

# Le marché des jeux de société en France

Le marché français des jeux de société est évalué à 568 millions € en 2022.

Depuis 2020, le marché mondial des jeux de société a connu une croissance significative, alimentée par un regain de popularité lors de la pandémie de COVID-19

Le marché mondial des jeux de société devrait croître à un rythme d'environ 13 % par an, pour atteindre entre 25 et 35 milliards de dollars.

Le marché français a connu une forte expansion, atteignant **630 millions** d'euros de revenus en 2020, soit une augmentation de 10 % en valeur et de 7 % en volume par rapport à l'année précédente.

Les jeux de société représentent **18 % du marché des jouets traditionnels** en France, et les puzzles contribuent à cette hausse, avec une augmentation de 26 % en valeur.

La structure du marché est dominée par de grandes multinationales comme Hasbro et Mattel, tandis que les éditeurs indépendants s'appuient sur des plateformes de crowdfunding telles que Kickstarter pour le lancement de leurs produits.

La numérisation et l'éco-responsabilité ont émergé comme des tendances clés, avec des jeux intégrant des appareils connectés et adoptant des matériaux durables.

Les canaux de distribution ont évolué et les plateformes en ligne spécialisées gagnent des parts de marché.

Malgré les tendances modernes et les nouveaux entrants, les jeux de société classiques restent populaires, souvent choisis pour leur gameplay familier et leur facilité d'utilisation.

## L'attrait fort des jeux de société dans la culture française des loisirs

En France, le marché des jeux de société fait preuve d'un attrait solide et durable auprès de la population. Avec une riche tradition de jeu qui s'étend des jeux classiques comme le Go et le Monopoly aux jeux de rôle de Donjons et Dragons, les ménages français ont fait du jeu de société un élément clé de leurs activités de loisirs.

Plus de **85 % de la population française** joue aux jeux de société, ce qui fait de la France l'un des pays les plus dynamique pour ce type de divertissement dans le monde.

En France les jeux de société sont non seulement répandus, mais aussi diversifiés. Le secteur est florissant avec une multitude d'éditeurs et de jeux.

Malgré la révolution numérique, le marché traditionnel du jeu de société conserve sa pertinence, constituant environ 18 % du marché du jouet.

La période de la pandémie Covid-19 a entraîné une hausse inattendue de la popularité des jeux de société, dont les ventes ont explosé d'environ 11 %.

L'industrie française du jeu de société a réalisé un chiffre d'affaires important, compris **entre 550 et 600 millions d'euros**, avec près de 28 millions de boîtes vendues en une seule année. Il faut souligner la popularité croissante des puzzles.

Le comportement de consommation en France est étroitement lié au pouvoir d'achat des ménages. Les dépenses annuelles liées aux jeux estimées à environ 200 à 250 euros par personne.

La saisonnalité joue un rôle crucial, puisqu'environ 58 % des dépenses liées aux jeux ont lieu pendant la période des fêtes de fin d'année.

Les Français font preuve d'un attachement durable pour les grands classiques tels que le Scrabble et le Trivial Pursuit, pour n'en citer que quelques-uns. Néanmoins, de nouveaux jeux parviennent à percer comme Jungle Speed et Time's Up, qui prouvent que l'innovation a sa place dans l'évolution des habitudes de consommation.

### Les forces dominantes de l'industrie du jeu de société

Hasbro, Mattel, Smart Games, Simba Dickie Group et Asmodée Group sont les leaders sur le marché.

- **Hasbro**, un grand nom de l'industrie, continue de défendre le marché des jeux de société avec des classiques intemporels comme le Monopoly, le Cluedo et The Game of Life.
- **Mattel** fait le bonheur des joueurs avec des jeux tout aussi emblématiques tels que Uno et Scrabble.
- **Smart Games** se distingue par sa contribution à l'aspect éducatif des jeux. Leurs puzzles et leurs jeux de réflexion offrent un entraînement mental, invitant les joueurs de tous âges à s'engager dans une réflexion critique et à résoudre des problèmes.
- **Simba Dickie Group**, bien qu'il ne se concentre pas uniquement sur les jeux de société, contribue au secteur grâce à sa vaste gamme de jouets et de jeux?
- **Groupe Asmodée** représente la crème de la crème des éditeurs français de jeux de société avec Catan et Les Aventuriers du Rail.

### Synthèse du marché

Les jeux de société se sont illustrés par leur capacité à traverser les âges et, aujourd'hui encore, ils se placent au cœur des habitudes de consommation loisir des Français. En effet, du jeu de go en passant par le Monopoly ou le 1000 bornes, **les jeux de société ont su gagner une place particulière dans les habitudes de loisirs des ménages français**. À l'image de Donjons et Dragons ou Diplomatie, certains jeux créent et regroupent des communautés entières et une myriade de produits dérivés.

Difficilement définissables dans l'absolu, les jeux de société se caractérisent généralement par :

- Une règle du jeu plus ou moins complexe ;
- Un minimum de 2 participants
- La nécessité d'un ou plusieurs supports matériels (plateau de jeu, pions, stylo, dés, cartes)

La France est le leader européen du secteur avec un marché **estimé à 568 millions d'euros en 2022**. L'Allemagne et le Royaume-Uni complètent le podium. La force principale du marché national est **l'attrait des joueurs français pour les jeux de société**. En effet, **91% des Français jouent régulièrement aux jeux de société** ; ce qui fait d'eux l'une des populations les plus friandes au monde de ce type de divertissement. Le secteur du jeu de société en France connaît une **multitude d'acteurs**, on recensait **114 éditeurs en 2022**, et il devient difficile pour les éditeurs indépendants de sortir du lot. Cette diversité donne un pouvoir de décision d'achat augmenté aux consommateurs, qui peuvent se permettre d'être plus exigeants.

Malgré la révolution qu'il représente, l'avènement du numérique n'a pas pour autant bouleversé le marché des jeux de société, qui trouvent toujours preneur en représentant **19% du marché du jouet**.

La crise de la Covid-19 a confirmé la bonne santé du secteur : les périodes de confinement successives ont vu la popularité des jeux de société monter en flèche en France : entre 2020 et 2021, la **taille du marché des jeux de société en France a augmenté de près de 13%**. La demande présente une forte cyclicité, avec une forte

**augmentation des ventes au moment des fêtes de fin d'année**, signe que les jeux de société sont considérés comme un cadeau populaire en France.

Par ailleurs, une des pratiques des éditeurs est de décliner leurs jeux les plus populaires, à l'image de Dobble avec les variantes Disney et Marvel, ou encore Uno avec les versions Super Mario Bros ou encore une version Junior pour les plus petits. Du côté des consommateurs, le trio des jeux de sociétés les plus appréciés des Français sont le Monopoly, le UNO et le Scrabble. **L'essor des bars à jeux** contribue également à la croissance du marché. En effet, les clients peuvent tester des jeux et décider de les acheter pour y jouer à leur domicile.

Mise à jour :

#### **Les adultes, nouveau moteur de croissance pour le jouet - 24/09/2024**

- - Chiffre d'affaires des jouets et jeux pour kidultes (12 ans et plus) en France en 2023 /1,2 Mrd €
- - Hausse du chiffre d'affaires des jouets et jeux pour kidultes en 2023 par rapport à 2022 : + 7 %
- - Part des produits kidultes dans le chiffre d'affaires total du jeu et jouet en France: 28% selon Circana
- - Accroissement de la part en valeur des jeux et jouets pour adultes sur le marché européen entre 2019 et 2023: 20% à 28,5%
- - Pourcentage d'adultes européens ayant acheté des jouets pour eux-mêmes en 2023: 40 %
- - Baisse prévue du nombre d'enfants de 0 à 11 ans en France de 2023 à 2030 selon l'OMS: de 9,3 millions à 8,6

<https://www.businesscoot.com/fr/etude/le-marche-des-jeux-de-societe-france>