et 2,7 % pour les jeux pour ordinateur (-2,2 points).

Sur le seul périmètre des jeux vidéo français, la part de marché des jeux pour console de salon reste largement majoritaire en 2017, à 81,1 % (93,7 % en 2016). La baisse de la part de marché des jeux pour console de salon en 2017 s'explique par la part importante prise par les jeux pour Switch. Les jeux vidéo français réalisent 17,1 % de leur chiffre d'affaires sur les Switch en 2017 et 0,8 % sur les consoles portables contre 2,1 % en 2016. 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 3,3 M€ en 2013 à 0,6 M€ en 2017. Les jeux pour ordinateur sont à l'origine de 0,9 % des recettes en valeur des jeux vidéo français, soit une baisse de 3,2 points par rapport à 2016.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
jeux français	126,8	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,2	37,8	76,3	+101,9 %
jeux pour console de salon	40,5	39,4	69,4	70,4	59,0	42,0	29,8	26,0	35,4	61,9	+74,7 %
jeux pour console portable	77,7	40,4	12,3	8,4	5,5	3,3	2,2	1,6	0,8	0,6	-21,1 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13,1	-
jeux pour ordinateur	8,6	6,8	5,1	3,7	3,1	2,0	1,5	1,5	1,6	0,7	-54,0 %
jeux étrangers	1 522,7	1 421,9	1 317,3	1 191,4	1 033,4	966,8	849,6	824,3	754,8	727,4	-3,6 %
jeux pour console de salon	927,8	950,7	942,8	850,9	723,3	688,2	613,9	644,9	580,7	491,1	-15,4 %
jeux pour console portable	385,1	288,8	225,9	216,0	200,0	205,4	174,7	130,8	136,9	98,6	-28,0 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	118,1	-
jeux pour ordinateur	209,7	182,4	148,6	124,5	110,1	73,2	61,0	48,6	37,2	19,5	-47,6 %
total	1 649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,0	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

1 Ventes toutes taxes comprises (TTC).

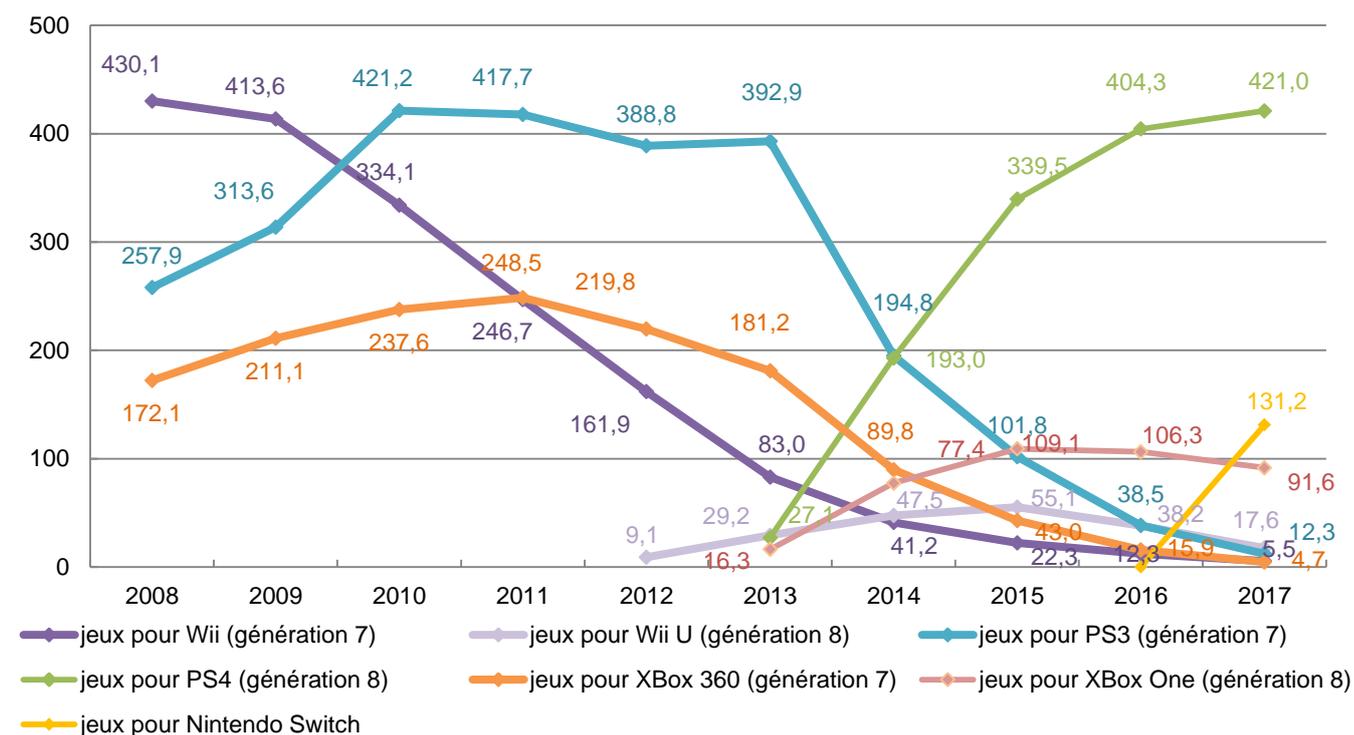
Source : CNC – GfK

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. En 2017, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles (de salon et portable) de génération 8 captent plus des trois quarts (78,3 %) du marché des jeux vidéo physiques, tandis que les jeux pour consoles de génération 7 diminuent largement entre 2016 et 2017 (-66,5 % à 22,7 M€).

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

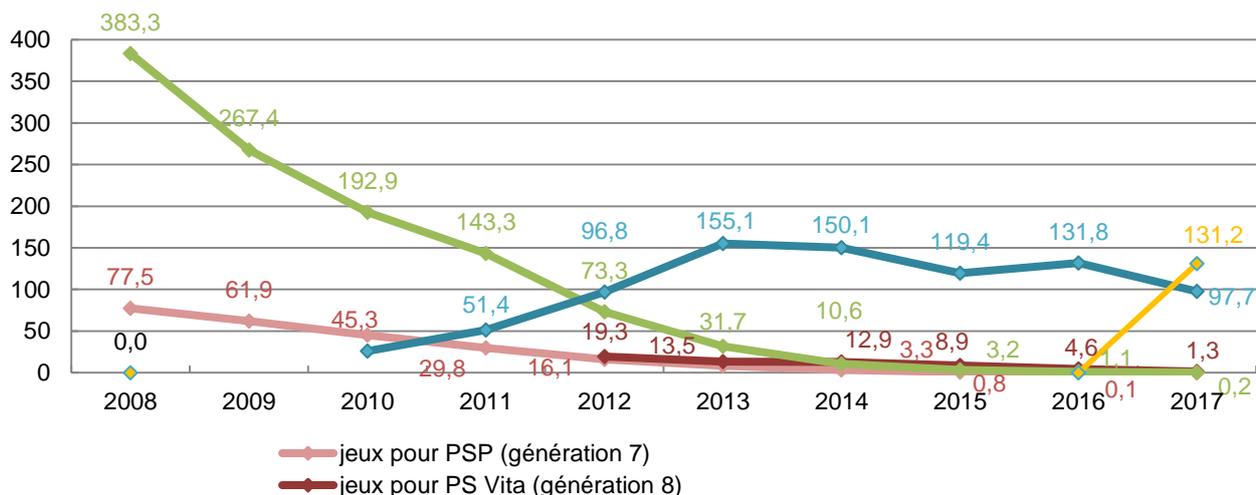


Source : CNC – GfK.

Sur le segment des consoles portables, les jeux vidéo pour 3DS enregistrent des recettes de 97,7 M€ en 2017, en baisse de 25,8 %, pour une part de marché de 12,2 % (16,6 % en 2016). Parmi les succès de la 3DS en 2017 figure notamment *Pokemon Ultra Lune + Soleil* (7^{ème} meilleure vente en volume à la référence en 2017). Les ventes de jeux pour la PS Vita de Sony sont quant à elles toujours en recul de 73,0 % à 1,3 M€, comme celles pour la PSP (-73,5 % à moins de 40 000 M€).

Les ventes de jeux pour ordinateur reculent de 47,8 % à 20,2 M€ en 2017, pour une part de marché en retrait à 2,5 % (4,9 % en 2016).

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€)

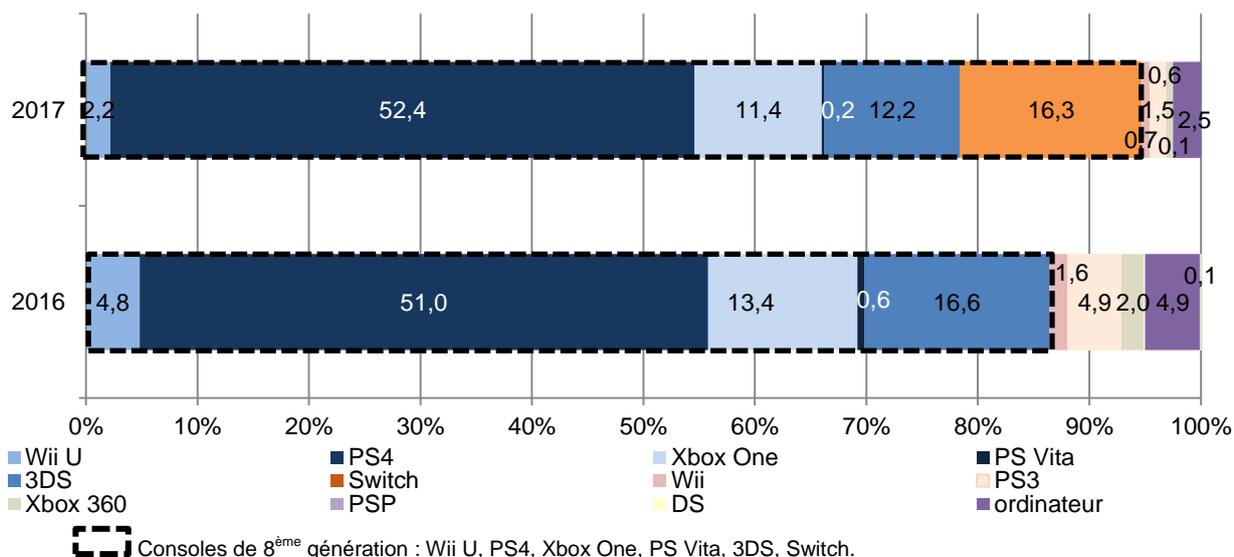
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
jeux pour consoles de salon	968,3	990,1	1 012,2	921,4	782,3	730,2	643,8	670,9	616,1	553,0	-10,2 %
jeux pour Wii	430,1	413,6	334,1	246,7	161,9	83,0	41,2	22,3	12,3	5,5	-55,0 %
jeux pour Wii U	-	-	-	-	9,1	29,2	47,5	55,1	38,2	17,6	-53,8 %
jeux pour PS3	257,9	313,6	421,2	417,7	388,8	392,9	194,8	101,8	38,5	12,3	-68,1 %
jeux pour PS4	-	-	-	-	-	27,1	193,0	339,5	404,3	421,0	+4,1 %
jeux pour Xbox 360	172,1	211,1	237,6	248,5	219,8	181,2	89,8	43,0	15,9	4,7	-70,5 %
jeux pour Xbox One	-	-	-	-	-	16,3	77,4	109,1	106,3	91,6	-13,9 %
jeux pour autres consoles de salon ²	108,1	51,9	19,3	8,5	2,7	0,5	0,1	0,1	0,5	0,3	-52,2 %
jeux pour consoles portables	462,9	329,2	238,2	224,5	205,5	208,7	177,0	132,4	137,7	99,2	-27,9 %
jeux pour PSP	77,5	61,9	45,3	29,8	16,1	8,5	3,3	0,8	0,1	0,0	-73,5 %
jeux pour PS Vita	-	-	-	-	19,3	13,5	12,9	8,9	4,6	1,3	-73,0 %
jeux pour DS	383,3	267,4	192,9	143,3	73,3	31,7	10,6	3,2	1,1	0,2	-81,2 %
jeux pour 3DS	-	-	0,0	51,4	96,8	155,1	150,1	119,5	131,8	97,7	-25,8 %
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	131,2	-
jeux pour ordinateur	218,4	189,2	153,7	128,2	113,2	75,1	62,5	50,1	38,8	20,2	-47,8 %
total	1 649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

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 (%)



L'année même de sa sortie, la Nintendo Switch conquiert 16,3 % 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 2017, les ventes en valeur de jeux vidéo français pour Wii (-43,4 %) et Xbox 360 (-62,6 %) diminuent moins que les ventes de jeux étrangers pour ces mêmes plateformes (respectivement -69,7 % et -70,9 %).

Avec 43,3 M€ de recettes et 56,7 % 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 (13,1 M€ soit 17,1 % des ventes de jeux français toutes plateformes confondues) et par les jeux pour Xbox One (12,6 M€ soit 16,5 %). Les jeux français représentent à eux seuls près des trois quarts (70,2 %) du marché des jeux conçus pour Wii (55,8 % en 2016), tandis qu'ils ne génèrent que 10,3 % du revenu des jeux pour PS4 et 2,7 % du revenu des jeux pour PS3. En 2017, le jeu français *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands* se classe dix-septième au classement des meilleures ventes de jeu vidéo en volume toutes plateformes et toutes nationalités confondues.

Entre 2016 et 2017, la part de marché des jeux vidéo français progresse de 14,4 points sur la Wii à 70,2 %. Elle est en hausse sur la PS4, passant de 4,6 % en 2016 à 10,3 % en 2017 et en progression sur la Xbox One (+9,3 points). Sur les autres consoles de salon, la part de marché des jeux français reste relativement stable.

Pour ce qui concerne les consoles portables, c'est sur le segment des jeux pour DS que les jeux français s'arrogent la part de marché la plus élevée. Les jeux français captent 4,3 % du marché des jeux pour DS en 2017 (2,6 % en 2016).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
jeux pour console de salon	4,2	4,0	6,9	7,6	7,5	5,8	4,6	3,9	5,8	11,2
jeux pour Wii	6,9	8,0	18,1	21,1	22,5	26,4	30,5	37,9	55,8	70,2
jeux pour Wii U	-	-	-	-	22,8	12,0	5,2	5,9	8,4	8,5
jeux pour PS3	1,5	0,8	1,8	2,3	2,6	2,7	2,1	2,8	3,3	2,7
jeux pour PS4	-	-	-	-	-	-	2,9	2,2	4,6	10,3
jeux pour Xbox 360	1,7	1,2	0,5	3,6	4,7	3,0	3,3	4,2	5,3	6,7

jeux pour Xbox One	-	-	-	-	-	2,3	2,8	2,0	4,4	13,7
jeux pour autres consoles de salon ¹	3,7	2,0	1,2	0,9	0,5	0,9	0,8	0,2	0,0	0,2
jeux pour console portable	16,8	12,3	5,2	3,8	2,7	1,6	1,2	1,2	0,6	0,6
jeux pour PSP	2,1	1,2	1,4	0,4	1,1	1,0	1,4	1,3	0,7	0,4
jeux pour PS Vita	-	-	-	-	4,8	4,7	2,7	5,1	5,4	2,7
jeux pour DS	19,8	14,8	6,0	2,8	2,4	2,2	4,3	4,5	2,6	4,3
jeux pour 3DS	-	-	100,0 ³	8,5	2,7	1,2	0,9	0,8	0,4	0,6
jeux pour autres consoles portables ²	11,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
jeux pour ordinateur	4,0	3,6	3,3	2,9	2,7	2,6	2,5	3,1	4,0	3,6
jeux pour Switch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,0
total	7,7	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5

¹ PS2, Xbox, etc.

² Game Boy Advance, 3DS.

Source : CNC – GfK.

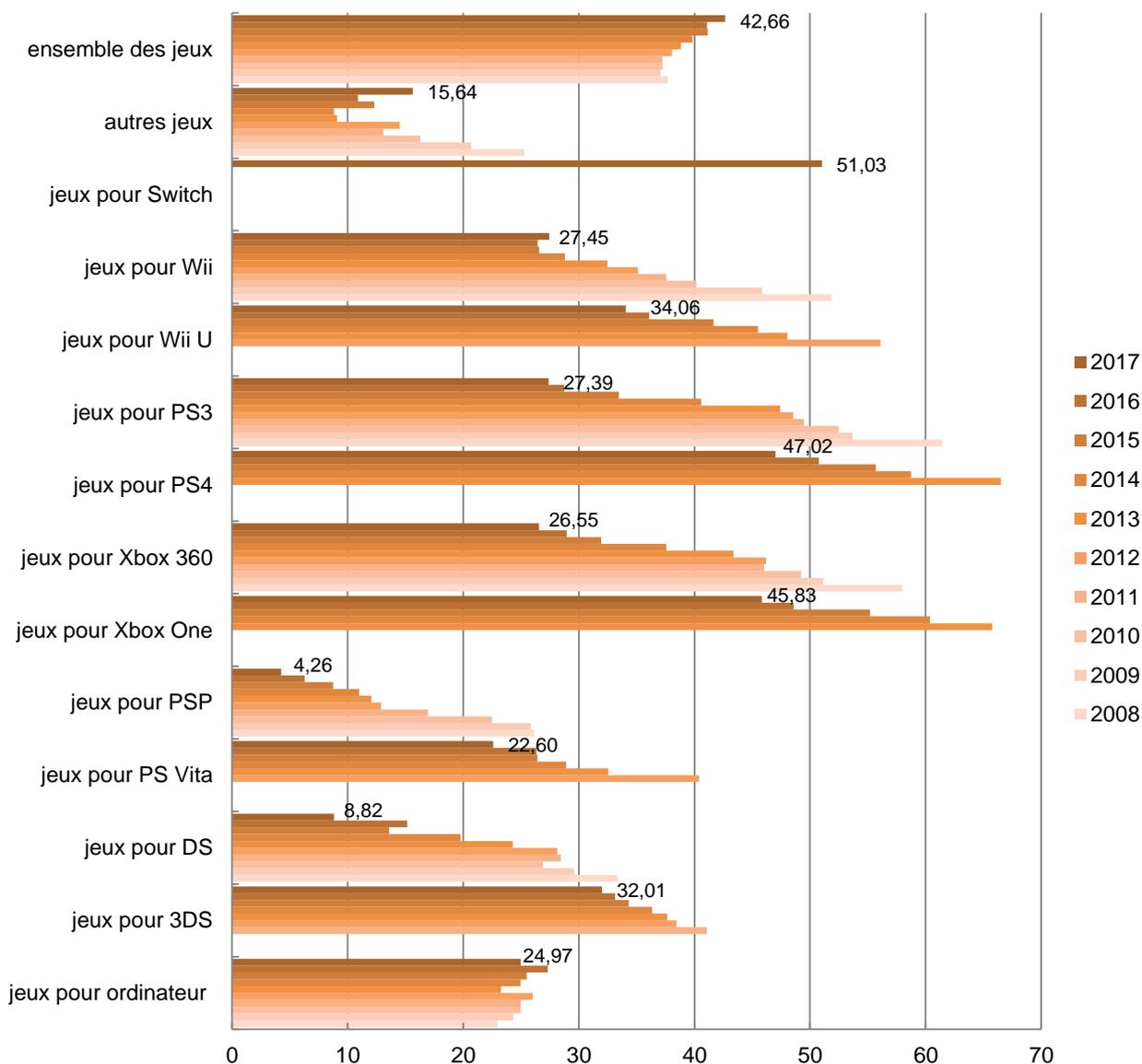
2. Prix moyen des jeux vidéo physiques selon les plateformes de lecture

En 2017, le prix moyen unitaire des jeux vidéo diminue sur la plupart des consoles. Sur l'ensemble des jeux, le prix moyen unitaire est toutefois en hausse par rapport à 2016 à 42,66 € (+3,8 %). Pour ce qui concerne les consoles de salon, le prix de vente moyen des jeux vidéo diminue sur les consoles de 7^{ème} comme de 8^{ème} génération excepté sur la Wii (+3,8 % à 27,45 €) : sur la Wii U (-5,6 % à 34,06 €), sur la PS3 (-4,7 % à 27,39 €), la PS4 (-7,3 % à 47,02 €), sur la Xbox 360 (-8,3 % à 26,55 €) et la Xbox One (-5,7 % à 45,83 €). Au global, les jeux pour consoles de salon affichent un prix moyen en diminution à 44,91 € (-0,7 % par rapport à 2016). En 2017, le prix moyen d'un jeu pour console de salon est 1,4 fois supérieur à celui d'un jeu pour console portable (31,58 €, soit une baisse de 2,5 %).

Le prix moyen des jeux vidéo baisse sur l'ensemble des consoles portables. La plus touchée est la DS, de génération 7, dont le prix recule de 41,8 % à 8,82 € en 2017. Les jeux pour PSP, de génération 7, connaissent une baisse plus mesurée, de 32,1 % à 4,26 €. Le prix moyen des jeux pour la PS Vita (8^{ème} génération) est en recul de 14,2 % entre 2016 et 2017 à 22,60 €.

Le prix moyen des jeux pour ordinateur recule de 8,6 % en 2017 à 24,97 € (27,32 € en 2016).

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 2017, et comme depuis 2011, les deux premiers genres en volume sont les jeux d'action/aventure et les FPS. Les jeux de sport se placent en 3^{ème} position devant les RPG en

2017. Les trois premiers genres représentent ainsi plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo physiques (55,6 % des ventes en volume, contre 57,1 % en 2016). Tous les genres affichent des volumes de vente en recul, hormis les catégories action/aventure (+5,0 % qui reste largement en tête du marché français avec 5,1 millions d'unités), courses (+63,2 % à 1,7 million d'unités) et les jeux de plateforme (+75,3 % à 1,7 million d'unités). Les FPS enregistrent des ventes en baisse de 2,9 % en 2017 (3,1 millions d'unités vendues, contre 3,2 millions en 2016).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
action / aventure	8,2	8,5	8,8	7,9	7,2	8,5	6,0	5,3	4,9	5,1	+5,0 %
FPS	3,1	3,7	3,8	5,0	4,2	3,5	3,4	3,7	3,2	3,1	-2,9 %
jeux de sport	5,6	6,5	4,7	4,4	4,2	2,9	2,8	2,6	2,7	2,3	-15,3 %
RPG	2,8	2,7	3,1	2,7	2,2	2,5	2,2	2,5	3,0	2,2	-25,1 %
course	4,7	3,4	3,2	2,8	2,1	1,8	1,5	1,3	1,1	1,7	+63,2 %
nouveaux genres	3,2	3,1	3,3	2,9	2,1	1,3	1,5	1,1	0,8	0,7	-12,8 %
gestion / wargame	4,2	3,7	3,1	2,3	1,6	1,5	1,3	1,1	0,8	0,7	-14,8 %
plateforme	2,1	2,0	2,2	1,8	1,8	1,5	1,2	1,0	1,0	1,7	+75,3 %
combat	1,9	1,8	1,2	1,0	0,9	0,5	0,8	0,8	0,6	0,5	-15,7 %
jeux de société	3,4	2,6	2,4	1,6	1,2	1,0	0,8	0,5	0,3	0,3	-4,5 %
simulation	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	-38,9 %
compilation	1,7	1,0	0,6	0,8	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	-38,9 %
MMO games	0,7	0,4	0,4	0,2	0,3	0,1	0,1	0,2	0,4	0,1	-75,0 %
ludo-éducatif	1,5	0,8	0,5	0,3	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-86,8 %
autres	-	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	-
total	43,8	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	-2,3 %

Source : CNC – GfK.

En valeur, les trois premiers genres représentent 60,1 % des ventes de jeux vidéo physiques en 2017, contre 60,6 % en 2016. Les jeux d'action/aventure dominent là encore largement le classement, avec des ventes en hausse de 16,0 % à 224,2 M€ en 2017. Les FPS arrivent une nouvelle fois en seconde position (-5,9 % à 141,8 M€), suivis par les jeux de sport (-13,8 % à 117,4 M€), tirés par le succès de *FIFA 2018*. En 2017, les jeux de plateforme (+106,1 % à 65,8 M€), les jeux de course (+83,7 % à 79,8 M€) et les jeux de société (+29,2 % à 6,7 M€) voient leurs revenus augmenter. Les plus fortes baisses touchent les MMO (-86,1 % à 3,0 M€), les jeux de gestion/wargames (-8,0 % à 22,3 M€) et les jeux de combat (-7,8 % à 24,8 M€).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ²	2015	2016	2017	évol. 17/16
action / aventure	309,5	295,2	321,8	277,5	272,6	366,1	248,5	210,2	193,2	224,2	+16,0 %
FPS	134,1	161,2	187,0	249,7	202,6	163,2	159,3	172,9	150,7	141,8	-5,9 %
jeux de sport	281,1	300,0	203,3	190,8	187,2	126,8	139,0	130,2	136,3	117,4	-13,8 %
RPG	98,0	92,7	113,2	101,5	88,2	91,7	82,7	111,4	119,4	83,6	-30,0 %
course	140,8	122,4	136,0	109,2	77,8	66,3	63,9	55,0	43,4	79,8	+83,7 %
nouveaux genres	183,8	128,2	116,3	100,4	67,3	40,4	46,6	36,5	27,0	26,1	-3,4 %
plateforme	81,1	77,4	81,4	66,6	64,7	55,7	41,2	37,7	31,9	65,8	+106,1 %
gestion / wargame	121,5	110,2	89,8	65,4	43,9	43,6	34,2	30,7	24,3	22,3	-8,0 %
combat	81,1	78,0	44,7	34,2	30,8	16,6	32,0	38,9	26,9	24,8	-7,8 %
jeux de société	103,3	73,4	67,7	40,2	31,9	23,9	19,0	8,6	5,2	6,7	+29,2 %
simulation	15,9	9,7	6,8	9,6	8,9	9,4	8,7	10,3	10,0	6,3	-37,2 %
MMO games	24,6	12,6	12,7	5,2	12,2	4,1	4,3	7,6	21,5	3,0	-86,1 %
compilation	39,4	24,4	10,0	16,1	8,1	3,5	2,0	2,7	2,4	2,0	-18,3 %
ludo-éducatif	35,3	18,8	11,1	7,7	4,7	0,3	0,2	0,0	0,4	0,0	-97,0 %
autres	-	4,5	2,4	0,1	0,0	2,5	1,4	0,7	0,0	0,0	-99,2 %
total	1 649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

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 » (12,1 M€ en 2017) reste de loin le genre français le plus vendu, malgré des recettes en baisse pour la quatrième année consécutive (-8,5 % entre 2016 et 2017). La part de marché des jeux français sur le genre est passée de 48,8 % à 46,2 % en 2017. Avec des revenus multipliés par plus de 6 pour les jeux français d'action/aventure entre 2016 et 2017 (43,3 M€ en 2017), ils prennent la deuxième place des ventes en valeur de jeux français (19,3 %). Ils sont notamment tirés par le jeu d'Ubisoft *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands*. A 10,2 M€ en 2017 (+441,3 %), les jeux de plateforme passent en troisième position du classement.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
action / aventure	9,8	7,1	7,2	3,8	3,5	2,6	1,5	0,9	3,6	19,3
FPS	1,2	2,4	1,9	0,6	3,2	0,5	0,2	0,1	0,0	0,0
jeux de sports	6,8	2,5	1,7	1,0	0,4	0,3	0,1	0,5	4,0	3,0
nouveaux genres	15,1	11,1	31,7	42,8	55,2	62,8	35,8	39,0	48,8	46,2
course	2,0	3,6	2,1	5,3	0,8	2,5	10,1	14,5	18,6	7,3
RPG	3,6	3,7	1,0	0,4	1,3	0,5	0,1	0,1	1,3	1,5
gestion / wargame	9,8	9,8	7,4	7,3	5,5	2,1	1,3	2,7	1,2	0,4
plateforme	31,6	17,9	8,0	20,5	14,0	13,3	12,1	7,9	5,9	15,5

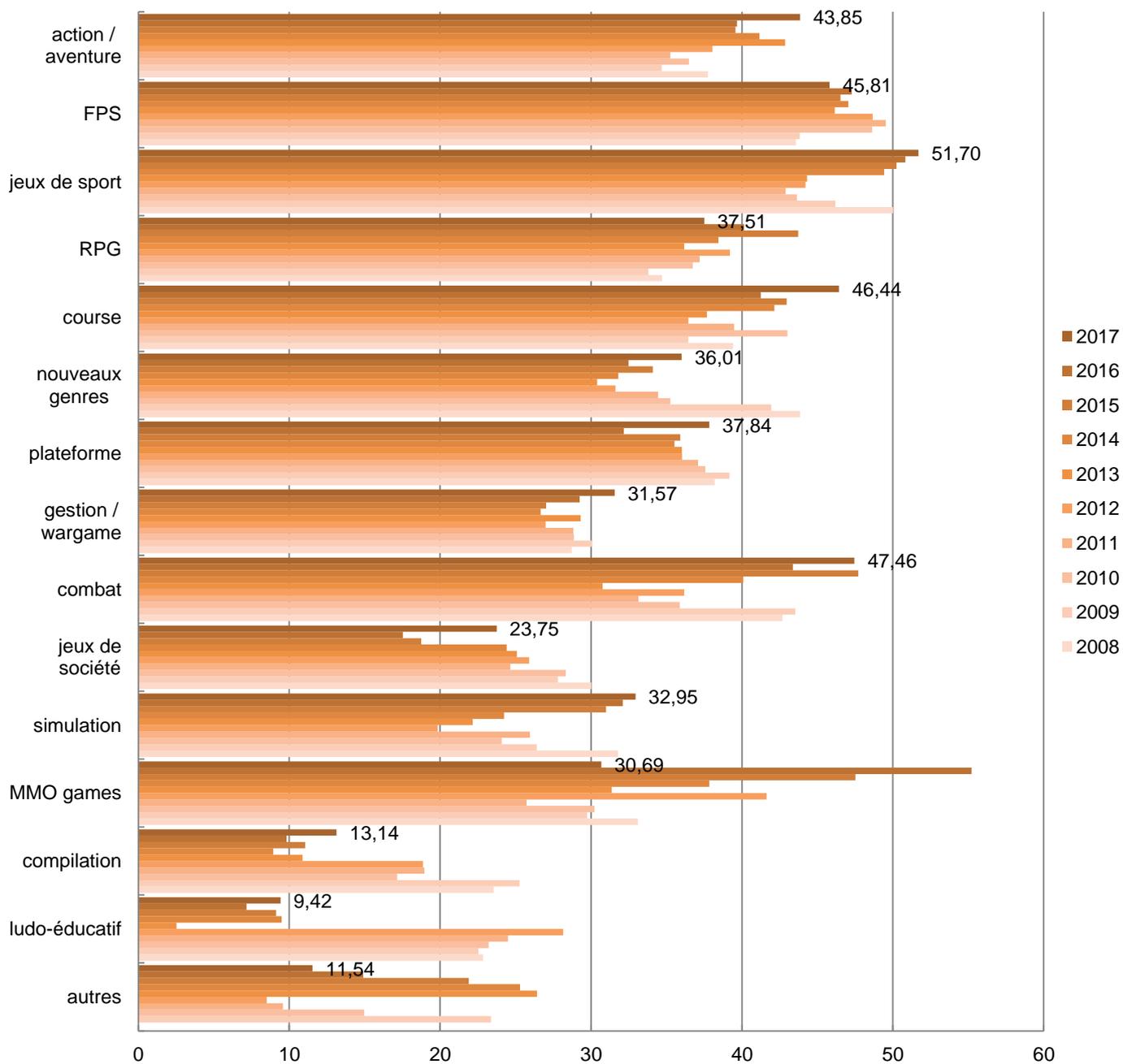
jeux de société	4,7	6,0	2,3	1,0	0,3	0,1	0,0	0,4	0,2	0,0
combat	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
compilation	0,2	0,4	0,2	0,8	1,2	2,6	0,5	0,2	0,0	0,0
simulation	4,5	3,4	0,9	0,1	0,9	6,5	5,4	4,7	2,9	0,5
ludo-éducatif	11,1	0,6	0,7	6,2	5,6	6,4	-	-	-	-
MMO games	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
autres	-	52,7	35,9	2,6	0,1	0,1	0,1	-	-	-
total	7,7	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5

Source : CNC – GfK.

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

En 2017, le prix moyen de l'ensemble des jeux vidéo progresse à 42,66 €. Le prix des jeux vidéo varie beaucoup selon les genres étudiés. Les jeux de sports affichent le prix unitaire moyen le plus élevé du marché en 2017, en hausse de 1,7 % à 51,70 €. Ils sont tirés par *FIFA 2018* et *FIFA 2017*, vendus respectivement à 57,13 € et 54,23 € en moyenne. En deuxième position, les jeux de combat affichent un prix unitaire moyen de 47,46 € (+9,4 % par rapport à 2016). Le prix des jeux de course progresse de 12,6 % à 46,44 €, le prix des FPS recule de 3,1 % à 45,81 € et celui des jeux d'action/aventure progresse de 10,5 % à 43,85 €. En 2017, les MMO sont ceux qui enregistrent la plus forte diminution : -44,4 % à 30,69 €.

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 2017, les jeux vidéo pour adultes s'arrogent 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 234,6 M€ de revenus (-10,2 % par rapport à 2016) et 5,2 millions d'unités vendues en 2017 (-10,0 % par rapport à 2016), les jeux conçus pour les 18 ans et plus captent 29,2 % des recettes totales du marché des jeux vidéo sur support physique (-3,8 points par rapport à 2016). Cette part importante s'explique notamment par le succès des franchises *Call of Duty : World War II* et *Assassin's Creed Origins*.

En 2017, la part de marché des jeux pour les 3 ans et plus s'élève à 31,1 % (-2,6 points par rapport à 2016). 5,8 millions de jeux vidéo destinés aux individus de 3 ans et plus ont été écoulés sur le marché français en 2017, soit un recul de 11,8 % par rapport à 2016. Les revenus de ces jeux sont en baisse à 250,3 M€ (-6,3% par rapport à 2016).

Les jeux 7+ et 12+ et 16+ affichent des volumes en hausse en 2017. Les jeux destinés aux individus de 7 ans et plus progressent de 22,2 % à 3,4 millions de jeux vendus et des recettes en hausse de 35,5 % à 123,6 M€. Les jeux 16+ augmentent de 12,9 % en volume à 1,9 million de jeux vendus et affichent des recettes en hausse à 89,7 M€ (+14,2 %). En 2017, les jeux 7+ représentent une part de marché de 15,4 % (11,5 % en 2016), contre 12,9 % pour les jeux 12+ (11,6 % en 2016) et 11,2 % pour les jeux 16+ (9,9 % en 2016).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
3 ans et plus	20,6	17,3	14,6	12,5	9,8	8,1	7,6	6,6	6,6	5,8	-11,8 %
7 ans et plus	3,5	4,5	3,6	3,5	3,4	4,0	3,1	2,8	2,8	3,4	+22,2 %
12 ans et plus	8,0	7,1	6,3	5,8	4,9	3,0	2,5	2,3	2,2	2,4	+8,0 %
16 ans et plus	5,1	5,8	5,0	3,7	3,3	2,3	1,6	1,7	1,7	1,9	+12,9 %
18 ans et plus	3,6	4,0	6,0	7,2	6,8	8,2	6,9	6,9	5,8	5,2	-10,0 %
autres ²	2,9	1,9	2,2	1,4	0,8	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	-42,9 %
total	43,8	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	-2,3 %

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 aux 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€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16
3 ans et plus	813,0	623,4	511,3	445,8	356,7	304,0	306,0	272,5	267,1	250,3	-6,3 %
7 ans et plus	110,8	161,9	113,3	117,5	121,4	136,8	101,8	89,6	91,2	123,6	+35,5 %
12 ans et plus	300,4	274,0	226,2	199,8	161,0	93,3	89,2	96,5	92,2	103,9	+12,7 %
16 ans et plus	206,6	238,5	203,4	128,0	119,9	75,5	54,0	67,9	78,5	89,7	+14,2 %
18 ans et plus	171,9	175,4	290,4	355,3	328,8	397,6	327,9	323,8	261,2	234,6	-10,2 %
autres ³	46,7	35,4	59,5	27,6	13,1	6,8	4,3	3,2	2,4	1,6	-33,3 %
total	1649,5	1 508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,7	+1,4 %

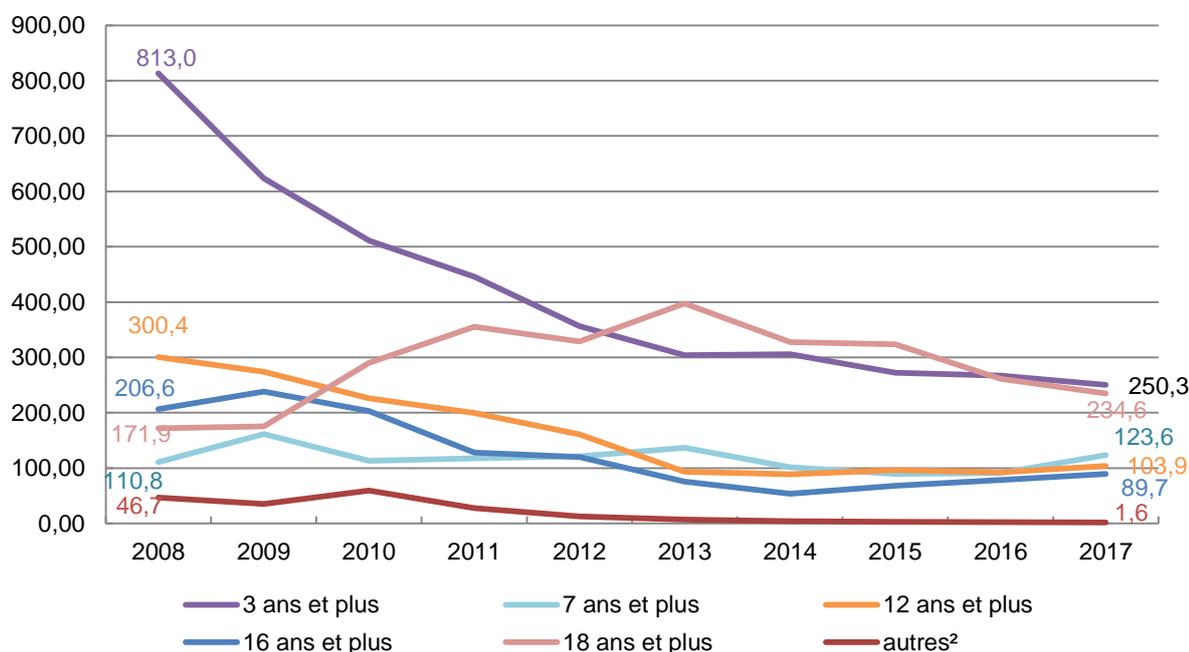
¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

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 aux 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 aux mineurs.

² Jeux non classés, en particulier les compilations.

Source : CNC – GfK.

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

En 2017, la majorité des jeux vidéo français hors-ligne ciblent un large public. Avec des ventes multipliées par quatre entre 2016 et 2017 à 45,1 M€, les jeux français pour les plus de 18 ans totalisent 59,1 % des recettes totales des jeux français en 2017, soit un pourcentage nettement supérieur à celui qu'ils réalisent sur l'ensemble du marché (29,2 % en 2017). Ils sont portés par le succès du jeu d'Ubisoft *Tom Clancy's Ghost Recon : Wildlands*. Les jeux destinés aux 3 ans et plus deviennent en 2017 la seconde catégorie des jeux français les mieux vendus et subissent une baisse de 17,8 % passant de 19,6 M€ en 2016 à 16,1 M€ en 2017, pour une part de marché de 21,2 %. Les ventes des jeux français étiquetés 7+ explosent à 10,0 M€ (+442,6 %) soit 13,1 % du marché des jeux français (4,9 % en 2016). Les ventes des jeux français à destination de 12 ans et sont stables à 3,1 M€ (-0,6 % par rapport à 2016). Les jeux français pour les 16+ enregistrent des revenus en baisse de 10,8 % en 2017 à 1,9 M€.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3 ans et plus	12,9	10,1	10,6	12,3	11,9	9,6	6,5	7,2	7,4	6,5
7 ans et plus	12,0	10,2	13,8	12,5	7,7	5,9	4,8	3,2	2,0	8,1
12 ans et plus	1,8	1,9	1,9	4,5	1,2	0,6	6,2	5,1	3,4	3,0
16 ans et plus	0,5	0,4	2,5	1,4	0,7	2,4	2,0	1,2	2,8	2,2
18 ans et plus	1,2	0,5	2,6	0,6	3,9	1,9	0,6	0,3	4,2	19,2
autres ²	1,1	1,3	0,8	1,0	0,6	0,5	0,2	0,4	0,1	0,0
total	7,7	5,7	6,2	6,5	6,1	4,7	3,8	3,4	4,8	9,5

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.

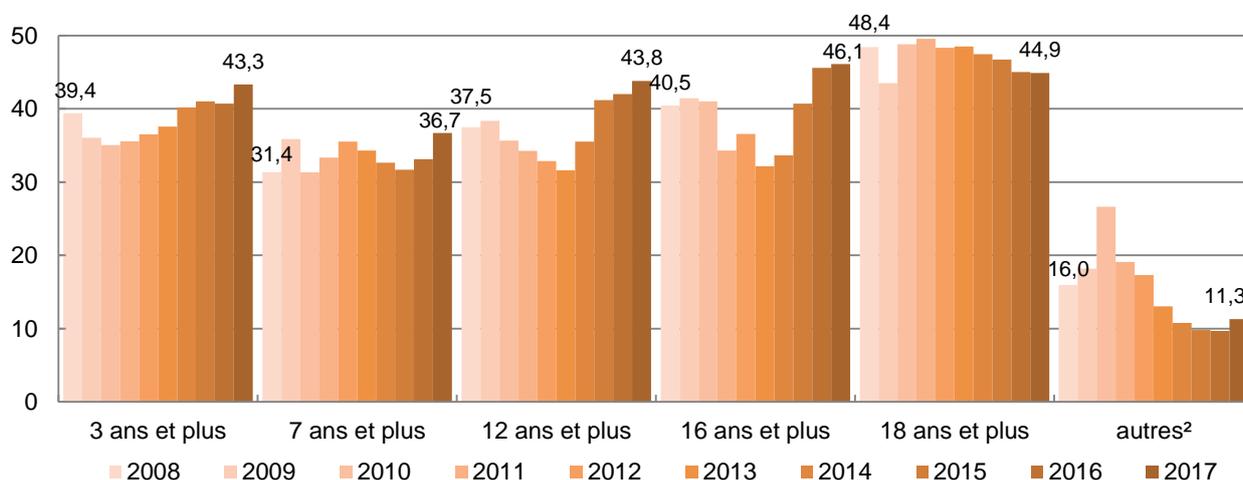
² Jeux non classés, en particulier les compilations.

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 deux classifications les plus restrictives pour les joueurs (16+ et 18+) correspondent ainsi aux jeux dont le prix moyen pratiqué par les éditeurs est le plus élevé : 46,10 € pour les jeux 16+ (+1,1 % par rapport à 2016) et 44,90 € pour les jeux 18+ (-0,2 %). Les jeux 18+ ne sont donc plus les plus chers. 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 10,9 % à 36,66 € en 2017. Le prix moyen des jeux étiquetés 12+ augmente en 2017 (+4,4 % à 43,85 €). En 2017, le prix moyen des jeux pour les 3 ans et plus est en hausse de 6,3 % à 43,27 € (40,71 € en 2016).

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.



les études du CNC
Le marché
du jeu vidéo en 2017

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
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 1
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture: c-album
octobre 2018