

ESPACE FAMILLE

#PGW
JUNIOR

JOUER RESPONSABLE



01 > 05

NOV. 2023

PARIS EXPO

PORTE DE VERSAILLES

CAHIER DES TENDANCES



COMEXPOSIUM



france.tv

GAME ONE



PUREBREAK





Par James Rebours, Président du SELL



En 2023, le jeu vidéo atteint des sommets inégalés. Avec 72 % de Français se déclarant joueurs*, jamais la pratique vidéoludique n'a autant rayonné ! Désormais, elle concerne et touche tout le monde, des hommes aux femmes, des plus jeunes aux aînés, des enfants aux grands-parents, de plus en plus demandeurs de temps partagé avec les jeunes générations. Pratiqué sur tous les supports, du PC jusqu'à la console en passant par le smartphone, le jeu vidéo s'impose comme le loisir numérique par excellence.

Il s'affirme aussi comme le support culturel le plus populaire, dans tous les sens du terme. Populaire, car on l'apprécie non seulement seul, mais aussi à plusieurs : entre amis ou en famille, en ligne ou côte à côte, il transcende les âges et les étapes de la vie, et devient un vrai lien intergénérationnel. À jouer à plusieurs, il est devenu un vrai lien intergénérationnel. Populaire, car il embrasse toute la mosaïque sociale française, comme le reflète le public éclectique et varié de la Paris Games Week. Populaire, car il galvanise des communautés plus créatives et plus vivaces que jamais, animées par des univers toujours plus immersifs et connectés. Populaire enfin, car il déborde au-delà de sa propre sphère, pour tisser des liens avec d'autres domaines culturels, comme l'animation, le cinéma ou la musique.

En tant que vitrine de cette culture rassembleuse à plus d'un titre, la Paris Games Week se devait, elle aussi, d'incarner le nouveau seuil franchi par l'industrie vidéoludique, en plaçant son édition 2023 sous le signe d'un « NEXT LEVEL » : une édition augmentée du plus grand salon français du jeu vidéo.

Surenchérissant sur sa promesse historique de faire tester aux visiteurs les jeux les plus récents et les

dernières nouveautés matérielles, la Paris Games Week brise un véritable plafond de verre : jamais une édition du salon n'a dévoilé autant de jeux inédits sur le sol français ou européen.

En matière d'esport, la Paris Games Week voit aussi les choses en grand. Passant de 800 places en 2022 à 1 800 en 2023, la scène PGW x Fnac accueillera un programme exclusivement composé de finales nationales, et même d'une manche internationale.

Enfin, par sa communion des communautés du *gaming* et de la *pop culture*, la PGW franchit un palier. Autour de grandes passions comme le rétrogaming ou le cosplay, et de licences parmi les plus prestigieuses, les fans seront immergés dans toujours plus d'univers grandioses, emblématiques de la culture vidéoludique.

Reflet populaire d'un loisir populaire, la Paris Games Week NEXT LEVEL s'adresse à tout le monde, des gamers les plus passionnés jusqu'aux joueurs les plus occasionnels, des néophytes du jeu vidéo jusqu'aux vétérans du gaming. Et pour cause : elle ne se contente pas de mettre en scène des jeux ou des supports de jeux ; elle met également en avant les univers, les histoires, les talents et les communautés qui gravitent autour de cette industrie aux multiples facettes.

Plus que jamais, la PGW s'érige comme le rendez-vous incontournable pour découvrir les dernières nouveautés du jeu vidéo français, européen et international. Un lieu où parents, enfants, familles et amis se retrouvent pour partager des moments ludiques, et pour se (re) connecter autour des univers chers à leur cœur. Une occasion unique de célébrer le jeu vidéo, tous ensemble ; une semaine de convivialité entre tous les Français, mus par une même passion pour ce loisir universel et fédérateur. Entrez dans la Paris Games Week NEXT LEVEL !

UNE VITRINE POUR LE JEU VIDÉO, UNE DISCIPLINE DE PLUS EN PLUS POPULAIRE

Le regard de Nicolas Vignolles, Délégué général du SELL

UNE TERRE FERTILE POUR L'ESPORT : LES AMBITIONS FRANÇAISES À L'INTERNATIONAL



En France, l'esport constitue une discipline et un marché en plein essor. Du côté de la pratique amateur, jamais la densité de clubs et associations n'a été aussi forte, avec plus de 1 500 clubs et associations répartis sur l'ensemble du territoire.

Au niveau professionnel aussi, la France compte une bonne dizaine de *top teams*, qui brillent régulièrement, en remportant des victoires prestigieuses sur la scène internationale, témoignant de l'immense réservoir de talents dont dispose le pays.

Fort de ce potentiel, l'écosystème de l'esport s'organise, en particulier autour de l'association France Esports, qui fédère dans une même structure nationale tous les acteurs de la filière : les éditeurs, détenteurs de la propriété intellectuelle sur les jeux, les joueurs, et les organisateurs de tournois.

Ce travail partenarial au sein de France Esports a permis d'améliorer le développement de la discipline sur le territoire, et de rendre la France plus attractive sur la scène internationale, en nouant un dialogue avec les pouvoirs publics (en particulier les ministères de l'Économie et des Sports).

En 2022, une réception en l'honneur de l'esport à l'Élysée, en présence du Président Emmanuel Macron, a permis de réaffirmer le nouveau statut acquis dans notre pays par la discipline, avec le clair signal et l'ambition affirmée d'attirer les plus grands joueurs et tournois du monde sur le territoire français.

Cette promesse s'est depuis traduite en actes, avec l'introduction du « passeport talent » pour les joueurs d'esport : une manière de faciliter les délais d'obtention de visas pour des championnes et champions invité(e)s en France pour des compétitions majeures.

Dans cette même continuité, la France s'est positionnée pour accueillir l'Olympic Esport Week à l'automne 2024, en marge des Jeux olympiques. Le CIO a accueilli favorablement cette candidature, la Paris Games Week pouvant être le lieu idéal pour accueillir tout ou partie de cette compétition. Mais la décision, bien qu'imminente, n'est pas encore actée à ce jour. Nous espérons tous une annonce à la Paris Games Week.

ESPORT ET SPORT : DES VALEURS COMMUNES, DES SYNERGIES À DÉVELOPPER

On le sait ; s'ils ont beaucoup de choses en partage, l'esport n'est pas du sport. Il ne relève ni des mêmes logiques économiques ni du même cadre juridique. Là où la pratique compétitive du football, du handball ou de n'importe quelle autre discipline sportive ne requiert la validation d'aucun ayant droit, les éditeurs de jeux vidéo sont détenteurs à 100 % de leurs propriétés intellectuelles - et sont donc décideurs à 100 % de la tenue ou non de compétitions sur ces dernières.

Grâce à certains éditeurs de jeux vidéo très engagés dans l'esport (Riot Games, Activision Blizzard, Ubisoft...), la pratique s'est fortement développée ces dernières années, aussi bien au travers de grandes compétitions internationales que sur le terrain amateur, grâce à des évolutions successives, permettant une utilisation collective des licences, et traduisant la volonté de faire de l'esport un axe majeur de développement pour le jeu vidéo.

À mesure que l'esport se développe et remplit des salles toujours plus grandes (15 000 personnes à l'Accor Arena de Paris en 2019 pour les demi-finales des *Worlds de League of Legends* !), le dialogue entre les mondes de l'esport et du sport a lui aussi évolué positivement : les deux secteurs communiquent et échangent de plus en plus, ouvrant des perspectives très prometteuses.

De fait, l'esport et le sport ont bien plus en commun qu'il n'y paraît : la recherche de la performance, la place de la préparation mentale, la coopération, l'esprit d'équipe, le plaisir du jeu, la sociabilité, les communautés de fans, l'éthique, le fair-play, etc.

Pour le SELL, organisateur de la Paris Games Week, l'avenir est dans le rapprochement de ces domaines. Le sport gagnerait une audience encore plus grande et toujours plus jeune, tandis que l'esport pourrait apprendre à mieux développer sa pratique amateur et à améliorer la haute performance de ses *top teams*.

Ce rapprochement participerait aussi à déconstruire le cliché du joueur sédentaire, qui ne sort pas de sa chambre ou de son canapé. Un cliché depuis longtemps démenti, mais qui demeure toujours ancré dans les esprits.

Enfin, comment ne pas souligner la place éminente du sport dans les jeux vidéo eux-mêmes ? Beaucoup des joueuses et joueurs sont aussi fans de sport ! L'engouement pour les jeux vidéo sportifs, qui représentent 26 % des jeux pratiqués par les Français, souligne la très forte intrication entre sports physiques et numériques.

Ainsi, du football au basketball en passant par le golf, l'athlétisme, la danse sportive, le skateboard, le BMX ou la course automobile, chaque discipline sportive trouve sa réplique vidéoludique, offrant

des passerelles entre la découverte virtuelle et la pratique réelle.

Ce rapprochement a d'ores et déjà été perçu par les fédérations sportives : notamment, la Fédération française de basket-ball a lancé son propre programme pour encourager la pratique de l'esport, et même créé sa propre marque « FFBB Esports » ; un modèle précurseur qui démontre depuis 2020 les synergies possibles entre ces deux mondes.

Grâce aux avancées technologiques, le jeu vidéo devient aussi un outil d'entraînement. Des simulateurs ultraréalistes comme *Assetto Corsa*, utilisé par les coureurs automobiles pour s'entraîner, ou des expériences comme le « *ping VR* », qui permet d'améliorer sa pratique du tennis de table grâce à la réalité virtuelle, en sont des exemples concrets.

Poursuivre ou pour améliorer ses performances, les sportifs amateurs comme ceux de haut niveau s'entraînent et s'amuse déjà avec le jeu vidéo : la Paris Games Week se doit donc d'incarner, pour mieux les renforcer, les rapprochements qui existent entre ces deux mondes - avec, en toile de fond, les Jeux olympiques de Paris 2024, une actualité qui justifie plus que jamais cette large ouverture du salon au monde du sport !

LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER À LA PGW NEXT LEVEL :



- **La scène PGW x Fnac** : accueillant 1 800 places assises, elle sera le théâtre de manches et de finales de compétitions nationales et internationales, comme la Coupe des Étoiles (le 31 octobre), La Banque Postale Coupe de France et la Red Bull Campus Clutch (le 1er novembre), le Trophée des Seniors SilverGeek et la Predator Cup (le 3 novembre), la Flip & Spin (le 4 novembre) et le Capcom Pro Tour (le 5 novembre).
- **Le village Esport & Sport** : aux côtés des stands de nombreuses fédérations sportives, dont celles du football et du tennis de table, les visiteurs pourront découvrir un skatepark géant où se tiendront des démonstrations par des skateboarders professionnels, et des séances d'initiation ouvertes aux visiteurs ; ainsi qu'un terrain de basketball 3 x 3, honorant cette discipline à moins d'un an de Paris 2024, où elle fera ses débuts en tant que discipline olympique.

TOUTES ET TOUS JOUEURS.SES, TOUTES ET TOUS BIENVENU.E.S DANS LA FAMILLE DU JEU VIDÉO

VERS PLUS DE DIVERSITÉ DANS LES STUDIOS, COMME DANS LES PRODUCTIONS VIDÉOLUDIQUES

Le regard de Morgane Falaize, Présidente de l'association Women in Games



Le jeu vidéo – riche, varié, et pratiqué par toutes et tous – se doit d'être le miroir de sa communauté. Des associations telles que Women in Games, Afrogameuses, et d'autres encore, militent pour une meilleure représentation des minorités dans l'industrie, comme dans leurs jeux.

Cette sensibilisation passe par le développement et la diffusion d'outils pédagogiques, tels que le « Guide de prévention des violences sexuelles et sexistes », dévoilé lors de la Paris Game Week 2022, et depuis très bien accueilli par le secteur.

Mais l'information, aussi cruciale soit-elle, ne suffit pas. L'heure est venue de passer à l'action ! Car l'industrie du jeu vidéo, qui représente et vit au même rythme que la société, a bien compris, depuis plusieurs années déjà, le bénéfice et l'importance d'avancer vers plus de diversité. De fait, au-delà d'une simple « mixité », qui se mesurerait en statistiques et en données numériques, elle aspire à une réelle inclusion, où chaque talent, quels que soient son genre, son origine ou son orientation sexuelle, se sent respecté, écouté et valorisé.

Pour matérialiser cette vision, plusieurs actions sont mises en place en partenariat avec les entreprises, comme des programmes de mentorat et des ateliers mensuels, visant à renforcer les compétences des talents s'identifiant à une ou plusieurs minorités. En parallèle, la représentation vidéoludique évolue, avec l'émergence de personnages comme Aloy, héroïne lesbienne du jeu AAA *Horizon Forbidden West* (PlayStation), ou la mise en avant de joueuses professionnelles de football dans le simulateur sportif *EA Sports FC 24* (Electronic Arts).

L'industrie avance donc dans le bon sens, même si de nombreux défis restent à relever : assurer un recrutement inclusif, retenir les talents issus de la diversité, mais aussi susciter l'intérêt des minorités pour le secteur. L'objectif de la Paris Games Week est donc de rappeler qu'il y a un métier pour tous les profils dans l'industrie du jeu vidéo. Tous les hommes, toutes les femmes ont leur place, et sont même activement recherchés, dans les studios ainsi qu'au sein des formations spécialisées.

L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX ROLE MODELS DANS LE MONDE DE L'ESPORT

Le regard de Cosmic, Joueuse professionnelle de League of Legends



S'imposer sur la scène esportive requiert certes de la passion, mais aussi une persévérance infaillible et un travail colossal. Des premières parties classées que l'on joue en ligne, jusqu'au moment où l'on intègre sa première équipe professionnelle, le chemin s'avère long et exigeant.

Ce parcours est-il encore plus ardu pour une femme ? Le stéréotype voulait jusqu'ici que l'esport soit un domaine masculin. Pourtant, autant de femmes que d'hommes jouent, et de nombreuses joueuses, passionnées dès leur plus jeune âge, sont désormais des professionnelles émérites.

Si ce cliché persiste, c'est à cause du manque de figures féminines emblématiques. L'hésitation de certaines structures à intégrer des joueuses dans des projets mixtes, de même que leur désintérêt pour les projets exclusivement féminins, restreignent l'émergence des sportives. Heureusement, de nouvelles initiatives viennent progressivement changer la donne. La Coupe des Étoiles, par exemple, sera mise en lumière lors de la Paris Games Week, offrant un coup de projecteur bienvenu et nécessaire sur les femmes de l'esport.

Il est temps de reconnaître à toutes les joueuses professionnelles leur statut de modèle, de référence à suivre, car elles incarnent non seulement leurs ambitions ou celles de leur équipe, mais elles inspirent également celles qui les observent, les incitant à se lancer à leur tour. À terme, ces *role models* féminins nourriront les mentalités de tous les joueurs et de toutes les joueuses, et contribueront à des communautés en ligne plus bienveillantes et plus ouvertes, dans la sphère amateur comme professionnelle.

Nous sommes au point de départ d'un monde de l'esport plus inclusif. À l'avenir, l'encadrement des équipes féminines devra se montrer toujours plus à la hauteur, avec davantage de compétitions dédiées, et un engagement accru des organisations qui les accueillent. Il est désormais nécessaire de le faire entendre : l'esport se conjugue aussi au féminin. C'est au travers d'actions concrètes et médiatisées que les préjugés se déconstruiront, et que l'inclusion deviendra la norme. À nous de faire bouger les lignes !

LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER À LA PGW NEXT LEVEL :

- **Le stand de l'association Women in Games :** cet espace mettra en avant trois jeux vidéo créés par des équipes inclusives, ainsi qu'une sélection de productions traitant de thématiques sociétales en lien avec la diversité. L'objectif : mettre en avant les valeurs inclusives qui animent l'industrie vidéoludique, et créer des vocations auprès des jeunes joueuses comme des jeunes joueurs.
- **La finale de la Coupe des Étoiles :** première compétition féminine officielle organisée en France sur *League of Legends*, et fruit d'un partenariat entre Riot Games et Webedia, cette compétition se tiendra sur la scène PGW x Fnac le mardi 31 octobre à 20 heures. Les meilleures équipes françaises s'y affronteront pour la victoire, sur scène et en direct de la chaîne OTP sur Twitch.



QUAND LA POP CULTURE FAIT TOMBER TOUTES LES BARRIÈRES

Le regard de Dorian Amaury, aka Axel, Cosplayeur et membre du jury « PGW Cosplay Championship »

DANS LA PEAU D'UN AUTRE, EN DÉPIT DES CONVENTIONS



Certains sont attirés par le cosplay pour l'art de créer des costumes, d'autres recherchent le *challenge* des compétitions, tandis que d'autres encore ressentent simplement le besoin d'assouvir ce désir qui nous a tous et toutes animés un jour :

celui de revêtir un accoutrement et de jouer un rôle, de prétendre être quelqu'un d'autre pendant quelques instants.

Mais qu'on soit cosplayeur amateur, professionnel ou membre d'un jury de concours, nous sommes tous unis par une même passion : une forme d'expression ludique et artistique, que l'on peut tout à fait prendre au sérieux, sans pour autant se prendre trop au sérieux.

Car le cosplay offre justement la liberté d'explorer et de transcender ses limites, de s'affirmer ou de s'affranchir face au regard d'autrui. Tout comme un joueur ou une joueuse peut endosser des avatars variés dans les jeux vidéo, un cosplayeur ou une cosplayeuse peut choisir des personnages pouvant sembler très différents : à titre d'exemple, un homme peut incarner un rôle féminin, et vice-versa.

Les normes et les stigmates parfois perçues dans la société n'ont guère d'importance ou de pertinence dans cet art ; ce qui prime dans le cosplay, c'est l'affinité avec les vertus et l'état d'esprit du personnage, l'inspiration que nous évoquent ses traits de caractère ou son histoire.

Se glisser dans la peau d'un autre, c'est aussi l'opportunité d'interactions entre ce personnage fictif et notre réalité « civile ». En incarnant un héros ou une héroïne, on se sent investi de ses valeurs, de son tempérament, de sa puissance et de sa force ; on se découvre capable de choses qu'on n'aurait jamais envisagées dans la vie quotidienne.

Mais dans l'autre sens, on peut également imprégner le personnage de notre essence individuelle, de notre propre part d'humanité : imaginer les accessoires qu'il pourrait revêtir, le parfum qu'il pourrait porter, ou les matières qui composeraient son costume s'il était fait de matériaux palpables et authentiques, et non plus d'encre ou de pixels.



AU SEIN D'UNE VRAIE FAMILLE, AU-DELÀ DES FRONTIÈRES

Au-delà des contraintes dont il offre le loisir de s'affranchir, en assumant totalement la personnalité d'un personnage de fiction le temps d'un *photoshoot* ou d'une convention, le cosplay permet aussi de faire tomber de nombreuses barrières et de multiples frontières.

On le constate facilement lors d'un salon tel que la Paris Games Week : les cosplayers suscitent l'admiration et la surprise des fans de *pop culture*, qui (re) découvrent leurs protagonistes et antagonistes préférés, incarnés sous une forme tangible.

Bien que – comme toute passion – le cosplay relève avant tout d'un choix personnel, ce dernier prend tout son sens dans l'interaction et l'échange avec les autres, que ce soit à travers le partage de techniques d'habillage ou de maquillage, l'incarnation de personnages (plus ou moins) populaires, ou la réalisation de toutes sortes de médias connexes (des courts-métrages, des illustrations, des chansons...) ; car le cosplay, reflet vibrant de la *pop culture*, croise évidemment tous les arts et toutes les cultures.

D'ailleurs, durant des moments d'isolement et de distanciation sociale, comme celui de la pandémie survenue en 2020, le cosplay, tout comme les jeux vidéo, ont été des vecteurs de rapprochement entre des individus et des communautés éloignées physiquement.

Les personnages de la *pop culture* sont universels. Au-delà des différences de langue ou de nationalité, ils permettent de créer des affinités, de trouver des passions et des valeurs partagées avec d'autres individus, qui étaient parfois jusqu'alors de parfaits inconnus.

Dans un concours de cosplay, a fortiori au sein d'une compétition internationale comme peut l'être la PGW Cosplay Championship, les participants tissent des liens puissants, mémorables et indéfectibles. C'est ce sentiment d'appartenance à une communauté, voire à une famille choisie, qui constitue le cœur de l'expérience du cosplay, et qui donne tout le sens à l'investissement que cette discipline représente.

LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER À LA PGW NEXT LEVEL :

- **Le Village Cosplay par Imagin'Con** : ce lieu de rendez-vous incontournable pour les amateurs de cosplay comprend un espace photo, une exposition de costumes et de photographies, des rencontres avec des cosplayers, et des ateliers « *Do It Yourself* » pour apprendre à fabriquer ses propres accessoires.
- **Le PGW Cosplay Championship** : partenariat entre Imagin Con et France Cosplay, ce concours célèbre le talent de nombreux cosplayers de jeux vidéo, qui dévoileront leurs créations et rivaliseront pour le titre suprême. Un rendez-vous à ne pas manquer, sur la Scène PGW x Fnac, le dimanche 5 novembre.



POUR QUE TOUS LES PUBLICS S'EMPARENT DU JEU VIDÉO

Le regard de Florine Archambeaud, Cheffe de projet Paris Games Week au sein de l'association CapGame

JEU VIDÉO ET HANDICAP : DES OPTIONS CRÉATIVES ET LUDIQUES



Avec 39,1 millions de joueurs en France, soit plus de 7 Français sur 10*, tout le monde (ou presque) joue aux jeux vidéo ! Pourtant, s'il touche une part croissante d'individus en France, le *gaming* demeure difficile d'accès pour les personnes en situation de handicap - lesquelles représentent, pour rappel, 20 % de la démographie française. Il est donc essentiel que les jeux, qui sont un loisir populaire et un vecteur de sociabilité, soient conçus de manière toujours plus inclusive, sans exclure tout ou partie de la population.

L'association CapGame, qui célèbre cette année son dixième anniversaire, fait justement en sorte de rendre plus accessible la pratique vidéoludique à toutes et tous. D'une part, en mettant en valeur les matériels et logiciels existants ; d'autre part, en mettant à l'épreuve les nouveaux jeux, grâce à une équipe de testeurs et testeuses experts en la matière, qui vérifient la manière dont sont intégrées des options d'accessibilité comme le sous-titrage des dialogues, la reconfiguration des touches ou l'amélioration des contrastes.

Pour les développeurs, cela implique parfois de penser différemment l'expérience de leurs jeux : par exemple, le jeu de course automobile *Forza*

Motorsports (Xbox Game Studios) peut se piloter entièrement à l'aveugle, grâce à de multiples indicateurs sonores. Des ajustements qui peuvent sembler anodins ou superflus aux yeux des joueurs qui n'en ont pas besoin, mais qui ont pourtant une valeur ajoutée indéniable, en ce qu'ils élargissent et diversifient les communautés adeptes des univers virtuels.

Il est bon de rappeler que l'accessibilité est plus simple à mettre en place, dès lors qu'elle s'intègre le plus tôt possible dans le processus de développement. CapGame forme ainsi les professionnels de l'industrie, mais aussi les élèves des écoles spécialisées, afin que ces solutions puissent être envisagées en amont. La clé se trouve aussi dans le test systématique des jeux en cours de production, par un panel de joueurs le plus diversifié possible, incluant des personnes en situation de handicap.

La prise en compte de l'accessibilité peut aussi constituer un stimulant à la créativité des studios de développement, qui peuvent redoubler d'imagination pour rendre ludiques, esthétiques, voire artistiques, ces options d'accessibilité, en les intégrant de manière plus fluide et plus naturelle dans l'univers des jeux. Elle constitue en tout cas un défi passionnant et nécessaire, afin d'ouvrir cette pratique populaire à un public toujours plus large.

*Données recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du SELL, dans le but de mesurer et de comprendre les usages et profils des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France. Tous droits réservés © 2023 Médiamétrie - www.mediametrie.fr

ACCESSIBILITÉ

AU-DELÀ DE L'ACCESSIBILITÉ : UN MEILLEUR CONFORT DE JEU POUR TOUS ET TOUTES

Dans l'imaginaire collectif, le terme d'« accessibilité » est systématiquement associé au handicap. Pourtant, les solutions et fonctionnalités imaginées dans ce cadre profitent à tous. Dans l'industrie vidéoludique comme dans le reste de la société, certaines innovations initialement conçues pour les personnes en situation de handicap peuvent trouver une utilité pour le reste de la population, et inversement.

Par exemple, la télécommande de nos télévisions était, au départ, une solution d'accessibilité à destination des personnes handicapées ; tout comme les contrôleurs de jeu à une seule main étaient initialement prévus pour permettre aux joueurs valides de rester « multitâches ». Les vibrations haptiques des manettes, qui renforcent l'immersion dans les univers vidéoludiques, aident également les joueurs malvoyants ou sourds à ressentir l'action des jeux.

Pour cette raison, le terme « confort de jeu » est sans doute plus adapté que celui d'accessibilité, car il évoque les améliorations de l'expérience vidéoludique qui profitent à chaque joueur, quels que soient son âge, son état physique ou ses compétences. Tout le monde a des besoins et des goûts différents en matière de jeux vidéo, et il existe autant de manières de jouer qu'il existe de joueurs et de joueuses.

Le jeu vidéo est un loisir universel, avec une moyenne d'âge de 40 ans parmi les joueurs français, et près de 7 adultes sur 10 qui jouent, dont près de 5 seniors sur 10. C'est aussi un loisir qui se partage, entre amis ou en famille, avec 61 % des joueurs qui jouent en multijoueur, 69 % des Français qui déclarent jouer pour passer un moment convivial, et 69 % des parents qui déclarent jouer avec leur enfant au moins occasionnellement*.

Dans ce contexte, les options de « confort de jeu » permettent à tous les profils de joueuses et de joueurs de personnaliser leur expérience, et de s'affranchir des éventuelles barrières à l'entrée dans l'univers vidéoludique. Que l'on souhaite se défier dans l'exécution de combos techniques et dans l'affrontement d'ennemis redoutables, ou s'immerger dans une narration interactive en faisant l'impasse sur les énigmes ou les combats, chacune et chacun peut adapter les jeux à ses préférences.

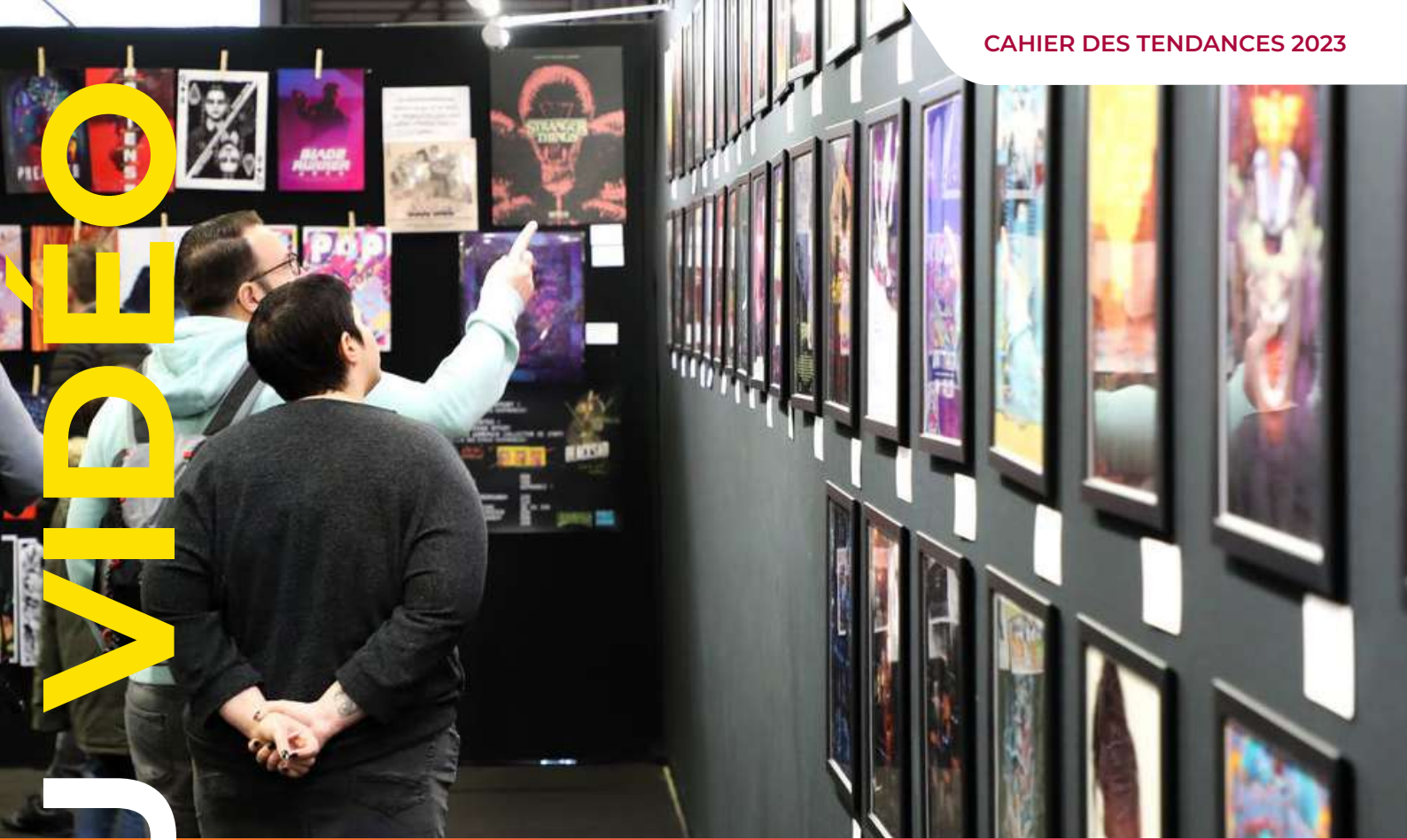
C'est aussi ce que la Paris Games Week entend célébrer et illustrer : tous les visiteurs et tous les joueurs sont les bienvenus — tels qu'ils sont, dans toute leur singularité et toute leur pluralité. Le salon est pensé pour accueillir tout le monde, avec des zones de repos permettant de s'isoler de la foule pendant quelques instants, des animateurs et animatrices dédiés à l'accessibilité pouvant accueillir tous les publics (dont les personnes



sourdes en Langue des Signes Française), des mesures d'accessibilité spécifiques sur un nombre toujours plus important de stands, et une atmosphère accueillante pour tous les visiteurs.

LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER À LA PGW NEXT LEVEL :

- **L'espace « Jouez Comme Vous Êtes » dans le Hall 2.2** : pilotées par l'association CapGame, 10 structures présenteront au public les nombreuses solutions d'accessibilité existantes dans le jeu vidéo, tant sur les plans matériels que logiciels, et rappellera combien ce loisir populaire mérite d'être partagé et pratiqué par le plus grand nombre.
- **Les finales de la CapGame ARENA 2023** : samedi 4 novembre à partir de 14 h, sur l'espace « Jouez Comme Vous Êtes », venez assister aux finales de cette compétition inclusive autour de *eFootball 2023* et *Forza Motorsport 7* !
- **La traduction en Langue des Signes Française de plusieurs scènes** : sur certains créneaux, les éditeurs Xbox, Ubisoft et Bandai Namco traduiront les animations de leur scène en LSF.
- **L'équipe dédiée à l'accessibilité** : reconnaissable par sa tenue de couleur jaune, elle sera présente en continu, partout sur le salon, pour guider et renseigner les visiteurs.



LE JEU VIDÉO, UN ART ET UNE CULTURE DE PLUS DE 50 ANS

Le regard de Laurent Duplouy, David Benoist et Emmanuelle Hascoët, Porte-paroles de la Bibliothèque nationale de France

{BnF}

UN ART PLURIDISCIPLINAIRE, AU CŒUR DE LA CULTURE FRANÇAISE

Après avoir été longtemps perçu comme une sous-culture, voire comme une contre-culture, le jeu vidéo jouit désormais d'une réputation plus positive. En 2020, l'OMS a notamment soutenu la campagne « Play Apart Together », invitant les joueurs à rester connectés grâce aux jeux durant la pandémie.

L'opinion publique évolue aussi : alors que plus de 7 Français sur 10 jouent de façon au moins occasionnelle, 82 % de la population française voit également le jeu vidéo comme un domaine innovant, tandis que 63 % d'entre elle le considère comme une activité positive*.

Le jeu vidéo est enfin perçu comme l'art à part entière qu'il a toujours été — on parle parfois d'un « art total », conjuguant la narration, les arts graphiques, les arts sonores, l'architecture, etc.

Pour s'en rendre compte, il suffit de constater l'immense richesse et la grande diversité des formations spécialisées présentes lors de la Paris Games Week, témoignant de tous les talents et de toutes les professions qui s'illustrent dans l'industrie vidéoludique. Bien au-delà d'une simple

juxtaposition d'arts l'ayant précédé, le jeu vidéo invente aussi ses propres codes et ses propres savoir-faire, tels que le gameplay, soit l'art de la jouabilité et de l'interactivité.

Cet art attire aussi bien l'attention des artistes que des chercheurs ou des institutions publiques reconnues, comme le MoMA à New York, qui incorpore désormais des jeux vidéo à ses collections. À l'école, des enseignants utilisent aujourd'hui certains jeux comme outils d'apprentissage ; tandis que dans le domaine médical, d'autres sont recommandés aux patients pour leur rôle thérapeutique.

En France, bien qu'il n'y ait pas de Musée national dédié à l'art vidéoludique, la Bibliothèque nationale de France conserve la plus grande collection publique de jeux vidéo, contribuant à la reconnaissance de ces derniers en tant que part intégrante de notre patrimoine. De fait, il est impossible de nier l'impact culturel du jeu vidéo, tout comme il est inconcevable d'étudier la culture française sans s'intéresser au jeu vidéo, les deux étant désormais étroitement liés.

*Données recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du SELL, dans le but de mesurer et de comprendre les usages et profils des joueuses et des joueurs de jeux vidéo en France. Tous droits réservés © 2023 Médiamétrie – www.mediametrie.fr

DE LA CONSERVATION À LA PRÉSERVATION, JUSQU'À LA PATRIMONIALISATION

En vertu de la loi française sur le dépôt légal, tous les jeux vidéo doivent être conservés, en au moins un exemplaire, à la Bibliothèque nationale de France — au même titre que les productions littéraires ou iconographiques, par exemple. Au-delà de la simple conservation, l'objectif de cette démarche est la préservation : il s'agit conjointement de collecter ces œuvres, de les cataloguer, de les conserver, et surtout d'en garantir l'accès au public, pour la postérité.

Mais dans le cadre du jeu vidéo, ce processus pose quelques défis, à commencer par la préservation de l'environnement technique dans lequel les jeux sont initialement commercialisés. La réponse peut consister en deux approches complémentaires : la maintenance des consoles d'origine, ou l'émulation (c'est-à-dire la simulation d'un système sur une autre machine, généralement un PC).

Un autre défi se trouve dans la conservation des jeux en ligne, qui sont dépendants de leur communauté pour exister, mais aussi de la maintenance de serveurs pour fonctionner. Afin de garder une trace de ces titres, mais aussi de la manière dont les joueurs se les approprient, un travail de documentation minutieux doit être mis en place : enregistrement de sessions, témoignages de joueurs, concept-arts des développeurs, sont autant de « vestiges » qui, demain, permettront de comprendre comment se jouaient des jeux qui n'existeront peut-être plus.

Se pose enfin le problème du support sur lequel les jeux vidéo sont conservés. Si les productions au format physique risquent de se détériorer au fil du temps, les titres numériques ne sont pas pour autant plus aisés à préserver : certains d'entre eux peuvent être protégés par des mesures de sécurité, appelées MTP (Moyen Technique de Protection, ou *Digital Rights Management* en anglais), qui empêchent la copie ou l'utilisation de ces logiciels sans un système de validation tiers.

Pour faire face à l'ensemble de ces enjeux, une prise de conscience globale s'impose. Puisque toute la société apprécie désormais pleinement la valeur culturelle, sinon patrimoniale, de l'art vidéoludique, il faut à présent que tous les acteurs de l'industrie, des joueurs jusqu'aux éditeurs en passant par les studios ; mais aussi ceux du domaine politique, scientifique et académique, se saisissent du sujet afin de faire tomber les barrières à la conservation des jeux vidéo, vers une véritable préservation de ce patrimoine unique en son genre.



LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER À LA PGW NEXT LEVEL :

- **Le stand de l'association MO5** : pour son 20^e anniversaire, l'association, spécialisée dans le rétrogaming, proposera une véritable immersion dans l'histoire vidéoludique, allant des micro-ordinateurs historiques aux consoles actuelles. Les visiteurs pourront s'essayer à des jeux emblématiques, et participer à une vente aux enchères inédite de pièces collector du monde du jeu vidéo.
- **Les interventions de la BnF** : sur son stand et dans les espaces « PGW JUNIOR » et « JEUX MADE IN FRANCE », la BnF organisera des ateliers et conférences avec des experts, qui aborderont la préservation du patrimoine vidéoludique, l'influence sociale des jeux vidéo et d'autres sujets liés à l'art vidéoludique.
- **L'exposition « Attraction virale du jeu vidéo », par Odile Gine**, lauréate de la grande commande pour le photojournalisme voulue par le ministère de la Culture et pilotée par la BnF : dans le pavillon 2, ces portraits photographiques mettront en lumière toute la diversité des joueurs et joueuses français. Pour en savoir plus : <https://commande-photojournalisme.culture.gouv.fr/fr/odile-gine-attraction-virale-du-jeu-video>.



© Odile Gine - Hans Lucas / Grande commande photojournalisme

CONTACTS PRESSE



LE SERVICE DE PRESSE
EST À VOTRE DISPOSITION

BEYOND

Nicolas Brodiez

06 15 93 52 10

nbrodiez@beyond-pr.com

Franklin Saint-Yves

06 26 95 52 26

fsaintyves@beyond-pr.com



Éléa Colpart

e.colpart@sell.fr