Baromètre annuel du jeu vidéo en France

édition 2025

Syndicat National du Jeu Vidéo

Sommaire

Rappel méthodologique

Ce baromètre livre une photographie du secteur du jeu vidéo en France à partir d'un questionnaire auto-administré en ligne et dont la diffusion a été assurée par le SNJV, le CNC et les associations régionales du jeu vidéo.

Dans le présent rapport, lorsqu'il est mentionné « entreprises », cela fait référence aux entreprises de développement du jeu vidéo ayant répondu au questionnaire.



Une enquête réalisée du 16 avril au 26 juin 2026



107 entreprises de développement de jeux vidéo vérifiées et qualifiées répondant

Les questions à choix multiples sont exprimées en part des répondants. Les valeurs 2024 ont été recalculées sur cette base.

LE TISSU ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION DE JEUX VIDÉO 03

ENSEIGNEMENTS CLÉS 04

01 **chapitre 1** 05
LA PRODUCTION DE JEUX VIDÉO

02 **chapitre 2** 13
LA SITUATION FINANCIÈRE DES ENTREPRISES

03 **chapitre 3** 21
L'EMPLOI

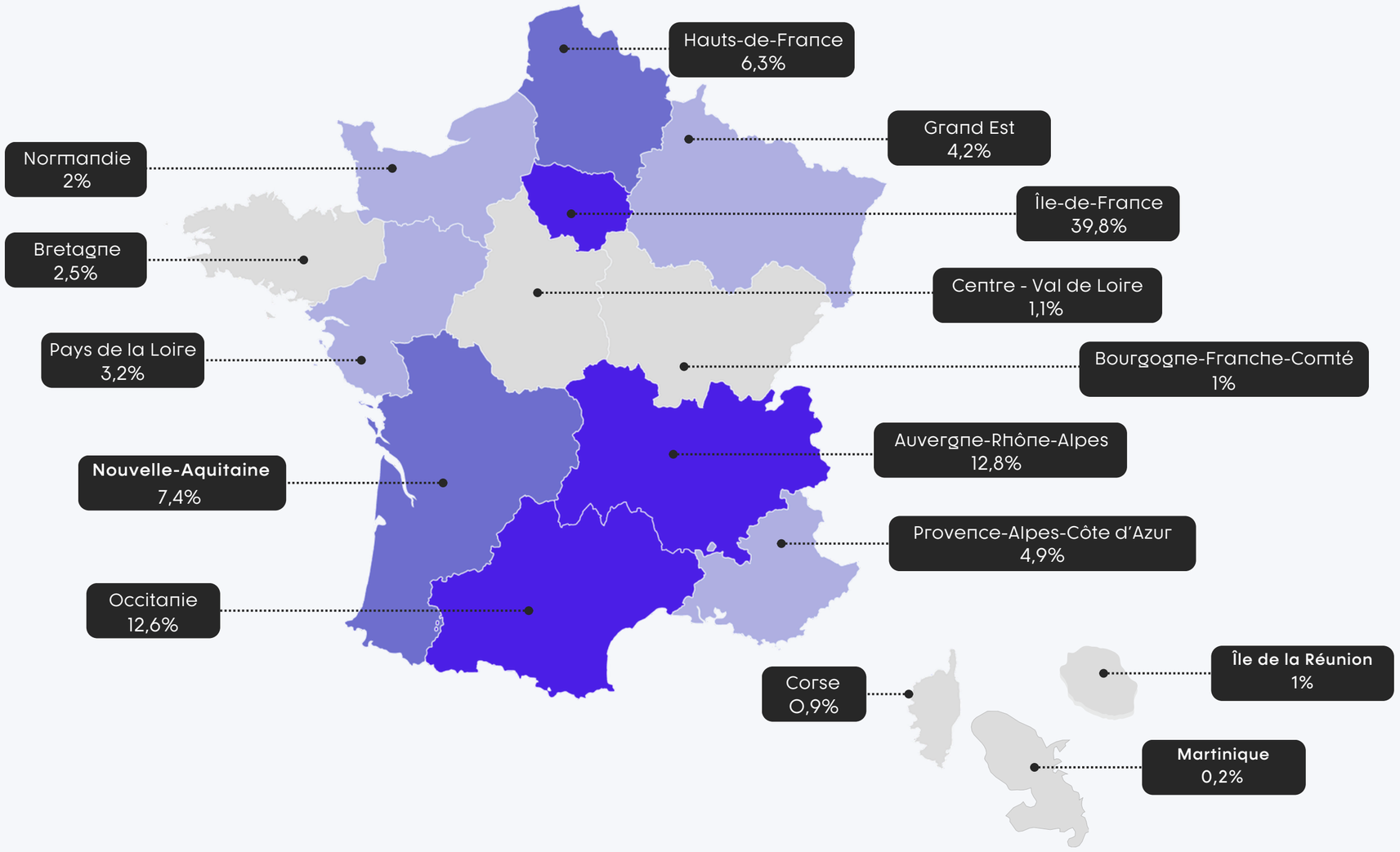
04 **chapitre 4** 28
LA RSE

CONCLUSION 34

SOURCING 36

À PROPOS DU SNJV ET DU CNC 38

Le tissu économique de la production de jeux vidéo : répartition des entreprises par région



1 147

entreprises, studios de développement et éditeurs de jeux vidéo, sont actives en France en 2025.

Cette année, le périmètre a été reconstruit ligne par ligne (Sirene, BODACC, Pappers, infogreffe) puis recoupé avec les bases internes des associations régionales et SNJV. L'écart du nombre de structures reflète très majoritairement un périmètre plus complet, pas une croissance du secteur.

Enseignements clés sur l'industrie Française du jeu vidéo

Production de jeux vidéo

72,9% des studios développent des jeux indépendants

Plus de 750 jeux commercialisés, dont 54,1% de nouvelles IP

L'emploi

21,4% de Femmes au sein des studios de jeux vidéo

64,7% des entreprises prévoient de maintenir leurs effectifs en 2026

Situation Financière

98% des sociétés déclarent un capital majoritairement Français

Attractivité

8 entreprises sur 10 estiment que la France est attractive pour le secteur du jeu vidéo

RSE

47,3% des studios ont réalisé le bilan carbone de leur structure

CHAPITRE 1

La production de jeux vidéo

NOMBRE DE JEUX VIDÉO PRODUITS ET COMMERCIALISÉS

Plus de 2 000 jeux vidéo en production...

• Plus de la moitié des entreprises ne produisent* qu'un seul jeu en 2025 (53,8%, +2,0 pts en un an)

Global marché estimé à

2 122 jeux vidéo en production en 2025

...et 750 jeux vidéo commercialisés en 2025

• Un peu plus d'un tiers des studios ont commercialisé* un jeu vidéo en 2025 (34,9%, -15,0 pts sur un an)

• Parmi les jeux commercialisés, plus de la moitié sont des nouvelles IP (54,1%, +5,8 pts)

Global marché estimé à

761 titres commercialisés en 2025

Part des studios en auto-édition

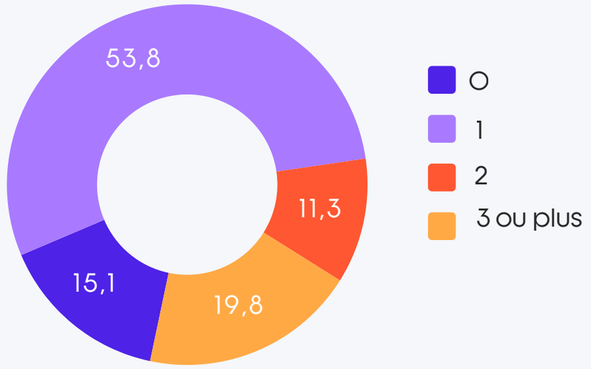
42,1% des studios commercialisent eux-mêmes leurs productions. Ils étaient 39,4% en 2024

Edito

En 2025, plus d'un studio sur deux concentre ses moyens sur une seule production.

La France s'impose toujours comme un territoire créatif : plus de la moitié des jeux commercialisés en 2025 sont de nouvelles IP.

RÉPARTITION DES ENTREPRISES EN FONCTION DU NOMBRE DE JEUX VIDÉO EN PRODUCTION (%)



** Inclut les DLC des jeux et live op*

UNE PRODUCTION AVANT TOUT TOURNÉE VERS LES JEUX INDÉPENDANTS

L'industrie française du jeu vidéo se définit principalement comme une industrie de production de jeux indépendants

- 72,9% des studios développent des jeux indépendants (-2,1 pts vs. 2024)
- Davantage de jeux AA produits par le panel interrogé en 2025 : 24,3% vs. 20,0% en 2024 et 15% en 2019
- Et recul de la production des jeux casual : 23,4% vs. 25,8% en 2024 et 28% en 2019

Edito

Le jeu vidéo indépendant reste le coeur de la production française.
Les productions plus ambitieuses, AA et AAA, gagnent du terrain en 2025.

51,4% des entreprises ne développent qu'un seul type de jeu (-2,8 pts par rapport à 2024)

- Une part en baisse au profit des studios qui développent deux types de jeux vidéo (34,6% en 2025 soit +10,4 pts)
- 14,0% développent plus de deux types de jeux différents (21,7% en 2024)

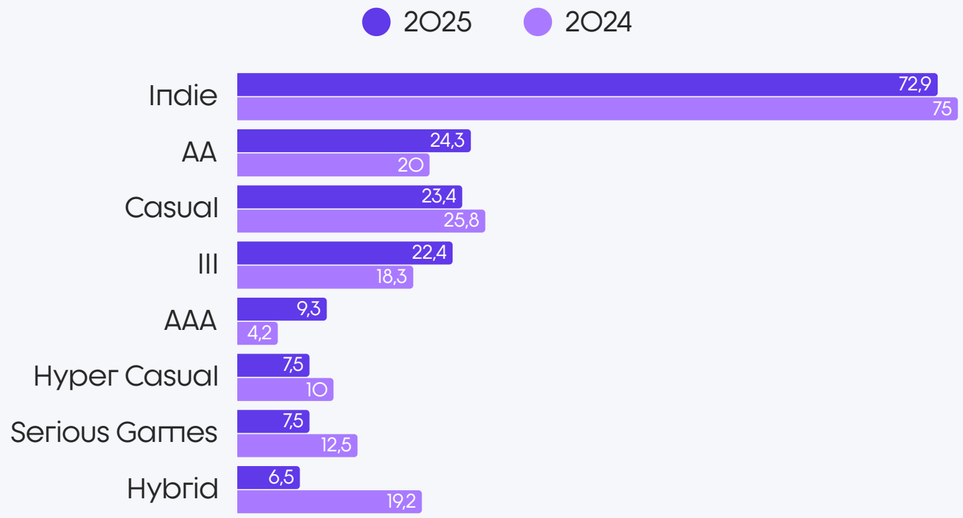
3,7%

des studios ont produit des jeux compétitifs
(-2,3 pts)

7,5%

des studios ont produit des jeux en XR
(+0,6 pt)

Types de jeux développés par les studios (%)



LE PC, PREMIER SUPPORT DE DIFFUSION DES JEUX VIDÉO DES ENTREPRISES FRANÇAISES

En 2025, près de 9 studios sur 10 ont leurs jeux disponibles sur PC (88%)

- En hausse de 2,2 pts vs. 2024
- Les consoles de salon se maintiennent en deuxième position et progressent : 56,0% vs. 50,0% en 2024

Une part toujours limitée du mobile (1 entreprise sur 3)

29,6%

des entreprises ne diffusent leurs jeux que sur un seul support
(+1,4 pt par rapport à 2024)

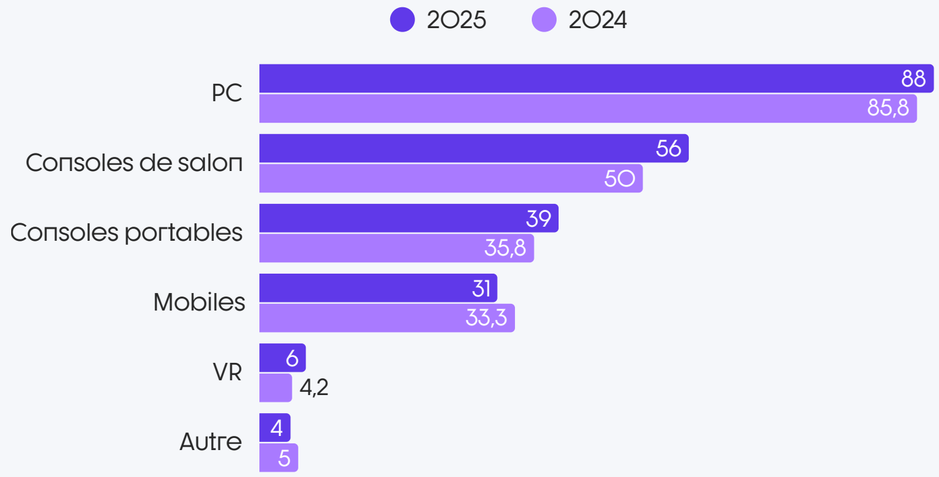
- 21,4% uniquement sur PC (+1,7 pt) et 8,2% uniquement mobile (+1,4 pt)
- 31,6% sur deux supports (-2,6 pts) avec en tête la combinaison console de salon et PC
- Et 16,3% sur quatre supports ou plus (+4,0)

Edito

Le PC est le support de référence (9 studios sur 10 diffusent leurs jeux sur ce support), et les consoles progressent légèrement.

Alors qu'il est le premier segment du marché mondial, le jeu vidéo mobile reste en retrait dans la production française.

Support de diffusion des jeux vidéo (%)



LES JEUX PAYANTS À L'ACHAT SANS CONTENU ADDITIONNEL, PRINCIPAL MODÈLE ÉCONOMIQUE

Les jeux premium sans contenus additionnels, privilégiés par les studios

(72,4% en développent)

- En hausse de 4,9 pts vs. 2024 et de 13,4 pts vs. 2019
- Les jeux premium avec contenus additionnels, deuxième modèle économique des jeux en 2025 (- 3,2 pts sur un an mais +11,3 pts vs. 2019)

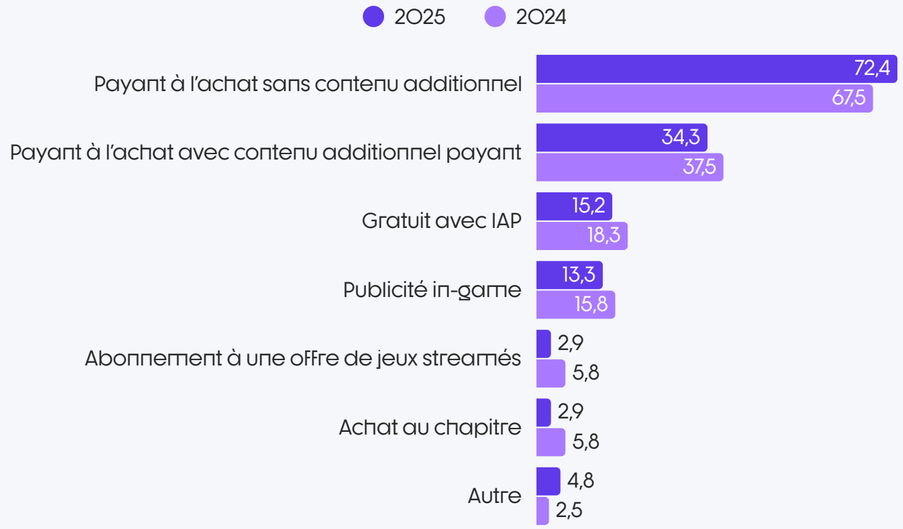
Recul du modèle gratuit avec In-App Purchases :

- 15,2% vs. 18,3% en 2024 et 37% en 2019

Edito

Les jeux payants à l'achat sont privilégiés par les studios Français, et le modèle des jeux gratuits incluant des achats intégrés est deux fois moins répandu qu'en 2019.

Modèles économiques des jeux vidéo (%)



DES BUDGETS INFÉRIEURS À 500 K€ POUR UNE ENTREPRISE SUR DEUX

50,5% des studios mobilisent des budgets de production moyens inférieurs à 500 K €

• La part de studios avec des budgets plus élevés augmente : 49,5% vs. 39,5% en 2024 et 17,3% en 2019

• Porté par les sociétés avec des jeux dont le budget moyen est compris entre 500 K€ et 1 M€ (17,1% soit +8,4 pts vs. 2024 et +10,4 pts vs. 2019)

• La part des studios avec plus de 10 M€ de budget moyen par jeu double en un an : 10,5% vs. 5,3% en 2024

Dans le panel de studios développant des jeux AA et/ou AAA, les budgets sont plus élevés

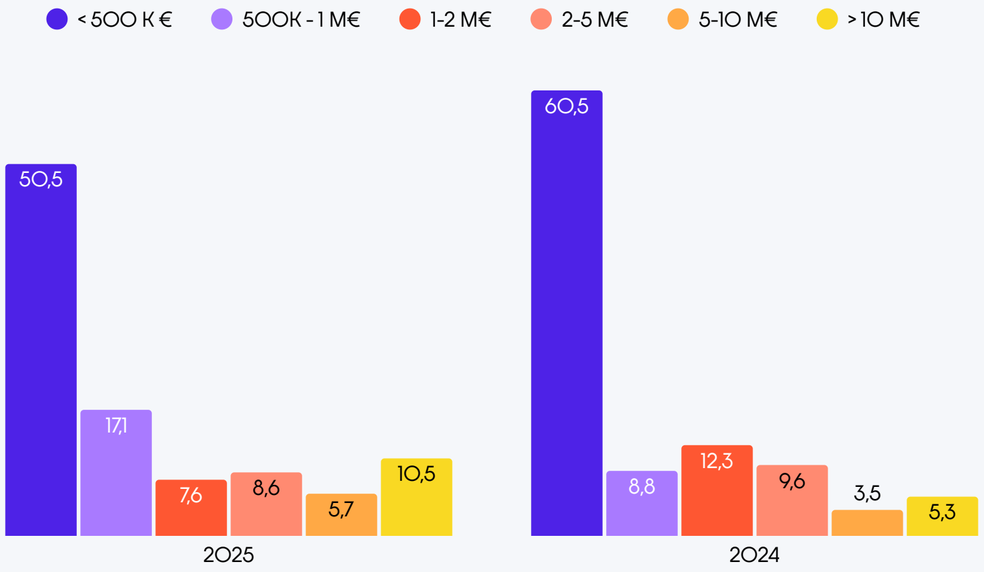
• 88,9% de ces studios ont un budget moyen par jeu supérieur à 500 K € (+2,5 pts)...

• ... et 40,7%, plus de 10 M € de budget moyen par jeu (+13,5 pts sur un an)

Edito

Deux économies coexistent : un studio sur deux produit des jeux vidéo avec un budget inférieur à 500K€, un sur 10 avec un budget supérieur à 10M€.

Budget moyen par jeu (%)



EN PARALLÈLE, DES TEMPS MOYENS DE DÉVELOPPEMENT QUI SE POLARISENT

En 2025, un temps moyen de développement des jeux plus court

58,1% **des studios estiment mettre moins de 2 ans à développer leurs jeux** (contre 50,8% en 2024)

Un faible usage déclaré de l'IA

18% **des studios déclarent utiliser l'IA générative dans le développement de leurs jeux**
(-11,1 pts par rapport à 2024)

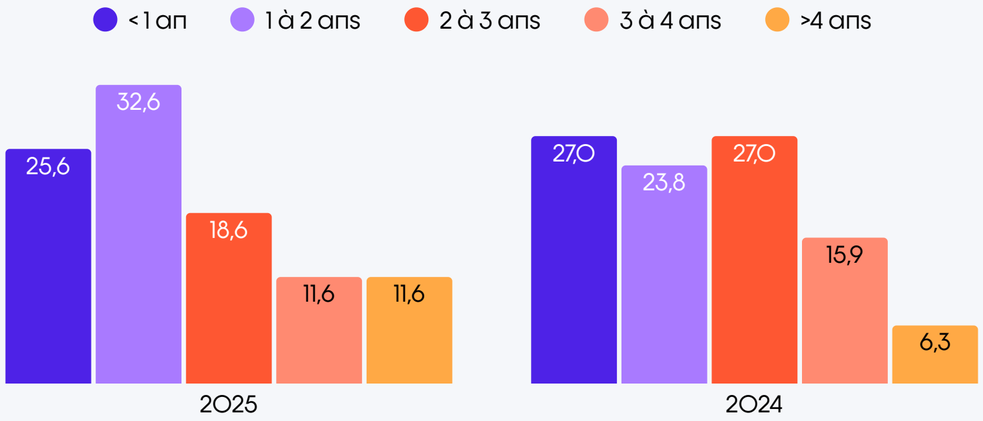
- Un usage à chaque étape de la création d'un jeu vidéo (écriture, préproduction et production)
- Parmi ceux qui n'en font pas usage, seulement 13,6% prévoient de l'utiliser l'année prochaine (- 8,1 pts en un an)

Edito

Les durées de développement des productions se polarisent : 58,1% des studios annoncent mettre moins de deux ans à développer leurs jeux, 11,6% annoncent des temps supérieurs à 4 ans.

Sur l'IA générative, la prudence domine. Moins d'un studio sur cinq déclare l'utiliser.

Temps moyen de développement des jeux (%)



PLUS DES ¾ DES STUDIOS ASSUMENT UNE PARTIE DU FINANCEMENT DE LEURS JEUX

L'autofinancement, première source de financement pour les productions

- 77,1% des studios y recourent pour produire leurs jeux (+4,6 pts vs. 2024 et stable par rapport à 2019)

Le CIJV, de plus en plus mobilisé par les entreprises françaises : 51,4% y ont recours en 2025 vs. 45% en 2024 (20% en 2019)

- Troisième dispositif de financement, les aides régionales, en baisse sur un an : 40%, soit - 5,0 pts vs. 2024, mais +17,0 pts vs. 2019
- Le recours à l'aide à la préproduction est stable (29,5% vs. 30% en 2024) tandis que celui à l'aide à la production progresse (26,7%, +5,8 pts)

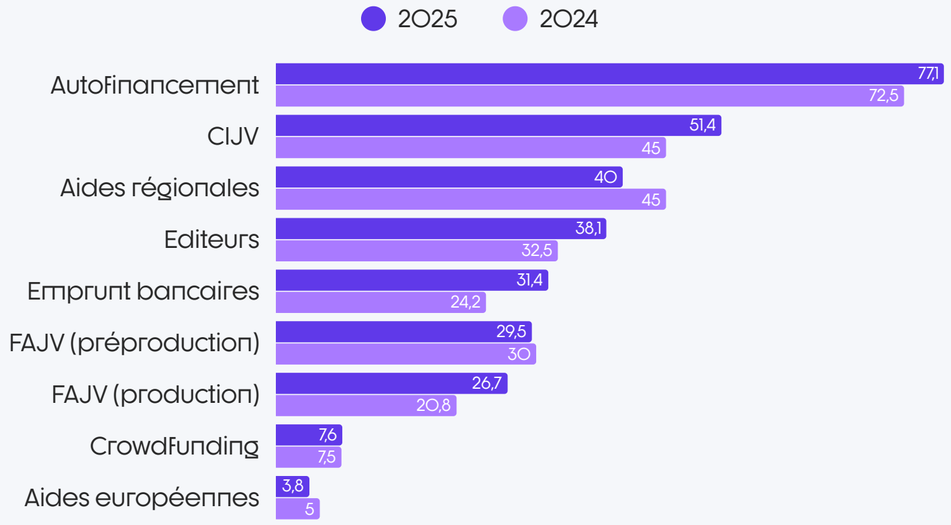
Des entreprises qui ont davantage recours aux emprunts bancaires

- 31,4% en 2025 vs. 24,2% en 2024 (20% en 2019)

Edito

Le crédit d'impôt jeu vidéo est devenu le premier soutien public à la production : un studio sur deux le mobilise, contre un sur cinq en 2019.
Il joue un rôle structurant pour l'industrie du jeu vidéo, quand éditeurs et banques ne financent qu'une minorité de studios.

Dispositifs de financement pour les productions (%)



CHAPITRE 2

La situation Financière des entreprises

LA MOITIÉ DES SOCIÉTÉS ENREGISTRE UN CHIFFRE D'AFFAIRES INFÉRIEUR À 300 K €

Un secteur composé majoritairement de petites structures : 50,6% des entreprises affichent un chiffre d'affaires inférieur à 300K €

Hausse néanmoins sur la période de la proportion affichant un CA supérieur à 300 K €

- 49,4% contre 40,8% en 2024 et 35% en 2019
- Une progression portée par les entreprises qui enregistrent 10 M€ ou plus de chiffre d'affaires (17,2% en 2025, soit +9,5 pts vs. 2024 et +13,2 pts vs. 2019)

36,4% **des entreprises ont fait de la prestation de services (work for hire) en 2025**

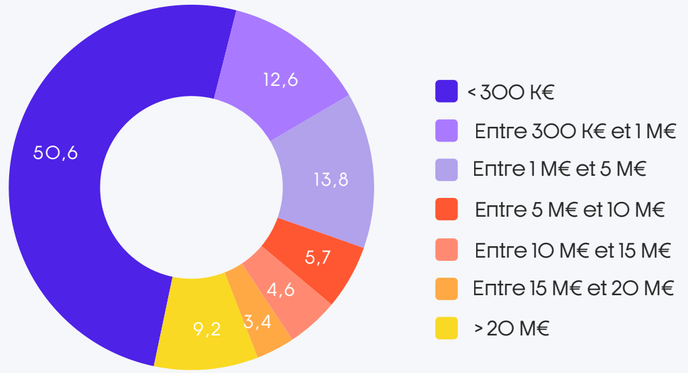
Edito

Le tissu français est fait de très petites entreprises : une sur deux réalise moins de 300 K€ de chiffre d'affaires.

À l'autre extrémité, une sur six dépasse 10 M€ de chiffre d'affaires, une part accrue cette année par la composition du panel.

Plus d'un tiers des entreprises annonce une activité de prestation de services en 2025, en complément du développement de jeux vidéo.

RÉPARTITION DES ENTREPRISES SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES (%)



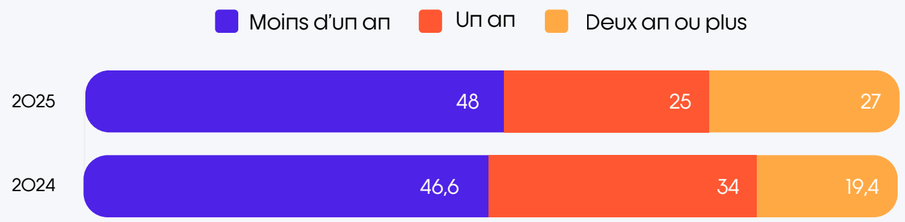
PRÈS DE LA MOITIÉ DES ENTREPRISES SE DÉCLARENT EN DÉFICIT

48% **des entreprises se déclarent déficitaires en 2025. Autant ont une visibilité financière inférieure à 1 an**
(resp. +13,0 pts et 1,4 pt par rapport à 2024)

Part croissante d'entreprises qui se déclarent en déficit

- Près de la moitié en 2025 (48%) soit +13,0 pts vs. 2024 et +9,9 pts vs. 2019
- Rebond également de celles qui déclarent un bilan excédentaire : 27% en 2025 contre 20,4% en 2024, mais un niveau inférieur à 2019 (38,1%)

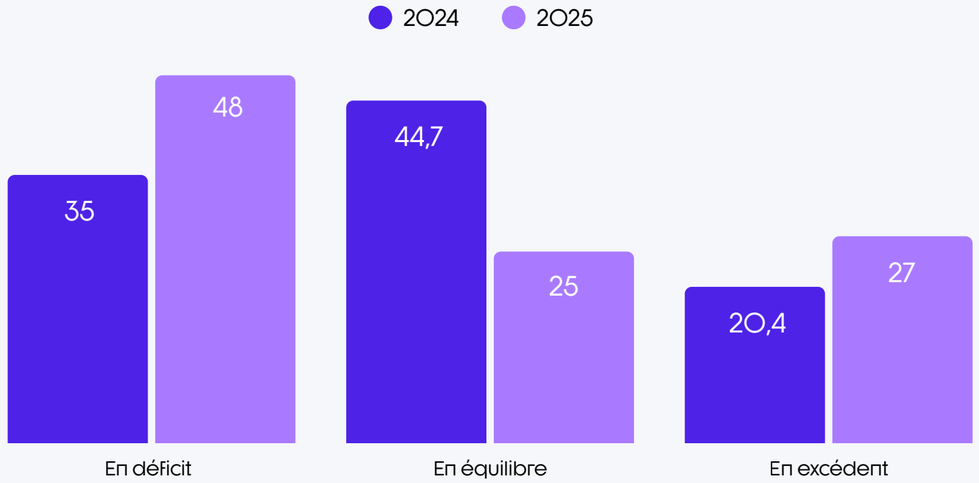
VISIBILITÉ FINANCIÈRE DES ENTREPRISES (%)



Edito

En 2025, quasiment une entreprise sur deux se déclare en déficit, contre une sur trois en 2024. Une entreprise sur deux déclare une visibilité financière inférieure à un an.

SITUATION FINANCIÈRE EN FIN D'EXERCICE (%)



MALGRÉ LA CONSERVATION DES DROITS, FAIBLE CONTRIBUTION DES LICENCES ET PRODUITS DÉRIVÉS AU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES

Près de 8 entreprises sur 10 conservent toujours les droits des IP de leurs jeux vidéo

Une conservation moins systématique des droits sur les produits dérivés

87,5% des studios ont moins de 10% de chiffre d'affaires lié aux licences et/ou produits dérivés

- *4,5% déclarent que ces droits représentent l'entièreté de leur chiffre d'affaires*

Edito

Les studios Français conservent majoritairement les droits de leurs licences (près de 80%).

78% des entreprises conservent toujours les droits des IP de leurs jeux

60,2% des entreprises conservent toujours les droits sur les produits dérivés

LES FONDS PROPRES, PREMIÈRE SOURCE, ET DE LOIN, DE FINANCEMENT DES ENTREPRISES

Presque l'intégralité des entreprises se financent sur leurs fonds propres

- 93% en 2025 vs. 91,3% en 2024 et 85% en 2019
- 35% via les revenus d'exploitation, en hausse sur un an (+4,9 pts) mais encore loin du niveau de 2019 (50%)

Un recours assez important aux dispositifs de soutiens publics (43%, +1,3 pt sur un an)

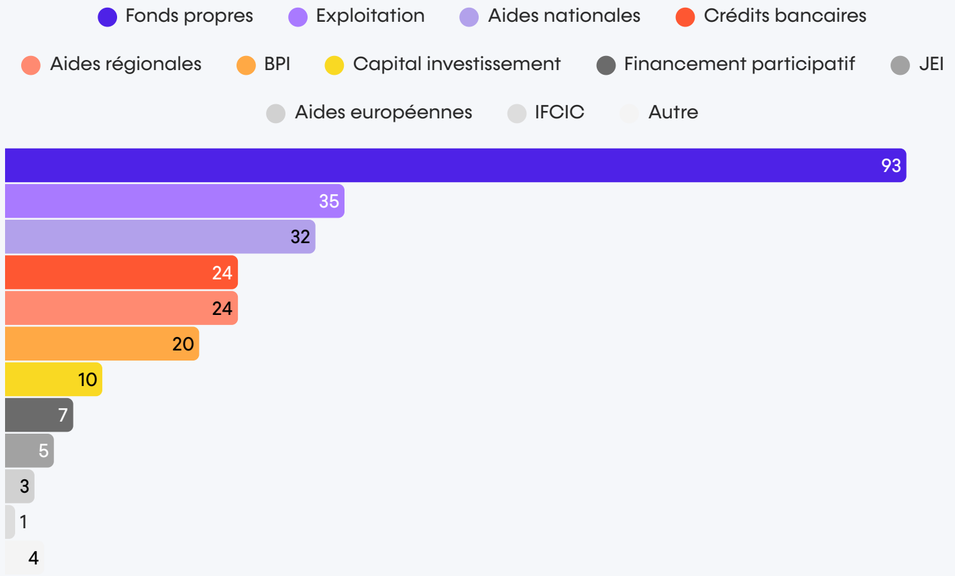
- 32% déclarent recourir à des aides nationales (+1,9 pt vs. 2024 et +2,0 pts vs. 2019)
- Près d'un quart à des aides régionales (24%, soit -8,0 pts vs. 2024 et -1,0 pt vs. 2019)
- Les aides européennes et le JEI, des aides très ciblées : 3% et 5% y recourent respectivement (3,9% et 5,8% en 2024, 6% et 9% en 2019)

98% des sociétés **déclarent un capital majoritairement Français** (+3,8 pts par rapport à 2024)

Edito

Les entreprises se financent d'abord par elles-mêmes. Un tiers seulement s'appuie sur ses revenus d'exploitation, contre la moitié en 2019, et le capital-investissement reste rare.

LES SOURCES DE FINANCEMENT DES ENTREPRISES (%)



UNE DIFFICULTÉ D'ACCÈS AUX EMPRUNTS BANCAIRES

Près d'un quart des entreprises se finance via des crédits bancaires (24%)

- Une part stable (24,3% en 2024 et 23% en 2019)
- Plus de la moitié n'y ont jamais eu recours (55% vs. 51,5% en 2024)

Un recours au crédit bancaire plus difficile qu'avant crise

- Une entreprise sur 5 seulement y accède facilement (20%) soit -6,2 pts vs. 2024 et -12 pts vs. 2019
- 9% se sont vus refuser un crédit bancaire en 2025 (4,9% en 2024)

3% des entreprises ont fait l'objet d'une cession (partielle ou totale) de leur activité en 2025 (3,9% en 2024)

9,6%
des studios interrogés ont fait une levée de fonds
(+1,9 pt par rapport à 2024)

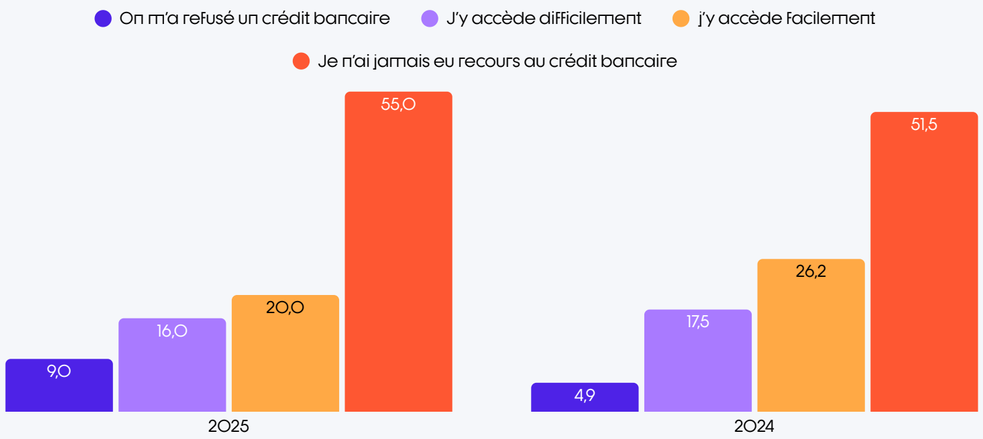
23%
des studios interrogés envisagent de lever des fonds en 2026
(-6,1 pts par rapport à 2024)

Edito

Le crédit bancaire reste un financement d'exception : plus d'une entreprise sur deux n'y a jamais eu recours. Parmi celles qui l'ont sollicité, les difficultés et les refus sont majoritaires.

Les levées de fond sont restées rares en 2025.

L'ACCÈS AU CRÉDIT BANCAIRE (%)



UN PESSIMISME CROISSANT QUANT À L'AVENIR DU SECTEUR VIDÉOLUDIQUE FRANÇAIS

Des entreprises de plus en plus inquiètes pour l'avenir du secteur

- 61,4% des studios sont pessimistes (52,5% plutôt et 8,9% très), une part en hausse sur un an (+7pts) et par rapport à 2019 (+37,5 pts)

Un sentiment qui accompagne une perception de difficultés financières croissantes à venir pour le secteur

- Plus de la moitié des entreprises pensent que la situation va se détériorer (58,4%, 49,5% en 2024 et 10% en 2019) et 19,8% estiment qu'elle va nettement se détériorer (+4,3 pts et +14,8 pts)
- Seulement 12,9% estiment qu'elle va s'améliorer (18,4% en 2024 et 60% en 2019)

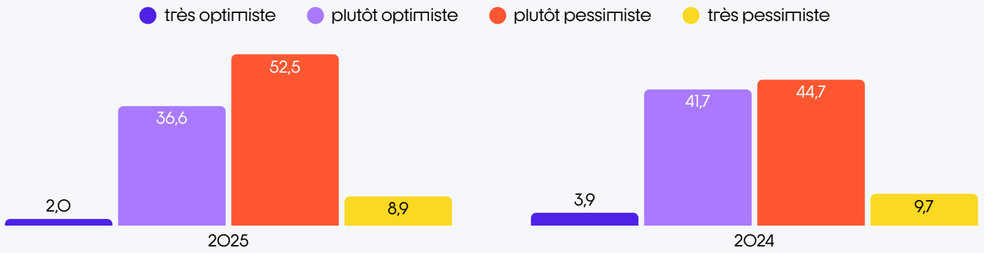
34,3% **des studios interrogés pensent que le chiffre d'affaires des entreprises va décroître dans les 12 prochains mois** (- 5,5 pts par rapport à 2024)

- 19,6% des studios pensent que le chiffre d'affaires du secteur va croître, en amélioration par rapport à 2024 (16,5%) mais loin du niveau de 2019 (65%)

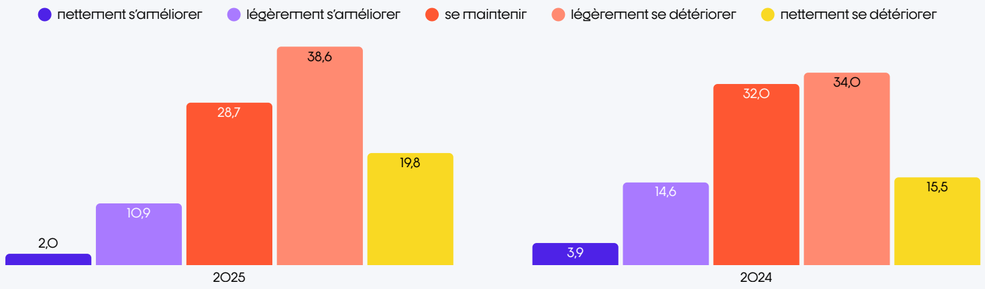
Edito

Six studios sur dix sont pessimistes pour l'avenir du secteur, contre moins d'un quart en 2019. Ce sentiment prolonge les difficultés décrites dans ce chapitre : déficits, visibilité réduite, accès difficile au financement.

LE SENTIMENT QUANT À L'AVENIR DU SECTEUR VIDÉOLUDIQUE FRANÇAIS (%)



PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION DES ENTREPRISES DANS LES 12 PROCHAINS MOIS (%)



UNE ATTRACTIVITÉ CEPENDANT TOUJOURS FORTE DE LA FRANCE POUR L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO

8 entreprises sur 10 estiment que la France est attractive pour le secteur du jeu vidéo

- Une part en hausse : 73,8% en 2024 et 78% en 2019
- Parmi celles qui considèrent la France attractive, près d'un quart la trouve de plus en plus attractive (24,4%, +11,2 pts vs 2024)

L'expertise des talents Français, premier facteur d'attractivité

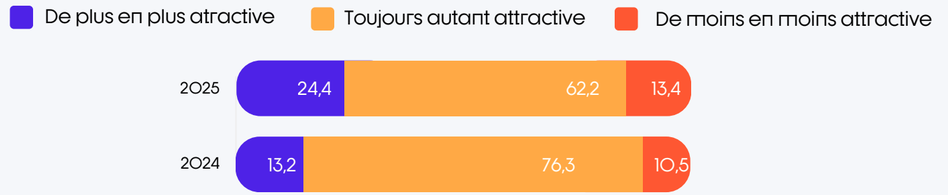
- 85,7%, soit +8,0 pts vs. 2024
- En deuxième position, les dispositifs fiscaux (65,3%, +7,1 pts)
- Une part en recul pour la qualité de vie française (43,9% vs. 57,3% en 2024) qui se classe en 4 e position (3 e en 2024)

83% **des studios interrogés estiment que la France est attractive pour le secteur du jeu vidéo** (+9,2 pts par rapport à 2024)

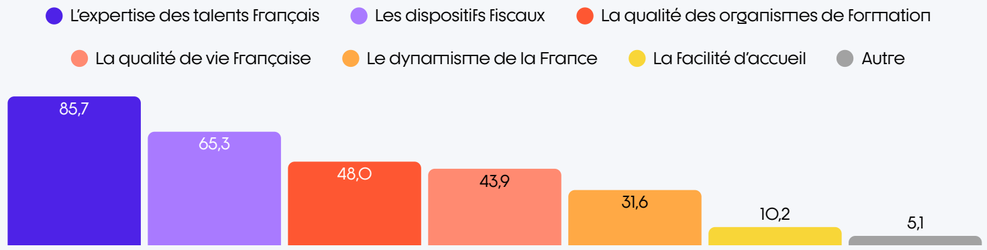
Edito

Le pessimisme n'entame pas la confiance dans le territoire : plus de huit studios sur dix jugent la France attractive, davantage qu'en 2024. Deux atouts dominent, les talents et les dispositifs fiscaux. Ce sont les deux fondements de la compétitivité de la production française.

ÉVOLUTION DE L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE (%)



LES FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE (%)



CHAPITRE 3

L’emploi

LA MAJORITÉ DES ENTREPRISES DE JEUX VIDÉO SONT DES TPE

Plus de 6 entreprises interrogées sur 10 sont des TPE, avec moins de 10 salariés

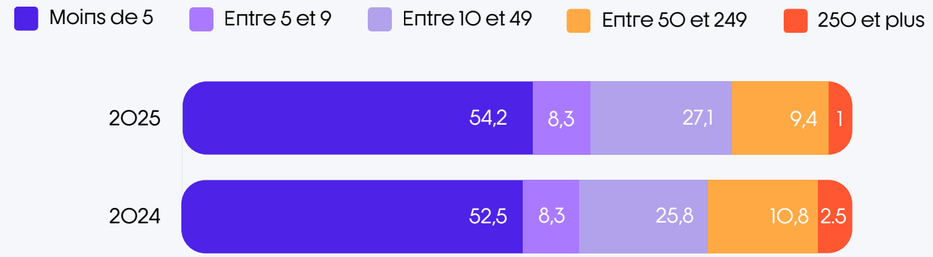
- vs. 10,4% des entreprises déclarent avoir plus de 50 salariés (13,3% en 2024) : 9,4% de PME et 1% de grandes entreprises

9,4% **des entreprises déclarent avoir des salariés situés à l'étranger** (-4,0 pts par rapport à 2024)

Edito

Le jeu vidéo français est une industrie principalement composée de petites équipes : plus d'une entreprise sur deux compte moins de cinq salariés, une sur dix plus de cinquante.

RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR NOMBRE D'ETP (%)



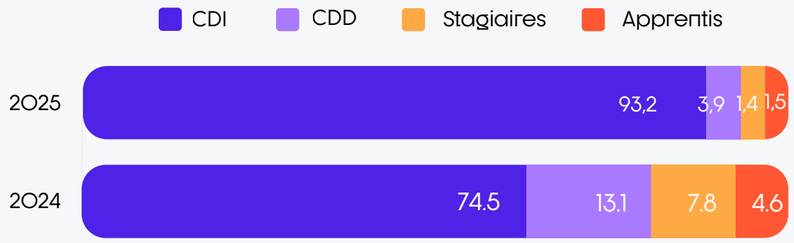
DES SALARIÉS POUR LA PLUPART EN CDI

En 2025, plus de 9 salariés sur 10 en CDI

• Davantage qu'en 2024 : en lien avec la taille des entreprises interrogées et la présence de davantage de sociétés avec un CA > 10M€ en 2025

Les métiers de la technologie et de l'image et son représentent plus de la moitié des effectifs (58,2%)

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TYPE D'EMPLOI (%)

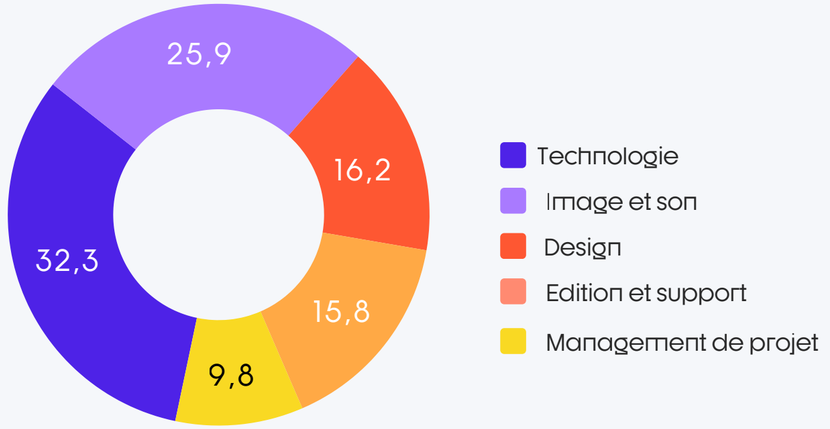


Edito

Le CDI est la norme : plus de neuf salariés sur dix. La hausse par rapport à 2024 tient surtout au poids des grandes entreprises parmi les répondants et ne doit probablement pas être lue comme une tendance.

Technologie, image et son réunissent près de six emplois sur dix.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR CATÉGORIES DE MÉTIERS (%)



PRÈS DE 2/3 DES STUDIOS SOUHAITENT MAINTENIR LEURS EFFECTIFS EN 2026

Moins d'un quart des entreprises prévoit d'embaucher en 2026 (22,5%)

- Une part en net repli sur un an (38,1% en 2024 pour l'année 2025) et par rapport à 2019 (57% en 2020)
- Au profit du maintien des effectifs (64,7% vs. 45,4% en 2024)

7 ouvertures de postes sur 10 concernent des CDI

- Parmi les studios qui souhaitent embaucher en 2026, 73,9% prévoient d'ouvrir des postes en CDI
- 65,2% de ces entreprises comptent embaucher entre 2 et 5 personnes (+8,5 pts vs. 2024)

Moins de 15% des studios comptent réduire leurs effectifs en 2026

- Parmi ces derniers, 61,5% pensent fermer 2 à 5 postes, principalement en CDI (81,8%)

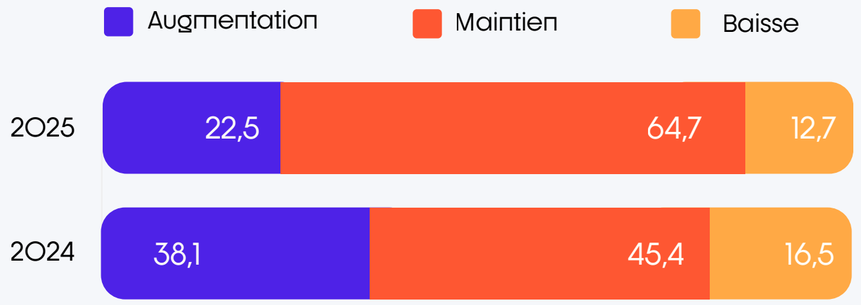
L'édition et le support, seule famille de métiers perçue comme davantage en tension qu'il y a un an

- 27,5% soit +5,8 pts vs. 2024
- Derrière toujours, le design (29,4%) et les métiers image et son (28,4%)

Edito

Les studios préservent leurs équipes : près de deux sur trois prévoient de maintenir leurs effectifs en 2026. L'ajustement se fait par les embauches, envisagées par moins d'un studio sur quatre.

EVOLUTION DES EFFECTIFS POUR L'ANNÉE PROCHAINE (%)



62,7% des studios estiment que les métiers de la technologie sont les plus en tension
(-1,2 pt par rapport à 2024)

DAVANTAGE DE STUDIOS AYANT UN BUDGET DÉDIÉ À LA FORMATION

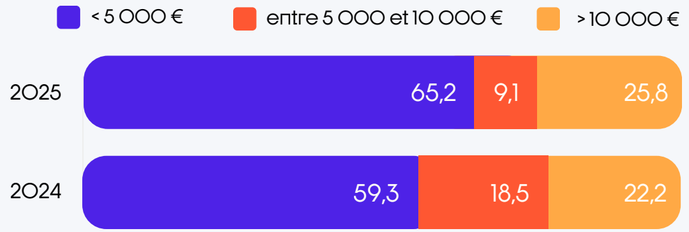
64,7% des studios ont un budget dédié à la formation (+9 pts par rapport à 2024)

- Parmi ceux-ci, 65,2% ont un budget inférieur à 5 K€ (+5,9 pts sur un an)
- En 2025, un quart ont un budget supérieur à 10 K€ (+3,5 pts)

Bien qu'en baisse, les métiers de la technologie sont les plus concernés par le besoin en formation

- 57,8%, soit -12,3 pts vs. 2024
- A l'exception du design (- 0,2pt), le besoin de formation des autres familles de métiers progresse : +5,5pts pour le management de projet et +2,2pts pour l'édition et support ainsi que pour l'image et son

RÉPARTITION DES BUDGETS DÉDIÉS À LA FORMATION (%)

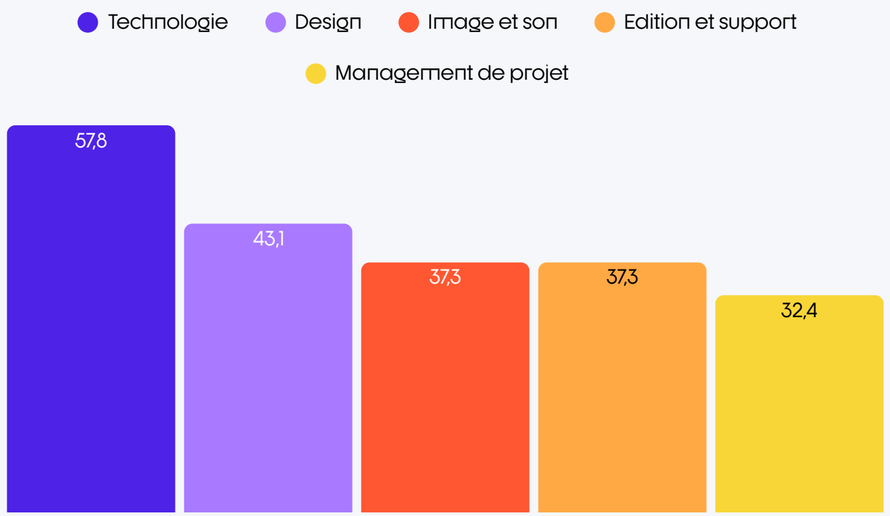


Edito

Près de deux studios sur trois consacrent un budget à la formation, davantage qu'en 2024.

Les montants restent le plus souvent inférieurs à 5K€, à la mesure de la taille des entreprises.

FAMILLE DE MÉTIERS CONCERNÉES PAR LES BESOINS EN FORMATION CONTINUE (%)



4 ENTREPRISES DE JEUX VIDÉO SUR 10 SONT EN TÉLÉTRAVAIL À TEMPS PLEIN

41,6% **des entreprises ont adopté un rythme de télétravail à temps plein** (+1 pt en un an)

- Baisse de la part des entreprises sans télétravail (5,9% en 2025 contre 8,5% en 2024)
- Au profit du rythme de 2 jours de télétravail par semaine (26,7% en 2025 contre 22,6% en 2024)

Moins de la moitié des studios ont contractualisé le télétravail (43%, +2 pts par rapport à 2024)

En 2025, la grande majorité des studios ont conservé le même nombre de jours de télétravail que l'année précédente (89,9%)

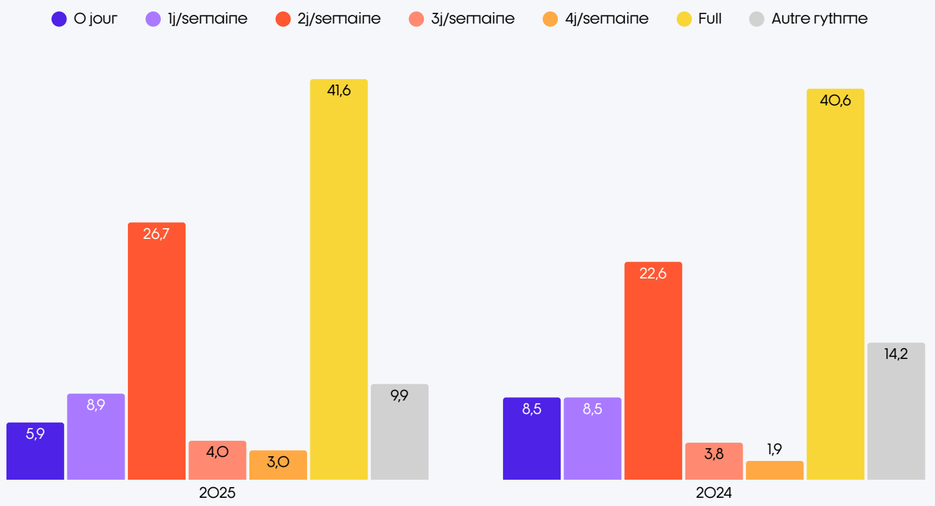
9% **des studios interrogés ont augmenté le nombre de jours de télétravail en 2025** (4,4% prévoient de le réduire en 2026)

Edito

Le télétravail fait partie du fonctionnement normal des studios : quatre sur dix le pratiquent à temps plein, 6% seulement n'y ont pas recours.

Les rythmes se stabilisent, neuf studios sur dix n'ayant rien changé en un an.

RYTHME MOYEN DE TÉLÉTRAVAIL AU SEIN DES STRUCTURES (%)



LE TÉLÉTRAVAIL, ENTRE SATISFACTION DES SALARIÉS ET PERTE DU LIEN SOCIAL

La satisfaction des salariés, principal bénéfice du télétravail

- 87,4% en 2025 vs. 88,5% en 2024
- Pour 65,3% des studios, le télétravail permet d'attirer les talents dans leur structure (+16,2 pts vs. 2024)
- Un tiers des entreprises estiment que le télétravail permet d'améliorer le dialogue social interne (35,8%, +13,7 pts vs. 2024) et la productivité des salariés (33,7%, stable sur un an)

Près de 8 entreprises sur 10 pensent que le télétravail entraîne une perte du lien social et de la cohésion d'équipe

- 78,7% en 2025 contre 77,9% en 2024
- Forte hausse de la part des entreprises qui perçoivent une difficulté à faire vivre la culture d'entreprise avec le télétravail : +9,9 pts en un an, à 53,2%

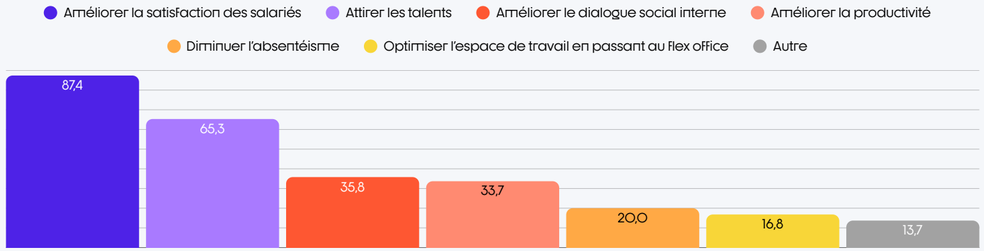
Les studios sont plus nombreux à estimer que le télétravail permet un meilleur équilibre vie professionnelle et personnelle

- 71,3% en 2025 contre 62,5% en 2024

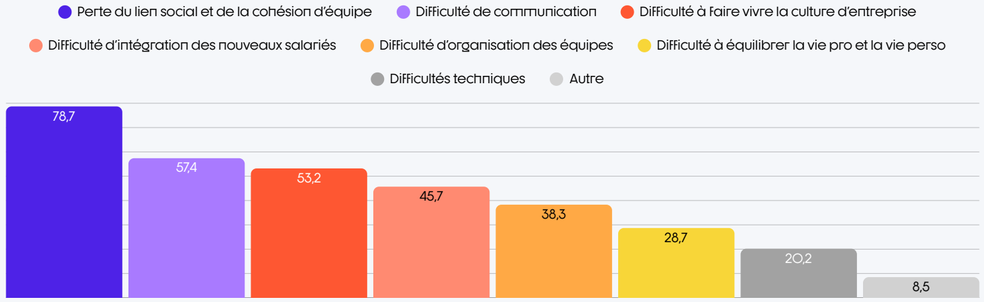
Edito

Le télétravail est devenu un argument de recrutement pour deux studios sur trois, contre un sur deux en 2024. Sa contrepartie est connue : perte du lien social, culture d'entreprise plus difficile à faire vivre. L'enjeu est désormais la cohésion des équipes.

LES PRINCIPAUX BÉNÉFICES DU TÉLÉTRAVAIL (%)



LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS DU TÉLÉTRAVAIL (%)



CHAPITRE 4

La RSE

LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES AU TRAVAIL, FORT ENJEU DE SENSIBILISATION POUR LES ENTREPRISES

89,9% des entreprises interrogées ont **déjà mis en place des actions RSE** (+1,9 pt par rapport à 2024)

Près des 2/3 des entreprises ont déjà suivi la formation prévention des VSST du CNC

- 65,3% en 2025
- Et cause à laquelle les salariés du secteur ont été le plus sensibilisés : 74,2% en 2025, en hausse de 13,2 pts sur un an

Parmi les entreprises interrogées, plus de la moitié ont mené des actions de sensibilisation en interne sur l'égalité des genres, la lutte contre les discriminations et l'environnement

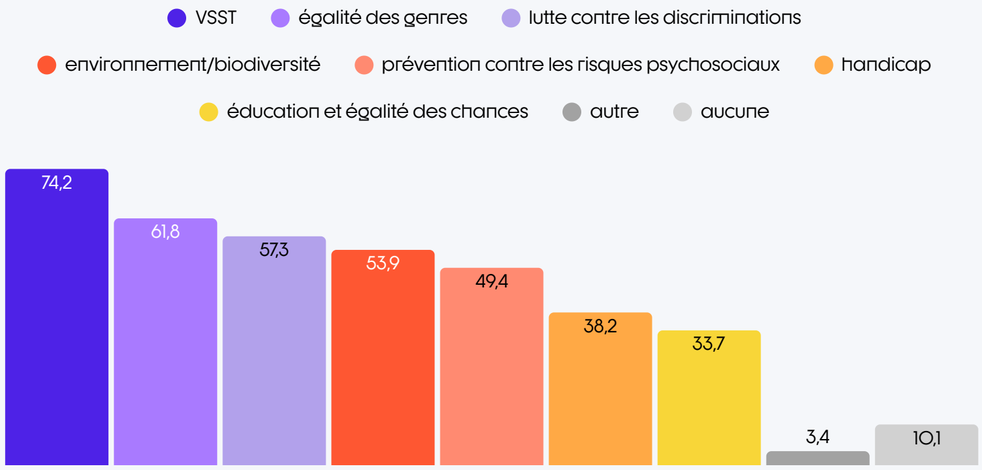
- Stabilité des sujets autour de l'égalité des genres (-1,2 pt vs. 2024) et baisse pour l'environnement et la biodiversité (- 3,1 pts)
- Mais hausse de celles sur la lutte contre les discriminations (+5,3 pts) et sur la prévention contre les risques psychosociaux (+7,4 pts)

Edito

La prévention des violences sexistes et sexuelles est le premier sujet de sensibilisation dans les studios, en nette progression sur un an.

La formation du CNC a été suivie par près de deux tiers des répondants.
La prévention des risques psychosociaux concerne désormais une entreprise sur deux.

LES CAUSES AUXQUELLES LES SALARIÉS DES ENTREPRISES ONT DÉJÀ ÉTÉ SENSIBILISÉS (%)



L'URGENCE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE MOTIVE LES ACTIONS RSE, LE MANQUE DE MOYENS LES FREINE

Motivation principale pour mettre en place des actions RSE…

• **La réponse à l'urgence environnementale et/ou sociale est la première motivation des entreprises** pour mettre en place des actions RSE au sein de leur structure : 72,6% des répondants (stable sur un an)

• Suivie par la réponse aux obligations légales à 57,5% (+7,0 pts vs. 2024)

• La fidélisation des collaborateurs, une motivation en forte hausse (+9,4 pts)

…qui se confronte à un manque de budget, de personnel et de temps

• Recul de certains freins : le manque de connaissance (12,9% soit -14,8 pts) et le manque de temps (48,4%, soit -16,0 pts)

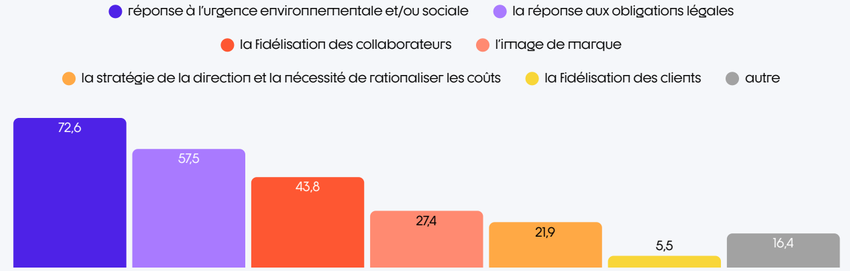
• Mais progression du manque de personnel à 50,5% contre 44,6% en 2024

25,7% des entreprises interrogées ont une personne dédiée à la RSE au sein de leur structure (-1,6 pt par rapport à 2024)

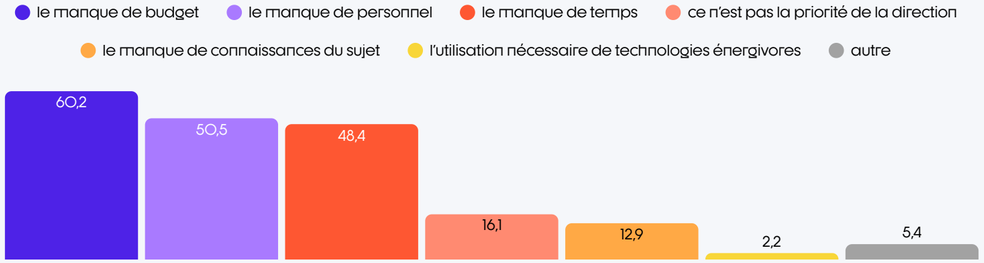
Edito

Les studios s'engagent d'abord par conviction : l'urgence environnementale et sociale devance les obligations légales. Leur limite est celle de leur taille, avec un manque de budget, de personnel et de temps.

LES ÉLÉMENTS DE MOTIVATION POUR METTRE EN PLACE DES ACTIONS RSE (%)



LES FREINS POUR METTRE EN PLACE DES ACTIONS RSE (%)



LENTE FÉMINISATION DE L'INDUSTRIE VIDÉOLUDIQUE

Légère progression de la mixité dans l'industrie

• 21,4% de femmes dans les studios de développement (+2,3 pts vs. 2024 et +7,4 pts vs. 2019)

48% des studios ont mis en place des **procédures de recrutement adaptées***

**féminisation des fiches de postes, recrutement par une personne du même genre etc.*

Les métiers du design plus féminins que les autres familles

• Un tiers des postes dans le design sont occupés par des femmes (33,9%), parmi celles-ci la moitié occupent un poste de directrice (53,6%)

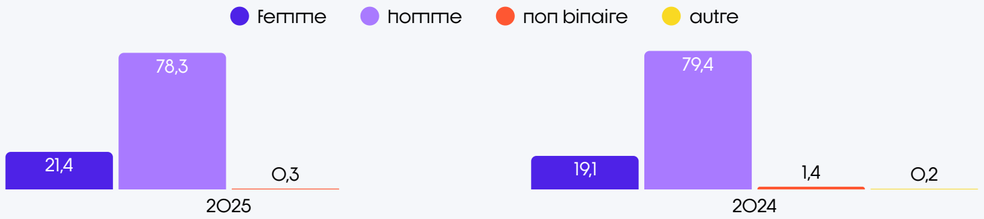
• Des marges de progression encore plus importantes pour les métiers de l'image et du son (23,7% de femmes et parmi elles seulement 8,4% sont directrices) et de la technologie (respectivement 10,4% et 7,0%)

Edito

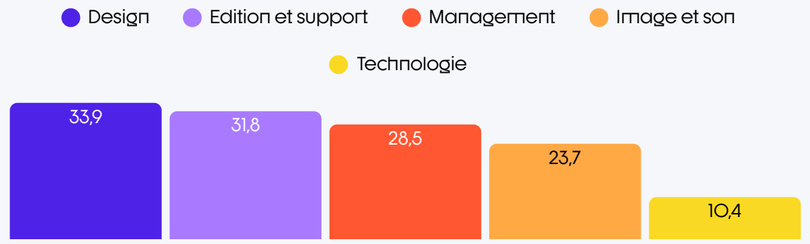
La féminisation progresse lentement : un cinquième des effectifs est composé de femmes au sein des studios de production en 2025, contre un septième en 2019.

On constate toujours une disparité côté métiers : le design compte un tiers de femmes, la technologie une sur dix.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR GENRE (%)



PART DE FEMMES DANS CHAQUE CATÉGORIE DE MÉTIERS (%)



PROGRESSION DES ACTIONS POUR L'ÉGALITÉ FEMME - HOMME DANS LE SECTEUR

Plus de la moitié des studios ont déjà mis en place des actions en faveur de l'égalité femme-homme

- 52,5% soit +4,9 pts par rapport à 2024
- Avec en tête l'égalité salariale à 45,5% (+11,2 pts en un an), suivie par la lutte contre les VSST (33,3%)

Encore une marge de progression pour la parité au sein des structures

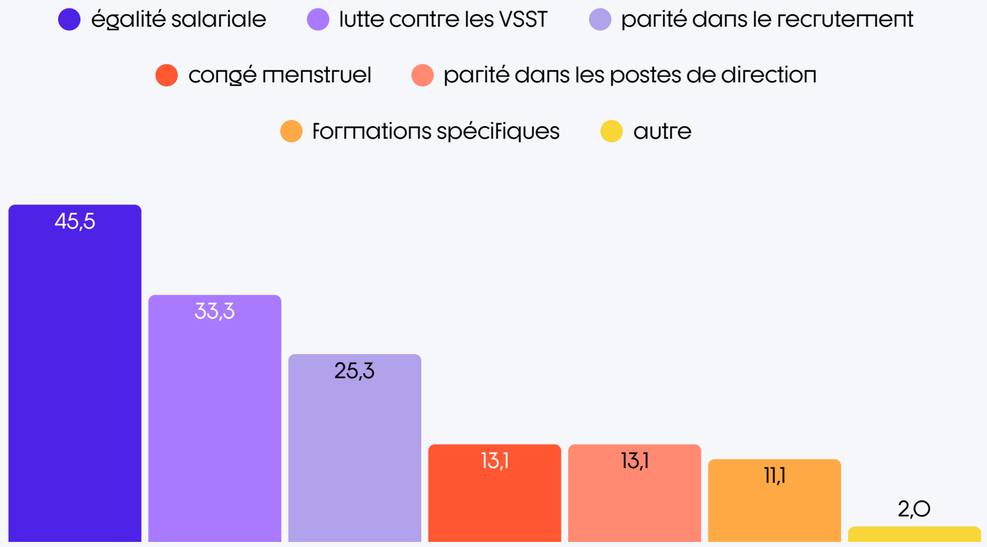
- 25,3% ont mis en place la parité dans le recrutement contre seulement 13,1% dans les postes de direction

27,3% **des studios interrogés ont calculé leur indice d'égalité professionnelle en 2025** (+4,9 pts par rapport à 2024)

Edito

Plus d'un studio sur deux agit pour l'égalité entre les femmes et les hommes, en ayant mis en place des actions sur l'égalité salariale (45,5%).

LES ACTIONS MISES EN PLACE POUR L'ÉGALITÉ FEMME - HOMME (%)



DAVANTAGE DE BILANS CARBONE RÉALISÉS PAR LES STUDIOS

47,3% des studios interrogés ont **réalisé le bilan carbone de leur structure**
(+5,4 pts par rapport à 2024)

35,2% des studios interrogés ont **réalisé le bilan carbone de leurs jeux**

- Une action qui n'est pas systématique : 7,7% l'ont fait pour l'ensemble de leurs jeux et 27,5% pour certains de leurs jeux

60,6% des studios interrogés **prévoient de réaliser leur bilan carbone en 2026**
(-8,6 pts par rapport à 2024)

91% des studios interrogés **connaissent l'outil Jyros**
(+0,5 pt par rapport à 2024)

CONCLUSION

À RETENIR

Un secteur avec un impact économique important, mais un tissu industriel fragile

- Composé pour moitié de petites structures qui génèrent moins de 300 K€ de chiffre d'affaires
- Une production en grande partie indépendante et fragmentée, de nombreuses sociétés se concentrant sur un seul jeu en développement dans l'année
- Un segment mobile en forte croissance au niveau mondial, mais moins exploré par l'industrie française
- Près d'une société sur deux déficitaire, quelle que soit la taille de la société, un taux en forte progression sur un an

Une importance croissante des soutiens publics pour le financement de la production

- Un marché toujours centré sur des jeux à petit budget (<500K€)
- Des sociétés qui ont davantage recours aux financements publics, et notamment au CIJV, mobilisé par la moitié d'entre elles (vs. 20% en 2019)…
- …dans un contexte d'accès aux financements plus difficile, avec davantage de sociétés qui sollicitent des prêts bancaires

Des perspectives mitigées pour le secteur du jeu vidéo en France

- Des entreprises de plus en plus pessimistes sur l'avenir du secteur en France…
- … mais qui souhaitent pour la plupart maintenir leurs effectifs…
- … et continuent à considérer la France comme un territoire très attractif pour l'industrie mondiale grâce aux talents français et aux dispositifs fiscaux

Une filière mobilisée sur les enjeux RSE

- De nombreuses actions de sensibilisation mises en place sur les enjeux RSE, avec notamment une forte participation aux formations VSST du CNC
- Des mesures mises en place dans une société sur deux pour favoriser l'égalité femmes-hommes, avec des effets cependant encore limités à date
- Des bilans carbone déjà effectués par la moitié des entreprises

SOURCING

N°	Page	Nom du graphe	Nombre de répondants
1	6	Répartition des entreprises en fonction du nombre de jeux vidéo en production	106
3	7	Types de jeux développés par les studios	107
4	8	Support de diffusion des jeux vidéo	100
5	9	Modèle économique des jeux vidéo	105
6	10	Budget moyen par jeu	105
7	11	Utilisation de l'IA générative	106
8	11	Temps moyen de développement des jeux	100
9	12	Dispositifs de financement pour les productions	105
10	14	Prestation de services	107
11	14	Répartition des entreprises selon le chiffre d'affaires	87
12	15	Situation financière en fin d'exercice	100
13	15	Visibilité financière des entreprises	100
14	16	Moins de 10% de chiffre d'affaires lié aux licences et/ou produits dérivés	88
15	16	Droits des IP	100
16	16	Droits sur les produits dérivés	93
17	17	Capital majoritairement français	100
18	17	Les sources de financement des entreprises	100
19	18	L'accès au crédit bancaire	100
20	18	Levée de fonds	83
21	18	Levée de fonds en 2026	100
22	19	Décroissance du chiffre d'affaires selon les studios	99
23	19	Le sentiment quant à l'avenir du secteur vidéoludique français	103
24	19	Perception de l'évolution de la situation des entreprises dans les 12 prochains mois	103
25	20	Attractivité de la France pour le secteur du jeu vidéo	100
26	20	Evolution de l'attractivité de la France	82
27	20	Les facteurs d'attractivité de la France	98

SOURCING

N°	Page	Nom du graphe	Nombre de répondants
28	22	Entreprises ayant des salariés à l'étranger	96
29	22	Répartition des entreprises par nombre de d'ETP	102
30	23	Répartition des effectifs par type d'emploi	90
31	23	Répartition des effectifs par catégories de métiers	103
32	24	Evolution des effectifs pour l'année prochaine	95
33	24	Estimation des studios sur les métiers de la technologie	102
34	25	Budget dédié à la formation des studios	102
35	25	Répartition des budgets dédiés à la formation	66
36	25	Famille de métiers concernées par les besoins en formation continue	102
37	26	Augmentation du nombre de jours de télétravail des studios	89
38	26	Rythme moyen de télétravail au sein des structures	101
39	26	Non imposition des jours de présece aux salariés des studios	98
40	27	Les principaux bénéfices du télétravail	95
41	27	Les principales difficultés du télétravail	94
42	29	Les causes auxquelles les salariés des entreprises ont déjà été sensibilisés	89
43	30	Les éléments de motivation pour mettre en place des actions RSE	73
44	30	Personne dédiée à la RSE au sein des structures	95
45	30	Les freins pour mettre en place des actions RSE	93
46	31	Procédures de recrutement adaptées	102
47	31	Répartition des effectifs par genre	102
48	32	Part des femmes dans chaque catégorie de métiers	90
49	32	Indice d'égalité professionnelle des studios	66
50	32	Les actions mises en place pour l'égalité femme-homme	52
51	33	Bilan carbone réalisé (structure et jeux)	93
52	33	Prévision de réalisation du bilan carbone	93
53	33	Connaissance de l'outil Jyros	100

A propos du SNJV

Créé en 2008, le Syndicat National du Jeu Vidéo représente les entreprises et professionnels du jeu vidéo en France. Il œuvre pour la promotion, la croissance et la compétitivité de l'industrie et l'attractivité du territoire.

Le SNJV est la voix de l'industrie du jeu vidéo en France et l'interlocuteur des pouvoirs publics et des médias sur les sujets de la production.

L'objectif du SNJV est de permettre aux entreprises de production de jeux vidéo établies en France d'accélérer leur développement et de renforcer leur compétitivité dans un contexte de forte concurrence internationale.

contact@snjv.org

34 rue Laffitte 75009 PARIS

www.snjv.org

snjv
Syndicat National du Jeu Vidéo

A propos du CNC

Créé par la loi du 25 octobre 1946, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Il est placé sous l'autorité du ministère de la Culture et de la Communication.

Les missions principales du CNC sont la règlementation, le soutien à l'économie du cinéma, de l'audiovisuel, de la création numérique et du jeu vidéo, la promotion du cinéma et de l'audiovisuel et leur diffusion auprès de tous les publics, la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique.