

N° 854

SÉNAT

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2025-2026

Enregistré à la Présidence du Sénat le 7 juillet 2026

RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

*au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes (1) sur la **place des femmes dans les jeux vidéo**,*

Par Mmes Marie MERCIER, Dominique VÉRIEN et M. Adel ZIANE,

Sénateurs et Sénatrice

Tome I – Rapport

(1) Cette délégation est composée de : Mme Dominique Vérien, *présidente* ; Mmes Annick Billon, Evelyne Corbière Naminzo, Laure Darcos, Béatrice Gosselin, M. Marc Laménié, Mmes Marie Mercier, Marie-Pierre Monier, Guylène Pantel, Marie-Laure Phinera-Horth, Laurence Rossignol, Elsa Schalck, Anne Souyris, *vice-présidents* ; Mmes Marie-Do Aeschlimann, Agnès Evren, Jocelyne Antoine, *secrétaires* ; MM. Jean-Michel Arnaud, Hussein Bourgi, Mmes Sophie Briante Guillemont, Colombe Brossel, Samantha Cazebonne, MM. Gilbert Favreau, Loïc Hervé, Mmes Micheline Jacques, Lauriane Josende, Else Joseph, Annie Le Houerou, Marie-Claude Lermytte, Brigitte Micouveau, Raymonde Poncet Monge, Olivia Richard, Marie-Pierre Richer, M. Laurent Somon, Mmes Sylvie Valente Le Hir, Marie-Claude Varailles, M. Adel Ziane.

SOMMAIRE

L'ESSENTIEL.....	7
AVANT PROPOS « JEUX VIDÉO : DE LA GAME BOY AUX FILLES DANS LE GAME, L'ÉGALITÉ EN COURS DE CHARGEMENT ».....	19
PREMIÈRE PARTIE JEUX VIDÉO : PREMIÈRE INDUSTRIE CULTURELLE MONDIALE, AUJOURD'HUI EN DÉCALAGE AVEC LA FÉMINISATION MASSIVE DE SES PUBLICS	23
I. LE JEU VIDÉO : UNE INDUSTRIE DAVANTAGE SENSIBLE AU GENRE MAIS TOUJOURS À LA TRAÎNE EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ.....	23
A. PANORAMA GÉNÉRAL DE L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EN FRANCE, DE LOIN LA PREMIÈRE INDUSTRIE CULTURELLE FRANÇAISE	23
1. <i>L'industrie du jeu vidéo : première industrie culturelle en France et dans le monde</i>	23
a) Un poids économique mondial total de plus de 200 milliards de dollars annuels	23
b) La France au premier plan de l'industrie vidéoludique européenne et mondiale.....	24
c) Une industrie française qui bénéficie de soutiens publics structurants.....	34
2. <i>Une filière récemment fragilisée sur le plan économique et en pleine restructuration</i>	40
a) Un « retour de bâton » post-COVID.....	40
b) Un secteur vidéoludique français particulièrement exposé à la concurrence internationale.....	41
c) Les femmes dans l'industrie du jeu vidéo, premières victimes de la fragilisation économique du secteur	43
B. UNE INDUSTRIE CONSCIENTE DES ENJEUX D'ÉGALITÉ MAIS QUI PEINE ENCORE À DONNER TOUTE LEUR PLACE AUX FEMMES	47
1. <i>Des inégalités qui se construisent dès la formation initiale</i>	47
a) Une orientation encore fortement genrée.....	47
b) Des écoles de jeux vidéo qui proposent une offre hétérogène et ne parviennent toujours pas à gommer les stéréotypes de genre.....	50
c) Une déperdition entre formation initiale et insertion professionnelle.....	52
2. <i>Des conditions de travail qui conduisent à une sous-représentation des femmes dans le secteur et à un accès restreint aux postes stratégiques</i>	53
a) Une sous-représentation globale des femmes dans le secteur vidéoludique français	54
b) Une sous-représentation encore plus marquée dans certaines familles de métiers.....	56
c) Des conditions de travail toujours défavorables aux femmes et limitantes dans leur progression de carrière.....	62
3. <i>Une industrie également marquée par des cas de violences et harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) au travail</i>	69
a) Un #MeToo du jeu vidéo en 2020.....	69
b) Des témoignages sur une toxicité persistante dans l'industrie malgré les efforts engagés	77

II. UNE FÉMINISATION SPECTACULAIRE DES PUBLICS MAIS DES IMAGINAIRES ENCORE MARQUÉS PAR DES BIAIS SEXISTES	83
A. LA BASCULE DES PUBLICS DU JEU VIDÉO : UNE FÉMINISATION SPECTACULAIRE ET DURABLE DES PRATIQUES DU JEU VIDÉO	84
1. <i>Une conquête massive du jeu vidéo par les femmes, qui consacre la fin d'un loisir historiquement masculin.....</i>	<i>84</i>
a) Une progression spectaculaire en vingt ans, jusqu'à une quasi-parité désormais installée	84
b) Une féminisation particulièrement marquée chez les jeunes générations, signe d'une transformation durable.....	86
2. <i>Une diversification réelle des pratiques féminines, qui déconstruit en partie les stéréotypes.....</i>	<i>87</i>
a) Des joueuses présentes sur tous les supports et dans des pratiques diversifiées.	87
b) La progression vers la parité ne signifie pas une homogénéisation complète des usages	89
3. <i>Les joueuses face au « gatekeeping » : une identité de « gamer » encore trop souvent masculine</i>	<i>90</i>
B. DES REPRÉSENTATIONS EN ÉVOLUTION MAIS ENCORE MARQUÉES PAR DES BIAIS SEXISTES	92
1. <i>Des stéréotypes de genre profondément ancrés dans l'histoire vidéoludique</i>	<i>92</i>
a) Une industrie historiquement construite autour d'un imaginaire masculin	92
b) De la demoiselle en détresse à l'héroïne sexualisée : la construction de figures féminines stéréotypées	97
2. <i>Des évolutions réelles mais encore incomplètes.....</i>	<i>104</i>
a) Des figures féminines plus nombreuses et des narrations plus inclusives.....	104
b) Une progression réelle mais encore incomplète des représentations féminines.	111
3. <i>Des représentations qui interrogent leur réception par les publics</i>	<i>115</i>
III. LES RECOMMANDATIONS DE LA DÉLÉGATION POUR UNE RÉVOLUTION INDUSTRIELLE ET NARRATIVE DU JEU VIDÉO	118
A. UN ENJEU DE FÉMINISATION À TOUS LES NIVEAUX ET DE STRUCTURATION SOCIALE DE LA FILIÈRE DU JEU VIDÉO	118
1. <i>Écoles de formation : renforcer l'attractivité pour les jeunes filles et la lisibilité des filières de formation</i>	<i>118</i>
a) Agir dès l'enseignement secondaire, en amont de l'orientation et de l'accès à la formation initiale	118
b) Agir au sein des écoles de formation de jeux vidéo pour recruter plus de filles	120
2. <i>Éviter les déperditions dans le secteur : permettre aux professionnelles du jeu vidéo d'évoluer dans un environnement serein et accueillant.....</i>	<i>124</i>
a) Développer des programmes de mentorat, d'accompagnement et de formation dans les entreprises	124
b) Envisager l'éga-conditionnalité des aides publiques versées au secteur vidéoludique	125
3. <i>Poursuivre l'amélioration des conditions de travail et la structuration sociale de la filière</i>	<i>127</i>
a) Protéger les femmes au sein de l'industrie du jeu vidéo et sécuriser leurs parcours.....	127
b) Doter la filière d'une convention collective adaptée à ses besoins	128

B. ALLER AU BOUT DE LA RÉVOLUTION NARRATIVE DES REPRÉSENTATIONS : FAIRE DU JEU VIDÉO UN OUTIL D'ÉGALITÉ.....	129
1. <i>Accompagner les studios dans la conception de représentations plus diversifiées</i>	<i>129</i>
a) <i>Mieux orienter les soutiens publics en faveur de représentations plus diversifiées</i>	<i>129</i>
b) <i>Accompagner les studios par la diffusion d'outils et de bonnes pratiques.....</i>	<i>132</i>
c) <i>Faire émerger, avec la recherche, des outils communs d'analyse des représentations.....</i>	<i>133</i>
2. <i>Mieux informer les joueurs et joueuses (et leurs parents) et adapter la signalétique PEGI aux nouveaux usages.....</i>	<i>134</i>
a) <i>Faire évoluer la signalétique PEGI pour mieux prendre en compte les représentations sexistes.....</i>	<i>134</i>
b) <i>Étendre la signalétique PEGI à l'ensemble des modes de distribution des jeux vidéo.....</i>	<i>136</i>
3. <i>Faire évoluer durablement les pratiques professionnelles et les imaginaires.....</i>	<i>137</i>
a) <i>Intégrer les enjeux d'égalité tout au long du processus de création</i>	<i>137</i>
b) <i>Faire du jeu vidéo un support d'éducation à l'égalité entre les femmes et les hommes</i>	<i>138</i>

DEUXIÈME PARTIE DES FEMMES ENCORE MASSIVEMENT EXCLUES DES ESPACES DE VISIBILITÉ ET DE COMPÉTITIONS VIDÉOLUDIQUES140

I. UNE TOXICITÉ DANS LES ENVIRONNEMENTS DE JEUX EN LIGNE QUI N'EST PAS MARGINALE MAIS CULTURELLE141

A. UNE EXPOSITION FRÉQUENTE AUX COMPORTEMENTS SEXISTES	141
1. <i>Des violences et cyberviolences sexistes massives qui touchent une partie très importante des joueuses.....</i>	<i>141</i>
2. <i>Des témoignages qui révèlent un climat d'hostilité marqué par des violences sexistes</i>	<i>144</i>
3. <i>Des stratégies d'évitement et d'invisibilisation.....</i>	<i>147</i>

B. UNE MODÉRATION INSUFFISANTE FACE À LA PERSISTANCE D'UNE CULTURE TOXIQUE	150
1. <i>Des outils de modération qui peinent à répondre à l'ampleur du phénomène</i>	<i>150</i>
2. <i>Une culture communautaire qui banalise les comportements sexistes et déjoue les dispositifs de modération</i>	<i>153</i>

II. LE STREAMING : UNE EXPOSITION MAXIMALE CORRÉLÉE À UN FORT RISQUE DE VIOLENCES SEXISTES159

A. UNE SOUS-REPRÉSENTATION DES FEMMES ET UN EFFET « BOY'S CLUB ».....	159
1. <i>Une visibilité plus réduite que celle des hommes, qui ne reflète pas la féminisation des publics.....</i>	<i>159</i>
2. <i>Des freins structurels à la professionnalisation</i>	<i>160</i>

B. UNE SUREXPOSITION AUX VIOLENCES SEXISTES : LE COÛT D'UNE VISIBILITÉ ACCRUE POUR LES CRÉATRICES DE CONTENUS.....	163
1. <i>Une visibilité qui transforme les créatrices de contenus en cibles permanentes.....</i>	<i>163</i>
2. <i>Le coût d'une violence qui s'inscrit dans le quotidien des créatrices de contenus.....</i>	<i>165</i>
3. <i>Des plateformes de streaming encore insuffisamment protectrices.....</i>	<i>168</i>

III. L'E-SPORT : L'ESPACE LE MOINS PARITAIRE DU JEU VIDÉO.....	172
A. LA PART DES FEMMES DIMINUE À MESURE QUE LA PRATIQUE DEVIENT PLUS COMPÉTITIVE.....	173
1. <i>L'e-sport : une pratique désormais installée dans l'univers du jeu vidéo</i>	<i>173</i>
a) <i>Un phénomène culturel, médiatique et économique désormais de premier plan</i>	<i>173</i>
b) <i>Les spécificités d'un écosystème à la croisée du sport, du divertissement et du numérique.....</i>	<i>174</i>
2. <i>Une pratique théoriquement mixte, mais dont les femmes disparaissent à mesure que la compétition s'intensifie.....</i>	<i>175</i>
B. DES FREINS STRUCTURELS QUI DÉCOURAGENT L'ACCÈS ET LE MAINTIEN DES FEMMES DANS LA SCÈNE E-SPORT.....	176
1. <i>Un climat compétitif particulièrement hostile aux femmes.....</i>	<i>176</i>
2. <i>Un effet de « pipeline » qui réduit progressivement les possibilités d'accéder au haut niveau</i>	<i>178</i>
3. <i>Un écosystème insuffisamment structuré pour permettre la professionnalisation des joueuses.....</i>	<i>180</i>
IV. LES RECOMMANDATIONS DE LA DÉLÉGATION : « GAME OVER POUR LE SEXISME » OU COMMENT FAIRE DES COMMUNAUTÉS DU JEU VIDÉO DES ENVIRONNEMENTS SÛRS ET INCLUSIFS.....	182
A. CRÉER DES ESPACES DE JEUX EN LIGNE PLUS SÛRS	182
1. <i>Renforcer la transparence et l'effectivité des politiques de modération des espaces de jeux en ligne et de streaming.....</i>	<i>182</i>
2. <i>Mieux protéger et accompagner les victimes, joueuses ou créatrices de contenus.....</i>	<i>186</i>
B. FAIRE ÉVOLUER DURABLEMENT LA CULTURE DU GAMING.....	188
1. <i>Faire de la prévention un levier de transformation de la culture du gaming.....</i>	<i>188</i>
2. <i>Soutenir les associations engagées en faveur de la mixité et la diversité.....</i>	<i>190</i>
C. STRUCTURER UN ÉCOSYSTÈME E-SPORT PLUS INCLUSIF	193
1. <i>Faire de la sécurité et de l'inclusion un standard des compétitions d'e-sport</i>	<i>193</i>
2. <i>Construire des parcours d'accès au haut niveau</i>	<i>195</i>
EXAMEN EN DÉLÉGATION.....	197
LISTE DES RECOMMANDATIONS.....	207
LISTE DES PERSONNES ENTENDUES	211
LISTE DES CONTRIBUTIONS ÉCRITES.....	215
LISTE DES DÉPLACEMENTS.....	217
TABLEAU DE MISE EN OEUVRE ET DE SUIVI DES RECOMMANDATIONS.....	223
ANNEXE - NOTE SUR LE PANORAMA SOCIO-ÉCONOMIQUE DU SECTEUR DU JEU VIDÉO, RÉALISÉE PAR LE PÔLE SCIENCE DES DONNÉES DU SÉNAT.....	227
CONSULTATION DU DOSSIER EN LIGNE (RAPPORT ET COMPTES RENDUS).....	247

L'ESSENTIEL

Jeux vidéo : De la *Game Boy* aux filles dans le *game*, l'égalité en cours de chargement

Dans le prolongement de ses travaux publiés en octobre 2025 sur la place des femmes et des filles dans les sciences, la délégation aux droits des femmes du Sénat s'est saisie, en 2025-2026, de la question de la place des femmes dans l'univers du jeu vidéo.

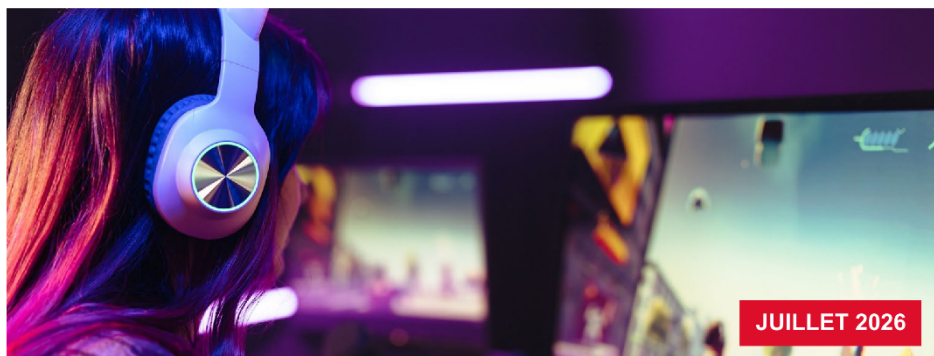
De loin la première industrie culturelle française, le jeu vidéo a bénéficié, au cours des 25 dernières années, d'une **féminisation massive de ses publics** – près de la moitié des joueurs sont aujourd'hui des femmes – sans que cette féminisation n'infuse réellement dans l'industrie elle-même ni dans les espaces de visibilité et de compétition vidéoludiques en France.

Les femmes ne représentent aujourd'hui que **20 % des effectifs** de l'industrie du jeu vidéo, une proportion qui tombe à 7,7 % dans les métiers techniques et à 14 % dans les postes de direction. Elles demeurent freinées dans leur progression de carrière, encore victimes de **discriminations** voire de **violences sexistes et sexuelles**, et dissuadées de rester dans ce secteur par des conditions de travail qui leur sont souvent défavorables.

Alors qu'ils occupent désormais une place centrale dans le paysage culturel français, les jeux vidéo n'ont donc pas encore achevé leur « **révolution industrielle** », celle de la parité et de l'égalité. Pas plus qu'ils ne sont allés au bout de la « **révolution des représentations** » dans leur univers narratif.

Enfin, alors que les femmes **jouent désormais autant que les hommes**, elles demeurent beaucoup **moins nombreuses** dans les environnements de **jeu en ligne**, les **plateformes de streaming** et les **compétitions d'e-sport**.

Consciente du fleuron national et du poids économique que représente aujourd'hui l'industrie française du jeu vidéo, la délégation formule **18 recommandations** de nature à féminiser la filière vidéoludique à tous les niveaux, aller au bout de la révolution narrative des représentations, et faire des communautés du jeu vidéo des espaces plus sûrs et plus inclusifs.





Les principales recommandations

Parmi les 18 adoptées par la délégation, en reprenant la numérotation du rapport

1. Sensibiliser les filles, dès l'enseignement primaire, à l'attractivité des filières scientifiques et numériques, et rendre davantage visibles, au cours de l'enseignement secondaire, les différents métiers du jeu vidéo en valorisant les débouchés et compétences liés à ce secteur.
2. Réactiver le Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo afin de promouvoir une politique de labellisation « égalité » des écoles du jeu vidéo et de mettre en place des indicateurs de suivi de la mixité femmes/hommes dans ces écoles, y compris dans les territoires ultramarins.
5. Conditionner le versement des aides publiques, nationales et régionales, dans le secteur du jeu vidéo, au respect par les entreprises d'engagements mesurables annuellement en matière de prévention et de traitement des violences et du harcèlement sexistes et sexuels au travail (VHSST) et de mixité des équipes.
6. Structurer le secteur du jeu vidéo autour d'une convention collective propre à la filière avec des engagements spécifiques des partenaires sociaux pour une filière paritaire.
9. Créer, sous l'égide du CNC, un cadre de coopération pérenne entre les chercheurs et les professionnels du jeu vidéo afin de favoriser le développement, la diffusion et l'amélioration d'outils communs d'analyse des représentations.
10. Porter, dans le cadre de la gouvernance européenne du système PEGI, la création d'un pictogramme spécifique permettant d'informer les consommateurs de la présence de représentations, de stéréotypes ou de contenus à caractère sexiste dans les jeux vidéo.
15. Améliorer la prise en charge des victimes de cyberharcèlement liées aux jeux vidéo, au streaming et à l'e-sport, en renforçant la formation des forces de l'ordre, en facilitant la collecte et la transmission des preuves numériques et en développant une expertise dédiée à ces formes de violences tout au long de la chaîne pénale.
18. Soutenir la création d'une fédération française de l'e sport et structurer les parcours d'accès des femmes à la compétition e-sportive.

I. JEUX VIDÉO : PREMIÈRE INDUSTRIE CULTURELLE MONDIALE, AUJOURD'HUI EN DÉCALAGE AVEC LA FÉMINISATION MASSIVE DE SES PUBLICS

A. Le jeu vidéo : une industrie davantage sensible au genre mais toujours à la traîne en matière d'égalité

L'industrie du jeu vidéo est aujourd'hui la **première industrie culturelle mondiale**, dépassant en valeur le livre et le cinéma, et réalise un chiffre d'affaires mondial évalué à plus de 200 milliards de dollars en 2025.

La **France** se démarque par une **place de premier plan** grâce à un tissu d'entreprises varié, allant de grandes sociétés mondialement implantées telles qu'Ubisoft, qui emploie 17 000 personnes au niveau mondial dont 4 000 en France, aux studios indépendants à succès, comme *Sandfall Interactive* et son jeu « *Clair obscur : expédition 33* » multi-primé.

Ces entreprises emploient environ 10 000 personnes en France en emplois directs et génèrent un chiffre d'affaires annuel de 6 milliards d'euros.

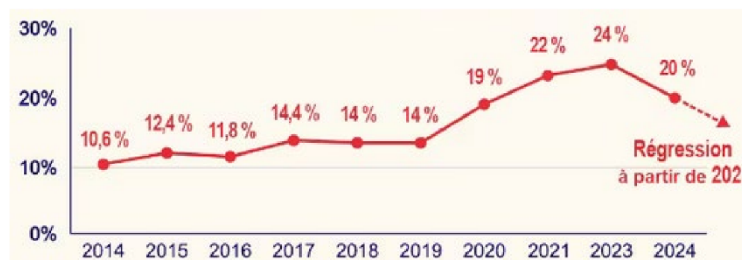
Les principaux chiffres du secteur du jeu vidéo en France



Source : Baromètre annuel du SNJV (juin 2025)

Les femmes ont toutefois été les premières victimes d'une **fragilisation économique du secteur après la pandémie de 2020**, aboutissant à des restructurations et à de nombreux licenciements au niveau mondial.

Proportion de femmes dans les effectifs des studios de développement français de jeux vidéo (en %)



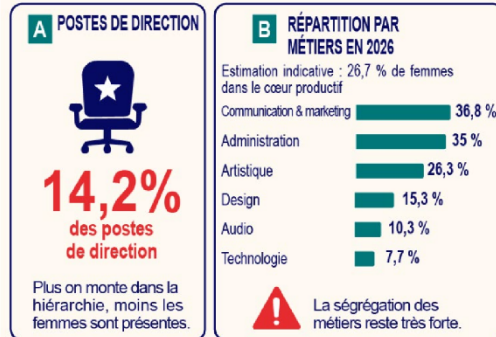
Les femmes représentent aujourd'hui **20 % des effectifs** de l'industrie du jeu vidéo, en baisse de 4 points par rapport à 2022

Source : Women in games France (WIG France) et baromètre annuel du SNJV (2025)

Les femmes demeurent **sous-représentées dans le « Game design » (création des règles et principes d'un jeu) et plus encore dans la programmation** qui sont des postes dits techniques et perçus comme essentiels par les groupes de jeux vidéo.

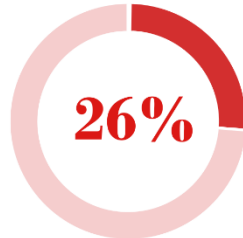
De la même façon, le nombre de femmes occupant des postes de direction est passé de 20 % en 2022 à 14,2 % en 2024, soit un recul de près de 6 points. En 2020, ce taux se situait à 11 %.

Accès des femmes aux responsabilités et aux différents métiers dans le secteur français du jeu vidéo



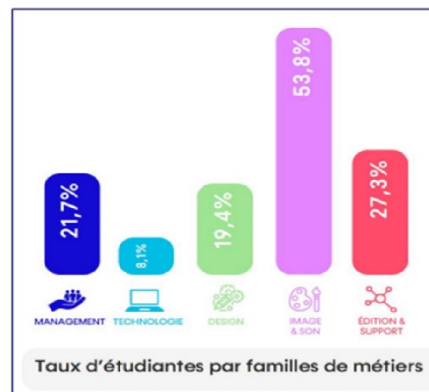
Source : Women in games France (WIG France)

Part des étudiantes dans les écoles de jeux vidéo



Une des premières causes de l'absence de mixité dans l'industrie du jeu vidéo est le manque de vivier de recrutement et le faible effectif de femmes dans les écoles de formation initiale, puisque seuls 26 % des étudiants des filières spécialisées en jeu vidéo sont des femmes.

Entre la formation initiale, où les femmes sont minoritaires (environ un quart des étudiants), et l'insertion dans la sphère professionnelle, où les femmes ne représentent que 20 % des effectifs des studios de développement, on constate donc une déperdition de l'ordre de six points.



Baromètre du réseau des formations de jeu vidéo en France – édition 2022 – SNJV

Une fois entrées dans l'industrie du jeu vidéo, **les femmes ont plus souvent tendance à en sortir que les hommes**, notamment après 35 ans : ce phénomène du « tuyau percé » est le résultat d'un **environnement de travail encore peu favorable aux femmes**, à de **moindres opportunités d'avancement** ou d'accès à des postes stratégiques au sein de l'entreprise, enfin à la perpétuation, dans certains environnements de travail, d'un **climat professionnel toxique voire de situation de violences et harcèlement sexistes et sexuels au travail**.

Les scandales révélés ces dernières années, pointant des pratiques de harcèlement et de violences sexistes et sexuelles, n'ont pas contribué à présenter l'industrie du jeu vidéo comme un environnement accueillant et bienveillant envers les femmes, malgré de réels progrès constatés dans le signalement et le traitement de ces situations après 2020 et le #MeToo du jeu vidéo.

B. Une féminisation spectaculaire des publics mais des imaginaires qui sont encore marqués par des biais sexistes

1. La bascule des publics du jeu vidéo : une féminisation spectaculaire et durable des pratiques du jeu vidéo

Le jeu vidéo est devenu une **pratique culturelle quasi universelle** : 73 % des Français âgés de quatre ans et plus, déclarent jouer aux jeux vidéo, à des degrés de fréquence variables. L'une des évolutions les plus marquantes concerne **la part des femmes parmi les joueurs**. Les données pour 2025 font état de 40,2 millions de joueurs, dont **51 % d'hommes et 49 % de femmes**. La pratique du jeu vidéo est ainsi devenue **quasi-paritaire**.

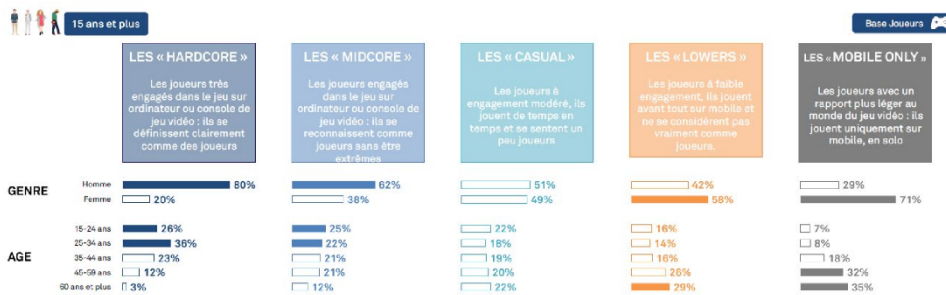
Les données du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL) montrent que la progression du nombre de joueuses se poursuit : 69 % des femmes déclarent jouer aux jeux vidéo en 2024, soit **800 000 joueuses supplémentaires en un an**. Cette dynamique apparaît **encore plus fortement marquée chez les jeunes générations, notamment la génération Z (16 – 30 ans)**.

Part des femmes parmi les joueurs de la génération Z



La progression des joueuses **ne signifie pas que les pratiques sont devenues parfaitement identiques** entre les femmes et les hommes. Selon la classification du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), les femmes représentent ainsi 20 % des profils dits « *hardcore* » et 38 % des profils « *midcore* ». À l'inverse, elles sont majoritaires parmi les profils « *mobile only* ».

Segmentation selon l'intensité de jeu déclarée par les joueuses et joueurs



Source : CNC, les publics du jeu vidéo en France (2025)

L'image d'un univers vidéoludique réservé aux hommes, y compris sur les segments les plus intenses, ne correspond donc plus à la réalité des usages.



Un monde majoritairement masculin a conçu, à l'origine, des divertissements destinés à de jeunes garçons.

Emmanuel Forsans, directeur général de l'Agence française du jeu vidéo (AFJV)

2. Des représentations en évolution mais encore marquées par des biais sexistes

Le jeu vidéo s'est développé à partir des années 1980 dans le sillage de la micro-informatique, un univers alors très largement masculin.

Cette culture industrielle va se traduire dans la manière dont le jeu vidéo est commercialisé et **la publicité constitue une excellente illustration de la construction d'un univers genré du jeu vidéo**. Les campagnes publicitaires contribuent à installer durablement l'idée selon laquelle le jeu vidéo constituerait avant tout un loisir masculin. Dans les représentations dominantes, le garçon apparaît comme le propriétaire légitime de la console et comme celui qui maîtrise les codes du jeu vidéo.

Publicité pour la NES (Nintendo – 1988)



Source : JVFrance

Les **campagnes publicitaires** contribuent à installer durablement l'idée selon laquelle le jeu vidéo constituerait avant tout un loisir masculin.

Dans les représentations dominantes, le **garçon apparaît comme le propriétaire légitime de la console** et comme celui qui maîtrise les codes du jeu vidéo.



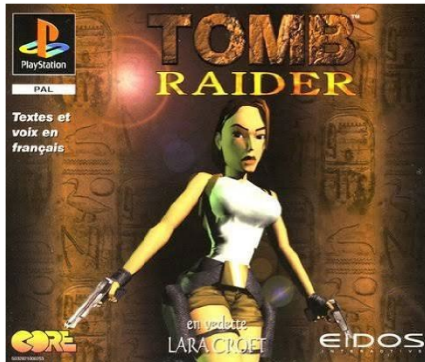
Source : présentation de Fanny Lignon

Cet héritage historique a durablement influencé la composition des publics, mais plus encore la construction de figures féminines stéréotypées dans les jeux eux-mêmes.

L'une des manifestations les plus emblématiques de cet héritage est la figure de la « **demoiselle en détresse** ». La princesse **Peach** dans *Super Mario Bros.* (1985), régulièrement capturée et sauvée par **Mario**, en constitue sans doute l'exemple le plus emblématique.

L'arrivée de **Lara Croft** dans le jeu *Tomb Raider* en 1996 constitue une **rupture majeure dans l'histoire des représentations féminines**. Pour la première fois, **une femme n'est plus seulement l'objet de la quête mais le moteur de l'action**. Aventurière, archéologue et combattante, Lara Croft s'impose comme l'une des premières héroïnes mondiales du jeu vidéo.

Jaquette du jeu *Tomb Raider* (1996)



Source : Eidos Interactive

Lara Croft marque l'émergence d'une nouvelle figure : celle d'une héroïne pleinement actrice du récit.

Si le personnage conquiert une autonomie inédite, son apparence repose sur des **canons physiques fortement sexualisés** qui nourriront de nombreux débats et continueront au travers des différents opus d'alimenter une vision stéréotypée ciblant un public masculin.

Cette **tension entre émancipation et sexualisation** explique la **place singulière qu'occupe Lara Croft dans l'histoire du jeu vidéo.**

L'évolution des représentations féminines dans le jeu vidéo ne suit pas nécessairement une trajectoire linéaire.

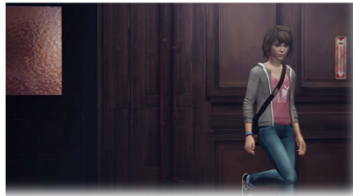
Les jeux proposent désormais davantage de protagonistes féminins et offrent plus fréquemment aux joueurs et joueuses la **possibilité de choisir le genre de leur avatar.**



Ellie
The Last of Us
2013

Ellie dans *The Last of Us* (2013), une orpheline qui doit survivre dans un monde infesté de zombies, et **Maxine Coffield**, une étudiante en photographie qui découvre qu'elle a la capacité de remonter dans le temps sur de courtes périodes, dans *Life is Strange* (2015), un jeu réalisé par le studio français Don't Nod, représentent deux héroïnes qui sont moins stéréotypées mais aussi plus riches sur le plan de la psychologie.

Maxine
Life is Strange
2015



Source : présentation de Fanny Lignon



Source : Sandfall Interactive

Clair obscur : expédition 33, développé par le studio **Sandfall Interactive**, a été salué par la critique internationale et reçu **neuf récompenses aux Game Awards**, dont le prix du meilleur jeu de l'année 2025. Il met en scène plusieurs personnages féminins jouables, au premier rang desquels **Maëlle**, qui partage le rôle principal avec Gustave.

Le débat porte désormais sur la diversité des figures féminines proposées aux joueuses et joueurs, ainsi que leur capacité à **refléter la pluralité** des parcours, des corps, des âges, des origines et des expériences qui caractérisent aujourd'hui les **publics du jeu vidéo**.

“

J'aime beaucoup dans les images regarder ce qu'il n'y a pas. (...) À quand davantage d'héroïnes non blanches ? Plus largement, quand la variété des corps, des âges et des rôles (...) sera-t-elle enfin mieux représentée ?

Fanny Lignon, maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1

Des recherches conduites par la **Chaire Diversité et Inclusion de l'EDHEC** visent à objectiver cette sous-représentation à travers un test qui repose sur **quatre critères simples** : la parité numérique entre personnages féminins et masculins, la parité parmi les personnages jouables, la parité des personnages nommés et la parité du temps de parole.



Sur 129 jeux à très large diffusion commercialisés entre 1988 et 2024, **seuls 3 jeux** remplissent l'ensemble des quatre critères. **67 ne satisfont à aucun** des quatre critères : « *des jeux non seulement non paritaires, mais dont on peut se demander s'ils n'ocultent pas complètement les femmes ou ne les dégradent pas.* »

C. Les recommandations de la délégation pour une révolution industrielle et narrative du jeu vidéo

1. Un enjeu de féminisation à tous les niveaux et de structuration sociale de la filière du jeu vidéo

Pour féminiser durablement l'industrie du jeu vidéo, il est nécessaire de mener une **politique volontariste de féminisation à tous les niveaux**, que ce soit au moment de la **formation initiale**, au moment de l'**entrée dans la vie professionnelle** ou tout au long du déroulement de la **carrière**.

Il faut **agir dès l'enseignement primaire et secondaire** ainsi qu'au sein des **écoles de jeux vidéo** afin de renforcer la mixité des formations et de prévenir les violences sexistes et sexuelles dès la formation initiale.

Les rapporteurs préconisent de **mieux accompagner les carrières** des femmes dans les entreprises, en développant le mentorat, les réseaux professionnels et en **conditionnant les aides publiques à des engagements concrets** en faveur de l'égalité.

“

Ce que nous essayons de faire, c'est de former et d'accompagner les studios, mais nous ne pouvons pas les y forcer. Certains sont volontaires, comme Ubisoft, mais d'autres restent inaccessibles.

Justine Boulanger, secrétaire générale de Women in Games France

Enfin, la poursuite de la féminisation passe par une véritable **structuration sociale de la filière**, à travers l'élaboration d'une convention collective propre au secteur.

2. Aller au bout de la révolution narrative des représentations : faire du jeu vidéo un outil d'égalité

Les rapporteurs recommandent de compléter les dossiers de demande d'aide du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) et du Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) par un **formulaire relatif aux représentations des femmes et aux stéréotypes de genre**, destiné à intégrer ces enjeux dès la conception des jeux.

Ils préconisent également **d'accompagner les studios** par le développement de formations, de ressources, de référentiels et de bonnes pratiques, ainsi que de renforcer la coopération entre les chercheurs et les professionnels afin de **diffuser des outils communs d'analyse des représentations**.



Les rapporteurs proposent de **faire évoluer la signalétique européenne PEGI** (*Pan European Game Information*) afin de mieux prendre en compte les représentations sexistes, en créant un pictogramme spécifique, et d'étendre son affichage à l'ensemble des plateformes de distribution numérique des jeux vidéo.

NB : pictogramme réalisé avec l'assistance de l'intelligence artificielle

Enfin, ils recommandent de mieux mobiliser le jeu vidéo comme **support de l'éducation aux médias et à l'information (EMI)** et de l'éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (Evars).

II. DES FEMMES ENCORE MASSIVEMENT EXCLUES DES ESPACES DE VISIBILITÉ ET DE COMPÉTITIONS VIDÉOLUDIQUES

A. Une toxicité dans les environnements de jeux en ligne qui n'est pas marginale mais culturelle

Les espaces de jeu en ligne demeurent marqués par une **culture sexiste** qui ne relève ni de comportements isolés ni de quelques communautés marginales. Des travaux de l'Ifop montrent que **40 % des joueuses** déclarent avoir déjà été confrontées à des comportements sexistes ou à connotation sexuelle, une proportion qui atteint **66 % dans les jeux de combat**.

“

Chez les hommes, la violence apparaît lorsqu'un joueur est jugé mauvais ; pour les femmes, elle tient au fait d'être perçues comme telles, même lorsqu'elles jouent mieux que les hommes.

Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport, fondatrice de POG tv

Ces violences conduisent de nombreuses joueuses à **renoncer au chat vocal, à masquer leur identité ou à quitter certaines communautés**. Les rapporteurs reconnaissent les progrès accomplis par les éditeurs en matière de modération, mais ils constatent que ces outils peinent encore à répondre à des comportements toxiques qui évoluent en permanence.

B. Le streaming : une exposition maximale corrélée à un fort risque de violences sexistes

Le streaming est devenu l'une des principales vitrines du jeu vidéo. Pourtant, alors que les femmes représentent près de la moitié des joueurs, elles **demeurent très minoritaires parmi les streamers les plus visibles**. Les rapporteurs constatent que cette sous-représentation ne s'explique pas par un manque de niveau ou d'engagement, mais par **une accumulation de freins structurels** : dépendance aux plateformes, surexposition aux violences sexistes et nécessité de protéger davantage sa vie privée.

Le « **tunnel de parité** » proposé par Anna Bressan, actuelle présidente de *Women in Games France*, montre que ces obstacles s'accumulent à chaque étape du parcours, conduisant progressivement les femmes à disparaître des espaces les plus visibles du streaming.



Source : *Women in Games France*

Cette visibilité transforme les créatrices de contenus en cibles de violences sexistes qui peuvent se prolonger sur les réseaux sociaux, et prendre la forme de campagnes de cyberharcèlement, de doxxing ou de swatting. Elles imposent une vigilance constante, conduisent à l'autocensure et peuvent laisser des traces durables.

“

On se fait donc attaquer sur ce qu'on est, ce qu'on pense, ce qu'on représente, ce que les autres pensent qu'on représente.

Mamapaprika, créatrice de contenus jeu vidéo sur Twitch, animatrice d'émissions et ambassadrice de l'association Afrogameuses

Certaines créatrices subissent un cumul de discriminations, illustrant le phénomène de « **misogynoir** », qui désigne les violences spécifiques dirigées contre les femmes noires, à l'intersection du racisme et de la misogynie .

C. L'e-sport : l'espace le moins paritaire du jeu vidéo

Alors que les femmes représentent près de la moitié des joueurs de jeux vidéo, elles ne constituent plus que 7 % des pratiquants de l'e-sport compétitif. Cette sous-représentation ne résulte ni d'un manque d'intérêt ni d'un déficit de compétences, mais d'un **effet de « pipeline »** : à chaque étape du parcours compétitif, des obstacles successifs réduisent progressivement le nombre de joueuses susceptibles d'accéder au haut niveau.

Part des femmes parmi les joueurs de jeu vidéo d'affrontement



Source : Baromètre France esports (2023)

Plusieurs freins structurels se renforcent mutuellement : violences sexistes, remise en cause des compétences, accès plus difficile aux équipes, ou encore héritage d'un entre-soi historiquement masculin. La **compétition**, pourtant théoriquement ouverte à toutes et à tous, demeure un **espace où la mixité reste largement théorique**.

Les joueuses qui parviennent à franchir ces obstacles se heurtent encore à un **écosystème insuffisamment structuré**. Le faible nombre de compétitions féminines, leur manque de visibilité et l'absence de perspectives de professionnalisation limitent durablement les carrières et réduisent l'émergence de rôles modèles susceptibles d'encourager de nouvelles vocations.

D. Les recommandations de la délégation : « game over pour le sexisme » ou comment faire des communautés du jeu vidéo des environnements sûrs et inclusifs

1. Créer des espaces de jeux en ligne plus sûrs

Les éditeurs et plateformes ont considérablement renforcé leurs dispositifs de modération (signalement, filtres automatisés, détection des comportements toxiques, modération humaine et sanctions graduées). Toutefois, une nouvelle étape doit être franchie : **passer d'une logique d'obligation de moyens à une véritable obligation de résultats**, en s'appuyant sur le cadre offert par le **Digital Services Act (DSA)** pour faire de l'effectivité des politiques de modération un **standard de sécurité applicable à l'ensemble des opérateurs proposant des espaces de jeux en ligne ou de diffusion de contenus vidéoludiques**.

Les victimes restent confrontées à des difficultés lorsqu'elles décident de signaler les faits ou de déposer plainte. La collecte des preuves numériques, la multiplicité des plateformes et la lourdeur des démarches constituent des obstacles majeurs, qui **découragent de nombreuses victimes** et compliquent le traitement judiciaire de ces affaires.

Les rapporteurs recommandent de **renforcer la formation des forces de l'ordre, de faciliter la collecte et la transmission des preuves numériques et de développer une expertise dédiée à ces formes de violences tout au long de la chaîne pénale**.

2. Faire évoluer durablement la culture du gaming

La lutte contre le sexisme ne peut reposer sur la seule modération ou la seule réponse judiciaire. Elle suppose une action durable de prévention pour faire évoluer les comportements et les normes qui structurent encore les communautés de joueurs.

À cet égard, **les associations engagées en faveur de la mixité dans le jeu vidéo, notamment *Women in Games France* et *Afrogameuses***, jouent un rôle essentiel.

Les rapporteurs recommandent de reconnaître et soutenir le rôle structurant de ces associations, **en renforçant durablement leurs moyens afin qu'elles puissent poursuivre leurs missions** de sensibilisation, de mentorat, d'accompagnement des joueuses, de mise en réseau et de valorisation des rôles modèles féminins.

3. Structure un écosystème de l'e-sport plus inclusif

La progression de la mixité dans l'e-sport suppose de faire de la sécurité et de l'inclusion des joueuses une exigence commune de l'ensemble de l'écosystème. Il est donc nécessaire de **réduire le « coût d'entrée social et psychologique » de la compétition**, en encourageant les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs à adopter des standards communs de prévention, de modération et d'accompagnement des joueuses. Les rapporteurs recommandent de soutenir la relance d'un **baromètre France Esports** intégrant des indicateurs genrés afin de mieux mesurer les progrès.

Ils estiment nécessaire de mieux structurer les parcours d'accès des femmes au haut niveau et recommandent de **soutenir la création d'une fédération française de l'e-sport**, afin de favoriser un développement plus structuré de la discipline et d'accompagner durablement les joueuses vers la compétition.

AVANT PROPOS

« JEUX VIDÉO : DE LA GAME BOY AUX FILLES DANS LE GAME, L'ÉGALITÉ EN COURS DE CHARGEMENT »

Dans le prolongement de ses travaux, menés au cours de la session 2024-2025, sur la place des femmes et des filles dans les sciences¹, la délégation aux droits des femmes du Sénat s'est saisie, au cours de la présente session, de la question de la place des femmes dans l'univers du jeu vidéo.

Première industrie culturelle mondiale, dotée d'un chiffre d'affaires mondial annuel de plus de 200 milliards de dollars en 2025, dépassant en valeur le livre et le cinéma, et de loin la première industrie culturelle française, avec 6 milliards d'euros de chiffres d'affaires annuel en 2025, le jeu vidéo a bénéficié, au cours des vingt-cinq dernières années, d'une **féminisation massive de ses publics** - près de la moitié des joueurs sont aujourd'hui des femmes - sans que cette féminisation n'infuse réellement dans l'industrie elle-même ni dans les espaces de visibilité et de compétition vidéoludiques en France.

Les femmes ne représentent aujourd'hui que **20 % des effectifs de l'industrie du jeu vidéo en baisse de 4 points par rapport à 2022**, une proportion qui tombe à 7,7 % dans les métiers techniques et à 14 % dans les postes de direction. Elles demeurent freinées dans leur progression de carrière, sont encore victimes de discriminations, de sexisme voire de violences sexistes et sexuelles, et dissuadées de rester dans ce secteur par des conditions de travail qui leur sont souvent défavorables.

Elles ont, en outre, été les **premières victimes d'une fragilisation du secteur** après la pandémie de 2020 et l'euphorie spéculative post-COVID qui avait entraîné une crise de la surproduction, aboutissant aujourd'hui à des restructurations économiques et à de nombreux licenciements au niveau mondial. Particulièrement exposée à la concurrence internationale, l'industrie française du jeu vidéo continue néanmoins de tirer son épingle du jeu dans le paysage mondial, mais souvent au détriment de la place des femmes dans les équipes des studios de développement de jeux.

Parallèlement, **les scandales révélés ces dernières années**, pointant des pratiques de harcèlement et de violences sexistes et sexuelles dans le secteur du jeu vidéo, n'ont pas contribué à présenter cette industrie comme un environnement accueillant et bienveillant envers les femmes.

¹ *Rapport d'information n° 9 (2025-2026)*, déposé le 7 octobre 2025, fait au nom de la délégation aux droits des femmes et de l'égalité des chances entre les hommes et les femmes du Sénat, par Marie-Do Aeschlimann, Jocelyne Antoine, Laure Darcos et Marie-Pierre Monier, intitulé « XX=XY, Féminiser les sciences, dynamiser la société ».

Si le secteur du jeu vidéo est aujourd'hui conscient de l'importance des enjeux, à la fois stratégiques, économiques, professionnels et symboliques, d'une industrie mixte voire paritaire, force est de constater qu'il peine encore à donner toute leur place aux femmes, pour des raisons à la fois intrinsèques mais qui, pour certaines, ne dépendent pas directement de lui.

En effet, une des premières causes de cette faible féminisation est le manque de vivier de recrutement en amont et le **faible effectif de femmes dans les écoles de formation initiale**, puisque seuls 26 % des étudiants des filières spécialisées en jeu vidéo sont des femmes.

Une fois formées, les femmes renoncent aussi parfois à intégrer l'industrie car l'insertion dans la sphère professionnelle est souvent synonyme, pour elles, de précarité, et marquée par un **début de carrière souvent instable, propice aux sorties rapides**.

La sous-représentation des femmes dans le secteur est aussi le résultat de **conditions de travail parfois défavorables aux femmes** et à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, mais aussi de la persistance d'un environnement de travail toxique, marqué par un climat de violences et harcèlement sexistes et sexuels (VHSS), malgré une prise de conscience récente de l'industrie sur ces questions et un #MeToo du jeu vidéo en 2020.

Alors qu'ils occupent désormais une place centrale dans le paysage culturel français, **les jeux vidéo n'ont donc pas encore achevé leur « révolution industrielle »**, celle de la parité et de l'égalité. **Pas plus qu'ils ne sont allés au bout de la « révolution des représentations »** dans leur univers narratif, là encore malgré des progrès notables au cours des dix dernières années.

Si les femmes représentent désormais **près de la moitié des joueurs** et si leur présence s'affirme dans l'ensemble des pratiques vidéoludiques, les **imaginaires associés au jeu vidéo** continuent encore largement de les exclure ou de les cantonner à certains stéréotypes.

En effet, les personnages féminins, les récits et, plus largement, les imaginaires vidéoludiques restent marqués par un héritage historique façonné à une époque où le jeu vidéo s'adressait principalement à un public masculin. **Si des progrès réels ont été accomplis, de nombreux stéréotypes persistent encore**. Ce décalage entre la réalité des pratiques et les représentations constitue l'un des principaux paradoxes du jeu vidéo contemporain et éclaire une partie des difficultés auxquelles les femmes demeurent confrontées dans cet univers.

Enfin, alors que les femmes jouent désormais autant que les hommes, **elles demeurent beaucoup moins nombreuses dans les environnements de jeu en ligne, les plateformes de streaming et les compétitions d'e-sport**. Ces lieux restent en effet marqués par des formes persistantes de sexisme, de harcèlement et de remise en cause de la légitimité des joueuses.

Dans ce contexte, **plus les espaces vidéoludiques sont visibles, publics ou compétitifs, plus les mécanismes d'exclusion tendent à s'intensifier.**

Des jeux en ligne au streaming, puis à l'e-sport, se dessine un *continuum* de difficultés qui contribue à éloigner les femmes des espaces les plus exposés de la pratique vidéoludique.

C'est pourquoi, la délégation, consciente du fleuron national et du poids économique que représente aujourd'hui la filière française du jeu vidéo, formule **dix-huit recommandations** de nature à :

- féminiser la filière vidéoludique à tous les niveaux, de la formation initiale aux postes de direction, tout en proposant une plus grande structuration sociale du secteur et une amélioration des conditions de travail dans cette industrie ;

- aller au bout de la révolution narrative des représentations dans le jeu vidéo en faisant du jeu vidéo un outil d'égalité entre les femmes et les hommes ;

- faire des communautés du jeu vidéo des espaces plus sûrs et plus inclusifs.

PREMIÈRE PARTIE

JEUX VIDÉO : PREMIÈRE INDUSTRIE CULTURELLE MONDIALE, AUJOURD'HUI EN DÉCALAGE AVEC LA FÉMINISATION MASSIVE DE SES PUBLICS

I. LE JEU VIDÉO : UNE INDUSTRIE DAVANTAGE SENSIBLE AU GENRE MAIS TOUJOURS À LA TRAÎNE EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ

Première industrie culturelle mondiale, le secteur du jeu vidéo représente, à l'échelle mondiale, un chiffre d'affaires global de l'ordre de **200 milliards de dollars**.

Ayant bénéficié d'une **féminisation massive de ses publics** au cours des vingt-cinq dernières années - la part des femmes parmi les joueurs passant d'environ 10 % en 2000 à près de la moitié aujourd'hui -, **cette industrie peine toutefois encore à se féminiser et se diversifier elle-même**, avec seulement un cinquième de femmes en son sein, qui sont freinées dans leur progression de carrière, encore victimes de discriminations, de sexisme voire de violences sexistes et sexuelles, et dissuadées de rester dans ce secteur par des conditions de travail qui leur sont souvent défavorables.

A. PANORAMA GÉNÉRAL DE L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EN FRANCE, DE LOIN LA PREMIÈRE INDUSTRIE CULTURELLE FRANÇAISE

1. L'industrie du jeu vidéo : première industrie culturelle en France et dans le monde

a) Un poids économique mondial total de plus de 200 milliards de dollars annuels

L'industrie du jeu vidéo est aujourd'hui la **première industrie culturelle mondiale**, dépassant en valeur le livre et le cinéma, et réalise un **chiffre d'affaires** évalué à **201,6 milliards de dollars en 2025**, franchissant ainsi pour la première fois la barre des 200 milliards de dollars et d'un peu de 9 % (en glissement annuel) par rapport à l'année précédente, d'après une étude¹ publiée le 30 juin 2026 par l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV).

Ce chiffre d'affaires pourrait atteindre **213 milliards de dollars en 2027**, d'après les chiffres fournis à la délégation par le Syndicat national du jeu vidéo (SNJV). Pour sa part, l'AFJV a récemment publié une étude de la plateforme newzoo estimant le chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo à **225 milliards de dollars en 2027** et **plus de 234 milliards de dollars en 2028**.

¹ https://afjv.com/news/12036_l-industrie-des-jeux-video-a-franchi-la-barre-des-200-mds-en-2025.htm

Chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo



Source : SNJV et AFJV

En outre, comme le rapporte le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), opérateur du ministère de la culture exerçant une co-tutelle institutionnelle avec Bercy sur le jeu vidéo, dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs¹, la demande de contenus vidéoludiques a explosé ces dernières années, à la faveur de la **croissance naturelle du marché** qui pourrait compter **400 millions de joueurs supplémentaires** au cours des trois prochaines années, mais aussi du développement du « *cloud gaming* » et des plateformes de jeux en streaming disponibles par abonnement.

En 2024, environ **25 000 jeux vidéo** sont sortis sur le marché mondial.

Cette industrie joue également un **rôle moteur** dans l'évolution des technologies et des usages.

b) La France au premier plan de l'industrie vidéoludique européenne et mondiale

En Europe, la France se démarque par une place de premier plan au sein de l'industrie vidéoludique et occupe une position singulière grâce à un tissu d'entreprises varié, allant des grandes sociétés mondialement implantées telles qu'**Ubisoft**, qui emploie 4 000 personnes sur le territoire national et 17 000 au niveau mondial, aux studios indépendants à succès, dont notamment **Sandfall Interactive** et son jeu « *Clair obscur : expédition 33* », qui a reçu de nombreuses récompenses internationales, ou encore **Sloclap** et son titre *Rematch*.

D'après les derniers chiffres fournis à la délégation par le SNJV, **l'écosystème vidéoludique français, dans son ensemble**, regrouperait environ **1 000 entreprises**, dont près de **600 studios** de développement, répartis sur l'ensemble du territoire français, avec une implantation significative en dehors de la région parisienne, et développant tous les types de jeux pour tous les types de plateformes (mobile, PC et console). Ainsi, 55 % des entreprises du jeu vidéo ne sont pas situées en Île-de-France, mais dans

¹ Réponses au questionnaire écrit adressé par les rapporteurs (5 décembre 2025).

d'autres bassins régionaux importants, que ce soit en Auvergne-Rhône-Alpes, en Nouvelle-Aquitaine, dans les Hauts-de-France ou en Occitanie.

En outre, d'après le baromètre annuel du jeu vidéo en France, publié par le SNJV, près de 1 040 jeux vidéo ont été produits en 2024.

Ces entreprises emploient près de **10 000 personnes en France en emplois directs** et génèrent un **chiffre d'affaires d'environ 6 milliards d'euros**. Toutefois, à titre de comparaison, la seule ville de Montréal, place forte du jeu vidéo mondial, compte plus de 30 000 salariés dans le secteur vidéoludique.

Les principaux chiffres du secteur du jeu vidéo en France



Source : Baromètre annuel du SNJV (juin 2025)

Lors de son audition par la délégation¹, Nicolas Vignolles, délégué général du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), a indiqué que « *l'industrie du jeu vidéo pèse en France 6 milliards d'euros, ce qui représente deux fois et demie le chiffre d'affaires de la musique et du cinéma réunis, si l'on considère pour le cinéma, stricto sensu, le billet d'entrée. C'est donc de très loin la première industrie culturelle française. De manière concrète, la fabrication d'un jeu, triple A ou quadruple A, représente deux fois le budget d'un film hollywoodien.* »

Le chiffre d'affaires total du secteur du jeu vidéo en 2024 (environ 6 milliards d'euros) constitue la **deuxième performance historique** de l'industrie française du jeu vidéo, en baisse de près de 6 % par rapport à 2023.



Source : Bilan du marché 2024 – SELL

¹ Table ronde du 13 novembre 2025.

Comme le souligne le CNC dans sa contribution écrite remise aux rapporteurs, « *dans un contexte particulièrement évolutif et concurrentiel, l'industrie française a réussi, au cours des dix dernières années, à retrouver une dynamique de croissance (...). Les atouts de la filière française, naturellement tournée vers l'international, sont nombreux : le leader européen (Ubisoft) est entouré de studios réputés pour leur créativité et leur excellence technique, les écoles de formations sont réputées internationalement, des écosystèmes locaux à Paris, Lille, Lyon, Bordeaux et Montpellier. Le potentiel de développement est encore très fort* ».

De son côté, l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV), dont le directeur général Emmanuel Forsans a été entendu par les rapporteurs¹, a publié très récemment, le **1^{er} juin 2026**, dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt « Compétences et métiers d'avenir » de **France 2030**, une **photographie consolidée de l'industrie française du jeu vidéo au 1^{er} janvier 2026**.

Le résultat de cette étude² montre une **industrie française à la fois concentrée et contrastée** : un secteur de **près de 15 000 professionnels au total d'après les chiffres publiés en juin 2026 par l'AFJV, fortement concentré en Île-de-France mais complété par plusieurs pôles régionaux majeurs et dynamiques**.

L'étude identifie précisément 14 762 professionnels rattachés à 616 sociétés implantées en France et intervenant directement dans le développement, l'édition, le middleware ou la prestation de services pour le jeu vidéo.

LES CHIFFRES CLÉS DU JEU VIDÉO FRANÇAIS EN 2026

Photographie nationale de l'industrie – périmètre entreprises françaises



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV – données au 1^{er} janvier 2026

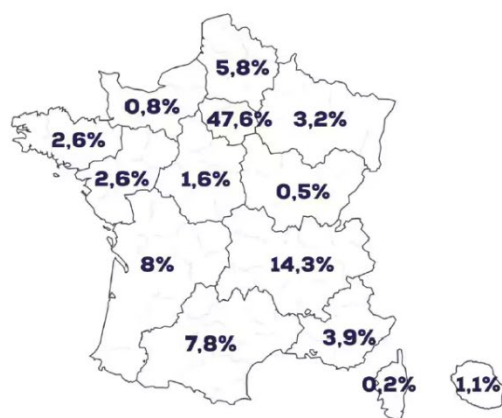
1 Audition du 4 février 2026.

2 https://afjv.com/news/12006_etudel-industrie-jeux-video-france-entreprises-salaries.htm.

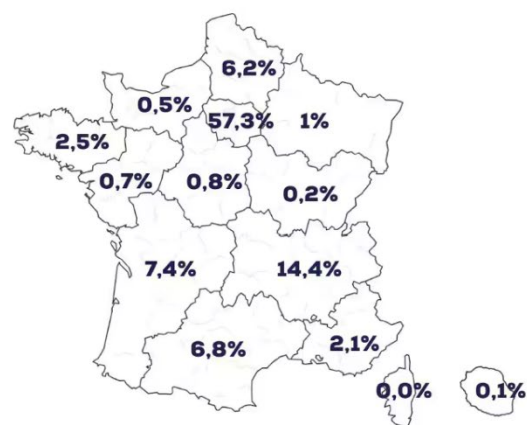
L'étude confirme le **poids central de l'Île-de-France dans l'industrie française du jeu vidéo** puisqu'elle concentre 47,6 % des entreprises et 57,3 % des professionnels. La région concentre également les plus grandes structures du secteur vidéoludique.

Toutefois, l'étude précise que cette domination de la région parisienne dans le secteur du jeu vidéo est **relativement faible par rapport à d'autres industries culturelles** comme la musique, le livre, le cinéma ou l'audiovisuel qui concentrent chacune plus de 70 % des professionnels de leur secteur respectif en Île-de-France.

Répartition des entreprises par région



Répartition des professionnel-les par région



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV – données au 1^{er} janvier 2026

Parmi les régions qui constituent également des pôles solides et structurés de l'industrie, bénéficiant de la présence d'au moins une grosse structure sur leur territoire, on trouve les Hauts-de-France, la Nouvelle Aquitaine, l'Occitanie et l'Auvergne-Rhône-Alpes.

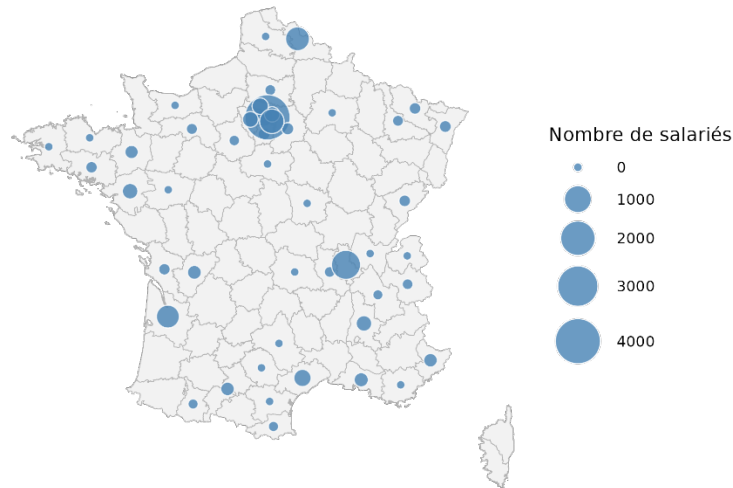
En effet, comme le soulignait Vanessa Kaplan, déléguée générale du SNJV, devant la délégation¹, « **plus de 55 % des entreprises du secteur ne sont pas situées en Île-de-France** : un important bassin est situé en Auvergne-Rhône-Alpes, autour de Lyon, qui constitue historiquement le berceau du jeu vidéo en France, mais de nombreux acteurs sont aussi présents en Occitanie, en Nouvelle-Aquitaine et dans les Hauts-de-France. Le maillage du territoire est donc assez complet. »

Si l'on regroupe les régions précitées et la région parisienne, on atteint un taux de concentration de 83,5 % des entreprises et 92 % des professionnels recensés. Dès lors, comme le précise l'étude, « *cette lecture territoriale met en évidence une industrie fortement polarisée, combinant un centre très dense, des pôles régionaux structurés et un ensemble de territoires encore en phase de consolidation* ».

¹ Audition du 13 novembre 2025.

Dans une note réalisée par le pôle d'analyse de la donnée du Sénat pour la délégation, il est indiqué que **les départements qui concentrent le plus de salariés dans le secteur du jeu vidéo sont ceux qui correspondent aux principales zones d'emploi.**

Ventilation départementale des salariés du secteur du jeu vidéo



Source : Base tous salariés, Insee

En outre, l'étude précitée de l'AFJV, publiée en juin 2026, pointe une **certaine structuration économique du secteur dans les territoires** :

- certaines régions présentent un **profil davantage tourné vers l'édition** : c'est le cas de l'Île-de-France, où plus d'un tiers des professionnels travaillent dans des activités liées à l'édition et à la distribution ;

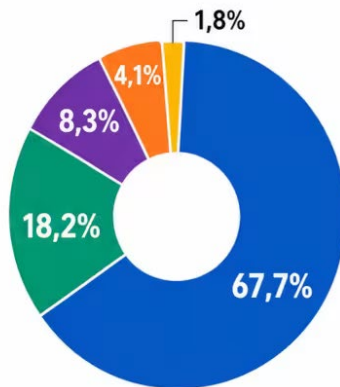
- à l'inverse, d'autres territoires apparaissent très largement orientés vers le **développement de jeux** : en Nouvelle-Aquitaine, 95 % des professionnels identifiés travaillent dans des studios ; 87 % en Occitanie et plus de 77 % en Auvergne-Rhône-Alpes dépassent 77 %.

L'industrie vidéoludique française est, par ailleurs, dominée par les **studios de développement** puisque, sur les 616 sociétés identifiées, 417 sont des studios, soit plus des deux tiers des structures recensées. Pour autant, l'industrie française du jeu vidéo ne repose pas uniquement sur la création de jeux, elle développe également des services, outils, infrastructures techniques et activités d'accompagnement à l'échelle internationale.

RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR ACTIVITÉ

PART DES ENTREPRISES

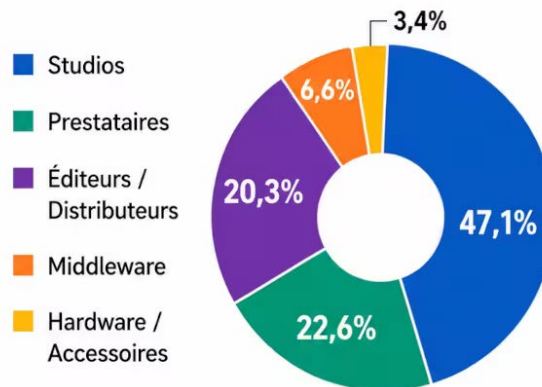
(616 sociétés)



Les studios représentent plus des deux tiers des entreprises du secteur.

PART DES PROFESSIONNEL·LES

(14 762 personnes)



Les éditeurs rassemblent 1 professionnel·le sur 5, malgré leur faible nombre.

Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV – données au 1^{er} janvier 2026

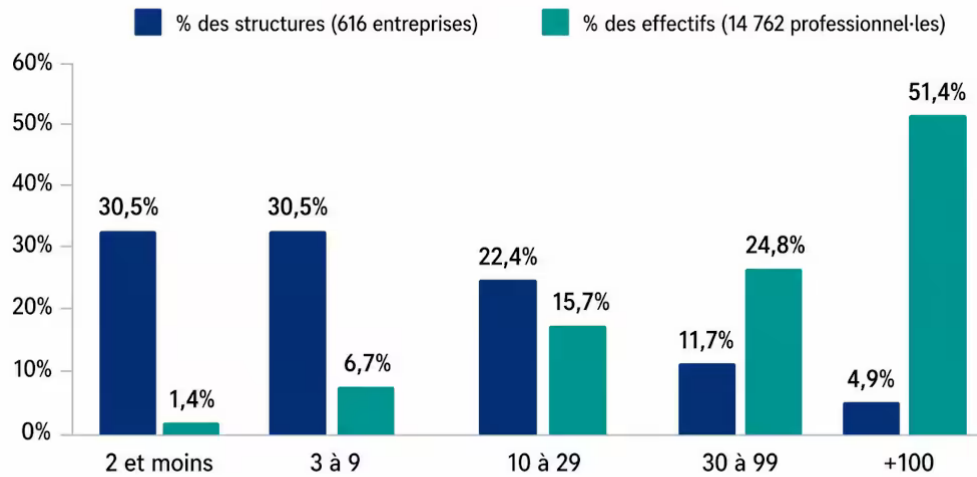
La présence en France de plusieurs éditeurs de dimension internationale contribue au poids relativement important des professionnels travaillant au sein d'entreprises d'édition dans le secteur.

La réalité entrepreneuriale du secteur correspond à une **taille moyenne des entreprises françaises du jeu vidéo de 24 professionnels et professionnelles**, moyenne qui masque un très fort déséquilibre puisque **la moitié des sociétés françaises du secteur** compte six professionnels ou moins, et correspond donc à des **microstructures**.

Dès lors, comme le souligne l'étude précitée, le secteur français du jeu vidéo est « *extrêmement fragmenté, composé d'une multitude de petites structures, souvent indépendantes, organisées autour d'un projet ou d'une expertise technique spécifique.* »

CONCENTRATION DES EFFECTIFS PAR TAILLE D'ENTREPRISE

Comparaison structures / effectifs



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV – données au 1^{er} janvier 2026

A *contrario* de cette atomisation du secteur vidéoludique français, quelques dizaines d'entreprises seulement concentrent la majorité des emplois : les entreprises de plus de 100 salariés représentent ainsi moins de 5 % des structures du secteur et concentrent plus de 51 % des effectifs.

Ainsi, **rente entreprises regroupent plus de la moitié des professionnels du secteur.**

Comme le précise l'étude publiée en juin 2026, seules certaines structures disposent des capacités financières suffisantes pour porter les projets les plus ambitieux.

Dès lors, le marché français fonctionne selon une « *logique duale* » : d'une part, une **base entrepreneuriale très large de petites structures**, d'autre part, **quelques acteurs industriels dominants**.

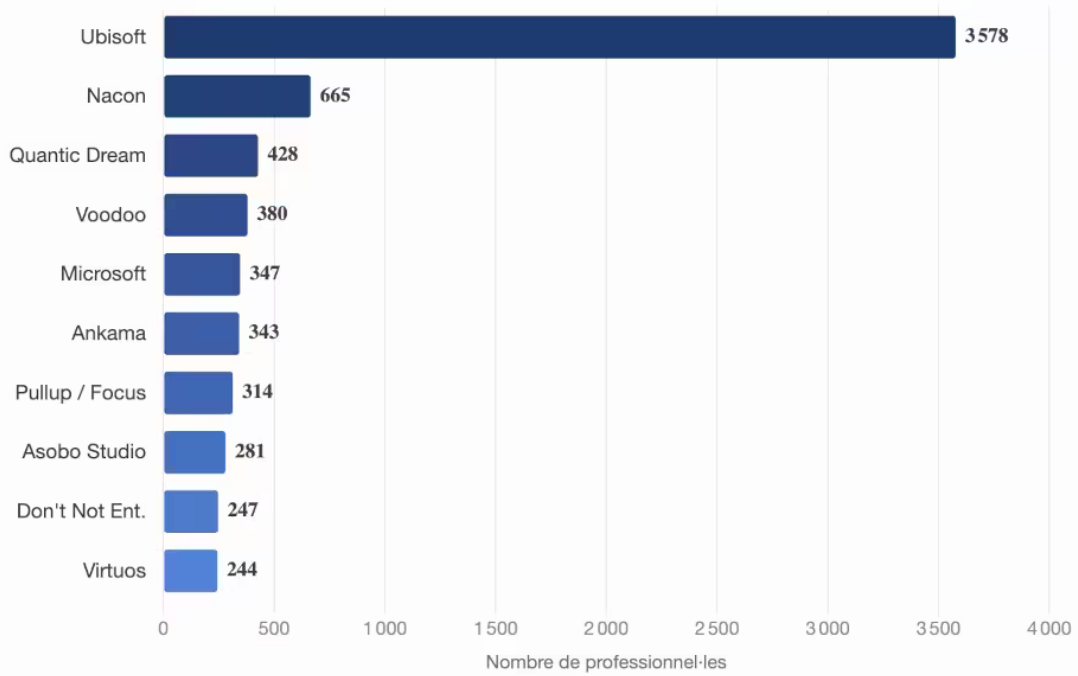
Parmi ces acteurs dominants, **l'entreprise Ubisoft**, considérée comme un fleuron de l'industrie vidéoludique française, **occupe une position centrale dans l'écosystème français du jeu vidéo**, et représente à elle seule **près du quart des effectifs** recensés dans l'ensemble de l'industrie française du jeu vidéo.

Plusieurs autres groupes structurants existent également, parmi lesquels Nacon, deuxième acteur français en volume d'effectifs, qui a toutefois récemment connu de graves difficultés financières puisque cet éditeur a annoncé, en février 2026, être en cessation de paiements et avoir demandé son placement en redressement judiciaire¹.

¹ L'étude publiée par l'AFJV en juin 2026 précise se baser sur les chiffres disponibles au 1^{er} janvier 2026 et ne pas tenir compte des événements concernant Nacon et les studios rattachés qui ont secoué l'industrie en avril et mai 2026.

Top 10 des groupes dans le jeu vidéo en France

Effectifs par groupe — professionnels rattachés à une structure identifiée



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV — 2026

Ubisoft, « géant » national d'une industrie mondiale

Ubisoft est une **entreprise française** de développement, d'édition et de distribution de jeux vidéo, créée en **mars 1986** par cinq frères, les frères Guillemot. Un des cinq frères, Claude Guillemot, est récemment tragiquement décédé dans un accident d'avion, le 19 juin 2026.

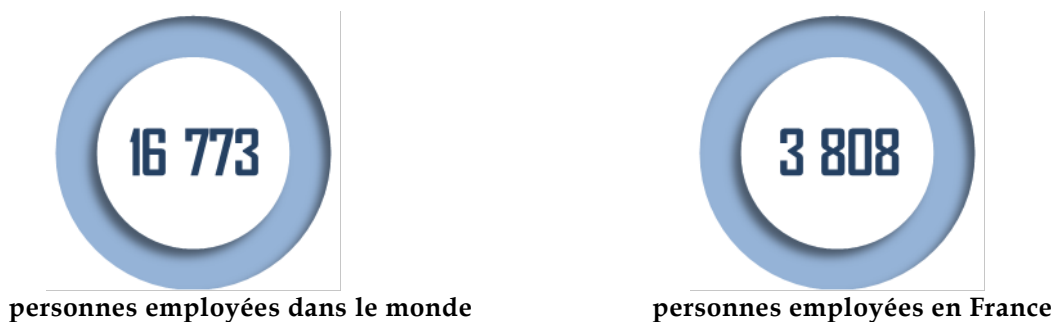
L'entreprise ouvre son **premier studio de développement à Paris en 1992**. Elle est aujourd'hui devenue une multinationale aux multiples implantations à l'étranger, forte de près de 17 000 salariés dans le monde dont près de 4 000 en France. Elle compte aujourd'hui une cinquantaine de sites dans le monde, dont celui de Montréal que les rapporteurs ont visité, premier studio ouvert sur le continent américain en 1997 et qui compte aujourd'hui plus de 4 000 salariés à lui seul.

L'entreprise a fait son entrée en bourse en 1996 et réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires annuel de près de 2 milliards de dollars.

Ubisoft a développé de nombreux jeux vidéo mondialement connus et est propriétaire de plusieurs franchises à succès telles qu'Assassin's Creed, Rainbow Six Siege, Rayman, Just dance, Prince of Persia, The crew Motorfest, Tom Clancy's splinter cell ou Les lapins crétins.

Source : Ubisoft et Délégation aux droits des femmes

Nombre de personnes employées par Ubisoft à l'échelle mondiale et nationale (mars 2026)



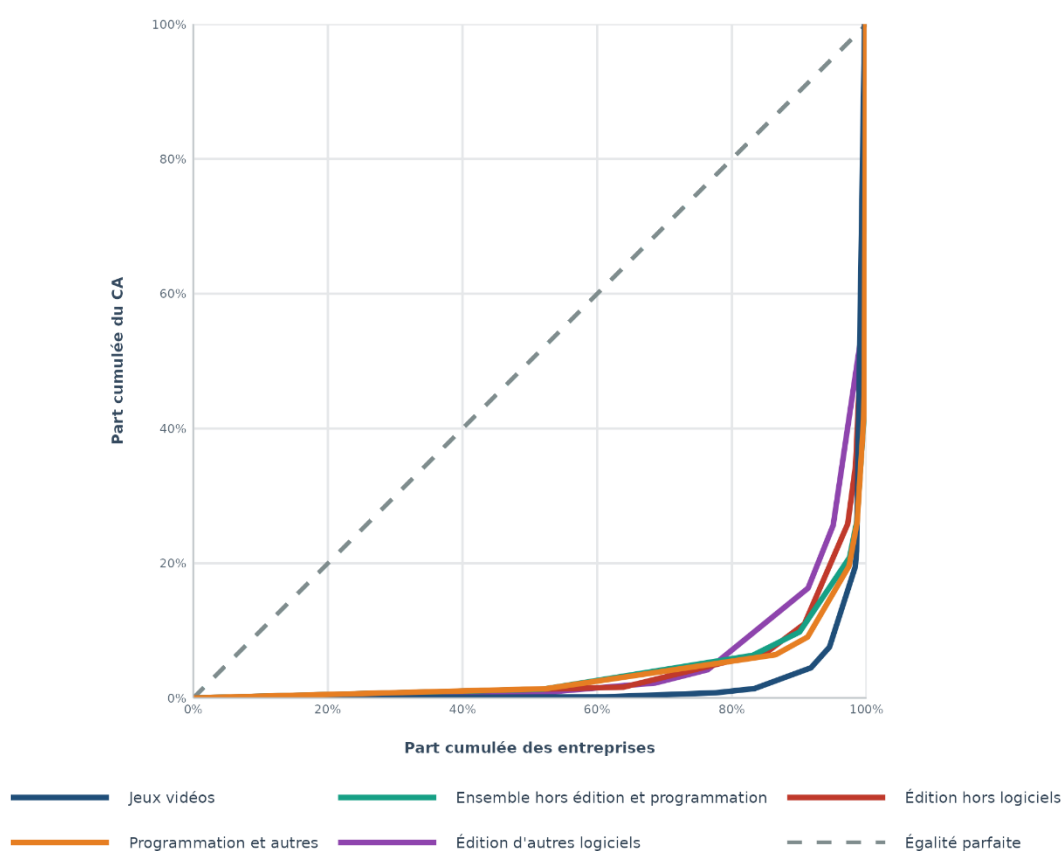
Source : Ubisoft

L'étude précitée de l'AFJV souligne que « *l'industrie française du jeu vidéo repose de moins en moins sur des studios isolés et de plus en plus sur des groupes capables d'agréger plusieurs équipes, de mutualiser les fonctions support, de sécuriser le financement des productions et de contrôler l'édition et la distribution.* »

Dans une note transmise à la délégation par le **pôle d'analyse de la donnée du Sénat**, il apparaît également que l'analyse comparative de la structure concurrentielle par secteur d'activité met en évidence des hétérogénéités structurelles marquées.

Au sein du secteur du jeu vidéo, 1,2 % des entreprises concentrent ainsi 78,2 % du chiffre d'affaires, contre 0,2 % des entreprises concentrant 51,7 % du chiffre d'affaires pour le secteur de la programmation. Cette concentration est plus marquée au sein des entreprises de tailles intermédiaires. En effet, au sein de ce secteur, 83,4 % des entreprises concentrent uniquement 1,4 % du chiffre d'affaires total, contre 52,3 % concentrant 1,4 % du chiffre d'affaires pour le secteur des activités de programmation.

Concentration du chiffre d'affaires par secteur d'activité

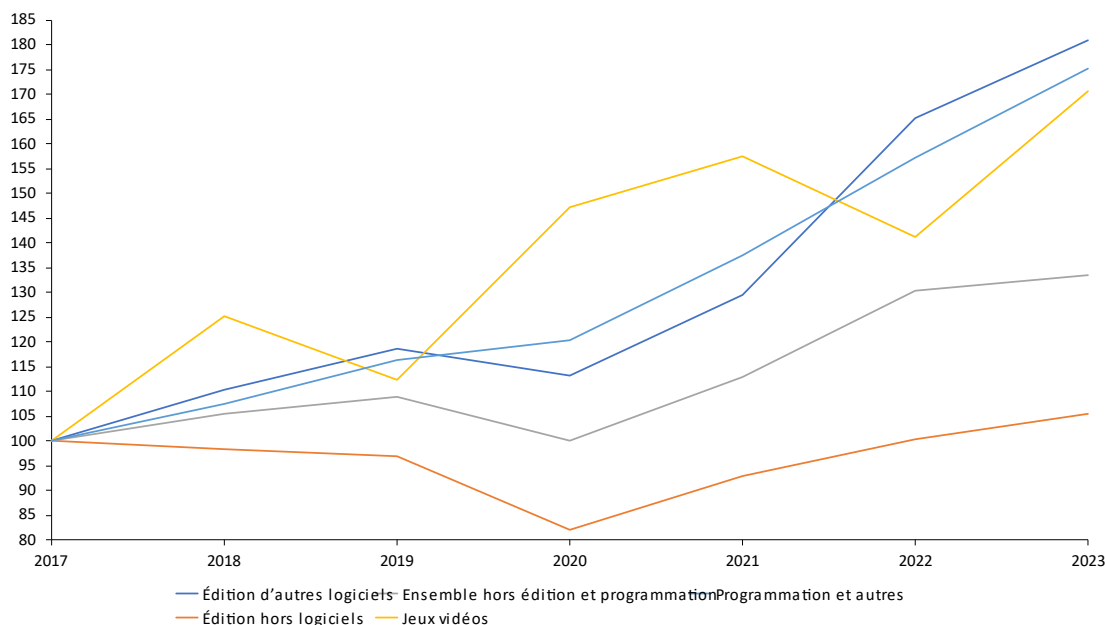


Source : FARE, Insee-DGFIP

À l'exception de l'édition hors logiciels, les secteurs de l'édition de logiciels, de la programmation et du jeu vidéo ont progressé avec vigueur entre 2017 et 2023. Le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo a ainsi progressé de + 70,5 % sur cette période, contre + 33,4 % pour l'ensemble de l'économie, passant ainsi de 2,9 milliards d'euros en 2017 à 5 milliards d'euros en 2023.

En outre, d'après les chiffres du SNJV pour 2024, **23 % des studios français réalisent un chiffre d'affaires supérieur à un million d'euros** et 94 % des sociétés déclarent un capital majoritairement français.

Évolution du chiffre d'affaires par secteur d'activité entre 2017 et 2023 (base 100 2017)



Source : FARE, Insee-DGFIP

c) Une industrie française qui bénéficie de soutiens publics structurants

Dans un rapport établi en 2024, le SNJV estimait que **seuls 42,7 % des financements** de l'industrie française du jeu vidéo provenaient de capacités d'autofinancement, de contrats d'édition ou d'emprunts bancaire. La majorité des sources actuelles de financement du secteur vidéoludique en France provient, en effet, d'aides régionales ou nationales, du crédit d'impôt recherche, du Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) ou encore du Fond d'aide au jeu vidéo (FAJV).

Certaines collectivités territoriales, qui accueillent des studios de jeux vidéo et ont développé un écosystème favorable à l'implantation de cette industrie sur leur territoire, **sont particulièrement dynamiques en matière d'accompagnement du secteur vidéoludique et de mise en place de dispositifs de soutien financier à cette filière.**

C'est le cas, par exemple de la **métropole de Montpellier** où les rapporteurs se sont rendus, qui a créé, en 2022, un fonds d'aide à la création pour les industries culturelles et créatives (ICC), incluant le jeu vidéo, et le Montpellier Game Lab, dispositif d'incubation dédié au jeu vidéo.

Les dispositifs de soutien au jeu vidéo mis en place par la métropole de Montpellier : un exemple novateur d'accompagnement de l'écosystème vidéoludique

Afin de soutenir l'industrie du jeu vidéo et les nombreux studios installés dans la région Occitanie, la métropole de Montpellier (Montpellier Méditerranée Métropole) a créé des dispositifs de soutien à cette filière.

Lancé en 2022, le **fonds d'aide à la création pour les industries culturelles et créatives (ICC)** inclut, dès sa création, l'industrie du jeu vidéo. Il s'inscrit dans une convention cadre entre l'Etat, la région et le CNC mais ne reçoit pas de financement direct par la région ou le CNC. Le montant total du fonds d'aide ICC est de 700 000 euros annuels dont une enveloppe d'un peu plus de 165 000 euros annuels en moyenne réservée à l'industrie du jeu vidéo.

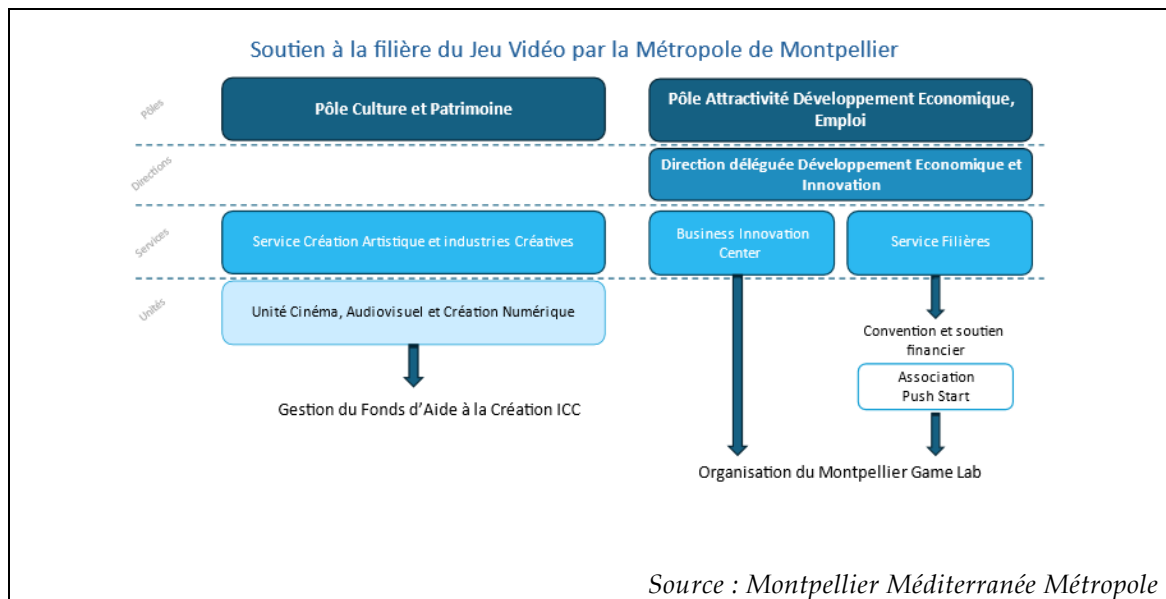
D'après les éléments fournis à la délégation par la métropole de Montpellier, sur la période 2022-2024, on note :

- 20 jeux soutenus ;
- pour un montant total sur trois ans de 502 000 € en subventions ;
- un soutien à différentes étapes du projet : au niveau du développement pour les sessions 2022 et 2023, au niveau de la conception ou de la pré-production pour la session 2024 ;
- une fourchette des subventions comprise entre 10 000 et 30 000 € ;
- une moyenne des subventions de 25 100 €.

Autre outil original de la métropole, le **Montpellier Game Lab (MGL)**, créé en 2021, est un dispositif d'incubation dédié spécifiquement au jeu vidéo qui accompagne la création et le développement de studios de jeux vidéo, copiloté par des professionnels de la filière (via Push Start) et le BIC (Business & Innovation Centre) de Montpellier. Chaque promotion bénéficie d'un programme dédié à ses problématiques en vue d'accélérer son développement, de renforcer son réseau et de pérenniser son installation dans la durée sur le territoire. Il a notamment accompagné le studio **Sandfall Interactive** pour la création du jeu « *Clair Obscur : expédition 33* ». Il ne s'agit pas d'un accompagnement financier mais d'un accompagnement par des entrepreneurs.

D'après les éléments fournis par la métropole de Montpellier, le MGL se caractérise par :

- six mois d'accompagnement dédié par promotion de 5 à 6 studios ;
- cinq promotions de 27 studios accompagnées depuis 2021 ;
- un coaching individuel par mois et des ateliers collectifs réguliers ;
- la mobilisation de chargés d'affaires spécialisés dans l'accompagnement à l'entrepreneuriat (BIC) et de professionnels de la filière du jeu vidéo (Push Start).



Le secteur français du jeu vidéo bénéficie également de **dispositifs de soutien public à la création**, particulièrement structurants pour la filière, mis en place en 2008 et gérés par le CNC.

Ces mécanismes d'aide à la création, autorisés par la Commission européenne sous l'angle de la dérogation culturelle, prennent deux formes principales : le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) et le Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV).

Depuis le 1^{er} janvier 2021, **l'attribution et le versement de toutes les aides du CNC sont subordonnés au respect, par les bénéficiaires, des obligations de prévention du harcèlement sexuel** et de mise en œuvre des mesures propres à y mettre un terme, ou à la sanctionner.

En outre, depuis le 1^{er} juillet 2022, pour les employeurs du jeu vidéo notamment, le **suivi d'une formation** prise en charge par le CNC afin d'accompagner la mise en place d'actions de prévention et de détection des faits de harcèlement, et **l'obtention de la certification**, sont **obligatoires pour bénéficier des aides du CNC**.

(1) Le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV)

Ainsi que l'expliquait Nicolas Vignolles, délégué général du Sell, devant la délégation¹, « *il existe en France un crédit d'impôt jeu vidéo qui fonctionne sur un score culturel, afin d'encourager la qualité narrative. Ce dispositif unique au monde est suivi par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et prend en compte des critères comme la musique originale, la narration originale et la complexité des personnages. L'argent public n'est pas alloué à n'importe quel jeu vidéo français ou qui sort en France.* »

Le **Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV)** permet à des entreprises installées en France de **déduire de leur impôt 30 % des dépenses de création d'un jeu.**

Le dispositif est ouvert à toutes les entreprises, qu'elles soient ou non contrôlées par des capitaux extra-européens, sans condition de détention de la propriété intellectuelle. En revanche, seuls les jeux qui justifient d'un certain degré de création originale et d'innovation (vérifié au moyen d'un « barème culturel ») peuvent être agréés (soit en pratique entre 10 à 20 % de la production annuelle de jeux vidéo).

Depuis sa mise en place en 2008, ce dispositif a bénéficié à plus de 150 studios de développement de jeux vidéo. Depuis son renforcement en 2015 (ouverture aux jeux 18+) et en 2017 (passage du taux de 20 à 30 %), et la réforme de son « barème culturel » en fin d'année 2022, le crédit d'impôt a fortement contribué à attirer des productions aux budgets de plus en plus élevés, favorisant l'emploi, la structuration du secteur et le succès mondial de créations originales développées en France.

Ce dispositif représente un soutien financier annuel de **50 millions d'euros en moyenne**, d'après les chiffres fournis à la délégation par le CNC.

¹ Audition du 13 novembre 2025.

Le crédit d'impôt en faveur des créateurs de jeux vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo prévu à l'article 220 *terdecies* du code général des impôts (CGI) est une initiative fiscale française actée par la loi audiovisuelle du 5 mars 2007 ayant pour but de préserver et d'accroître la productivité des jeux vidéo.

Ce dispositif permet, pour les entreprises concernées, de bénéficier d'un crédit d'impôt à hauteur de 30 % des dépenses éligibles, dans la limite de 6 millions d'euros par exercice. Toute entreprise assujettie à l'impôt sur les sociétés peut bénéficier de ce crédit d'impôt, sous réserve de conditions liées au projet développé.

Pour être éligible, un projet doit ainsi avoir un coût de développement supérieur ou égal à 100 000 € et le jeu doit être destiné à une commercialisation effective auprès du public. De plus, celui-ci ne peut comporter des séquences à caractère pornographique ou de très grande violence, susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des utilisateurs.

Sous ces conditions, le crédit d'impôt est égal à 30 % du total des dépenses éligibles, à savoir :

- les dotations aux amortissements des immobilisations (hors immeubles) ;
- les rémunérations versées aux auteurs ayant participé à la création du jeu vidéo, en application d'un contrat de cession de droits d'exploitation de la propriété intellectuelle ainsi que les charges sociales ;
- les dépenses de personnel relatives aux salariés de l'entreprise affectés directement à la création du jeu vidéo et les dépenses salariales des personnels techniques et administratifs qui y concourent ainsi que les charges sociales afférentes ;
- les autres dépenses de fonctionnement. Ces dépenses comprennent les achats de matières, fournitures et matériels, les loyers des immeubles, les frais d'entretien et de réparation afférents à ces immeubles, les frais de voyage et de déplacement, les frais de documentation technique et les frais postaux et de communication électronique ;
- les dépenses de sous-traitance réalisées par des organismes européens, dans la limite de 2 millions d'euros par exercice.

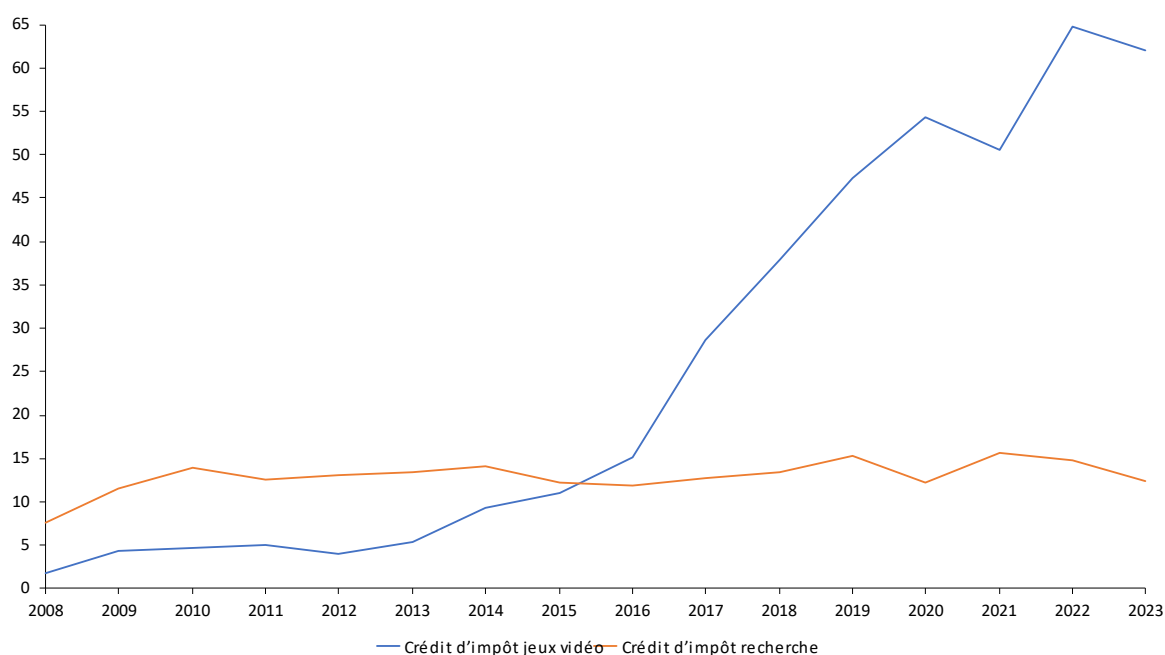
Source : Pôle d'analyse de la donnée du Sénat

Comme le souligne le **pôle d'analyse de la donnée du Sénat**, sollicité par la délégation aux droits des femmes pour les besoins du présent rapport, dans une note transmise à la délégation sur le secteur français du jeu vidéo, les entreprises du secteur vidéoludique bénéficient aujourd'hui de deux principaux crédits d'impôts : le crédit d'impôt recherche (CIR) et le crédit d'impôt pour la création de jeux vidéo (CJV).

La créance de CIR est restée globalement stable depuis 2008. Après une forte hausse entre 2008 et 2009 (11,6 M€ de créance après 7,7 M€ en 2008, soit une progression de +51 %), celle-ci est restée contenue entre 11,5 M€ et 15,7 M€, pour s'établir à 12,4 Md€ en 2023.

À l'inverse, la créance de CJV a fortement progressé à partir de 2013, passant d'une dépense de 5,3 M€ à 62 M€ en 2023, soit une multiplication de 11,6 de la créance en dix ans.

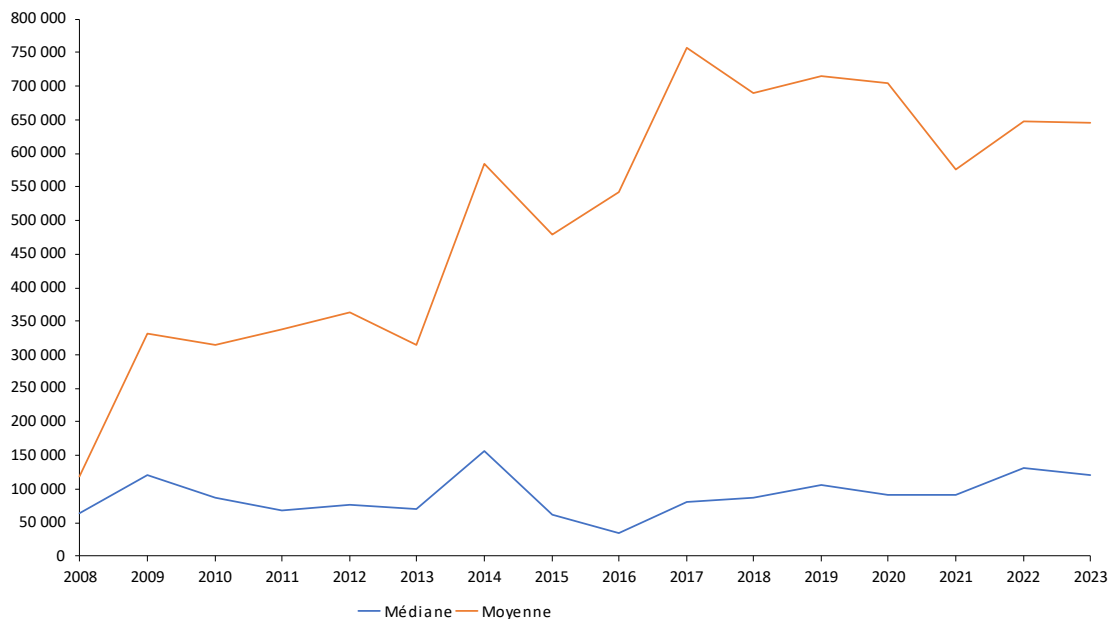
Dépenses en crédit d'impôt recherche et en crédit d'impôt au bénéfice des entreprises de l'industrie du jeu vidéo



Source : Crédits d'impôts pour les entreprises à l'IS, DGFIP

L'augmentation de la dépense en CJV a principalement bénéficié à un nombre restreint d'entreprises captant un montant important du crédit d'impôt. En effet, entre 2008 et 2023, le montant médian de CJV est passé de 64 000 € à 120 000 € (+86 %), tandis que la moyenne de CJV versé a progressé de +448 %, passant de 118 000 € en moyenne par entreprise à 646 000 €.

Crédit d'impôt jeux vidéo moyen et médian versé aux entreprises de l'industrie du jeu vidéo



Source : Crédits d'impôts pour les entreprises à l'IS, DGFIP

(2) Le Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)

Le **Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)** constitue une aide sélective destinée à soutenir des projets de création au stade de la préproduction (dépenses de fabrication d'un prototype) ou en phase de production (aide à la création de propriété intellectuelle).

Le fonds est complété par une aide à l'écriture, destinée aux auteurs, favorisant plus particulièrement l'émergence de propositions artistiques originales. **Le fonds est doté annuellement de 5 millions d'euros**, financés intégralement par le CNC. Il cible prioritairement les jeunes studios et les projets en phase d'amorçage, en favorisant la prise de risque créative. À titre d'exemple, le jeu vidéo *Clair obscur : expédition 33*, consacré jeu de l'année aux Game Awards, a bénéficié de l'aide du FAJV en phase de préproduction, alors que son studio de développement Sandfall Interactive venait d'être créé.

2. Une filière récemment fragilisée sur le plan économique et en pleine restructuration

a) Un « retour de bâton » post-COVID

Malgré le poids financier du marché mondial du jeu vidéo et sa place de première industrie culturelle mondiale, le secteur vidéoludique subit actuellement les **conséquences de restructurations économiques récentes** et de **l'euphorie spéculative post-COVID** qui a entraîné une **crise de la surproduction**.

On peut parler, à cet égard, d'un véritable « retour de bâton » post-confinement qui, après la période faste enregistrée au moment de la pandémie de 2020 ayant entraîné, pendant les périodes de confinement, un gonflement du marché du jeu vidéo lié à une raréfaction des offres de divertissement pouvant se substituer au jeu vidéo, a vu le marché se réadapter à une demande plus conforme aux années pré-COVID.

En effet, les investissements des éditeurs de jeux vidéo ont considérablement ralenti depuis 2023 et de nombreux licenciements ont été annoncés au niveau mondial. Ces tensions récentes ont ainsi conduit à la contraction du secteur du jeu vidéo.

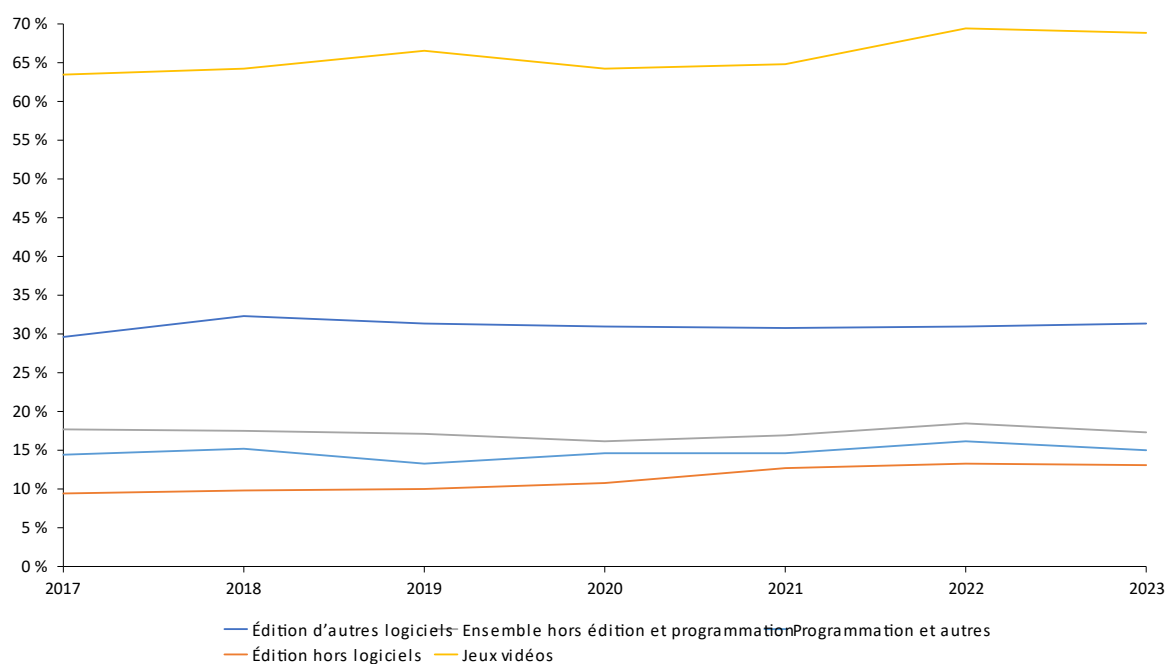
b) Un secteur vidéoludique français particulièrement exposé à la concurrence internationale

Par ailleurs, comme le montre le pôle d'analyse de la donnée du Sénat à qui la délégation a demandé une contribution scientifique sur l'industrie française du jeu vidéo, **l'industrie du jeu vidéo est un secteur particulièrement exposé à la concurrence internationale.**

En effet, plus des deux tiers de son activité (68,8 %) sont réalisés à l'extérieur du pays. En comparaison, les autres secteurs de l'édition ou de la production présentent un taux de chiffres d'affaires réalisé à l'export plutôt de l'ordre de 15 % à 30 %.

Cette forte dépendance à l'export permet à la fois de soutenir la balance commerciale française, mais induit une **plus forte vulnérabilité à l'environnement international** et aux éventuelles actions protectionnistes de certains pays.

Évolution du taux d'export par secteur d'activité entre 2017 et 2023



Source : FARE, Insee-DGFIP

Dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, le CNC précise que « *malgré cette conjoncture défavorable, l'industrie française se montre résiliente, et les destructions d'emplois et défaillances d'entreprises sont rares* » tandis que « *des signes de reprise sont actuellement observés, confirmant que les difficultés procèdent principalement d'une correction de marché comme cela a déjà été constaté lors de précédents cycles économiques.* »

Les rapporteurs ne sous-estiment toutefois pas l'ampleur de la crise sociale qu'a traversée et que traverse encore l'industrie du jeu vidéo, au niveau mondial comme au niveau national.

Au niveau national, les emplois supprimés ou directement menacés dans le secteur du jeu vidéo pourraient s'élever à plus d'un millier sur les quatre dernières années. D'après les chiffres, présentés comme non exhaustifs, transmis par le Syndicat des Travailleuses du jeu vidéo (STJV) aux rapporteurs, plus de **800 emplois supprimés ou directement menacés ont été décomptés depuis 2024**, suppressions liées à des fermetures de studios, des liquidations, des placements en redressement judiciaire, des restructurations internes, le gel des recrutements ou des plans de réduction des effectifs.

Au début de l'année 2026, **l'entreprise Ubisoft avait ainsi annoncé la suppression de 200 postes** au sein de son siège à Saint-Mandé, soit près de 5% des effectifs du siège, dans le cadre d'une rupture conventionnelle collective, plan volontaire s'accompagnant d'économies de 200 millions d'euros sur deux ans, après 300 millions d'euros d'économies déjà réalisées depuis 2023 et plusieurs fermetures de studios à l'étranger, notamment à San Francisco, Osaka, Leamington, Stockholm et Halifax. De nouvelles suppressions de postes et fermetures de studios pourraient être envisagées dans les mois à venir.

En France toujours, **l'éditeur de jeux Nacon, deuxième plus gros employeur français après Ubisoft, avait annoncé, en février 2026, être en cessation de paiements** et demander son placement en redressement judiciaire face aux difficultés financières de sa maison mère, BigBen Interactive.

Au niveau mondial, 9 800 emplois ont été supprimés dans le secteur vidéoludique en 2025, principalement aux Etats-Unis, contre 15 600 postes supprimés en 2024, ce qui témoigne d'une amélioration sur le plan de l'emploi¹. En deux ans, ce sont donc plus de 25 000 postes qui ont été supprimés au niveau mondial et une vingtaine de studios qui ont fermé leurs portes.

Les chiffres transmis aux rapporteurs, lors de leur déplacement à Montréal, par le Collectif des Travailleur.ses de l'Industrie du Jeu vidéo à Montréal (Game Workers Unite Montréal - GWUM), font état de « **plus de 40 000 destructions d'emplois en cinq ans dans le monde entier, et**

¹ Article publié sur le site du Monde « [L'industrie du jeu vidéo espère un rebond en 2026 après une période de crise](#) », le 4 janvier 2026.

particulièrement en Amérique du Nord, où le droit du travail est moins protecteur. Ces licenciements massifs créent une concurrence inédite sur le marché de l'emploi, avec un nombre record de talents seniors (personnes ayant plus de 5 ou 6 ans d'expérience) en recherche pendant plusieurs mois/années. Une grande partie ont dû quitter le secteur. »

Les **estimations** fournies par le GWUM s'agissant des suppressions d'emplois dans le monde entier sont les suivantes : **3 000 en 2026, 5 300 en 2025, 14 000 en 2024, 10 500 en 2023 et 8 500 en 2022.**

Le collectif québécois précise également que « **les femmes et minorités de genre sont les premières impactées par ces coupes**, car même si elles sont peu nombreuses dans les studios, elles sont surreprésentées dans les équipes créatives (concept art, narration, animation, 3D...) et dans les équipes dites "support" (production, marketing, RH, administration), qui sont les corps de métier les premiers impactés par ces "restructurations". Elles sont aussi plus souvent en contrats précaires et à des postes non-cadres, ce qui les rend moins "essentielles" et plus facilement remplaçables aux yeux de l'employeur. »

c) Les femmes dans l'industrie du jeu vidéo, premières victimes de la fragilisation économique du secteur

La crise économique qu'a traversé le secteur vidéoludique après la pandémie de 2020 et dont les conséquences, notamment sur l'emploi, se font encore ressentir aujourd'hui, a spécifiquement porté atteinte à la place des femmes dans cette industrie et, plus particulièrement, à leur proportion au sein des studios de développement français de jeux vidéo.

En effet, comme le rappelait Vanessa Kaplan (SNJV) devant la délégation, aujourd'hui, « *on ne compte que 20 % de femmes au sein des studios. Et on recense 7,5 % de femmes dans les métiers techniques, alors que ces derniers constituent 40 % des métiers en tension dans notre secteur.* »

Part des femmes dans les studios français de jeux vidéo en 2024

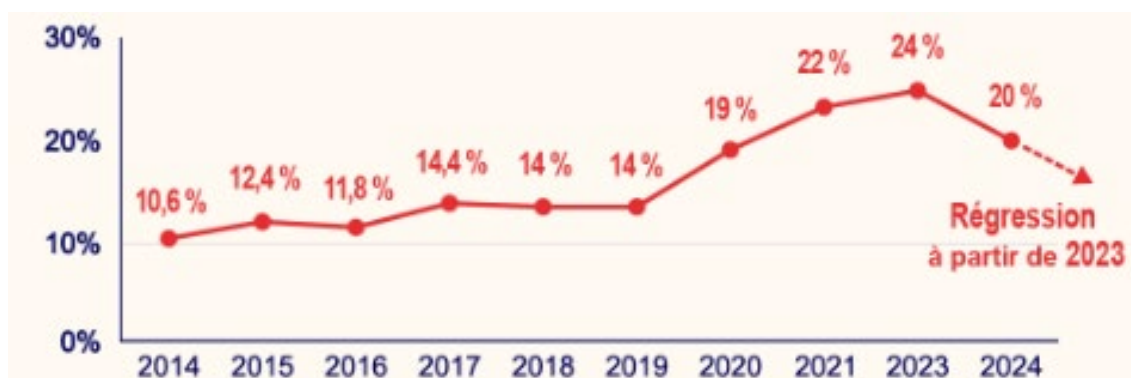


Source : Women in Games (WIG) France (étude 2026)

Cette proportion, constatée en 2024 par le dernier baromètre publié par le SNJV, **enregistre une baisse de 4 points par rapport à 2023** et un quasi-retour au niveau de 2020 qui s'établissait à 19 %. Après plusieurs années de progression, depuis 2018, la place des femmes dans l'industrie a donc régressé de façon drastique en une seule année.

Lors de son audition par la délégation, l'association *Women in Games* (WIG) France avait indiqué être alertée par « *la faible part des femmes travaillant dans l'industrie du jeu vidéo, et surtout la baisse de cette part. Tandis que nous avons mesuré une augmentation sur la période 2014-2024, pour la première fois, en 2024, nous assistons à une baisse de quatre points du nombre de femmes dans les studios : 24 % de femmes en 2023 contre 20 % en 2024. C'est une très mauvaise nouvelle* », et en avait conclu que « *les évolutions se révèlent très fragiles : au moindre changement de contexte ou de priorité, tout peut voler en éclats.* »

Proportion de femmes dans les effectifs des studios de développement français de jeux vidéo (en %)



Source : *Women in games France (WIG France) et baromètre annuel du SNJV (2025)*

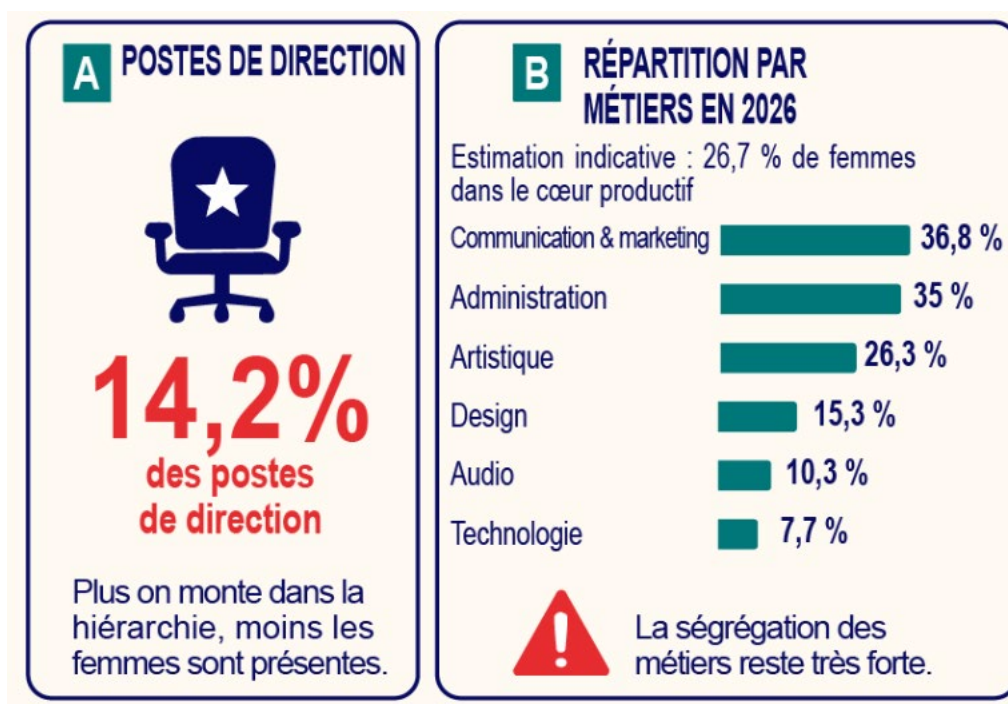
A contrario des métiers dits « techniques » du jeu vidéo où les femmes ne représentent que 7,7 % des effectifs, elles sont très présentes dans les métiers « artistiques » (plus de 26 %) ou ceux en lien avec l'administration - fonctions support et RH - (35 %) ou la communication et le marketing (36,8 %).

Ces catégories sont également celles qui présentent le plus d'effectifs en contrats à durée déterminée ou en freelance, et ont souvent tendance à servir de **variable d'ajustement en période de crise**.

Les femmes sont, à l'inverse, sous-représentées dans le « *Game design* » (création des règles et principes d'un jeu) ou plus encore dans la programmation qui sont des postes dits techniques et perçus comme davantage essentiels par les groupes de jeux vidéo, qui les conservent prioritairement en temps de crise.

De la même façon, le nombre de femmes occupant des **postes de direction** a fortement baissé et est **passé de 20 % en 2022 à 14,2 % en 2024**, soit un recul de près de 6 points. En 2020, ce taux se situait à 11 %.

Accès des femmes aux responsabilités et aux différents métiers
dans le secteur français du jeu vidéo

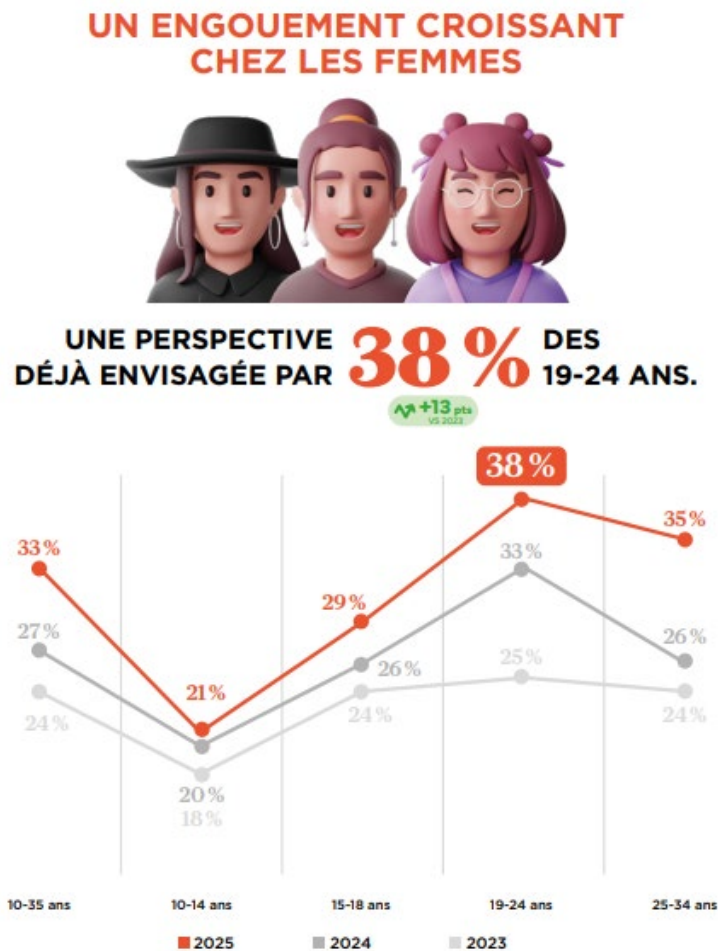


Source : WIG France (2026)

La fragilisation économique récente du secteur vidéoludique en France a donc eu des **conséquences significatives et visibles sur la place des femmes dans l'industrie** : elles ont été plus touchées que les hommes par le contre-coup subi par la filière après la pandémie de COVID de 2020, à la fois s'agissant du recrutement dans le secteur et s'agissant de leur positionnement hiérarchique dans l'industrie.

Ces conséquences sont d'autant plus dommageables que, comme le précisait Nicolas Vignolles (Sell) devant la délégation « *dans l'étude que nous réalisons chaque année depuis environ cinq ans, nous percevons que **l'attrait des femmes pour le jeu vidéo progresse**. Aujourd'hui, 38 % des femmes de 18-24 ans envisagent de travailler dans cette industrie, soit une progression de 13 points en une année, jamais observée jusqu'alors.* »

Une industrie dans laquelle de plus en plus de femmes envisagent de travailler



Source : Sell

La fragilisation de l'industrie a également eu des **conséquences plus indirectes sur la place des femmes dans le jeu vidéo** : en effet, une industrie fragilisée sur le plan économique sera moins encline à proposer des narrations ou des figures originales car les choix narratifs et de représentation audacieux présentent souvent une part plus importante de risque du point de vue de la réception du jeu par les communautés de joueurs.

Or, comme le soulignait Emmanuel Forsans, directeur général de l'Agence française du jeu vidéo (AFJV) devant les rapporteurs¹, **la quasi-totalité des studios de jeux vidéo aujourd'hui cherchent activement à recruter davantage de femmes**. Non par simple effet d'affichage mais parce que **l'industrie a besoin de diversité**, pour créer autrement, élargir ses visions artistiques, manager différemment et, *in fine*, produire des jeux destinés au plus grand nombre.

¹ Audition du 4 février 2026.

Malheureusement, **les scandales révélés ces dernières années, pointant des pratiques de harcèlement et de violences sexistes et sexuelles, n'ont pas contribué à présenter l'industrie du jeu vidéo comme un environnement accueillant et bienveillant envers les femmes.**

C'est pourquoi il est important aujourd'hui d'**interroger plus profondément les pratiques de cette industrie** : ses conditions de travail, les parcours professionnels et déroulés de carrière proposés aux femmes ainsi que les freins structurels qui continuent d'agir en son sein.

B. UNE INDUSTRIE CONSCIENTE DES ENJEUX D'ÉGALITÉ MAIS QUI PEINE ENCORE À DONNER TOUTE LEUR PLACE AUX FEMMES

Si toutes et tous les professionnels du secteur vidéoludique français auditionnés par les rapporteurs ont reconnu l'importance, à la fois stratégique, économique, professionnelle et symbolique, de l'objectif d'égalité entre les femmes et les hommes dans ce secteur, ils ont concédé que cet objectif était aujourd'hui loin d'être atteint dans l'industrie française du jeu vidéo.

Comme l'a exposé Vanessa Kaplan (SNJV) devant la délégation¹, *« l'industrie française du jeu vidéo est (...) compétitive, innovante et mature. Cependant, malgré la diversité et la vitalité du secteur, la question de la parité et de la place des femmes dans notre filière demeure un enjeu majeur. »*

1. Des inégalités qui se construisent dès la formation initiale

a) Une orientation encore fortement genrée

Une des premières raisons évoquées pour expliquer l'absence de parité, pour ne pas dire de mixité, dans l'industrie du jeu vidéo est le manque de vivier de recrutement et le faible effectif de femmes dans les écoles de formation en amont, puisque **seuls 26 % des étudiants des filières spécialisées en jeu vidéo sont des femmes.**

Part des femmes dans les écoles de jeux vidéo



Source : SNJV

¹ Audition du 13 novembre 2025.

Comme le soulignait Vanessa Kaplan, « *cet enjeu dépasse largement l'industrie du jeu vidéo et doit être appréhendé en amont. Je pense notamment aux formations supérieures, où les femmes ne représentent que 26 % des effectifs. L'un des leviers prioritaires réside dans la sensibilisation précoce des jeunes filles aux filières scientifiques et techniques et, de manière sous-jacente, aux métiers du jeu vidéo, et ce, dès le collège. Il nous faut donc collectivement repenser la manière dont ces filières sont présentées aux jeunes filles, afin de leur permettre de s'y projeter.* »

Ainsi que le précise le SNJV dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs¹, le principal **besoin identifié par la filière** en matière de structuration sociale concerne donc la **formation initiale des futurs professionnels**.

Interrogé sur les moyens de promouvoir la place des femmes dans les parcours de formation menant aux métiers du jeu vidéo, le SNJV juge essentiel « *d'agir dès le collège, lorsqu'il est encore possible de lutter contre les stéréotypes de genre et de permettre aux jeunes filles de se projeter dans ces carrières. Au-delà de l'école, des initiatives telles que le mentorat, les ateliers de formations, les rencontres avec des professionnelles, peuvent être envisagées au lycée ou au supérieur.* »

La délégation a déjà longuement analysé, au cours de la session précédente, la question de la **sous-représentation des femmes dans les filières scientifiques et technologiques**, conséquence d'une **insuffisante orientation** des filles vers les filières et spécialités scientifiques au lycée et dans les études supérieures mais aussi de **différences de représentations et de résultats** entre filles et garçons **dès l'école primaire**, en particulier en mathématiques. Cette sous-représentation massive résulte en effet de biais, de stéréotypes, d'inégalités et de violences qui jalonnent le parcours scolaire et professionnel des filles et des femmes.

¹ Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs.

Constats et recommandations du rapport de la délégation sur la place des femmes dans les sciences

Le rapport de la délégation, publié en octobre 2025¹, intitulé « XX=XY, Féminiser les sciences, dynamiser la société », formulait les constats suivants :

- tout commence dès l'école primaire. Les écarts de performance en mathématiques ne naissent pas au moment des choix d'orientation : ils s'installent bien plus tôt, dès le cours préparatoire, et perdurent tout au long du parcours scolaire ;

- dans le secondaire, les premières différences filles-garçons dans le rapport aux mathématiques constatées dès l'école primaire se confirment. Cela se traduit par des choix de spécialité et d'orientation extrêmement genrés en fin de collège puis au lycée ;

- dans l'enseignement supérieur, les jeunes femmes, pourtant intéressées par les sciences, se détournent des études supérieures scientifiques par préférence pour d'autres types d'études, mais aussi par appréhension face à la très faible mixité et à un climat persistant de sexisme ordinaire et de violences sexistes et sexuelles (VSS) ;

- enfin, les carrières féminines sont ralenties, voire anéanties, par des discriminations, des inégalités et des VSS, alimentant le phénomène dit du « tuyau percé ».

La délégation a formulé vingt recommandations organisées autour de ces quatre étapes clés de nature à :

- convaincre les filles et leurs enseignants que les mathématiques et les sciences sont aussi faites pour elles ;

- réécrire l'équation pour encourager l'envie de mathématiques et de sciences ;

- construire un environnement favorable et protecteur pour les étudiantes, en expérimentant de nouvelles solutions dont les quotas de genre ;

- faciliter le recrutement et la poursuite de carrière des femmes.

L'objectif global est clair : donner aux filles et aux femmes toute leur place dans les sciences, et faire en sorte que la France se dote d'une communauté scientifique plus diverse et plus performante.

Source : Délégation aux droits des femmes du Sénat

¹ Rapport n° 9 (2025-2026), déposé le 7 octobre 2025, fait au nom de la délégation par Marie-Do Aeschlimann, Jocelyne Antoine, Laure Darcos et Marie-Pierre Monier : <https://www.senat.fr/notice-rapport/2025/r25-009-1-notice.html>

b) Des écoles de jeux vidéo qui proposent une offre hétérogène et ne parviennent toujours pas à gommer les stéréotypes de genre

Bien que reconnues internationalement pour leur qualité, les formations aux métiers du jeu vidéo se sont, d'après le SNJV, depuis plusieurs années, « multipliées, et dépassent aujourd'hui l'offre réelle d'emplois. Il est extrêmement compliqué pour les parents et les jeunes qui souhaitent s'orienter dans les métiers du jeu vidéo de différencier les formations sérieuses des autres. Ces formations représentent un investissement financier conséquent pour les familles, et leur niveau de qualité reste hétérogène. Il est indispensable de garantir l'adéquation de ces parcours de formation avec les besoins réels du secteur ».

En effet, il existe aujourd'hui un **grand nombre de formations** préparant aux métiers du jeu vidéo, qui sont nombreux et variés, et traditionnellement répartis en **cinq grandes familles** : technologie (métiers de la programmation informatique), design, image et son, édition et support, et management. On dénombre **300 formations en France** dédiées à la filière du jeu vidéo, dispensées par **49 organismes de formation**.

Le réseau des formations aux métiers du jeu vidéo du SNJV regroupe les organismes de formation historiques et reconnus des professionnels de la filière, parmi lesquels : ISART Digital, Rubika, le CNAM-Enjmin, les Gobelins.

Comme l'indique *WIG France* dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, « **le paysage de la formation aux métiers du jeu vidéo en France est particulièrement riche mais fragmenté**. Au-delà des écoles spécialisées privées, on recense plus d'une centaine de formations intégrant des modules ou parcours liés au jeu vidéo (SNJV), incluant des cursus publics (universités, BUT, écoles d'ingénieurs) et hybrides. Ces formations présentent des différences importantes en termes de structuration (Bachelor/Master, cursus en 3 ans vs 5 ans), de reconnaissance des diplômes (bac+3 à bac+6) et d'accès à l'industrie. Cette hétérogénéité peut complexifier la lisibilité des parcours pour les étudiant.es et leurs familles, et renforcer les inégalités d'accès, notamment économiques. »

D'après les informations fournies à la délégation par l'association *WIG France*, l'offre de formation initiale française en matière de jeux vidéo est, d'une part, majoritairement privée et coûteuse donc socialement sélective, d'autre part encore peu accessible aux femmes, malgré une amélioration récente.

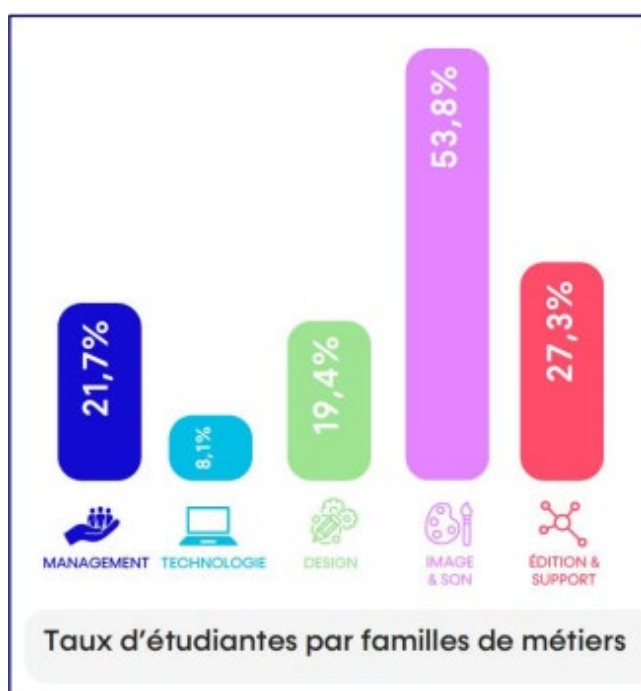
En effet, le jeu vidéo compte une **trentaine d'écoles identifiées en France** : la plupart sont **privées et coûteuses**, ce qui limite mécaniquement l'entrée des publics moins favorisés et réduit la diversité sociale des promotions.

D'après les données de *WIG France*, certaines écoles privées affichent des frais annuels autour de 8 250 euros à 10 500 euros par an selon les cycles et les cursus. À l'inverse, les formations publiques spécialisées sont rares. Le Cnam-Enjmin, école publique entièrement dédiée au jeu vidéo et reconnue

de longue date dans le secteur, affiche des frais d'inscription de 254 euros par an, soit un écart considérable avec les écoles privées.

Pour l'association, « *cette structure de coûts constitue un **filtre d'accès important, particulièrement pour des étudiantes** qui peuvent déjà faire face à des mécanismes d'auto-censure ou de moindre projection vers les filières perçues comme masculines.* »

Les femmes demeurent donc encore très minoritaires dans les écoles de jeux vidéo, malgré une amélioration récente : « *même lorsque l'accès est franchi, les femmes demeurent minoritaires dans les formations spécialisées. Les données sectorielles font état d'un ordre de grandeur autour d'un quart d'étudiantes dans les écoles spécialisées (26 % dans les formations), avec de fortes variations selon les spécialités. Le baromètre formations du SNJV confirme une féminisation en cours mais inégale selon les filières (design/image/son, management, technologie, etc.), ce qui alimente ensuite des écarts de représentation dans les métiers et dans les rôles "lead".* »



Baromètre du réseau des formations de jeu vidéo en France –
édition 2022 – SNJV

Interrogé sur les **actions déployées pour encourager et promouvoir la place des femmes dans les formations initiales du jeu vidéo**, le CNC a indiqué aux rapporteurs que, s'agissant des actions déployées au sein des écoles de formation (cinéma ou création numérique) qui font l'objet d'un suivi par ses services, « *force est de constater que les écoles de jeu vidéo (comme ISART Digital, Rubika ou l'ENJMIN) sont moins entrepreneurantes que d'autres dans ce domaine* », ce malgré la signature, en 2019, d'une première charte de promotion de la parité et de la diversité entre le CNC et les écoles du jeu vidéo.

Au cours de leurs travaux, les rapporteurs se sont rendus dans différentes écoles, à Tonnerre, dans l'Yonne, au sein de l'école **Créasup Digital**, qui compte environ 180 étudiants, ainsi que dans les locaux de **Rubika** à Montréal, école qui dispose de trois sites au total, avec les campus de Valenciennes et de La Réunion, et environ 1500 étudiants dont 200 sur le site de Montréal.

Au sein de ces écoles, **les étudiantes restent minoritaires malgré certains efforts accomplis** pour tenter de féminiser les promotions. En outre, **les différentes filières au sein des écoles demeurent très genrées.**

Stéphane André, le directeur général de **Rubika**, rencontré dans les locaux de l'école à Montréal, a indiqué aux rapporteurs que, si les femmes représentaient désormais 40 % des étudiants de l'école, elles étaient près de 80 % dans les filières formant aux métiers artistiques et seulement 10 % dans celles formant aux métiers techniques. S'agissant des filières formant aux métiers de la production, la parité femmes-hommes était en revanche assurée.

Cette faible présence des femmes (environ un quart) parmi les diplômés des écoles de formation aux métiers du jeu vidéo engendre, par la suite, des difficultés de recrutement dans la création et la production vidéoludiques.

Enfin, il convient de souligner que les rapporteurs ont reçu quelques témoignages d'anciens étudiants et étudiantes qui leur ont dit avoir connu **des conditions de travail et de scolarité parfois difficiles**, en termes d'horaires et de cadences, au sein de certaines écoles du jeu vidéo.

c) Une déperdition entre formation initiale et insertion professionnelle

Entre la formation initiale, où les femmes sont déjà minoritaires puisqu'elles représentent, on l'a vu, environ un quart des étudiants des écoles de jeu vidéo en France, et l'insertion dans la sphère professionnelle du secteur vidéoludique, où les femmes ne représentent plus qu'environ 20 % des effectifs des studios de développement, on constate une déperdition de l'ordre de six points de la proportion de femmes.

Pour l'association *WIG France*, auditionnée par la délégation, « *en France, la déperdition observée entre les viviers formés et la présence effective des femmes dans l'industrie s'explique moins par un manque d'intérêt que par une chaîne de facteurs cumulatifs renvoyant à des barrières structurelles à chaque étape du parcours : accès aux formations, expérience scolaire, insertion professionnelle, puis rétention et progression en entreprise. Ce phénomène est souvent désigné comme un "leaky pipeline" (tuyau percé), où les femmes quittent progressivement la filière à chaque étape.* »

Par ailleurs, l'association indique que **l'insertion dans la sphère professionnelle est souvent synonyme de précarité pour les femmes**, marquée par un début de carrière souvent instable, propice aux sorties rapides.

Ainsi, « à la sortie d'école, l'accès à un premier poste stable n'est pas garanti. Les données d'offres d'emploi montrent une structure de recrutement où dominent les CDI, mais avec une part significative de stages et CDD, et une présence du freelance dans les annonces (même si cette mesure ne capture pas tout l'indépendant). »

Par ailleurs, une enquête du *Syndicat des travailleuses du jeu vidéo* (STJV), que les rapporteurs ont auditionné¹, sur les travailleurs et travailleuses du jeu vidéo, documente des tensions socio-économiques (coût du logement, niveau de vie, etc.) et un contexte de carrière où les carrières longues sont rares. Le STJV relève notamment une forte concentration d'expériences courtes dans le secteur. En pratique, une partie des jeunes diplômées bascule vers l'indépendance/auto-entrepreneuriat (par choix ou par défaut) lorsqu'un CDI n'est pas accessible rapidement, ce qui accroît l'exposition à la précarité et rend plus fragile la continuité de carrière.

C'est pourquoi, l'association *WIG France* estime que « **la déperdition ne s'explique pas par un manque d'intérêt des femmes pour le jeu vidéo, mais s'explique par une chaîne continue : coût d'accès aux écoles, rareté des formations publiques spécialisées, inégalités sociales, sexisme éventuel durant les études, difficultés d'insertion, puis plafond de verre dans les entreprises. C'est pourquoi les leviers ne doivent pas seulement viser à "faire entrer plus de femmes dans les écoles", mais aussi à sécuriser l'accès financier aux formations, soutenir les cursus publics de qualité, maintenir l'apprentissage, prévenir les violences et améliorer les conditions d'insertion et d'évolution dans l'industrie.** »

2. Des conditions de travail qui conduisent à une sous-représentation des femmes dans le secteur et à un accès restreint aux postes stratégiques

Comme le rappelle l'association *WIG France* dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, « en France, les données les plus récentes disponibles sur l'emploi en studio convergent vers un constat clair : les femmes restent minoritaires dans l'industrie du jeu vidéo, et cette sous-représentation est plus marquée dans les métiers techniques et aux postes de décision. »

Pour *WIG France*, **les disparités s'observent à deux niveaux :**

- **au niveau « vertical »** : des disparités liées à l'accès au pouvoir et à la décision : la proportion de 14,2 % de femmes dans les postes de direction est un signe de « plafond de verre » puisque, même lorsqu'elles sont présentes dans les équipes, les femmes accèdent moins fréquemment aux rôles de pilotage (direction, leadership créatif, direction de production, direction technique, etc.) ;

¹ Audition du 8 avril 2026

- **au niveau « horizontal »** : avec une segmentation horizontale entre familles de métiers et une réelle sous-représentation des femmes dans les métiers dits techniques. Les femmes représentent 20 % des effectifs du secteur, mais environ 7 % dans les métiers techniques.

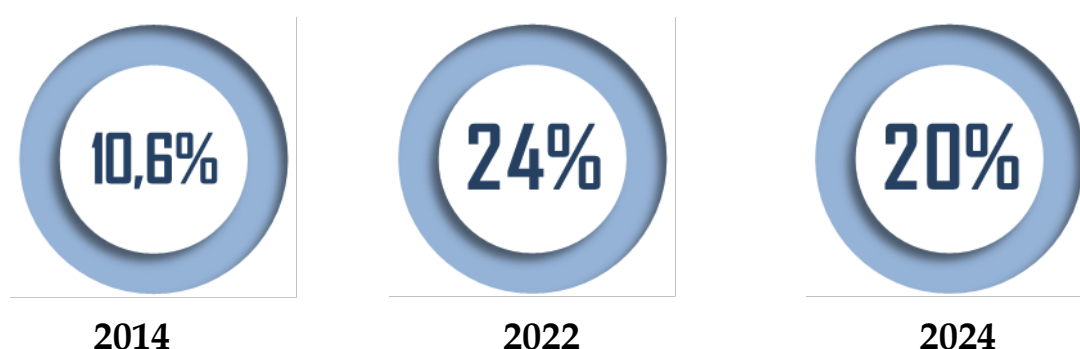
a) Une sous-représentation globale des femmes dans le secteur vidéoludique français

La **sous-représentation des femmes dans l'industrie du jeu vidéo**, qui s'est **accentuée**, on l'a vu, **depuis 2024**, en raison d'une contraction du marché en lien avec une fragilisation économique et financière du secteur dans l'ère post-COVID, est aussi le **résultat de conditions de travail souvent défavorables aux femmes** et à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Cette sous-représentation est, en outre, encore plus marquée dans certains « corps de métier » du secteur vidéoludique ainsi que dans les postes de direction les plus stratégiques de l'industrie.

Comme évoqué précédemment, si la part des femmes dans les effectifs de l'industrie du jeu vidéo a progressé au cours des dernières années, passant de **10,6 %** des effectifs de production **en 2014** à **20 % aujourd'hui**, tout en restant donc minoritaire, elle s'est également récemment infléchie puisqu'en **recul de 4 points par rapport à 2022**, année où la part des femmes travaillant dans l'industrie était de 24 %.

Évolution de la part des femmes dans l'industrie française du jeu vidéo au cours des dix dernières années

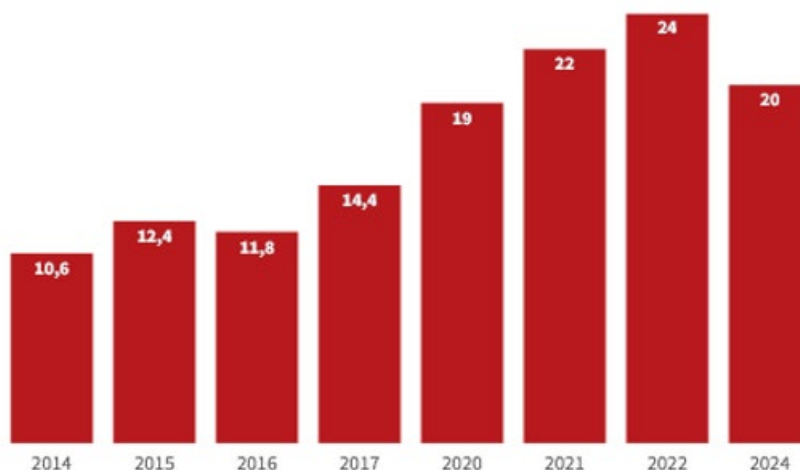


Source : Baromètres annuels du SNJV

Pour l'association *WIG France*, cette inflexion de la part des femmes dans les studios de production de jeux vidéo en France, est une « *très mauvaise nouvelle* » d'autant qu'elle s'accompagne d'un **recul significatif de la proportion de femmes occupant des postes de direction** dans l'industrie, passée de 20 % en 2022 à environ 14 % en 2024.

Proportionnelle annuelle des femmes dans l'industrie du jeu vidéo entre 2014 et 2024

En %



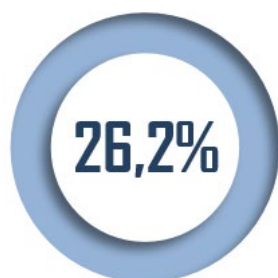
Source : Baromètres annuels du SNJV

En outre, l'association a indiqué à la délégation ne pas disposer de chiffres sur la moyenne d'âge des femmes qui occupent des postes dans le secteur du jeu vidéo mais s'appuyer sur des chiffres américains : « *la moitié des femmes quittent la Tech, et plus généralement les Stem jobs (sciences, technology, engineering, mathematics) après 35 ans. Le jeu vidéo faisant partie du secteur numérique, on peut imaginer des proportions assez similaires.* »

D'après les chiffres produits pour la délégation par le pôle d'analyse de la donnée du Sénat, **dans le secteur du jeu vidéo, trois femmes sur quatre ont moins de 34 ans**. De manière similaire, la part des hommes de moins de 34 ans s'élève à 65 %. Le secteur du jeu vidéo se caractérise également par une très faible part de salariés âgés de plus de 55 ans, environ 2 %.

Au sein de l'entreprise Ubisoft, les femmes sont proportionnellement plus nombreuses qu'au niveau de l'ensemble de l'industrie, d'après les chiffres communiqués par Ubisoft aux rapporteurs.

Proportion de femmes au sein des effectifs globaux d'Ubisoft (mars 2026)



au niveau mondial



au niveau national

Proportion de femmes dans les différentes familles de métiers au sein d'Ubisoft, au niveau international

Familles de métier	Effectif total	% de femmes	Évolution du % de femmes
Programmation	3 568	10,3%	-0,2pp
Management qualité	2 517	21,2%	-0,5pp
Artistique	2 247	25,3%	+0,4pp
« Game & Level » Design	1 770	19,3%	-0,1pp
Informatique	1 477	20,5%	+0,7pp
Management de projet	1 103	41,3%	+0,6pp
Marketing	964	40,8%	+0,0pp
Animation	676	25,7%	+0,4pp
Ressources humaines	536	79,5%	+1,0pp
Finances	361	58,2%	-0,7pp
Communication	248	57,7%	-2,0pp
Audio	242	12,0%	-0,6pp
Ventes	182	30,2%	-3,9pp
Lieu de travail	167	42,5%	-2,7pp
Management général	153	42,5%	-2,8pp
Achats	73	61,6%	-2,1pp
Vidéo	72	26,4%	+2,0pp
Juridique	63	65,1%	+3,0pp
Gestion des connaissances	61	45,9%	-3,4pp
Développement commercial	59	42,4%	-2,9pp
Localisation	44	45,5%	+1,5pp

Source : Ubisoft

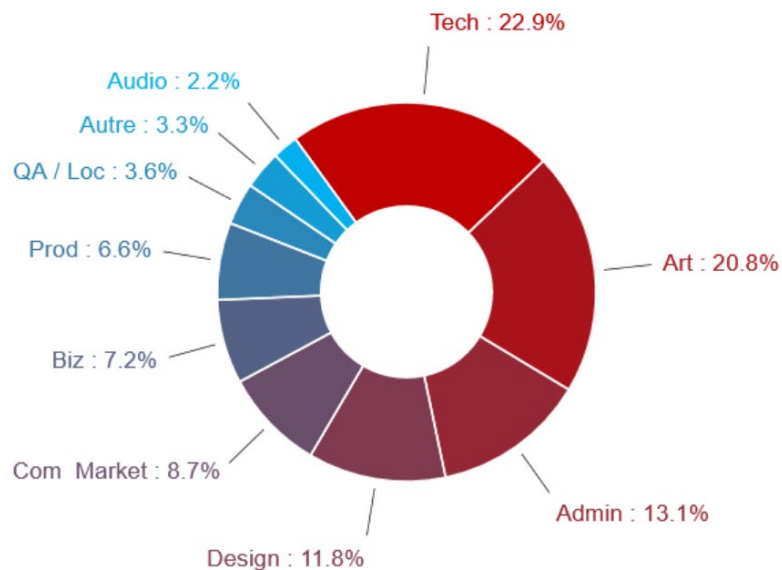
b) Une sous-représentation encore plus marquée dans certaines familles de métiers

Dans l'industrie du jeu vidéo, les familles de métiers sont multiples et la représentation des femmes y est très disparate.

Dans une étude publiée le 1^{er} juin 2026, l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV) identifie ainsi une dizaine de familles de métiers aux effectifs très contrastés.

Ainsi, d'après les données publiées par l'AFJV portant sur environ 14 000 professionnels du secteur, « la technologie arrive en tête avec 3 252 professionnels, soit 22,9 % des effectifs. L'artistique suit de près avec 2 955 personnes (20,8 %). Ces deux disciplines représentent, à elles seules, près de la moitié de l'industrie. Derrière, l'administration (13,1 %) et le design (11,8 %) forment un deuxième bloc significatif. Puis viennent la communication et le marketing (8,7 %), le business et les ventes (7,2 %), la production (6,6 %), QA et localisation (3,6 %), et enfin l'audio (2,2 %) ».

Répartition des salariés du jeu vidéo par discipline en France



Source : Etude Evolution / Gamaste / AFJV - Données au 1er janvier 2026

Chart by AFJV
Source : AFJV (juin 2026)

(1) Les métiers techniques massivement sous-féminisés

Les métiers dits « techniques » dans l'industrie du jeu vidéo englobent l'ensemble des métiers de la programmation. Cette catégorie est non seulement la première famille de l'industrie avec près de **23 % des effectifs**, mais elle concentre aussi les profils les plus recherchés sur le marché. Elle regroupe des spécialités très différentes, telles que : programmation gameplay, moteur, réseau, outils, intelligence artificielle, rendu graphique. Au sein de cette famille, le sous-domaine « *Game Programming* » est prépondérant puisqu'il rassemble à lui seul près de 10 % de l'industrie.

Au sein de ces métiers technologiques, on l'a vu, **les femmes sont particulièrement minoritaires et ne représentent que 7,7 % des effectifs.**

(2) Les métiers artistiques proportionnellement plus féminisés que les métiers techniques mais une sous-représentation féminine notable au sein des créateurs

La **deuxième grande famille de métiers** regroupe l'**artistique et le design**, à savoir le « *cœur créatif visible* » de l'industrie, comme le souligne l'AFJV : ces deux domaines représentent ensemble **plus de 32 % des effectifs** et sont les deux familles les plus immédiatement associées à l'image du secteur. La catégorie « Artistique » est la discipline la plus fragmentée qui regroupe quatorze spécialités distinctes.

Au sein de cette famille de métiers dits créatifs, **les femmes sont proportionnellement plus nombreuses que dans les catégories techniques**, puisqu'elles représentent respectivement, d'après les données récemment publiées par l'AFJV et l'association WIG France, 26,3 % dans la catégorie « artistique » et 15,3 % dans la catégorie « Design ».

Les chiffres fournis par le SNJV aux rapporteurs, dans le cadre de son baromètre annuel pour l'année 2024, faisaient, quant à eux, état d'une proportion de femmes d'un tiers (33,3 %) dans les familles de l'image et du son, et de près de 30 % dans le design.

Toutefois, comme le précise WIG France, dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, **si l'on s'intéresse spécifiquement à la création au sens des « crédits créatifs majeurs »** (direction créative, game design, écriture, musique, etc.), une analyse statistique portant sur les 50 jeux les mieux notés entre 2008 et 2023 met en évidence un autre angle de la sous-représentation :

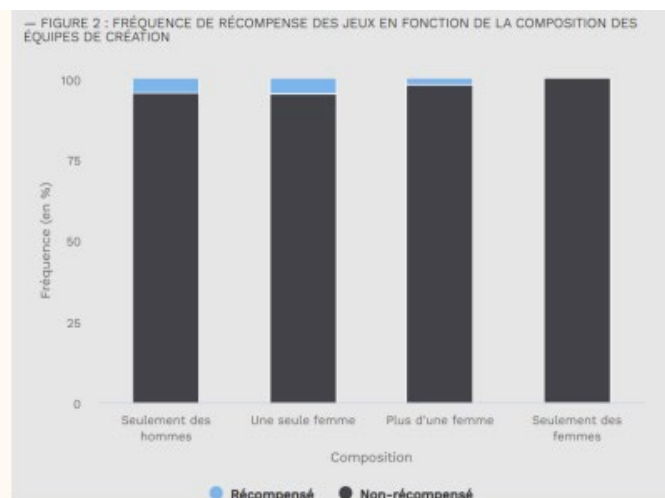
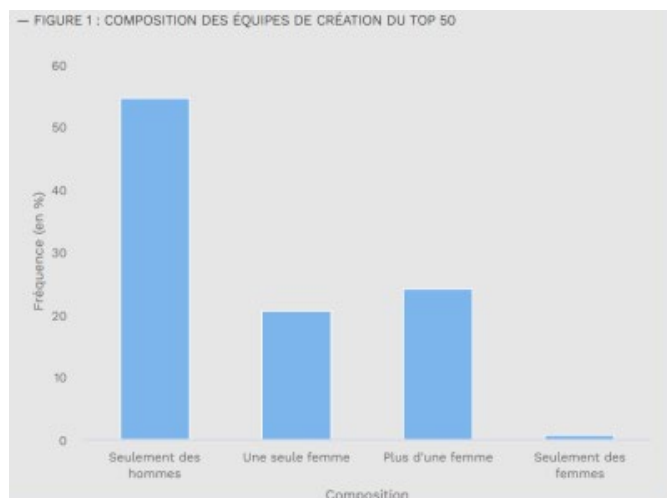
- plus d'un jeu sur deux de cet échantillon est attribué à des équipes de création uniquement masculines, tandis que les équipes 100 % féminines représentent moins de 1 % ;

- 45,5 % des équipes sont mixtes, mais une part importante de ces équipes mixtes ne compte qu'une seule femme ;

- les équipes entièrement masculines sont, en majorité, plus souvent récompensées que les autres types d'équipes (2008-2023).

Ces données suggèrent que la question n'est pas uniquement celle de l'emploi global, mais aussi celle de la visibilité réelle des femmes dans les rôles de création identifiés, crédités et récompensés.

Composition des équipes de création de jeux vidéo et fréquence de récompense en fonction de la composition



Source : WIG France, d'après « Les femmes dans la création de jeux vidéo entre 2008 et 2023 – Panorama statistique – 2025 – Chaire Pluralisme culturel et Éthique du numérique »

Par ailleurs, les données transmises aux rapporteurs par le CNC font état d'une **moyenne de 20 % de femmes parmi les personnes qui déposent auprès du CNC des demandes d'aide à l'écriture** pour des projets de jeux vidéo, avec toutefois une **inflexion notable en 2024**, date à laquelle le **pourcentage de femmes parmi les personnes déposant des dossiers de demande d'aide à l'écriture auprès du CNC n'était plus que de 11,37 % contre encore près de 30 % en 2023**.

Ce chiffre constitue, d'après le CNC, « *un bon baromètre de l'attractivité du médium jeu vidéo au sein des créatrices* ».

Ventilation femmes/hommes parmi les dépositaires de dossiers de demandes d'aide à l'écriture auprès du CNC

Chiffres parité auteurs jeu vidéo		Nb projets	Nb auteurs	Nb femmes		Nb hommes		taux de réussite femme sur déposantes	taux de réussite homme sur déposants
2019	déposés	41	94	18	19,15%	76	80,85%	33,33%	46,05%
	aidés	16	41	6	14,63%	35	85,37%		
2020	déposés	61	143	30	20,98%	113	79,02%	40,00%	44,25%
	aidés	25	62	12	19,35%	50	80,65%		
2021	déposés	60	126	22	17,46%	104	82,54%	68,18%	50,00%
	aidés	31	67	15	22,39%	52	77,61%		
2022	déposés	74	152	31	20,39%	121	79,61%	45,16%	41,32%
	aidés	29	64	14	21,88%	50	78,13%		
2023	déposés	94	174	50	28,74%	124	71,26%	58,00%	53,23%
	aidés	49	95	29	30,53%	66	69,47%		
2024	déposés	105	211	24	11,37%	187	88,63%	75,00%	36,36%
	aidés	42	86	18	20,93%	68	79,07%		

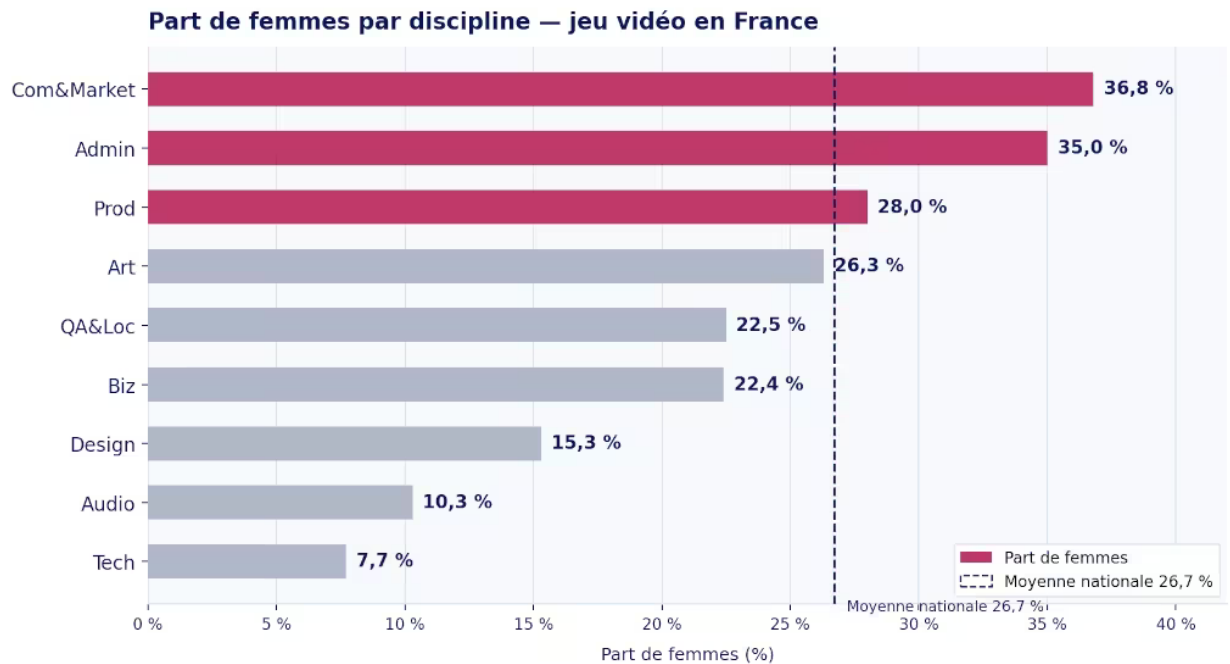
Source : CNC

(3) Des fonctions supports plus féminisées que les autres familles de métiers

Enfin, les familles de métiers en lien avec les fonctions dites « supports » - administration, communication et marketing, ventes - représentent ensemble près de 29 % des effectifs, soit presque autant que la Tech.

D'après l'AFJV, leur poids dans l'industrie traduit un changement de maturité : l'industrie française ne se contente pas de créer des jeux, elle les finance, les commercialise, les distribue et se manage avec des standards professionnels croissants.

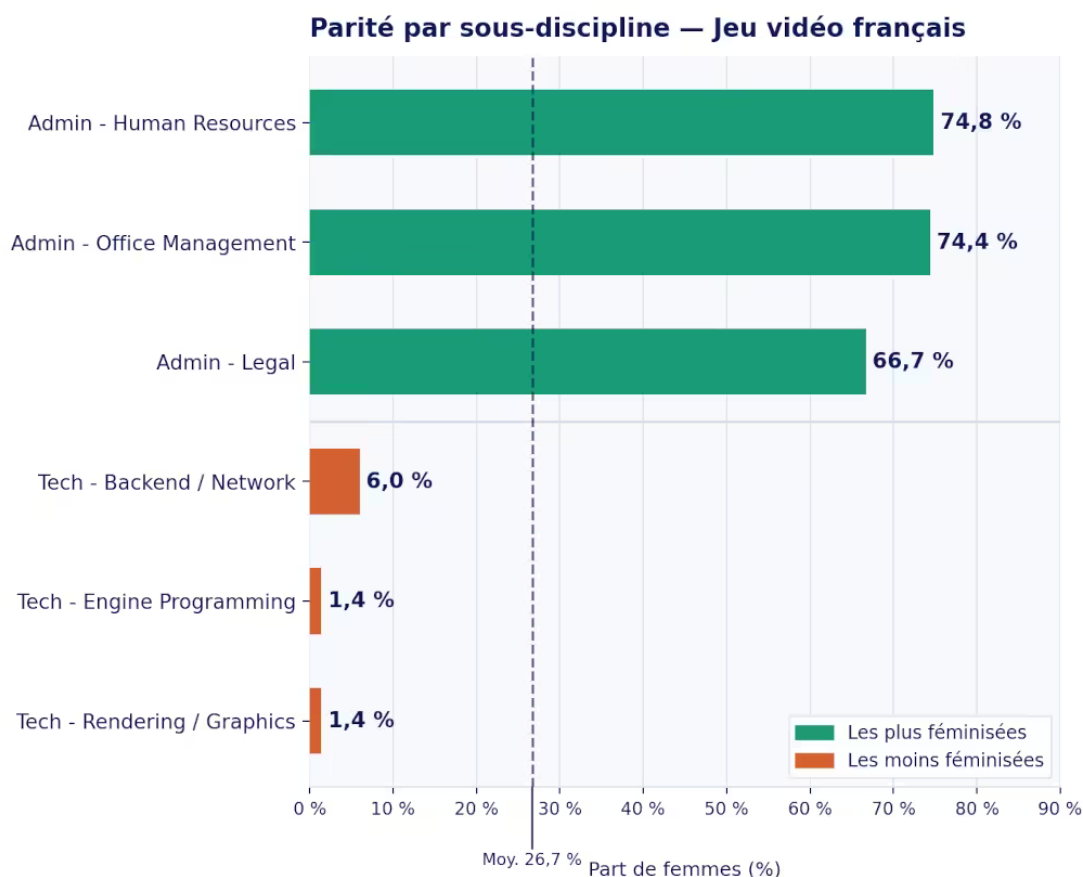
Au sein de ces différents métiers supports, les femmes représentent environ 35 % des effectifs, soit une proportion significativement plus élevée que la moyenne des effectifs de femmes dans l'ensemble de l'industrie.



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV — Données au 1er janvier 2026

Source : AFJV (juin 2026)

En outre, comme le précise l'AFJV dans son étude publiée en juin 2026, « les écarts de représentation féminine selon les sous-disciplines sont saisissants : les métiers du back-office, ressources humaines (74,8 %), office management (74,4 %) et legal (66,7 %), concentrent une majorité de femmes. À l'opposé, les sous-disciplines les plus techniques affichent des taux proches de zéro : les métiers du rendering & graphics programming et ceux de l'engine programming culminent à 1,4 % de femmes, les métiers du backend & network à 6 %. **L'écart de 73 points de pourcentage entre le métier le plus féminisé et celui le moins féminisé montre la polarisation par métier.** »



Source : Étude EVOLUTION / GAMASTE / AFJV — Données au 1er janvier 2026

Source : AFJV (juin 2026)

Dès lors, l'AFJV estime que « l'industrie du jeu vidéo français est à la fois l'une des plus féminisées dans ses fonctions support et l'une des plus masculines dans ses cœurs de métier technique. La parité n'est pas un défi uniforme, c'est avant tout un enjeu de filières et de formation. »

Au sein de l'entreprise Ubisoft, dans les bureaux français, la répartition des femmes entre les différentes familles de métiers est globalement équivalente à celle constatée globalement au sein de l'industrie.

Proportion de femmes dans les différentes familles de métiers au sein d'Ubisoft, au niveau national

Famille de métier	Effectif total	% de femmes	Évolution du % de femmes
Programmation	757	10,0%	+0,3pp
Artistique	465	22,6%	+0,9pp
« Game & Level » Design	412	16,5%	+0,2pp
Informatique	412	21,4%	-0,4pp
Marketing	309	37,9%	+0,7pp
Management de projet	278	32,4%	-0,0pp
Ressources humaines	194	79,4%	+0,4pp
Management qualité	168	14,9%	-1,2pp
Finance	143	57,3%	+0,8pp
Animation	131	24,4%	-1,1pp
Ventes	81	35,8%	-4,2pp
Communication	78	55,1%	-4,7pp
Management général	58	53,4%	-2,5pp
Audio	57	10,5%	-1,3pp
Juridique	50	64,0%	+4,4pp
Lieu de travail	46	39,1%	-4,0pp

Source : Ubisoft

S'agissant des **postes d'encadrement**, dans les bureaux français d'Ubisoft, **les femmes représentent 28 % des managers**, c'est-à-dire la même proportion que celle constatée au niveau des effectifs nationaux globaux.

Si l'on se concentre sur les métiers de la production et de la technologie, les femmes représentent 17,8 % des équipes françaises.

D'après les informations transmises aux rapporteurs par Ubisoft, **ces chiffres étaient en hausse, sur les dix dernières années jusqu'en 2023, puis, en très légère mais constante baisse, depuis 2024.**

c) Des conditions de travail toujours défavorables aux femmes et limitantes dans leur progression de carrière

On l'a vu, la déperdition de femmes entre la formation initiale et l'insertion professionnelle dans le secteur vidéoludique est notable, celle en cours de carrière l'est tout autant, pour diverses raisons, liées notamment aux conditions de travail au sein de cette industrie encore trop souvent défavorables aux femmes, au « plafond de verre » qui empêche les femmes d'accéder aux postes de direction, à l'insuffisance des rôles modèles féminins, mais aussi, pendant de nombreuses années et malgré une prise de conscience récente, d'un environnement de travail toxique pour les femmes, marqué par un climat de violences et harcèlement sexistes et sexuels (VHSS).

S'agissant de la question du maintien et de la progression des femmes dans l'industrie, l'association WIG France pointe plusieurs facteurs explicatifs de la trop faible proportion de femmes dans les effectifs de la filière et de leur quasi absence dans les postes de direction, parmi lesquels :

- la **culture de travail** et le « **coût de toxicité** » parfois lié à l'environnement de travail

Pour WIG France, « même lorsqu'un CDI est obtenu, (...) la sortie peut être accélérée si l'environnement de travail est toxique (sexisme, harcèlement, management), ce qui génère un « coût de toxicité » pouvant accélérer les sorties de carrière. L'affaire Ubisoft est un cas emblématique : en juillet 2025, trois anciens cadres ont été condamnés en France pour harcèlement moral et sexuel (et tentative d'agression sexuelle pour l'un d'eux), illustrant l'existence de cultures d'entreprise pouvant durablement dégrader les trajectoires, en particulier celle des femmes. »

Par ailleurs, l'association souligne que **le secteur reste exposé à des cycles de production intenses** (pression de sortie de jeux, organisation du travail), et la « **culture du crunch**¹ » demeure un sujet récurrent dans les retours de terrain, facteur connu de turnover et d'usure, surtout lorsque les protections managériales et RH sont insuffisantes.

Dans sa contribution écrite aux travaux de la délégation², le CNC indique également que « *plusieurs dérives managériales afférentes au secteur se sont récemment vues documentées par la presse nationale, à plusieurs reprises et au cours des dix dernières années, faisant état de pressions liées aux périodes de crises inhabituelles dans l'agenda de production (« crunch »), de licenciements violents, de pratiques contractuelles précaires ou inégalitaires, ou encore de violences et harcèlement sexistes et sexuels. La publication de ces faits, et parfois leurs condamnations, peut contribuer à objectiver l'éventuel caractère systémique de ces dérives et initier des discussions autour des moyens à mettre en œuvre pour mieux encadrer et structurer le dialogue social dans le secteur. »*

Lors de son audition par la délégation, Claire Bourgne, directrice du studio Ubisoft Paris, a, pour sa part, estimé que **l'impact du « crunch » sur les méthodes de production pourrait plus affecter les femmes** sans toutefois nier que les hommes le sont aussi, précisant que « *nous avons de plus en plus d'hommes très attachés à leur équilibre familial, et c'est un point qui remonte fortement parmi nos équipes. »*

¹ Dans le monde du jeu vidéo, le crunch est une période de travail intense qui précède une étape déterminante dans le développement d'un jeu vidéo, comme sa sortie finale ou celle de sa « démo » jouable. Le crunch se caractérise par la pression que subissent les employés ainsi que la longueur des journées et semaines de travail exigées pour pouvoir atteindre à temps les objectifs fixés. Nombreuses heures supplémentaires en semaine, travail le week-end, pression énorme : le crunch est considéré comme une mise à l'épreuve physique et mentale des salariés.

² Réponses au questionnaire écrit adressé par les rapporteurs (5 décembre 2025).

Elle a, dès lors, indiqué que « *la question du « crunch » est plutôt à régler au niveau de l'organisation de la production. Elle concerne les hommes comme les femmes, qui ont aussi une vie de famille et des conjoints impactés. Nous avons réduit très fortement les heures supplémentaires chez Ubisoft sur les cinq à dix dernières années. Nous sommes maintenant sur des niveaux lissés et faibles, limités dans le temps, extrêmement contrôlés et toujours sur la base du volontariat, sans aucune répercussion sur la carrière.* »

- les **faibles perspectives de progression** de carrière et, par conséquent, le **déficit de « modèles » féminins** inspirants : pour WIG France, la sous-représentation au sommet de l'industrie, dans les postes de direction (14,2 % de femmes), réduit mécaniquement la visibilité des trajectoires possibles et renforce un plafond de verre dès les premières étapes de carrière (accès aux rôles « lead », aux fonctions créatives centrales, au processus décisionnel).

- l'existence d'un **décalage entre les discours et la structuration réelle des politiques internes** en faveur de l'égalité et de la parité : ainsi le baromètre annuel du SNJV montre que **les actions « égalité femmes-hommes » déclarées ont fortement reculé, puisqu'en 2022 65,55 % des entreprises interrogées déclaraient les avoir mises en place contre 47,62 % des entreprises en 2024**, ce qui pour WIG France, « *tend à fragiliser la continuité des engagements et donc la capacité à retenir et promouvoir durablement les talents.* »



Source : Women in Games France (2026)

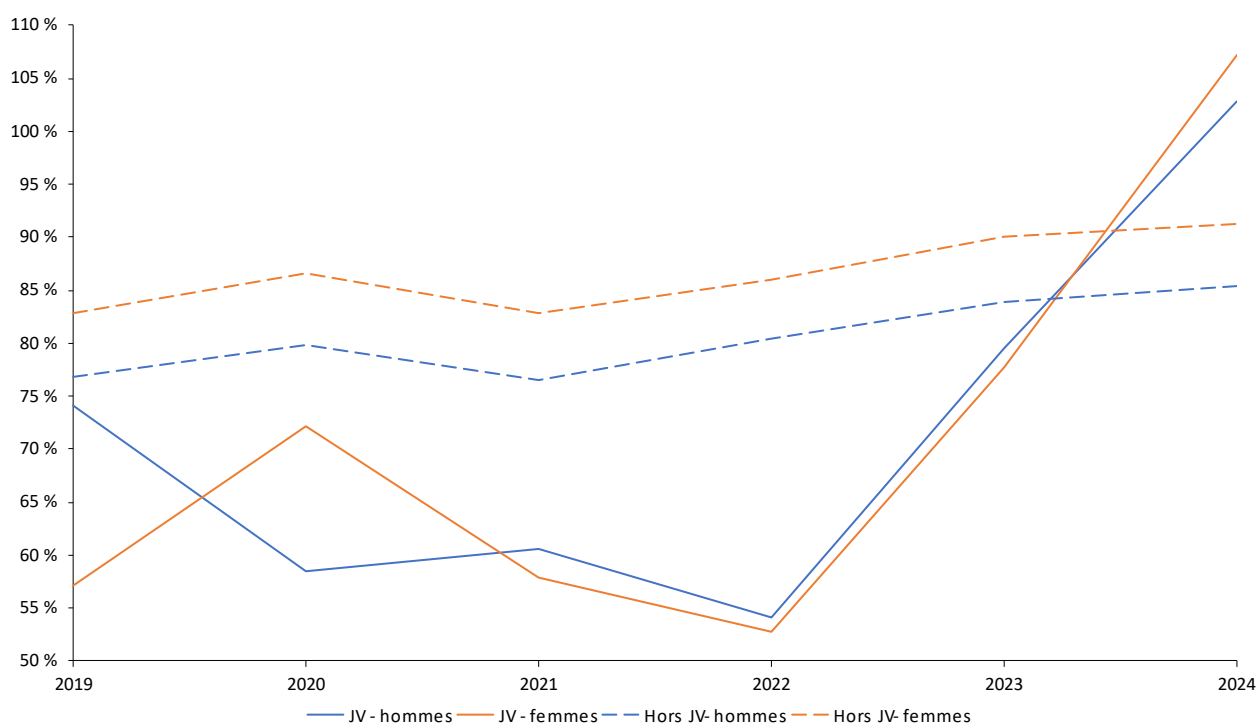
Le SNJV a précisé aux rapporteurs que, lorsque de telles actions existent, elles concernent principalement l'égalité salariale et la lutte contre les violences sexistes et sexuelles au travail (VSST). D'autres mesures plus ponctuelles portent sur la parité, le congé menstruel ou des formations spécifiques.

Enfin, *WIG France* a pointé une limite majeure s'agissant de l'analyse de la place des femmes dans l'industrie du jeu vidéo liée à **l'absence de statistique publique sur les sorties de l'industrie**, soulignant que l'association ne dispose pas de « *données mesurant "combien de femmes ont quitté l'industrie du jeu vidéo en France" (taux de sortie, motifs, temporalité, reconversions)*. Les indicateurs existants documentent des niveaux de représentation (ex. *part des femmes dans les studios*) mais pas la dynamique complète des flux d'entrée/sortie, ni les motifs. »

Dans une note transmise aux rapporteurs par le pôle d'analyse de la donnée du Sénat, **une analyse du « taux de sortie »¹ du secteur du jeu vidéo, réalisée à partir de statistiques de l'Insee, montre qu'à partir de 2023, le taux de sortie des femmes est supérieur à celui des hommes et marque un écart qui a tendance à s'accroître.**

La note montre également qu'entre 2019 et 2022, le secteur du jeu vidéo, dans son ensemble, est en expansion avec un taux de sortie de l'ordre de 60 %, avant de se contracter au cours des années 2023 et 2024.

Taux de sortie par sexe entre 2019 et 2024



Source : Mouvements de main d'œuvre, Insee

¹ Un taux de sortie peut ainsi être défini comme le ratio du nombre d'entrées de salariés au sein du secteur rapporté au nombre de sorties. Lorsque ce taux est inférieur à 100 %, le secteur est en croissance, lorsqu'il est supérieur à 100 %, il est en décroissance.

Lors de son audition par la délégation¹, Claire Bourgne, directrice du studio Ubisoft Paris, a souligné **l'effort de féminisation des équipes du studio parisien d'Ubisoft lors des recrutements, à tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise**, indiquant que plus de 30 % des dernières embauches aux postes de direction concernaient des femmes et que parmi les recrutements de stagiaires et d'alternants, plus de 60 % de femmes étaient des femmes.

Malgré cet effort de féminisation de la politique de recrutement d'Ubisoft, les chiffres globaux de féminisation des effectifs du studio parisien d'Ubisoft restent stables en raison de **chiffres de démission régulièrement plus élevés chez les femmes que chez les hommes**, avec un taux de démission en 2025 de 5,1 % chez les femmes, contre 4,7 % chez les hommes.

Face à cette **plus grande déperdition de profils féminins d'année en année**, Claire Bourgne a indiqué la **mise en place d'entretiens qualitatifs**, à partir de cette année, « *pour essayer de mieux cerner ce phénomène qui se reproduit d'année en année et qui nous oblige à avoir de bonnes performances en matière de recrutement, ne serait-ce que pour maintenir des chiffres stables.* »

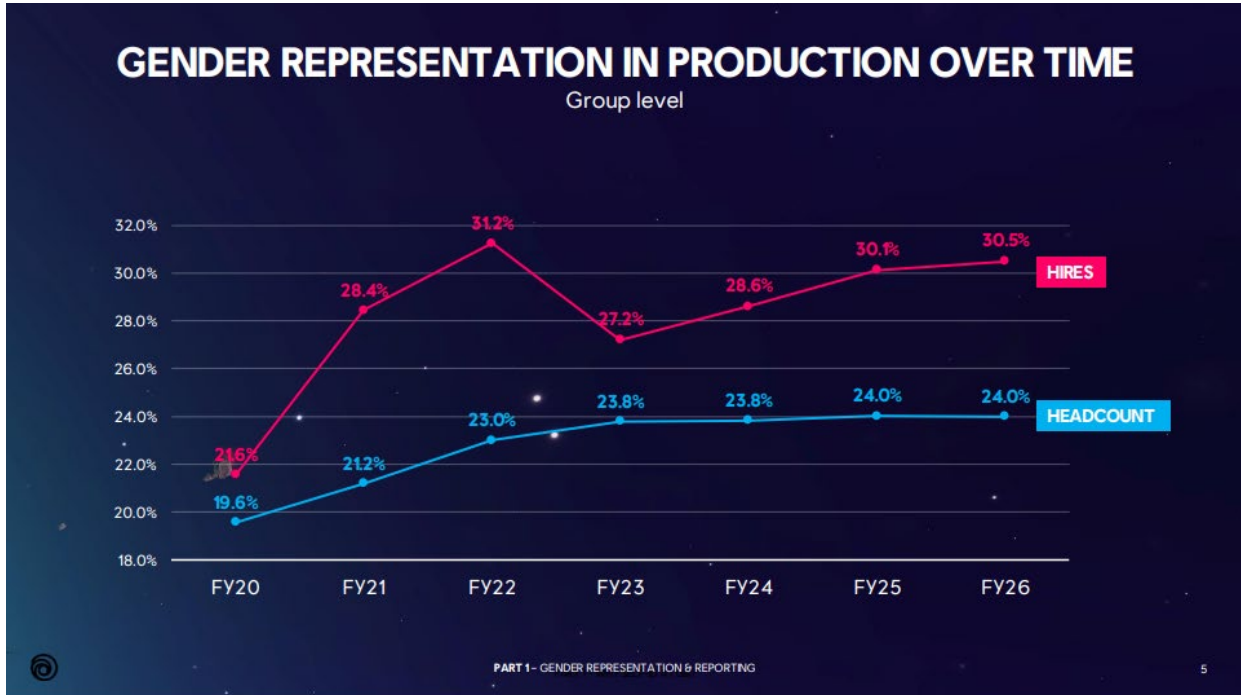
Lors de leur visite du **studio Ubisoft de Montréal**, les rapporteurs avaient noté une tendance similaire lors de la présentation des chiffres de féminisation des effectifs du groupe d'une part, du studio de Montréal d'autre part :

- au **niveau du groupe**, le taux d'embauche de femmes est systématiquement plus élevé que leur proportion dans les effectifs globaux : ce hiatus n'a fait que croître depuis 2023 pour atteindre un écart de 6,5 points en 2026 ;

- au **niveau du studio montréalais**, le taux d'embauche de femmes a drastiquement chuté de 5 points entre 2025 et 2026, passant de 27,1 % à 22 %, avec désormais un seul point d'écart entre le taux d'embauche (22 %) et la proportion de femmes dans l'effectif total du studio (21%) ce qui ne laisse augurer rien de bon s'agissant de la féminisation des effectifs dans les années à venir compte tenu de la déperdition de profils féminins régulièrement constatée.

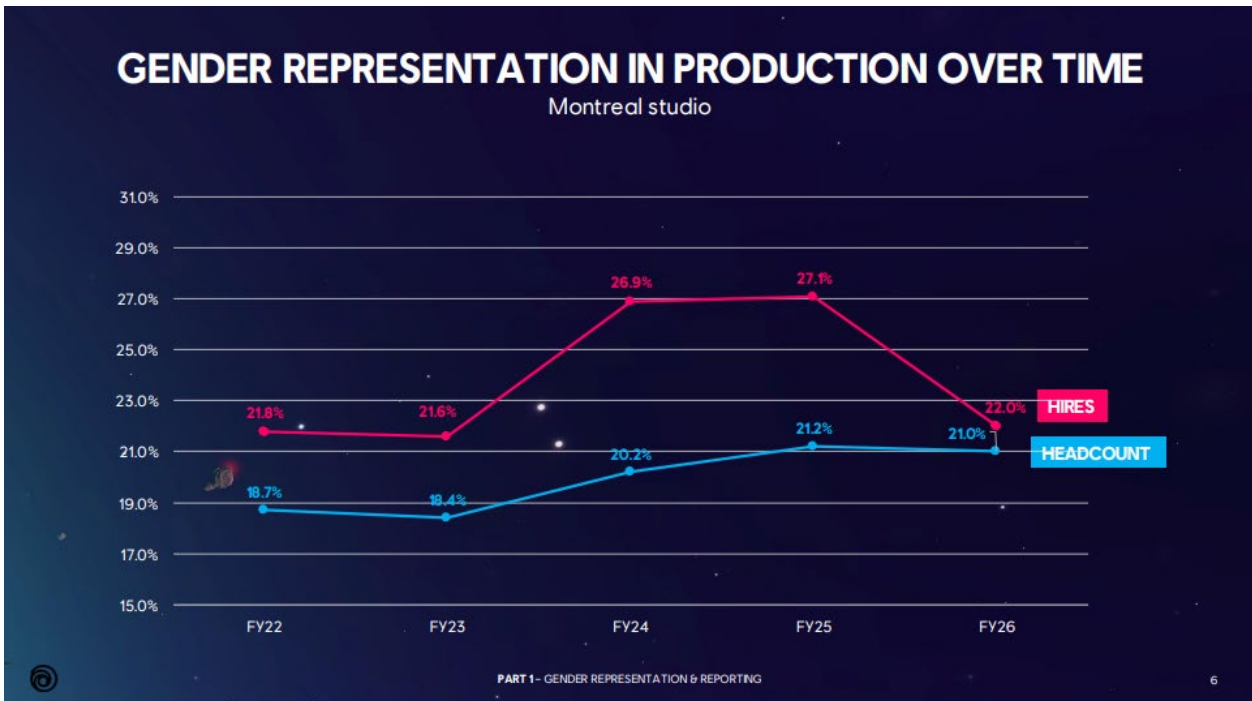
¹ Audition du 9 avril 2026.

Part des femmes dans les embauches¹ et les effectifs globaux² du groupe Ubisoft



Source : Ubisoft Montréal

Part des femmes dans les embauches³ et les effectifs globaux⁴ du studio Ubisoft de Montréal



Source : Ubisoft Montréal

¹ « Hires » dans le graphique.

² « Headcount » dans le graphique.

³ « Hires » dans le graphique.

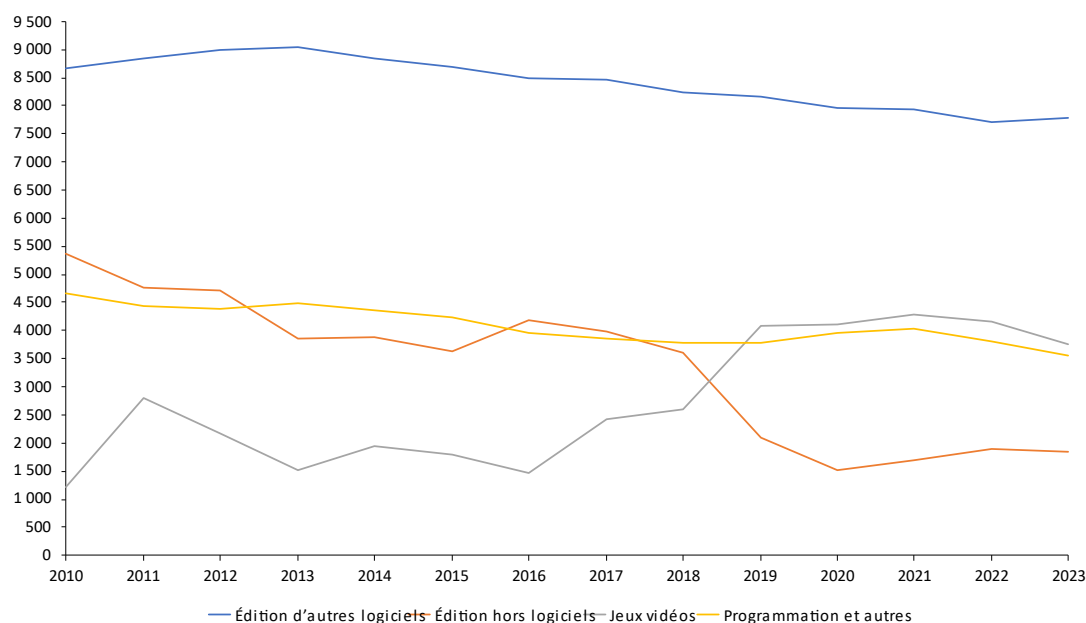
⁴ « Headcount » dans le graphique.

L'étude précitée du pôle d'analyse de la donnée du Sénat, réalisée à la demande de la délégation, sur les femmes dans l'industrie du jeu vidéo, analyse également les **écarts de salaire entre hommes et femmes dans le secteur vidéoludique** en France.

Ainsi, la note précise qu'**en 2023, le salaire net moyen dans le secteur du jeu vidéo s'élève à environ 30 200 € par an pour les hommes, contre 26 500 € pour les femmes, soit un écart de 3 700 € par an entre les salaires versés aux hommes et aux femmes (-20,6 %)**. Cet écart salarial est inférieur à celui observé dans le secteur de l'édition d'autres logiciels (40 700 € par an pour les hommes contre 33 000 € pour les femmes, soit -19 % en leur défaveur), mais supérieur aux secteurs de l'édition hors logiciels et de la programmation (respectivement -7 % et -10 % en défaveur des femmes).

Cet écart de salaire net entre les hommes et les femmes peut toutefois s'expliquer par des facteurs multiples : écart de temps de travail, de type de contrat ou de niveau de responsabilité. Il ne doit ainsi pas être interprété comme un écart salarial à poste égal entre hommes et femmes.

Écart de salaire net moyen entre hommes et femmes par secteur d'activité dans l'édition



Source : Base tous salariés, Insee

Enfin, **les femmes entrepreneures dans le secteur du jeu vidéo ont également plus de difficultés que leurs pairs masculins à obtenir des financements auprès des investisseurs privés et des banques.**

Lors de leur déplacement à Montpellier, les rapporteurs ont ainsi rencontré Emma Delage, la fondatrice du studio de développement de jeux *Camelia* qui a dû fermer ses portes après trois ans d'existence, faute de financement.

Son témoignage a confirmé les difficultés particulières que peuvent rencontrer les femmes entrepreneures dans l'accès aux financements, que ce soit dans le secteur du jeu vidéo ou dans tout autre secteur économique.

Si elle a pu bénéficier de plusieurs soutiens publics, notamment issus du CNC, elle a indiqué aux rapporteurs avoir dû construire le financement de son studio étape par étape, avec le sentiment de devoir davantage faire ses preuves que ses homologues masculins, passant son temps à devoir rassurer et convaincre les investisseurs du bien-fondé de son projet entrepreneurial. Au final, son studio a été placé en liquidation faute de financements structurants pour le développement de son jeu.

3. Une industrie également marquée par des cas de violences et harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) au travail

Emblématique d'une culture de travail toxique et d'un environnement professionnel favorable au harcèlement ainsi qu'aux violences sexistes et sexuelles au travail, le cas de l'entreprise française Ubisoft, qui avait été révélé par les médias en 2020, a aussi été le point de départ, dans l'industrie du jeu vidéo, d'une prise de conscience de la révolution à opérer dans cette industrie et d'un mouvement #MeToo propre à ce secteur où, au sein de nombreuses entreprises comme au sein d'Ubisoft, la culture des *boys'club* a longtemps été la norme.

a) Un #MeToo du jeu vidéo en 2020

Au cours de son audition¹ par la délégation, la vice-présidente exécutive d'Ubisoft, Cécile Russeil, a souligné que « *l'industrie du jeu vidéo a connu en 2020 un mouvement #MeToo qui a mis en lumière des comportements inacceptables et a entraîné une libération de la parole bienvenue. Nous avons travaillé pour renforcer nos politiques de prévention des violences sexuelles et sexistes et nous assurer que chaque personne chez Ubisoft se sente respectée et puisse signaler tout comportement inapproprié qu'elle pourrait rencontrer ou observer. La prévention et la lutte contre ces comportements, la discrimination, le harcèlement ainsi que les violences sexuelles et sexistes sont pour nous une priorité fondamentale.* »

¹ Audition du 9 avril 2026.

Trois anciens cadres de l'entreprise Ubisoft condamnés en juillet 2025 pour harcèlement moral ou sexuel

Suite à des enquêtes journalistiques publiées en 2020 dénonçant des faits de harcèlement moral et sexuel, et de tentatives d'agression sexuelle au sein de l'entreprise Ubisoft, au siège parisien, le tribunal correctionnel de Bobigny a condamné, le 2 juillet 2025, trois anciens cadres de l'entreprise à des peines allant jusqu'à trois ans de prison avec sursis, pour harcèlement moral ou sexuel, et tentative d'agression sexuelle.

Ainsi, Thomas François, ancien vice-président du service éditorial d'Ubisoft, a été condamné à trois ans de prison avec sursis et 30 000 euros d'amende pour des faits de harcèlement moral, sexuel et d'une tentative d'agression sexuelle.

L'ancien numéro 2 et directeur créatif d'Ubisoft, Serge Hascoët, a été condamné à 18 mois de prison avec sursis et à 45 000 euros d'amende pour complicité de harcèlement moral.

Et l'ancien game director, Guillaume Patru, a été condamné à 12 mois de prison avec sursis et 10 000 euros d'amende pour des faits de harcèlement moral.

La dénonciation de ces faits dans un premier temps, en 2020, puis le procès et les condamnations prononcées par la justice ont eu l'effet d'un électrochoc au sein de l'entreprise, initiant un #MeToo du jeu vidéo et la mise en œuvre d'une politique de « tolérance zéro » par Ubisoft et la mise en place de dispositifs de signalement et d'enquêtes internes notamment confiés à une cellule interne globale et spécialisée sur le sujet des violences sexuelles et sexistes au travail.

Source : Délégation aux droits des femmes

Devant la délégation, Cécile Russeil a estimé que « le mouvement #MeToo a permis une libération de la parole. Il est indéniable qu'il a permis à notre industrie - et pas seulement à Ubisoft - ainsi qu'à d'autres, de considérer ces sujets différemment et de les traiter de façon à avoir des dispositifs très robustes. (...) Désormais, nous en parlons de façon très transparente, nous répondons aux questions et nous communiquons sur le nombre d'alertes, d'enquêtes et de sanctions, dans le respect de la confidentialité des procédures. »

En 2020, **Ubisoft** a ainsi décidé de créer une **cellule interne globale et spécialisée sur le sujet des violences sexuelles et sexistes au travail**, dont les membres sont basés en Europe, au Canada et en Asie, au plus près des équipes. Composée de huit personnes formées et expertes, cette équipe pilote la prévention, le traitement des signalements et l'amélioration continue des dispositifs mis en place, en collaboration avec les équipes de ressources humaines locales. Cette cellule partage régulièrement sa feuille de route, ses objectifs, ses indicateurs de performance et ses résultats avec l'équipe dirigeante et le comité de direction.

Ubisoft affirme pratiquer désormais une « **tolérance zéro** » à l'égard **des cas de violences et harcèlement** et se targue d'évolutions majeures au cours des six dernières années, qui inclut des transformations organisationnelles, un renforcement de la gestion des signalements et un investissement accru dans la prévention et la formation.

Les rapporteurs tiennent à **saluer les actions récemment engagées par l'entreprise Ubisoft** en matière de prévention et de traitement des situations de violences et harcèlement sexistes et sexuels au travail : en tant que fleuron industriel français et plus grosse entreprise dans l'industrie mondiale du jeu vidéo, elle exerce en effet un **pouvoir prescripteur** dans cette industrie auprès des autres entreprises du secteur.

Un renforcement de la gestion des signalements et des enquêtes internes par Ubisoft

Suite aux révélations, en 2020, concernant des faits de harcèlement moral et sexuel, et de tentatives d'agression sexuelle au sein de l'entreprise, Ubisoft a développé plusieurs dispositifs de nature à prévenir, dénoncer et sanctionner ces comportements.

La **prévention** s'appuie sur des dispositifs complémentaires conçus pour structurer durablement les pratiques de l'entreprise et ancrer une culture d'exigence partagée. Elle repose sur un cadre normatif clair, incarné par un code de conduite groupe et des politiques internes qui interdisent strictement toute forme de harcèlement, de violence, de comportement sexiste ou discriminatoire et encadrent les relations personnelles au travail. Ces règles s'appliquent à tous les collaborateurs, quel que soit leur statut ou leur localisation.

Des **programmes de formation obligatoires** ont également été mis en place, déployés chaque année, pour sensibiliser et former l'ensemble des équipes : collaborateurs, managers et leaders. Ils visent à développer la capacité de chacun à identifier les comportements inappropriés et à assumer ses responsabilités. La récente campagne 2026, portée par le directeur des ressources humaines, a été suivie à ce jour par 91 % des 17 000 collaborateurs, et l'objectif est d'atteindre 100 %.

S'agissant du **dispositif de signalement et la gestion des alertes**, en complément du rôle clé des équipes de ressources humaines et des managers, des canaux de signalement accessibles, sécurisés et confidentiels ont été structurés : une plateforme de signalement dédiée, Whispli, administrée par un cabinet externe indépendant, a été déployée en 2020. Cette plateforme permet de poser des alertes de façon anonyme.

Les collaborateurs peuvent également faire des signalements directement auprès des référents « harcèlement » des CSE. Lorsqu'un signalement est effectué, une procédure d'analyse est immédiatement engagée par la cellule interne dédiée, composée de professionnels formés. Concernant spécifiquement les VHSS, cette équipe développe une démarche appelée *trauma-informed response* et est formée pour recueillir la parole des personnes concernées afin de minimiser la réactivation du trauma, en évitant notamment que la victime n'ait à raconter son expérience à plusieurs reprises. Selon la nature des faits, cette analyse peut donner lieu à une enquête formelle, conduite en interne ou par des cabinets externes spécialisés. L'ensemble du processus est strictement encadré et repose sur les principes de confidentialité, d'impartialité et de respect du contradictoire. Lorsque la situation l'exige, des mesures conservatoires peuvent être mises en place sans délai pour protéger les personnes ayant effectué un signalement. Une fois les faits établis, des sanctions disciplinaires sont systématiquement appliquées, pouvant aller jusqu'à des mesures définitives.

Au cours de l'exercice 2025, 147 alertes qualifiées ont été signalées pour 17 000 collaborateurs. Ce nombre a considérablement diminué depuis 2020, est resté stable pendant trois ans, et a de nouveau baissé de 20 % par rapport à 2024.

Ces signalements sont variés en nature et en gravité. Certains concernent des conflits interpersonnels ou des incivilités isolées, d'autres le climat de travail, voire des cas présumés de discrimination et de harcèlement. **Globalement, l'intensité et la gravité des signalements ont nettement diminué ces dernières années, notamment ceux liés à des comportements sexistes, ou à du harcèlement moral ou sexuel.**

Sur l'exercice 2025, 73 des 147 alertes qualifiées ont nécessité une enquête. Parmi elles, trois cas de harcèlement moral et deux cas de harcèlement sexuel ont été avérés. Toutes catégories confondues, les mesures prises ont conduit à sept ruptures du contrat de travail.

Source : Ubisoft

Outre le dispositif spécifique décrit par la vice-présidente exécutive d'Ubisoft, des **dispositifs nationaux généraux** existent également et s'appliquent aux entreprises du jeu vidéo.

Ainsi, comme dans tous les secteurs d'activité, **les entreprises de la filière du jeu vidéo sont tenues par le code du travail, depuis le 1^{er} janvier 2019, de prévenir ou de mettre fin aux violences et harcèlement sexistes et sexuels** : « *L'employeur prend toutes dispositions nécessaires en vue de prévenir les faits de harcèlement sexuel, d'y mettre un terme et de les sanctionner.* » (article L. 1153-5 du code du travail). En outre, l'article L. 1153-5-1 du même code prévoit que « *Dans toute entreprise employant au moins deux cent cinquante salariés est désigné un référent chargé d'orienter, d'informer et d'accompagner les salariés en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.* »

Dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, le CNC précise qu'à ces **dispositions législatives pourraient s'ajouter des compléments conventionnels si le secteur se dotait d'une convention collective**, ce qui n'est, à ce jour, pas le cas, contrairement aux secteurs du cinéma et de l'audiovisuel notamment.

En outre, **depuis le 1^{er} janvier 2022, l'accès à toutes les aides du CNC est conditionné au respect par l'employeur** (producteur, exploitant de salle, employeur d'entreprise de jeu vidéo...) de l'obligation prévue par le code du travail de prévenir, mettre fin et sanctionner les violences sexistes et sexuelles (VSS) au travail.

En anticipation de cette échéance, **le CNC a imposé à tous les responsables d'entreprises du secteur du jeu vidéo de suivre une formation** dédiée à la prévention et à la lutte contre les VSS, sauf à perdre l'accès aux aides du CNC. Cette formation, financée par le CNC, opérée par *Essaimer*, rappelle le cadre juridique et les définitions, les obligations de prévention des employeurs et explique comment rassembler les éléments de preuve dans des situations avérées de harcèlement ou de violences.

Le CNC a indiqué aux rapporteurs avoir formé, fin 2025, 7 000 mandataires sociaux (dans les secteurs de l'audiovisuel, du cinéma et du jeu vidéo) dont **427 dans le secteur du jeu vidéo**. Des feuilles de présence à la formation permettent d'attester du suivi de cette formation, qui est contrôlé au stade de chaque demande d'aide financière permettant ainsi l'effectivité de la conditionnalité du versement des aides au suivi de cette formation.

Au cours de son audition par la délégation¹, le délégué général du Sell, Nicolas Vignolles, a indiqué avoir « *pris l'initiative de contacter le CNC pour étendre aux éditeurs de jeux vidéo la formation obligatoire exigée pour les développeurs et créateurs de jeux en tant qu'employeurs. Nous avons donc convié tous les responsables des ressources humaines des éditeurs présents en France à suivre une formation dispensée par l'Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail (AVFT) et animée par des juristes de grande qualité, qui a permis de rappeler à toute l'industrie qu'il n'existait pas de « zone grise », pour reprendre l'expression consacrée, non couverte par le droit.* »

Enfin, le groupe de protection sociale **Audiens**, opérateur de la Cellule d'écoute psychologique et juridique contre les violences sexistes et sexuelles dans la culture, que les rapporteurs ont auditionné², a mis en place, à la demande des partenaires sociaux, le 15 juin 2020, cette **cellule d'écoute à destination des victimes et des témoins de violences sexuelles et sexistes**, d'abord dans le secteur du spectacle vivant. En 2021, le SNJV a souhaité rejoindre cette cellule, permettant ainsi à l'ensemble des salariés du secteur du jeu vidéo d'y avoir accès. En 2025, le Sell décide également de rejoindre la cellule.

¹ Audition du 13 novembre 2025.

² Audition du 8 avril 2026.

Au cours de son audition par les rapporteurs, Frédéric Olivennes, directeur général d'Audiens, a rappelé qu'environ un tiers de l'ensemble des effectifs de la filière du jeu vidéo était affilié chez Audiens. Il a toutefois précisé que **les statistiques de la cellule d'écoute ne permettent pas d'isoler les chiffres relatifs au recours à la cellule dans le secteur du jeu vidéo.**

Nombre de personnes accompagnées par la cellule depuis sa création, tous secteurs confondus

2020	2021	2022	2023	2024	2025
26	51	62	92	153	152

Source : Audiens

S'agissant de l'ensemble des **situations signalées** à la cellule d'écoute, **tous secteurs confondus**, Audiens a indiqué aux rapporteurs que :

- 53 % concernent des actes d'agressions physiques ;
- 47 % concernent des attitudes et des propos sexistes et sexuels ;
- 56 % sont le fait de supérieurs hiérarchiques.

S'agissant du **profil des personnes** qui saisissent la cellule, les chiffres fournis par Audiens, **tous secteurs confondus**, sont les suivants :

- 87 % de femmes et 13 % d'hommes ;
- 30 % de personnes âgées entre 25 et 34 ans, 29 % entre 35 et 44 ans, 24 % de personnes âgées de 45 ans et 17 % qui n'ont pas souhaité communiquer leur âge.

En outre, d'après Audiens, **les situations signalées s'inscrivent quasi systématiquement dans un rapport de pouvoir**, qu'il soit de nature hiérarchique ou qu'il résulte de la notoriété, de l'aura ou de la position professionnelle de la personne mise en cause. Ces rapports asymétriques constituent un facteur structurant des violences signalées et participent à la difficulté du passage à l'action pour les victimes.

Missions et fonctionnement de la cellule d'écoute psychologique et juridique sur les VHSS opérée par le groupe Audiens

Les missions de la cellule d'écoute sont les suivantes :

- accueillir et prendre en charge les victimes, de façon confidentielle et anonyme,
- recueillir des données quantitatives et qualitatives aux fins de fournir la matière d'une connaissance sur le sujet des agissements sexistes, du harcèlement et des violences sexuelles dans le milieu professionnel des secteurs concernés,
- faciliter le déclenchement de la parole,
- apporter un soutien psychologique de premier niveau et d'orientation vers les accompagnements au long cours éventuellement nécessaires,
- répondre à des questions d'ordre juridique, éclairer et orienter vers les procédures judiciaires existantes pour faire valoir les droits des victimes,
- orienter les témoins appelants,
- agir au mieux des intérêts des victimes et lutter contre l'isolement.

En 2025, plusieurs évolutions ont eu lieu suite à la présentation par le ministère de la culture du Plan 2025-2027 pour renforcer la lutte contre les violences et harcèlements sexistes et sexuels dans la culture :

- depuis le 1^{er} juillet 2025, la cellule d'écoute a vu ses horaires d'ouverture élargis de 18 heures à 20 heures, du lundi au vendredi ;
- depuis novembre 2025, la cellule propose un accompagnement juridique renforcé reposant sur une aide à la rédaction du dépôt de plainte ou à l'assistance d'un avocat pour un dépôt de plainte ou une confrontation.

La victime peut contacter la cellule par les canaux habituels (téléphone ou mail). Après avoir confirmé que sa situation relève du périmètre d'intervention, une consultation juridique lui sera proposée.

Celle-ci sera réalisée par un avocat de la cellule pour :

- prendre connaissance des faits et s'assurer que les conditions nécessaires au dépôt de plainte sont réunies ;
- informer la victime des modalités d'accompagnement à la rédaction d'une plainte ;
- expliquer les étapes en fonction du choix d'accompagnement, par un avocat de la cellule ou un avocat de son choix ;
- souligner que la plainte ne peut être portée ni par les avocats, ni par la CVSS. La victime reste à l'initiative de la plainte et donc, en est la seule expéditrice.

Le dispositif prévoit deux modalités d'accompagnement pour les victimes de VHSS :

1. Accompagnement interne – par un avocat de la cellule

Cet accompagnement a pour objectif de faciliter la rédaction de la plainte et peut prendre deux formes :

- relecture et structuration par l'avocat, d'une plainte rédigée par la victime ;
- corédaction réalisée conjointement par la victime et l'avocat, pour les situations plus complexes.

2. Accompagnement externe – par l'avocat choisi par la victime

La victime peut choisir de se faire assister par un avocat extérieur, choisi librement.

Cet avocat peut : aider à la rédaction de la plainte, accompagner la victime lors d'une convocation à une confrontation, si nécessaire.

Le dispositif prévoit une participation financière forfaitaire de la cellule, selon la prestation réalisée.

Source : Audiens

Comme l'a indiqué le groupe Audiens dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, « *une prise de conscience progressive des directions est observée quant à l'impossibilité de traiter les signalements et dénonciations par des pratiques d'occultation. Si une réactivité accrue semble se manifester, les résultats des enquêtes internes apparaissent néanmoins souvent insuffisants ou décevants. Cette situation s'explique notamment par la difficulté, pour les employeurs, de qualifier juridiquement les faits signalés, en raison d'une maîtrise parfois limitée des cadres juridiques applicables, et par la complexité de l'appréciation des éléments de preuve dans des situations fréquemment complexes.* »

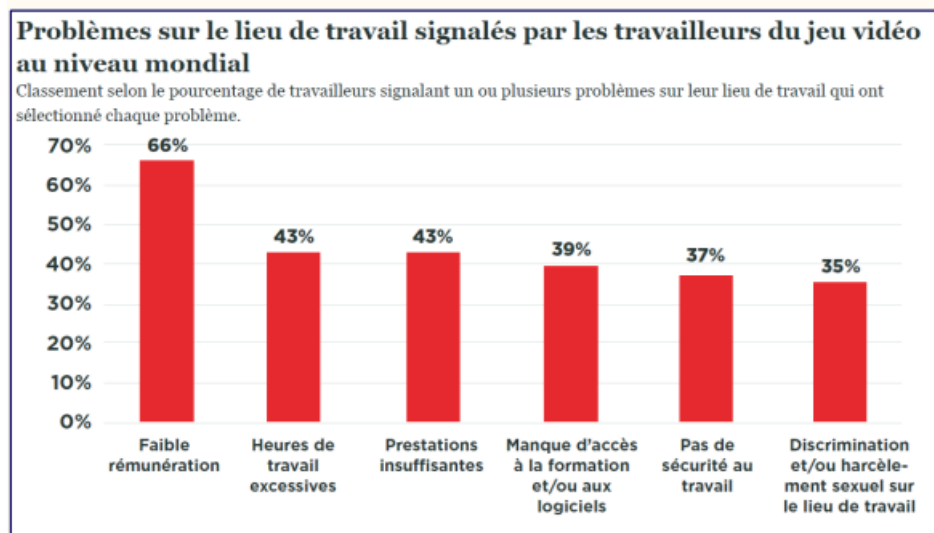
En outre, le groupe estime que « *dans le secteur du jeu vidéo, comme dans d'autres secteurs culturels, les scandales mettent en lumière une culture professionnelle encore marquée par le sexisme, des rapports hiérarchiques déséquilibrés et une banalisation de certains comportements humiliants, discriminatoires, voire violents. Dans ce secteur également, la difficulté pour les victimes à signaler les faits par peur de représailles, est très forte* ».

Dès lors, on peut estimer que, **malgré les avancées constatées** en matière de lutte contre le harcèlement et les violences sexistes et sexuelles grâce à la multiplication des dispositifs juridiques mis en œuvre, **la révolution #MeToo dans l'industrie du jeu vidéo n'est pas encore totalement achevée.**

b) Des témoignages sur une toxicité persistante dans l'industrie malgré les efforts engagés

Si les rapporteurs reconnaissent les **efforts de transparence** et les **mesures mises en place par l'industrie** dans son ensemble, et plus spécifiquement par l'entreprise Ubisoft, ils constatent également que **le secteur continue, dans certains cas, de présenter des environnements de travail manifestement hostiles aux femmes** et, sans doute, encore propices aux situations de harcèlement et de violences sexiste et sexuelles.

D'après les données, au niveau mondial, transmises par l'association *WIG France* aux rapporteurs, pour l'année 2022, 35 % des travailleurs et travailleuses du jeu vidéo signalant un problème sur leur lieu de travail signalent des faits de discrimination et/ou de harcèlement sexuel.



Source : *WIG France* d'après les données du *Paysage de l'industrie du jeu vidéo – 2022* – Uni Global Union

Les rapporteurs ont, pour leur part, recueilli les témoignages de représentants et représentantes du secteur qui ont fait état de situations de harcèlement ou de violences encore insuffisamment prises en compte par leurs employeurs.

Une des difficultés persistantes tient d'abord, comme l'a rappelé l'association *WIG France*, à **l'absence d'indicateurs fiables et harmonisés permettant de quantifier précisément, à l'échelle de l'ensemble des studios nationaux, la prévalence des violences et du harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) subis par les femmes au travail** (déclarations, signalements, sanctions, contentieux).

En effet, pour *WIG France*, « les sources sectorielles disponibles (notamment le baromètre annuel du SNJV) documentent surtout des indicateurs de structure et de prévention, ce qui est déjà un signal utile, mais ne permettent pas de mesurer directement l'ampleur des faits ».

En revanche, certaines données publiques permettent d'objectiver le contexte de risque et le degré d'outillage du secteur, parmi lesquelles :

- les **chiffres globaux de représentation des femmes** permettant de décrire le contexte structurel de la place des femmes dans l'industrie : on l'a vu, les femmes ne représentent que 20 % des emplois dans les studios et 14,2 % des postes de direction. Pour *WIG France*, « *cette sous-représentation, en particulier au sommet, est un marqueur classique de vulnérabilités organisationnelles (isolement, moindre capacité de recours, asymétrie de pouvoir) qui peut accroître l'exposition ou la difficulté à signaler, liées notamment à des asymétries de pouvoir entre les individus* » ;

- les chiffres liés aux **actions de prévention et de formation** mises en place dans les studios : depuis le 1^{er} janvier 2022, on l'a vu, l'accès aux aides CNC est conditionné à une formation de prévention (dispensée par l'AVFT) ; 69 % des entreprises répondantes déclarent l'avoir suivie. Il s'agit d'un indicateur concret de diffusion des obligations de prévention, mais il ne préjuge pas à lui seul de l'effectivité des dispositifs internes de traitement ;

- les chiffres relatifs aux **actions internes déclarées** par les entreprises du secteur : seules 47,62 % des entreprises interrogées déclarent avoir mis en place des actions pour l'égalité femmes-hommes (contre 65,55 % en 2022, soit une baisse d'environ 18 points). Parmi les entreprises ayant engagé des actions, 30,48 % mentionnent des actions relatives à la lutte contre les VSST (violences sexistes et sexuelles au travail) ;

- les chiffres en lien avec la **sensibilisation des salariés** : 16 % des structures déclarent avoir déjà sensibilisé leurs salariés sur les VSST (et 16,5 % sur l'égalité des genres). Là encore, il s'agit d'un simple indicateur de démarche, pas de prévalence des faits.

Dès lors, pour *WIG France*, « *les données françaises disponibles ne permettent pas encore de répondre par un taux de VHSS sectoriel robuste ; elles montrent toutefois un secteur fortement déséquilibré en mixité (...), une prévention en cours de déploiement (...), mais une mise en œuvre hétérogène et fragile des politiques internes (actions égalité en recul, lutte VSST citée par une minorité des actions). (...) Sans obligation de mesure et de reporting, il est difficile d'objectiver, comparer et piloter la lutte contre les VHSS (signalements, délais de traitement, sanctions, formation, dispositifs).* »

Au cours de leur déplacement à Montréal entre le 30 mars et le 3 avril 2026, les rapporteurs ont pu échanger sur la question de la prévalence des violences sexistes et sexuels dans l'industrie du jeu vidéo, d'une part avec des **chercheuses du Laboratoire en média socio-numérique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM)**, Gabrielle Trépanier-Jobin et Maude Bonenfant, d'autre part avec des **représentantes du Game Workers Unite Montréal (GWUM)**, le syndicat des travailleurs et travailleuses du jeu vidéo à Montréal.

Ces entretiens ont mis en évidence la **permanence de situations problématiques et toxiques dans cette industrie**, même après le #MeToo du jeu vidéo initié en 2020 :

- des chiffres fournis par le Laboratoire en média socio-numérique de l'UQAM indiquent, par exemple, une **proportion de 75 % de femmes déclarant avoir déjà été la seule femme dans leur équipe** dont la moitié s'étant sentie mal à l'aise de cette situation en raison de l'effet « *boy's club* » qu'elle génère ;

- les femmes développent des « **mécanismes de défense** » au sein de **l'entreprise pour éviter les situations propices aux VHSS** : elles évitent notamment les événements sociaux alors qu'il s'agit souvent d'une occasion pour développer son réseau professionnel ; elles font souvent « profil bas » dans les *open space*, lieu considéré comme moins « sécuritaire » pour les femmes qui y sont minoritaires et peuvent s'y sentir observées ;

- enfin, les **témoignages des travailleuses du jeu vidéo à Montréal** recueillis par les rapporteurs ont fait état de **dérives avec des implications systémiques** et d'une industrie encore « *verrouillée par la loi du silence* » marquée par des clauses de confidentialité (*Non-Disclosure Agreement- NDA*) très contraignantes incluses dans les contrats de travail qui, sous prétexte de ne pas nuire à l'image de l'entreprise et du jeu, obèrent souvent les capacités de dénonciation d'abus ou de violences.

**Témoignages anonymisés de travailleuses du jeu vidéo à Montréal
recueillis par les rapporteurs lors de leur déplacement du 30 mars au 3 avril 2026**

Les rapporteurs ont recueilli, lors de leur déplacement à Montréal et leur rencontre avec des travailleuses du GWUM (syndicat des travailleurs du jeu vidéo de Montréal), plusieurs témoignages en lien avec des situations de harcèlement psychologique et de violences sexistes et sexuelles subies dans des entreprises du secteur du jeu vidéo au Québec :

- une **employée d'Ubisoft Toronto, recrutée en 2022**, a témoigné d'une situation de **harcèlement psychologique** de la part de son manager direct, à partir de 2024, l'ayant conduite à plusieurs arrêts de travail pour burn-out courant 2025 puis à son licenciement en novembre 2025 alors même qu'une déclaration d'un médecin établissait un lien direct entre le burn-out et la situation vécue sur son lieu de travail et que les résultats professionnels du témoin continuaient de donner satisfaction. La direction a refusé l'ouverture d'une enquête pour harcèlement et proposé une médiation à la place.

En janvier 2026, l'employée dépose une plainte auprès de la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST), principal organisme responsable de l'application des lois du travail au Québec, pour harcèlement psychologique, congédiement sans cause juste et suffisante et pratiques interdites (pour congédiement après avoir refusé une enquête pour harcèlement). Le 23 février 2026, la CNESST a indiqué à l'employée que ses trois plaintes étaient recevables. Une médiation est acceptée par l'employée, qui est toujours en attente d'une date de médiation.

- une **employée d'un petit studio indépendant au Québec**, également **victime de harcèlement et licenciée**, a déposé trois plaintes auprès de la CNESST pour harcèlement, congédiement sans cause juste et suffisante, et pratiques interdites. Selon elle, des preuves de harcèlement qu'elle avait soumises en toute confidentialité aux ressources humaines ont servi de prétexte à son licenciement.

Elle précise que l'existence d'une institution comme la CNESST est importante pour les travailleurs non syndiqués, qui représentent la grande majorité des travailleurs de l'industrie du jeu vidéo au Québec.

Toutefois, elle estime que la procédure ne permet pas à plusieurs victimes de déposer une plainte collectivement ; chaque plainte est traitée individuellement et l'employeur est informé dès que la CNESST accepte la plainte. Cette situation est très intimidante et dissuade de nombreuses personnes de porter plainte. **La crainte d'être mis sur liste noire est très répandue.**

En outre, en raison du nombre excessif de dossiers et du manque de personnel, les médiateurs exercent une forte pression sur les travailleurs afin qu'ils acceptent toute proposition de l'employeur pendant la médiation.

Enfin, les sanctions pour harcèlement et représailles suite au dépôt de plaintes sont généralement très légères comparées aux conséquences subies par la victime.

- une **employée d'un studio de jeu vidéo montréalais** a témoigné d'une **agression sexuelle commise, en mars 2022, par un collègue après une soirée d'entreprise** pour la sortie d'un jeu du studio et sous soumission chimique. Malgré une dénonciation rapide, elle a été confrontée à un manque de reconnaissance et de soutien, l'employeur et la CNESST estimant initialement que l'événement relevait de la sphère privée.

Après un long combat judiciaire, le Tribunal administratif du travail lui a donné raison, reconnaissant le lien avec le travail et le manquement de l'employeur à son obligation de prévention. Cette décision a fait jurisprudence.

Depuis, elle vit avec des séquelles importantes et reste en invalidité. Son parcours illustre les obstacles systémiques auxquels font face les victimes qui dénoncent, ainsi que la nécessité d'assurer des milieux de travail réellement sécuritaires.

- une **employée française ayant travaillé au Québec entre janvier 2021 et janvier 2026 puis rentrée en France**, a témoigné d'**agressions sexuelles** subies et a dénoncé **une impunité totale de la part du « boys' club » du secteur**, justifiée et auto-entretenu sous le prétexte de la passion et du rayonnement du savoir-faire créatif des studios.

Elle a également dénoncé des **pratiques récurrentes dans le secteur** : très peu voire absence totale de femmes dans les équipes dirigeantes et au sein de la direction créative des projets, absence d'évolution professionnelle, plafond de verre, effacement insidieux des limites entre professionnel et privé, hiérarchie très ferme et inéluctable sur fond de « grande famille », micro-management et harcèlement par des hommes en position de pouvoir absolu, mythe de l'« auteur » facilitant l'existence de tyrans créatifs.

« Au cours de ma carrière, en France et au Québec, j'ai été témoin d'innombrables injustices, commises ouvertement ou insidieusement, touchant les femmes et minorités de genre. J'ai entendu des propos dégradants ou discriminatoires, souvent dissimulés sur le ton de l'humour et de la camaraderie d'entreprise. J'ai bénéficié du "whisper network", cette liste informelle de personnes, de studios et d'équipes non sécuritaires à éviter en tant que femme travaillant dans le milieu. (...) J'ai vu des femmes détruites physiquement et mentalement après avoir subi la condescendance, voire la violence physique ou psychologique, de leurs collègues et supérieurs masculins. J'ai vu un nombre incalculable de femmes talentueuses quitter le secteur suite aux doubles standards, aux injustices et aux "purges" d'un milieu ultra violent envers ses travailleuses les plus vulnérables ».

Source : témoignages recueillis par la délégation aux droits des femmes ; GWUM

En France également, les rapporteurs ont été alertés par certaines des personnes auditionnées sur la persistance de situations de VHSS dans l'industrie du jeu vidéo.

Ainsi, le Syndicat des travailleuses du jeu vidéo (STJV), auditionné par les rapporteurs¹, a indiqué dans sa contribution écrite, avoir assisté environ **930 affaires** dans le cadre de sa commission « Soutien et accompagnement juridique » depuis la création du syndicat en 2017. En outre, le syndicat précise que **« sur ces affaires, plus d'une trentaine traitaient de manière explicite de VHSS. Or, nous savons que moins de 10 % des affaires donnent lieu à des plaintes dès qu'il s'agit de VHSS, les victimes ayant souvent peur d'y recourir car les procédures sont longues (18-24 mois pour une première instance aux prud'hommes), que les risques de représailles ou de procédures bâillon sont élevés ou encore que les tribunaux classent beaucoup de ces plaintes sans suite. Nous en déduisons donc que les VHSS sont plus que communes dans l'industrie du jeu vidéo ».**

Le syndicat en conclut dès lors que **« pour chaque chose horrible qui finit par sortir, dix autres restent enfouies à jamais par peur des représailles, de perdre son emploi, son domicile, ses papiers. La vie des victimes qui en témoignent devient un enfer, il est visiblement plus grave de dire les choses que de les faire. »**

¹ Audition du 8 avril 2026.

II. UNE FÉMINISATION SPECTACULAIRE DES PUBLICS MAIS DES IMAGINAIRES ENCORE MARQUÉS PAR DES BIAIS SEXISTES

Les jeux vidéo occupent aujourd’hui une place centrale dans notre paysage culturel. Comme l’a rappelé¹ Hager Jemel, professeure de management et directrice de la Chaire diversité et inclusion de l’EDHEC Business School, devant la délégation, « *les jeux vidéo sont considérés comme le dixième art, un produit culturel très important dont l’audience dépasse aujourd’hui celle du cinéma, de la télévision et de la musique. Leur effet sur la société, sur l’imaginaire commun et sur la manière dont on façonne au quotidien l’image des femmes et des hommes est donc très significatif.* »

Si les femmes représentent désormais près de la moitié des joueurs et si leur présence s’affirme dans l’ensemble des pratiques vidéoludiques, les imaginaires associés au jeu vidéo continuent encore largement de les exclure ou de les cantonner à certains stéréotypes.

Pourtant, **la féminisation spectaculaire et durable des pratiques du jeu vidéo constitue l’une des transformations majeures de son histoire.**

Les femmes jouent désormais autant que les hommes, investissent des genres de jeux de plus en plus diversifiés et participent à toutes les formes de pratique, y compris les plus intensives.

Comme l’a souligné² le directeur général de l’Agence française du jeu vidéo (AFJV) devant la délégation :

“

L’enjeu n’est plus de savoir si les femmes ont leur place dans le jeu vidéo.

Emmanuel Forsans, directeur général de l’Agence française du jeu vidéo (AFJV)

Pour autant, les personnages féminins, les récits et, plus largement, **les imaginaires vidéoludiques** restent encore marqués par un héritage historique façonné à une époque où le jeu vidéo s’adressait principalement à un public masculin. **Si des progrès réels ont été accomplis, de nombreux stéréotypes persistent encore.**

Ce décalage entre la réalité des pratiques et les représentations constitue l’un des principaux paradoxes du jeu vidéo contemporain et éclaire une partie des difficultés auxquelles les femmes demeurent confrontées dans cet univers.

¹ Audition du 18 décembre 2025.

² Audition du 4 février 2026.

A. LA BASCULE DES PUBLICS DU JEU VIDÉO : UNE FÉMINISATION SPECTACULAIRE ET DURABLE DES PRATIQUES DU JEU VIDÉO

1. Une conquête massive du jeu vidéo par les femmes, qui consacre la fin d'un loisir historiquement masculin

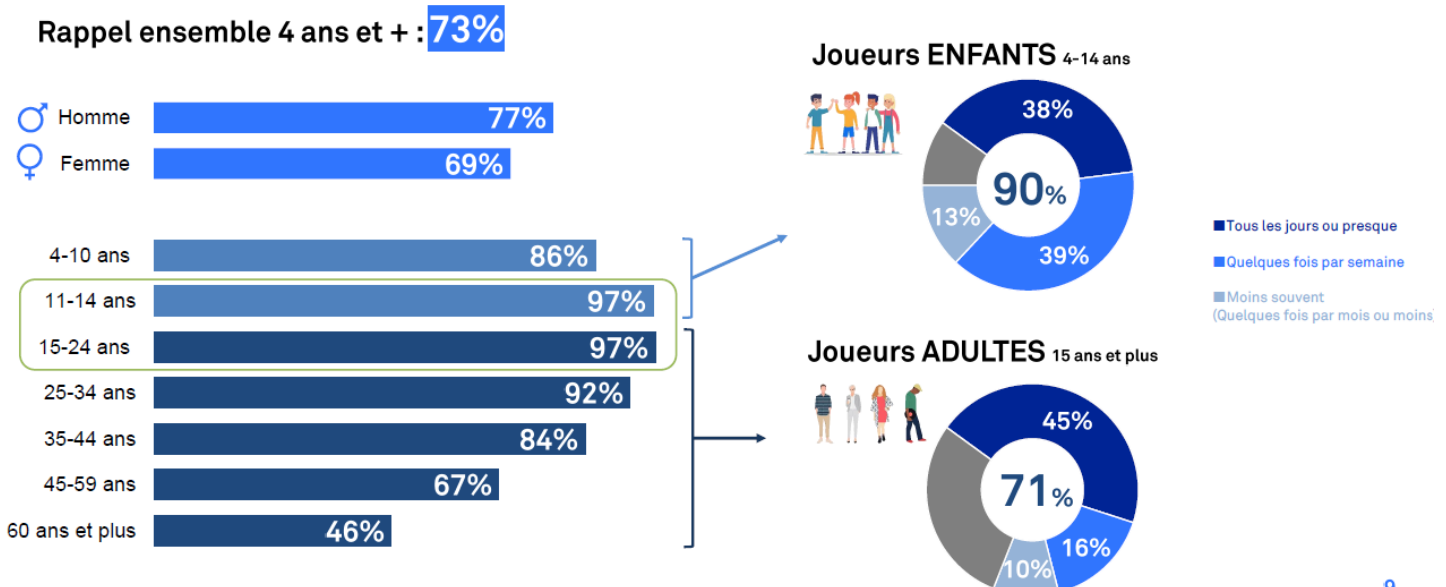
a) Une progression spectaculaire en vingt ans, jusqu'à une quasi-parité désormais installée

En premier lieu, il est essentiel de souligner que le jeu vidéo est devenu une **pratique culturelle quasi universelle**.

Avant même d'aborder la question de la féminisation des publics, rappelons que le jeu vidéo est devenu une **pratique culturelle de masse, largement entrée dans les habitudes de la population**.

Les données du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) illustrent cette **popularisation** : 73 % des Français âgés de quatre ans et plus, déclarent jouer aux jeux vidéo, à des degrés de fréquence variables. **Le jeu vidéo est ainsi devenu l'un des loisirs culturels les plus largement partagés**, très éloigné de l'image d'un loisir de niche réservé à une minorité de passionnés.

Une pratique du jeu vidéo quasi universelle

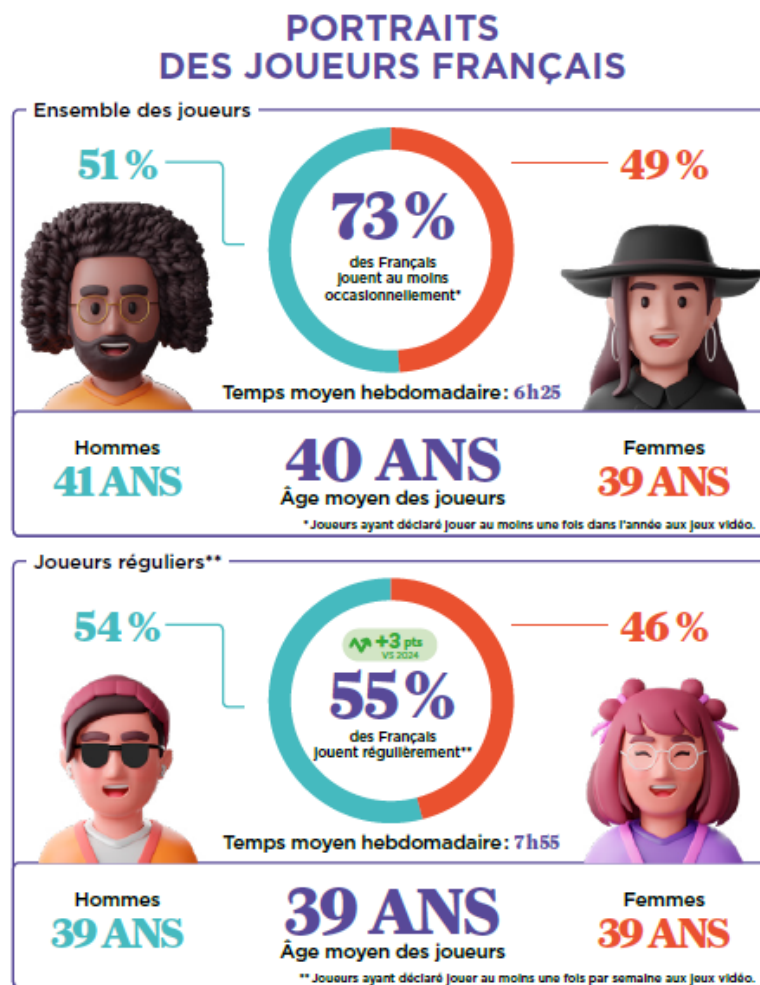


Source : CNC, les publics du jeu vidéo en France (2025)

Comme l'a souligné¹ Nicolas Vignolles, délégué général du Sell, les Français jouent aux jeux vidéo : « *Le Sell publie chaque année une étude sociodémographique intitulée Les Français et le jeu vidéo qui dresse la photographie de la manière dont on joue aux jeux vidéo, en s'appuyant sur un échantillon de 4 000 internautes âgés de 10 ans à 90 ans. Elle révèle, cette année, que 40 millions de Français jouent aux jeux vidéo, chiffre qui doit être nuancé par la fréquence de jeu : en effet, 30 millions de Français jouent au moins une fois par semaine, ce qui constitue une pratique régulière.* »

Les profils de joueurs sont désormais extrêmement diversifiés et le joueur « type » n'existe plus : **la féminisation du jeu vidéo s'inscrit donc dans une diversification beaucoup plus large des publics.**

Néanmoins, **l'une des évolutions les plus marquantes concerne la part des femmes parmi les joueurs.** Les données pour 2025 font état de 40,2 millions de joueurs, dont 51 % d'hommes et 49 % de femmes. La pratique du jeu vidéo est ainsi devenue quasiment paritaire.



Source : L'Essentiel du jeu vidéo (septembre 2025), SELL

¹ Audition du 13 novembre 2025.

Au début des années 2000, les femmes ne représentaient qu'environ 10 % des joueurs. Vingt-cinq ans plus tard, cette situation s'est profondément transformée.

Cette évolution marque une rupture historique. Alors que le jeu vidéo était longtemps apparu comme un loisir essentiellement masculin, il constitue désormais une pratique culturelle largement partagée entre les femmes et les hommes. La féminisation des publics ne constitue donc pas un phénomène marginal ou récent : elle représente l'une des transformations majeures de l'histoire contemporaine du jeu vidéo.

b) Une féminisation particulièrement marquée chez les jeunes générations, signe d'une transformation durable

Cette dynamique apparaît encore plus fortement chez les jeunes générations. Les données du SELL montrent que la progression du nombre de joueuses se poursuit : **69 % des femmes déclarent désormais jouer aux jeux vidéo, soit 800 000 joueuses supplémentaires en un an.**

Surtout, les équilibres générationnels se sont inversés. Comme l'a expliqué Nicolas Vignolles devant la délégation : « *Les joueurs sont à 51 % des hommes et à 49 % des femmes, de sorte que nous sommes quasiment à la parité dans la pratique. Enfin, dans la génération Z, les 16-30 ans, pour la première fois depuis vingt-cinq ans, la proportion de filles est de 55 % contre 45 % pour les garçons.* »

“

Ce chiffre de 55 % [de femmes] est une formidable lueur d'espoir pour notre industrie.

Nicolas Vignolles, délégué général du SELL

Ce renversement générationnel montre que la féminisation du jeu vidéo relève d'une transformation durable des pratiques culturelles. Les jeunes femmes ont grandi dans un environnement où le jeu vidéo occupe une place comparable aux autres formes de loisirs numériques et culturels.

Elles ne constituent plus un public émergent ou périphérique, mais une composante centrale des générations qui façonnent aujourd'hui l'avenir de cette industrie.

2. Une diversification réelle des pratiques féminines, qui déconstruit en partie les stéréotypes

a) Des joueuses présentes sur tous les supports et dans des pratiques diversifiées

Les données du CNC montrent que les femmes sont désormais présentes sur l'ensemble des supports de jeu, même si elles demeurent plus nombreuses parmi les joueuses utilisant exclusivement le smartphone comme support de jeu (71 % contre 29 %). Le développement du jeu mobile a incontestablement contribué à ouvrir le jeu vidéo à de nouveaux publics, plus féminins et plus âgés, sans pour autant enfermer les femmes dans ce seul mode de pratique.

Comme le précise le CNC dans ses réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs, « les jeux mobiles ont permis d'attirer un nouveau public, plus féminin mais aussi plus âgé, vers le jeu vidéo. Les « Mobile only », comme leur nom l'indique, ne jouent généralement que sur smartphone, à des jeux gratuits en grande majorité. »

Cette diversification ne se limite toutefois pas aux supports. Elle concerne également les genres de jeux pratiqués. Contrairement à une idée longtemps répandue, les femmes ne se concentrent plus sur quelques catégories, mais sont désormais présentes dans l'ensemble des grands genres vidéoludiques.

Ainsi que l'a souligné¹ Nicolas Vignolles, « contrairement à certaines idées reçues, le succès d'un jeu auprès des filles ne dépend pas de stéréotypes comme la couleur « rose ». Par exemple, *Zelda*, immense succès de notre industrie en 2024, attire davantage de jeunes filles que de jeunes garçons, bien qu'il n'ait pas été conçu pour un public féminin. Son univers inclusif et bienveillant permet à tous de s'y retrouver. D'ailleurs, ajoute-t-il :

“

Les éditeurs qui cherchent délibérément à cibler les filles échouent souvent.

Nicolas Vignolles, délégué général du SELL

La qualité de l'univers, de la narration ou du « gameplay »² apparaît aujourd'hui plus déterminante que le ciblage marketing.

Nicolas Vignolles précise notamment que « la présence des jeunes femmes dans les jeux d'aventure et de stratégie est en nette progression, alors que ce type de jeux est au centre de notre industrie et en assure le succès. Certains

¹ Audition plénière du 13 novembre 2025.

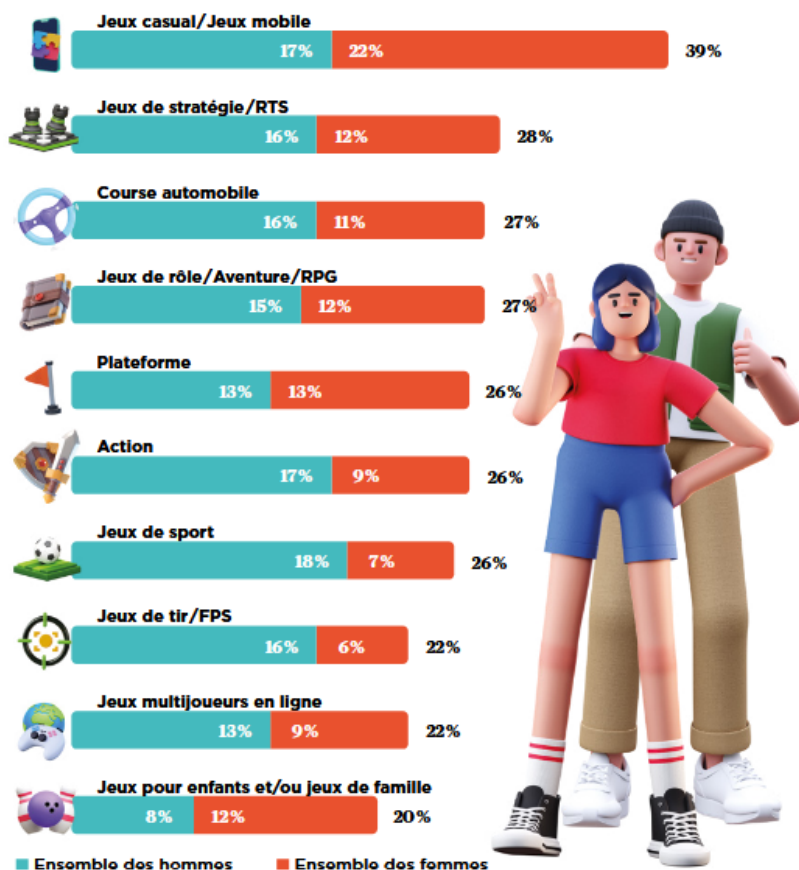
² Ensemble des possibilités d'action offertes à un joueur par un jeu vidéo ; par extension, qualité du jeu appréciée au regard de ces possibilités. Journal officiel du 22 juillet 2010

jeux centraux sont désormais complètement paritaires. La représentation des genres dans les jeux est un sujet très intéressant. Quand il s'agit dans un jeu de remettre en question la place de l'homme et de la femme, la qualité de la narration est essentielle »

Les réponses du CNC au questionnaire adressé par la délégation confirment toutefois que certaines préférences demeurent : « les femmes vont aussi avoir une plus grande appétence pour certains types de jeu, comme les jeux de danse ou de simulation de vie (Animal Crossing, les SIMS) par exemple, tandis que les hommes vont préférer les FPS (first personal shooter) ou les jeux de sport comme FIFA. »

En résumé, comme le montre le graphique ci-dessous, certains genres restent fortement masculinisés, notamment les jeux de sport et certains jeux compétitifs en ligne tandis que les jeux mobiles concernent davantage les femmes.

Préférences selon le genre et le type de jeux



Source : L'Essentiel du jeu vidéo 2025 (SELL)

Ces différences ne remettent toutefois pas en cause le principal enseignement des travaux menés par les rapporteurs, à savoir que les femmes jouent désormais sur l'ensemble des supports et investissent tous les grands genres vidéoludiques.

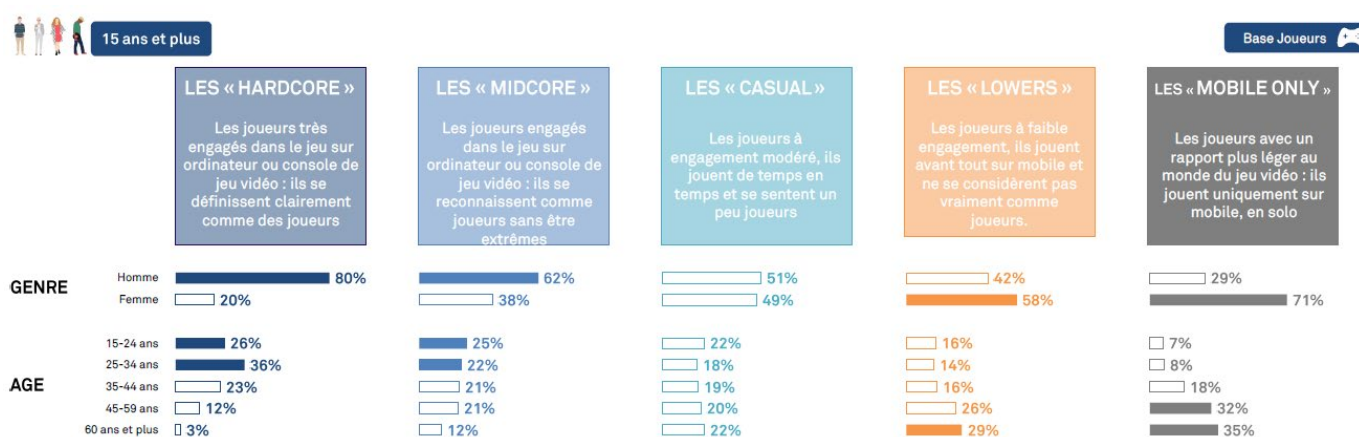
L'idée selon laquelle certains types de jeux seraient, par nature, masculins ou féminins ne correspond plus à la réalité des pratiques.

b) La progression vers la parité ne signifie pas une homogénéisation complète des usages

La progression des joueuses ne signifie pas pour autant que les pratiques soient devenues parfaitement identiques entre les femmes et les hommes.

Les femmes représentent ainsi 20 % des profils dits « *hardcore* » et 38 % des profils « *midcore* ». À l'inverse, elles sont majoritaires parmi les profils « *mobile only* ». Comme le souligne le CNC, « *les jeux mobiles ont permis d'attirer un nouveau public, plus féminin mais aussi plus âgé, vers le jeu vidéo* ».

Segmentation selon l'intensité de jeu déclarée par les joueuses et joueurs



Source : CNC, les publics du jeu vidéo en France

Ces écarts ne sauraient toutefois masquer une évolution plus profonde. **Les joueuses sont désormais présentes dans l'ensemble des catégories de pratique identifiées par le CNC, y compris parmi les catégories les plus engagées. L'image d'un univers vidéoludique réservé aux hommes, y compris sur les segments les plus intensifs, ne correspond donc plus à la réalité des usages.**

Ces résultats invitent donc à dépasser une lecture binaire opposant des hommes « *gamers* » à des femmes « joueuses occasionnelles ». Les joueuses sont présentes dans l'ensemble des segments du marché, même si leur poids relatif décroît à mesure que l'on se rapproche des formes les plus intensives et les plus fortement associées à l'identité de « *gamer* ».

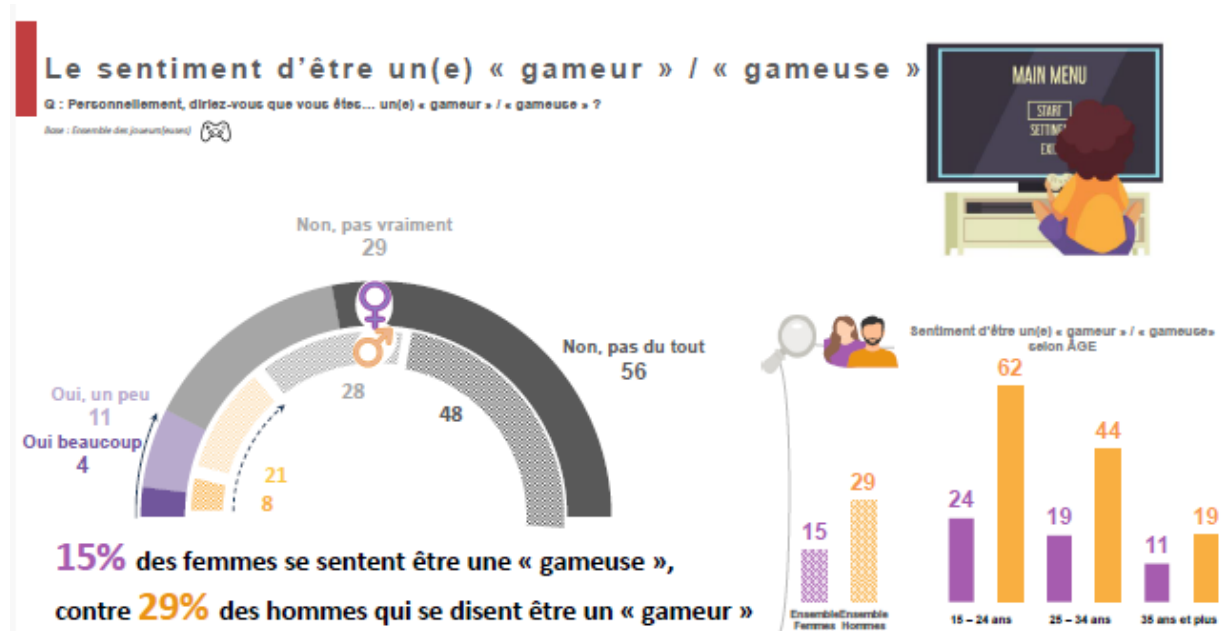
Pour autant, cette évolution des pratiques ne suffit pas à expliquer les écarts qui persistent dans le rapport des femmes au jeu vidéo. **Au-delà des usages eux-mêmes, les auditions conduites par la délégation montrent que se pose également la question de la légitimité à se revendiquer comme « *gamer* ».**

3. Les joueuses face au « gatekeeping » : une identité de « gamer » encore trop souvent masculine

Les développements précédents ont montré que les femmes représentent désormais près de la moitié des joueurs en France et qu'elles investissent l'ensemble des supports et des genres vidéoludiques. **Cette féminisation des pratiques ne s'est toutefois pas accompagnée d'une féminisation équivalente de la figure du « gamer ».**

L'association *Women in Games France* souligne¹ que le sentiment d'appartenance à la communauté des « gamers » constitue aujourd'hui une véritable identité sociale, « construite par des normes, des codes, des références, un vocabulaire, des sociabilités et des mécanismes d'inclusion et d'exclusion », bien davantage qu'un simple indicateur du temps consacré au jeu vidéo.

Les données disponibles illustrent ce décalage. Une enquête de l'Ifop de 2023, présentée² devant la délégation par Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel, montre que **29 % des hommes se définissent spontanément comme « gamers », contre 15 % seulement des femmes.**



Source : Ifop

Les résultats de l'étude internationale *Women Gamers 2024* réalisée par Bryter vont dans le même sens puisque les femmes représentent 46 % des joueurs répondant à la définition retenue du « gamer », mais 28 % d'entre elles déclarent ne pas se reconnaître dans cette appellation.

¹ Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs.

² Audition du 11 février 2026.

Ces éléments montrent que le principal enjeu n'est plus celui de la pratique mais celui de la reconnaissance symbolique. Les femmes jouent désormais autant que les hommes, mais continuent plus fréquemment à se sentir extérieures à une identité qui demeure largement masculine.

Cette construction sociale de la figure du « *gamer* » ne se limite pas à une question d'identité ou de vocabulaire. Elle éclaire également la manière dont le jeu vidéo s'est longtemps représenté lui-même et dont il a pensé son public.

Un phénomène qui s'explique notamment par l'existence de pratiques de *gatekeeping*, c'est-à-dire de **mécanismes d'exclusion symbolique qui visent à définir qui est légitime ou non à se revendiquer comme « *gamer* ».** Il ne s'agit pas d'empêcher les femmes de jouer, mais de contester plus facilement leur appartenance à la communauté des « vrais joueurs », en les renvoyant à des pratiques jugées moins légitimes ou moins représentatives de la culture vidéoludique.

Comme le soulignent Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel, dans leur ouvrage *Gaming. Sociologie du jeu vidéo* (2024), les catégories de « *hardcore gamer* », de « *casual* » ou encore de « vrai joueur » ne constituent pas de simples distinctions entre niveaux d'engagement.

Elles participent à la construction d'une norme implicite, historiquement associée à une pratique masculine du jeu vidéo : « *Dans les discours, ces agressions, ce traitement différencié sont rationalisés : pour ce faire, les joueurs invoquent une hiérarchie entre les "vrais joueurs" et les joueurs "du dimanche", entre hardcore et casual gamers ; mais également une culture du trash-talk qui toucherait tous les joueurs de manière indifférenciée. En réalité, ces distinctions entre joueurs sont construites aussi autour du genre, et participent à poser les bases sur lesquelles repose une partie du sexisme observé dans le milieu du jeu vidéo.* »

Les auditions conduites par la délégation rejoignent ce constat. Si les publics se sont profondément diversifiés, les imaginaires associés au jeu vidéo ont évolué plus lentement. La figure du joueur continue d'être spontanément associée à un homme jeune, passionné de jeux compétitifs sur PC ou console, alors même que cette représentation ne correspond plus à la réalité des pratiques.

Le sentiment de moindre légitimité exprimé par de nombreuses joueuses ne procède donc ni d'un manque d'intérêt pour le jeu vidéo, ni d'un moindre engagement dans cette pratique. Il résulte d'un environnement qui continue d'associer cette identité à des codes historiquement masculins.

Les rapporteurs tiennent toutefois à souligner que ces mécanismes ne sauraient conduire à assimiler l'ensemble des communautés de joueurs à des espaces hostiles.

Comme l'a rappelé¹ Marie-Lou Dulac, présidente de *Women in Games France*, « *notre but n'est pas de diaboliser les joueurs et joueuses de jeux vidéo, mais plutôt de montrer la porosité entre différents espaces - en l'occurrence, les communautés de joueurs et les sphères masculinistes* ».

Cette dimension communautaire constitue l'un des principaux facteurs explicatifs des expériences négatives rencontrées par certaines joueuses et des difficultés à trouver pleinement leur place dans les espaces de jeu en ligne.

Les manifestations les plus concrètes de cette culture d'exclusion (comportements sexistes, stratégies d'évitement, limites de la modération et porosité avec certains discours masculinistes...) seront examinées dans la deuxième partie du présent rapport.

B. DES REPRÉSENTATIONS EN ÉVOLUTION MAIS ENCORE MARQUÉES PAR DES BIAIS SEXISTES

1. Des stéréotypes de genre profondément ancrés dans l'histoire vidéoludique

a) Une industrie historiquement construite autour d'un imaginaire masculin

Les représentations féminines dans le jeu vidéo ne peuvent être comprises sans **revenir à l'histoire même de cette industrie.**

Comme l'a expliqué² Emmanuel Forsans lors de son audition devant les rapporteurs, **le jeu vidéo s'est développé à partir des années 1980 dans le sillage de la micro-informatique**, un univers alors très largement masculin.

Les premiers jeux étaient conçus par de jeunes hommes passionnés de technologie et s'adressaient principalement à un public lui-même composé de garçons et de jeunes hommes.

Selon lui,

“

Un monde majoritairement masculin a conçu, à l'origine, des divertissements destinés à de jeunes garçons.

Emmanuel Forsans, directeur général de
l'Agence française du jeu vidéo (AFJV)

¹ Audition du 15 janvier 2026.

² Audition du 4 février 2026.

Cette réalité tient également aux conditions de production de l'époque. Dans les années 1980, les métiers de *game designer* ou de scénariste n'existent pratiquement pas encore. **La création repose essentiellement sur la programmation et la maîtrise technique des machines** : « *Programmer un jeu revenait presque à dialoguer directement avec le microprocesseur.* »

Or, les femmes demeurent très minoritaires dans cet environnement, où elles sont parfois perçues à travers des **stéréotypes les présentant comme moins légitimes ou moins aptes à l'expérimentation technique.**

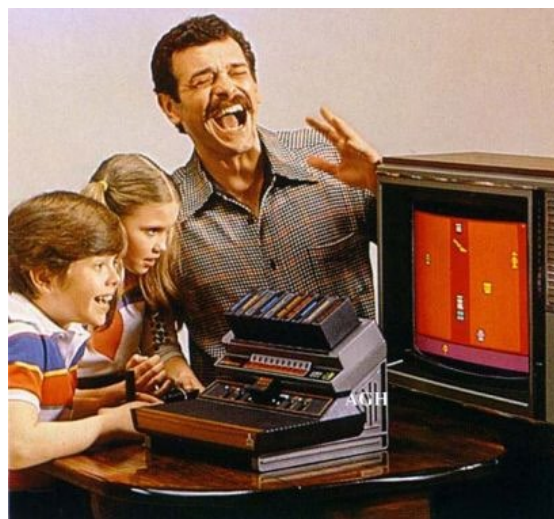
Un contexte qu'Emmanuel Forsans qualifie d'« **ADN culturel** » du jeu vidéo : **une industrie pensée par des hommes, pour des hommes.** Il ajoute que « *cet héritage permet sans doute de comprendre pourquoi, dans les années 1990 et 2000, les femmes ont souvent été représentées de manière caricaturale, voire sexualisée, dans certaines productions.* »

Cette culture industrielle va progressivement se traduire dans la manière dont le jeu vidéo est commercialisé et **la publicité constitue à cet égard une excellente illustration de la construction d'un univers du jeu vidéo genré.**

Si le jeu vidéo est aujourd'hui souvent perçu comme un loisir historiquement masculin, **cette situation ne s'est pas imposée d'emblée et les premières campagnes publicitaires de l'époque permettent de comprendre cette évolution.**

Comme l'a expliqué¹ Olivier Mauco, président de *Game in Society* et de l'Observatoire européen des jeux vidéo, devant la délégation, les campagnes publicitaires des années 1970 présentaient au contraire les consoles comme des objets de divertissement familial, destinés à être utilisés collectivement au sein du foyer.

Publicité pour la console Atari (fin des années 1970)



Source : Game Her

¹ Audition du 12 mai 2026.

Cette représentation évolue toutefois rapidement. À travers l'exemple des publicités Atari, Olivier Mauco observe un basculement progressif entre la fin des années 1970 et le début des années 1980 : là où les premières campagnes mettent en scène une pratique familiale, les suivantes valorisent davantage une pratique individuelle centrée sur la figure du jeune garçon, présenté comme détenteur du savoir vidéoludique. Selon lui, cette mise en scène de la pratique est fondamentale pour comprendre les stéréotypes qui persistent encore aujourd'hui.

Ce mouvement s'accroît après la crise du jeu vidéo de 1983. Afin de reconquérir un marché fragilisé, l'industrie développe progressivement comme cœur de cible la figure de l'adolescent blanc de classe moyenne américaine, modèle ensuite décliné dans de nombreux pays.

Avec la sortie de la NES en 1985 le marché du jeu vidéo va sortir de la crise. Mais, comme l'explique un article¹ de *GameHer* intitulé « Le problème du Gender Marketing dans le jeu-vidéo », « ce retour en force implique une nouvelle politique de commercialisation : hors de question pour Nintendo de commettre les mêmes erreurs que leurs prédécesseurs ! »

Publicité pour la NES (Nintendo) - 1988



Source : JVFrance

Ainsi que le résume Olivier Mauco, cette vision du « gaming pour gamins » s'impose durablement alors même qu'elle ne correspond déjà plus à la réalité des pratiques.

Elle ne traduit pas l'évolution démographique qui se caractérise par un vieillissement progressif de l'âge moyen ni la féminisation réelle de la pratique.

¹ <https://www.gameher.fr/blog/le-probleme-du-gender-marketing-dans-le-jeu-vidéo>.

Il résume ainsi cette idée :

“

Nous observons ainsi un étonnant décrochage entre la mise en forme de ces publics dans les imaginaires publicitaires associés et la réalité des pratiques.

Olivier Mauco, président de *Game in Society* et de l'Observatoire européen des jeux vidéo

À partir des années 1990, cette tendance se renforce sous l'effet des stratégies marketing des grands acteurs du secteur. Les campagnes publicitaires, les univers proposés et les personnages mis en avant contribuent à installer durablement **l'idée selon laquelle le jeu vidéo constituerait avant tout un loisir masculin.**

Le cas de Sega est aussi intéressant. Un article¹ du journal *Le Monde* de 2015 explique comment le constructeur japonais a orienté sa communication vers les adolescents, et dans sa course visant à ringardiser Nintendo, dont la communication restait très mesurée, n'a pas hésité à mettre en scène des athlètes féminines sous des angles provocateurs et « sexualisés ».

Les figures de joueuses demeurent largement absentes des campagnes publicitaires alors que ce ciblage marketing ne correspond cependant déjà plus à la réalité des pratiques.

La « Game Boy » constitue à cet égard un exemple particulièrement révélateur. Alors même que son nom - après tout pourquoi ne s'appelle-t-elle pas *Game Girl* ? -, son marketing et son univers publicitaire l'inscrivent au départ dans un imaginaire masculin, cette console devient pour de nombreuses jeunes filles une porte d'entrée vers le jeu vidéo. Selon les chiffres alors communiqués par Nintendo, près d'un utilisateur sur deux est une utilisatrice. **Cette réalité contraste avec les représentations publicitaires dominantes et préfigure la féminisation progressive des publics observée au cours des décennies suivantes².**

¹ <https://www.gameher.fr/blog/le-probleme-du-gender-marketing-dans-le-jeu-video>.

² *La GameBoy a 33 ans, mais au fait pourquoi ne l'a-t-on pas appelée « GameGirl » ?* Les Echos (2022).

Publicité pour la Game Boy Advance (Nintendo)



Source : VivelaPub

L'audition¹ de Clémence Duneau, journaliste et autrice spécialisée en culture web, jeux vidéo et e-sport, illustre ce paradoxe. Elle explique ainsi : « À 7 ans, ma patience a été récompensée, j'ai eu ma première console : une Game Boy. N'étant pas bilingue, je n'avais pas remarqué le nom. Jusque-là, rien ne m'avait indiqué que le jeu vidéo pouvait ne pas être pour moi. Évoquant son père elle ajoute : « j'adorais lui montrer les derniers Pokémon que j'avais attrapés ; c'était un lien très fort entre nous. »

Cette question de la représentation s'étend bien sûr au-delà des publicités et du marketing. Elle influence également l'organisation de l'espace familial et la perception de la légitimité à jouer.

Olivier Mauco souligne ainsi que **l'accès même aux consoles a longtemps constitué un enjeu implicite** : dans les représentations dominantes, **le garçon apparaît comme le propriétaire légitime de la console** et comme celui qui maîtrise les codes du jeu vidéo. Les sœurs jouent souvent elles aussi, mais plus fréquemment comme invitées que comme propriétaires légitimes de l'objet.

Les personnes auditionnées ont souligné les conséquences durables de cet héritage. Comme l'a résumé Marie-Lou Dulac, présidente de *Women in Games France*, « le jeu vidéo était marketé comme un loisir pour enfants ; les publicités des années 1980-1990 montraient de petits garçons jouant aux jeux vidéo avec leur père. Cette représentation a nourri un biais durable ».

¹ Audition du 26 mars 2026

Ce ciblage marketing a contribué à créer une forme de cercle vicieux : des jeux pensés pour un public masculin ont produit des représentations masculines qui ont elles-mêmes renforcé l'idée que le jeu vidéo était un univers de garçons.

Cette perception continue aujourd'hui de marquer l'expérience de nombreuses joueuses. Comme l'a relevé¹ Clémence Duneau, journaliste et autrice spécialisée en culture web, jeux vidéo et e-sport, devant la délégation :

“

Le problème, c'est de nous avoir fait croire que nous n'y avons pas notre place, que c'était un monde de garçons.

Clémence Duneau, journaliste et autrice spécialisée en culture web,
jeux vidéo et e-sport

Les rapporteurs observent ainsi que cet héritage historique a durablement influencé non seulement la composition des publics, mais encore plus la construction de figures féminines stéréotypées dans les jeux eux-mêmes.

b) De la demoiselle en détresse à l'héroïne sexualisée : la construction de figures féminines stéréotypées

Le détour par l'histoire de l'industrie vidéoludique a permis de rappeler le contexte qui a conduit à ce que les personnages féminins aient longtemps occupé une place marginale dans les jeux. Mais, **le jeu vidéo hérite aussi de représentations déjà présentes dans l'ensemble de la culture populaire** avant de développer certaines spécificités propres.

À cet égard, **les premiers jeux vidéo prolongent des représentations largement répandues dans les productions culturelles de leur époque.** Comme au cinéma, les femmes sont souvent représentées comme des personnages à protéger, à secourir ou à conquérir, tandis que l'action et l'aventure demeurent principalement l'apanage des héros masculins.

Dès lors, comme le souligne² Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*, **l'histoire des représentations féminines dans le jeu vidéo peut être schématiquement décrite comme une succession de quatre périodes : l'ère de l'absence, l'ère de la femme-objet, l'ère de l'hypersexualisation et enfin celle des héroïnes affirmées.**

Cette grille de lecture met en évidence une tendance générale à la **diversification des personnages féminins au fil des décennies.**

¹ Audition du 5 février 2026.

² *Le féminisme et le jeu vidéo une histoire de changement et d'inclusion. Matrimoine Féministe.* 27 février 2024.

Elle invite également à penser ces évolutions comme un **processus progressif et parfois contradictoire**, les auditions conduites par la délégation montrant que **cette transformation demeure incomplète** et n'obéit pas à une progression strictement linéaire.

(1) Des archétypes féminins hérités des récits traditionnels aux premières héroïnes : une évolution progressive des représentations

L'une des manifestations les plus emblématiques de cet héritage est la figure de la « demoiselle en détresse ».

La princesse Peach dans *Super Mario Bros.* (1985), régulièrement capturée et sauvée par Mario, en constitue sans doute l'exemple le plus emblématique. Ce schéma n'est pas anecdotique : il traduit une conception du personnage féminin comme figure secondaire, définie moins par son action propre que par sa relation au protagoniste masculin.

Le personnage de la princesse Peach, figure de la « demoiselle en détresse »



Source : captures d'écran © Nintendo

Auditionnée¹ par la délégation, Fanny Lignon, maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1, remarque d'ailleurs avec amusement que *« la cage dans laquelle est enfermée Peach ne dispose pas de barreaux à l'avant. »*

“ Peach pourrait donc très bien se sauver toute seule. Il en est ainsi depuis toujours : elle peut s'échapper, mais elle ne bouge pas, elle attend que l'on vienne la chercher. C'est le stéréotype de la demoiselle en détresse, qui perdure encore un peu.

Fanny Lignon, maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1

¹ Audition du 18 décembre 2025.

Si cette figure a durablement marqué les imaginaires vidéoludiques, elle ne résume pas à elle seule les représentations féminines des débuts du jeu vidéo.

Dès 1986, *Metroid* introduit le personnage de Samus Aran dont la révélation finale constitue une étape importante dans l'histoire des représentations féminines dans le jeu vidéo. Le joueur incarne une chasseuse de primes solitaire chargée de sauver l'humanité d'une menace extraterrestre, mais rien ne laisse supposer qu'il s'agit d'une femme car Samus apparaît dissimulée sous une imposante armure dont la silhouette est volontairement neutre. Ce n'est qu'à la fin de l'aventure que le joueur découvre que le personnage qu'il incarnait depuis le début est une femme.

À la fin de *Métroid*, le joueur découvre le genre de Samus



Source : captures d'écran © Nintendo

La portée de cette révélation demeure donc marquée par une certaine ambiguïté.

Le jeu a marqué de nombreuses joueuses. Vanessa Chicout, vice-présidente d'Afrogameuses, a ainsi expliqué lors de son audition¹ que *Metroid* avait constitué un véritable « *game changer* » car pour la première fois les joueuses pouvaient incarner un personnage féminin revêtu d'une armure au cœur d'une histoire riche et nuancée.

Une lecture positive qui n'empêche pas d'en souligner les limites. Comme l'a relevé Justine Boulanger lors de son audition, « *Metroid ne compte pas, puisque le protagoniste jouable, Samus Aran, porte une armure dont la morphologie est de type masculin. Ce n'est qu'à la fin du jeu que la révélation intervient : c'est une femme.* » Justine Boulanger en conclut alors :

¹ Audition du 6 mai 2026

“

Certes, il s'agit de l'un des premiers personnages jouables féminins, à ceci près que c'était une surprise. Le biais est donc persistant.

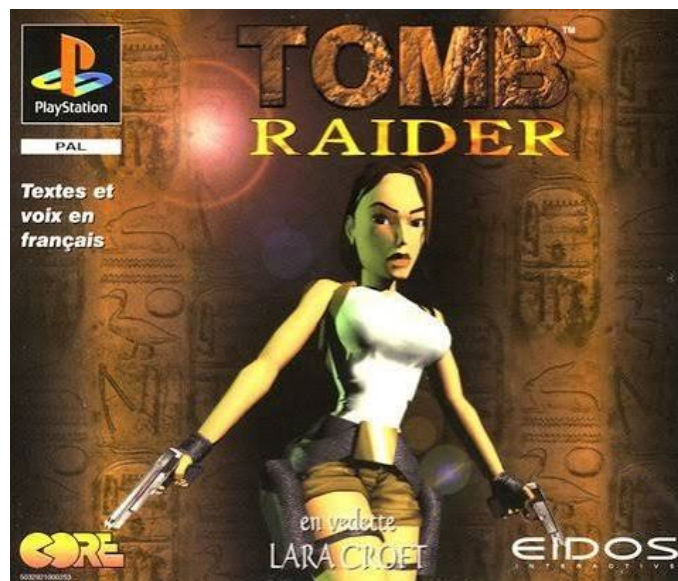
Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*

L'exemple de **la princesse Zelda** illustre également les ambiguïtés de cette évolution. Apparue dès 1986 dans la série *The Legend of Zelda*, elle donne son nom à l'une des franchises les plus célèbres de l'histoire du jeu vidéo.

Pourtant, pendant près de quarante ans, **le joueur incarne presque exclusivement Link, tandis que Zelda demeure le plus souvent un personnage à secourir, une guide pour la quête ou un soutien du héros** plutôt qu'une protagoniste à part entière. Si son rôle s'étoffe progressivement au fil des épisodes et qu'elle apparaît parfois comme un personnage déterminant pour l'intrigue, **il faut attendre 2024 et la sortie de *The Legend of Zelda: Echoes of Wisdom* pour que la princesse Zelda devienne pour la première fois l'héroïne principale d'un épisode de la série.**

L'arrivée de **Lara Croft dans *Tomb Raider* en 1996 constitue une rupture majeure dans l'histoire des représentations féminines.** Pour la première fois, une femme n'est plus seulement l'objet de la quête mais le moteur de l'action. Aventurière, archéologue et combattante, Lara Croft s'impose comme l'une des premières héroïnes mondiales du jeu vidéo.

Jaquette du jeu *Tomb Raider* (1996)



Source : Eidos Interactive

Lara Croft marque l'émergence d'une nouvelle figure : celle d'une héroïne pleinement actrice du récit, dont la puissance et l'autonomie demeurent néanmoins étroitement associées à des normes esthétiques fortement sexualisée. **Cette tension entre agentivité et sexualisation** constitue encore aujourd'hui l'un des principaux enjeux des débats sur les représentations féminines dans le jeu vidéo.

Cette évolution demeure toutefois ambiguë. Si le personnage conquiert une autonomie inédite, son apparence repose sur des canons physiques fortement sexualisés qui nourriront de nombreux débats et continueront au travers des différents opus d'alimenter une vision stéréotypée ciblant un public masculin.

Cette ambiguïté se retrouve aussi dans la **différence entre le jeu lui-même dont l'héroïne est hypersexualisée mais qui ne sert pas de moteur à la narration et le marketing qui joue fortement de cette image.**

Jaquette du jeu et publicité de Tomb Raider III (1998)



Source : Eidos Interactive

Comme l'a précisé¹ Justine Boulanger, « *mis à part Samus, il y a eu Lara Croft, avec sa poitrine disproportionnée. Je tiens à préciser que, contrairement à l'idée reçue, ce n'était pas une erreur de code, cette dernière ayant été confirmée comme étant une plaisanterie par le créateur de Lara. L'hypersexualisation de cette dernière, dès 1996, était donc bien voulue. Ce n'était donc pas idéal pour moi en termes d'identification* ».

Cette tension entre émancipation et sexualisation explique la place singulière qu'occupe Lara Croft dans l'histoire du jeu vidéo. Comme l'ont souligné plusieurs travaux universitaires, le personnage apparaît à la fois comme une figure d'émancipation féminine et comme une incarnation du regard masculin porté sur les personnages féminins.

¹ Audition du 15 janvier 2026.

Alexis Blanchet, maître de conférences de cinéma et audiovisuel à l'Université Sorbonne Nouvelle, conclut ainsi son article¹ « *Mais qui êtes-vous, Madame Croft ? Analyse d'une icône vidéoludique genrée à l'existence plurimédiatique* » (2024) : « *femme d'action, objet fantasmatique hétéronormé, incarnation d'un féminisme de combat, créature conçue sous la domination du patriarcat... Chacun.e peut trouver chez Lara Croft la représentation qui correspond à ses convictions, chacun.e peut faire de Lara Croft le support de son discours sur les genres et les représentations du féminin/masculin dans les jeux vidéo.* »

À côté du personnage de Lara Croft, au cours des années 1990, plusieurs personnages féminins gagnent en visibilité, à l'image de Chun-Li dans *Street Fighter II*, souvent présentée comme l'une des premières combattantes emblématiques du jeu vidéo. Cette présence accrue ne s'accompagne toutefois rarement d'une remise en cause des canons esthétiques et des stéréotypes de genre.

Les figures de Peach, Samus Aran, Chun-Li ou Lara Croft témoignent donc moins d'un effacement progressif des stéréotypes que de leur recomposition.

L'histoire des représentations féminines dans le jeu vidéo n'est donc pas celle d'une disparition progressive des stéréotypes de genre. Elle apparaît davantage comme le **passage d'une figure stéréotypée à une autre** : de la princesse à sauver à l'héroïne d'action, les personnages féminins gagnent en visibilité et en agentivité mais restent cantonnées aux normes de genre qui façonnent leur représentation.

La fin des années 2000 voit apparaître des héroïnes comme *Bayonetta* (2009), qui poussent encore plus loin cette **articulation entre puissance et hypersexualisation**. Personnage central du récit et dotée d'une forte autonomie, Bayonetta illustre la **difficulté à distinguer clairement émancipation féminine et reconduction des codes visuels hérités du regard masculin**.

Plusieurs travaux consacrés à Bayonetta ont ainsi montré que l'hypersexualisation d'un personnage n'épuisait pas à elle seule son analyse.

Dans l'ouvrage collectif *Genre et jeux vidéo*², Marion Coville souligne que l'héroïne met en scène une féminité volontairement excessive et théâtralisée. Dans son analyse, Bayonetta n'est pas présentée comme une simple héroïne hypersexualisée mais comme une « **représentation théâtralisée de la féminité** », poussant les codes féminins jusqu'à l'excès, voire jusqu'à une forme de parodie.

¹ Publié dans *Genre et jeux vidéo* (2024). Sous la direction de Fanny Lignon.

² *L'hypervisibilité de Bayonetta et la vue subjective de Portal et Mirror's Edge : politique des représentations de l'héroïne de jeux vidéo* (2015)

D'autres travaux invitent également à dépasser une lecture exclusivement fondée sur le « *male gaze* ». Amanda Phillips souligne ainsi que l'opposition entre « bonnes » et « mauvaises » représentations féminines est souvent plus complexe qu'il n'y paraît. Selon elle, Bayonetta peut être interprétée comme une forme de performance excessive de la féminité qui perturbe certains codes patriarcaux plutôt qu'elle ne les reproduit mécaniquement.

À ce titre, les débats contemporains portent moins sur la seule sexualisation des personnages que sur la fonction qu'elle occupe dans l'œuvre, leur pouvoir d'agir et la place qui leur est accordée dans la narration.

La comparaison entre Bayonetta (2009) et Stellar Blade (2024) est à cet égard éclairante.

L'exemple de Stellar Blade a ainsi suscité de nombreuses réactions en raison de la représentation de son héroïne Eve, conçue à partir du scan corporel d'un mannequin et filmée selon des cadrages que la chercheuse analyse comme une illustration du « *male gaze* » théorisé par Laura Mulvey : « Par exemple, dans Stellar Blade, l'héroïne a été créée à partir du scan corporel d'une mannequin sud-coréenne. Ses mensurations ne correspondent pas aux actions qu'elle doit accomplir et la combinaison moulante, ainsi que les angles de caméra, ont visiblement été pensés « pour satisfaire les pulsions voyeuristes des hommes (hétérosexuels) », **illustrant ainsi parfaitement le concept de « *male gaze* » de Laura Mulvey.** »

Les débats suscités par ce jeu témoignent toutefois d'une réalité plus complexe. Les travaux consacrés aux représentations féminines dans le jeu vidéo montrent que la sexualisation d'un personnage ne produit pas nécessairement les mêmes effets selon le rôle qui lui est accordé dans le récit.



Source : Platinum Game – Sega et Sony Interactive Entertainment

L'évolution des représentations féminines dans le jeu vidéo ne suit pas nécessairement une trajectoire linéaire et la comparaison entre Bayonetta (2009) et Stellar Blade (2024) illustre la complexité des débats contemporains sur l'hypersexualisation des héroïnes.

À première vue, les deux jeux présentent des similitudes évidentes. Bayonetta comme Eve, l'héroïne de Stellar Blade, sont représentées selon des codes esthétiques fortement sexualisés : silhouettes idéalisées - et irréaliste -, tenues ajustées, et recours fréquent à des cadrages voyeuristes.

Pourtant, ces deux héroïnes fortement sexualisées ont suscité des analyses différentes dans la littérature académique : là où Bayonetta est souvent étudiée sous l'angle de l'agentivité et de l'autonomie du personnage, Stellar Blade a davantage relancé les débats sur le « *male gaze* » et la place du regard masculin dans la conception des héroïnes.

2. Des évolutions réelles mais encore incomplètes

a) Des figures féminines plus nombreuses et des narrations plus inclusives

(1) Des héroïnes plus nombreuses et des récits plus diversifiés

Les développements précédents ont montré combien les représentations féminines dans le jeu vidéo ont longtemps été marquées par des stéréotypes persistants. **Les auditions conduites par la délégation ont toutefois mis en évidence des évolutions réelles au cours des dernières années.**

Comme l'a souligné Fanny Lignon, les jeux proposent désormais davantage de protagonistes féminins et offrent plus fréquemment aux joueurs la possibilité de choisir le genre de leur avatar. Cette évolution s'accompagne d'une transformation plus profonde des récits et des personnages mis en scène.

La chercheuse observe ainsi que « *depuis une dizaine d'années, les choses changent. Les jeux proposent davantage de protagonistes féminins et permettent de choisir le genre de son avatar. Des héroïnes apparaissent, comme **Ellie dans The Last of Us**, qui sont différentes de celles d'autrefois. C'est une orpheline qui doit survivre dans un monde infesté de zombies. Il y a aussi **Maxine Coffield dans Life is Strange**, un jeu réalisé par le studio français Don't Nod. C'est une étudiante en photographie qui découvre qu'elle a la capacité de remonter dans le temps sur de courtes périodes et qui va se servir de ce pouvoir pour enquêter sur la disparition d'une de ses camarades. On a ici deux corps de jeunes femmes réalistes, vêtues simplement : tee-shirt, jean, basket. Nous sommes en présence de deux héroïnes qui sont moins stéréotypées, qui sont plus riches aussi sur le plan de la psychologie.* »



Ellie
The Last of Us
2013

Maxine
Life is Strange
2015



Source : présentation de Fanny Lignon

Il y a d'autres exemples, poursuit Fanny Lignon : « Dans le jeu Horizon, Aloy est une aventurière, une combattante, une lanceuse d'alerte écologique, indépendante et stratège, dont l'objectif est de sauver l'humanité. »



Source : présentation de Fanny Lignon

Cette évolution ne se limite pas à quelques exemples isolés. Plusieurs personnes auditionnées ont souligné l'émergence de personnages féminins occupant désormais une place centrale dans des récits complexes et ambitieux.

Vanessa Kaplan, déléguée générale du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV), a ainsi souligné cette **évolution à travers plusieurs productions françaises** : « Pour illustrer mon propos, je citerai **trois jeux français** et tout d'abord *Plague Tale du studio bordelais Asobo*, qui est sorti il y a quelques années et dans lequel on incarne une adolescente, Amicia, qui est chargée de protéger son jeune frère. Dans un genre complètement différent, je mentionnerai *Dordogne, un jeu magnifique fait à l'aquarelle dans lequel on incarne une jeune femme qui revient sur les lieux de son enfance*, ou encore *Life is Strange de Don't Nod*, un jeu un peu plus ancien dans lequel on incarne une étudiante qui a le pouvoir de remonter dans le temps. Dans ces jeux, les héroïnes que l'on y incarne sont fortes et actives, et la narration est puissante. »

L'intérêt de ces exemples est de montrer que cette évolution ne concerne pas seulement quelques grandes productions internationales. Elle touche également des studios français, qui proposent désormais des héroïnes occupant des registres très variés.

Illustration issue du jeu vidéo *Dordogne* (peinture à l'aquarelle¹)



Source : Focus Entertainment / Umanimation

¹ Artiste et auteur du jeu « Dordogne » : Cédric Babouche

Les réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs de l'association *Women in Games France* confirment cette analyse. L'association observe que les protagonistes féminines sont désormais **davantage inscrites dans des registres variés** et cite notamment *Amicia (A Plague Tale)*, *Emily Kaldwin (Dishonored 2)*, *Jade (Beyond Good and Evil)*, les héroïnes de *Life is Strange* ou encore les personnages plus récents de *Banishers : Ghosts of New Eden* et *Tchia*.

Cette diversification des personnages s'inscrit dans une évolution plus large du jeu vidéo. À mesure que le jeu vidéo s'est affirmé comme une industrie culturelle majeure, les récits se sont complexifiés et accordent davantage de place à des personnages nuancés, dotés d'une véritable épaisseur psychologique.

Comme l'a exprimé Nicolas Vignolles, délégué général du SELL, « les concepteurs de jeux vidéo développent désormais des narrations plus complexes, où interviennent des héroïnes et pas seulement des héros, et où l'hypersexualisation des personnages, aussi bien masculins que féminins, est atténuée, voire disparaît ».

Fanny Lignon résume cette évolution en ces termes :

“

Les jeux d'aujourd'hui proposent globalement moins de femmes-objets, plus de femmes-sujets, au niveau des apparences, au niveau des rôles. La sexualisation prétexte de ces personnages recule.

Fanny Lignon, maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1

Ces évolutions ne doivent toutefois pas masquer la très grande diversité de l'offre vidéoludique. Comme le rappelle Nicolas Vignolles, délégué général du SELL : « il faut néanmoins prendre en compte la granularité qui caractérise l'offre de jeux. En 2024, environ 25 000 jeux vidéo sont sortis, parmi lesquels des blockbusters où figurent des personnages caricaturaux qui attirent l'attention sans pour autant effacer le reste de l'offre disponible. »

Les réponses *Women in Games France* apportées au questionnaire adressé par les rapporteurs montrent que **cette évolution se poursuit dans les productions les plus récentes.**

L'association cite notamment **Lucia Caminos**, première protagoniste féminine dans le sixième opus de la célèbre saga *Grand Theft Auto*, jusqu'alors réputée fortement misogyne, dont l'annonce a été largement saluée par la presse spécialisée.

Elle souligne également le succès du jeu français **Clair obscur : expédition 33**, développé par le studio **Sandfall Interactive**, salué par la critique internationale et qui a reçu neuf récompenses aux *Game Awards*, dont le prix du meilleur jeu de l'année 2025.



Source : Sandfall Interactive

Le jeu met en scène plusieurs personnages féminins jouables, au premier rang desquels Maëlle, dans un univers immersif valorisant une narration centrée sur l'héroïne.

Ces exemples illustrent la capacité des productions les plus récentes, françaises comme internationales, à proposer des héroïnes complexes occupant désormais une place centrale dans des récits ambitieux.

(2) Une industrie qui commence à prendre en compte la diversité de ses publics

Les évolutions observées dans les représentations féminines s'expliquent également par une **transformation progressive du regard porté sur les publics du jeu vidéo**. Les représentations ne sont plus seulement envisagées comme un élément secondaire de la création : certains acteurs du secteur revendiquent désormais explicitement leur responsabilité dans la construction des imaginaires.

Comme l'a souligné Cécile Russeil, « nous sommes convaincus que le jeu vidéo parle aux imaginaires et qu'il a un rôle à jouer dans le choix de représentation qu'il met en avant pour faire évoluer les mentalités ».

Cette prise de conscience accompagne également la féminisation massive des publics, qui conduit progressivement les studios à repenser leurs méthodes de conception. Les joueuses ne constituent plus un public périphérique ou de niche, mais une composante centrale du marché. Comme l'a rappelé Claire Bourgne, directrice du studio Ubisoft Paris, « la moitié des joueurs sont des joueuses ; pour certains jeux, elles sont même majoritaires ».

La féminisation des publics conduit ainsi certains studios à remettre en cause des réflexes hérités d'une époque où le joueur était spontanément pensé comme un homme. L'évolution ne passe donc plus seulement par l'ajout d'héroïnes, mais également par une réflexion plus globale sur le public auquel les jeux s'adressent.

Cette évolution se traduit également par la mise en place d'outils destinés à accompagner les équipes créatives. Vanessa Kaplan a ainsi présenté le « Guide du jeu vidéo à destination des équipes créatives. Il s'agit d'un outil dont le but n'est pas du tout de brider la créativité des studios, mais d'encourager la réflexion sur les imaginaires et le développement de référentiels pour l'ensemble des publics. Dans ce cadre, nous avons aussi organisé des ateliers de sensibilisation au sein des organismes de formation, à destination des étudiants et des étudiantes. »

Claire Bourgne a également illustré cette évolution à travers les pratiques d'Ubisoft. Elle souligne que « *nous ne faisons pas cela seulement parce que nous y croyons (...), mais aussi parce que cela apporte un équilibre dans les équipes et améliore la qualité de nos jeux* ». Elle rappelle également que « *certains de nos jeux ont une majorité de joueuses* » tout en soulignant que cette transformation suppose une véritable appropriation par les équipes : « *nous pouvons certes avoir la volonté de créer des héroïnes, mais si les équipes ne s'emparent pas de cette idée (...), l'objectif ne sera pas pérenne* ».

Enfin, l'enjeu n'est pas uniquement culturel ou symbolique. Il est également économique. Dans un contexte où les femmes représentent près de la moitié des joueurs et parfois la majorité du public de certains jeux, la capacité des studios à proposer des personnages, des récits et des univers dans lesquels elles peuvent se reconnaître constitue également un facteur d'innovation, de renouvellement créatif et de développement. La question des représentations apparaît ainsi indissociable de la capacité de l'industrie à comprendre son propre public et à accompagner les évolutions du marché.

Un exemple d'évolution des représentations : la saga *Assassin's creed*

L'analyse depuis le début de la franchise, de la place narrative des personnages féminins, montre **le passage progressif de personnages féminins secondaires vers des figures pleinement jouables, complexes et centrales.**

1. Les débuts de la saga (2007-2011) : des figures féminines présentes mais essentiellement de soutien

Dans les premiers épisodes de la franchise, les personnages féminins occupent une place visible mais secondaire. Leur fonction narrative consiste davantage à accompagner ou légitimer le protagoniste principal qu'à agir de manière autonome.

2. Une période de transition (2012-2014) : des personnages plus affirmés, mais encore périphériques

Une première inflexion apparaît au début des années 2010. *Assassin's Creed III: Liberation* introduit **Aveline de Grandpré**, première héroïne jouable de la franchise. D'autres personnages féminins gagnent en densité narrative, à l'image de Mary Read dans *Assassin's Creed IV: Black Flag*. Mais pour exister dans le récit, ce personnage historique doit se faire passer pour un homme. Cette période reste marquée la centralité masculine de la franchise.

3. Des avancées encore contraintes (2015-2017) : une centralité féminine partiellement assumée

Avec *Assassin's Creed Syndicate*, Ubisoft franchit une étape importante en introduisant Evie Frye comme coprotagoniste aux côtés de son frère Jacob. Evie apparaît comme un personnage autonome et dépourvu de sexualisation excessive, ce qui constitue une évolution notable mais la communication marketing du jeu privilégie largement Jacob Frye, présenté comme figure principale du récit.

De même, Élise de La Serre dans *Assassin's Creed Unity* bénéficie d'une réelle complexité narrative, mais son personnage reste fortement structuré par la romance avec le héros masculin.

4. L'ère du « choix du genre » (2018–2020) : la pleine jouabilité féminine, sans véritable expérience genrée

Avec *Assassin's Creed Odyssey* puis *Valhalla*, la franchise franchit un nouveau seuil. Cassandra et Eivor deviennent des protagonistes pleinement centrales, puissantes, charismatiques et capables de porter l'intégralité du récit.

Cette évolution constitue une rupture importante : les femmes ne sont plus périphériques ni secondaires, mais pleinement héroïques.

5. *Assassin's Creed Shadows* (2025) : une représentation plus assumée, mais devenue un objet de conflictualité

Avec *Assassin's Creed Shadows*, Ubisoft franchit une nouvelle étape en proposant Naoe comme protagoniste féminine centrale d'un opus majeur, non plus comme simple option ou co-protagoniste marginalisée, mais comme figure pleinement assumée du récit et de la communication du jeu.



Cette évolution intervient toutefois dans un contexte radicalement différent. Là où les évolutions précédentes suscitaient surtout des débats internes à la communauté vidéoludique, *Shadows* devient un objet de controverses politiques plus larges, mêlant **critiques sur la diversité, accusations de « wokisme » et campagnes coordonnées de harcèlement**.

Autrement dit, à mesure que la représentation féminine devient plus visible et plus assumée dans les grandes franchises, elle devient également davantage exposée aux *backlashes* culturels contemporains.

Cette évolution rappelle que les progrès en matière de représentation ne suivent pas une trajectoire linéaire ou consensuelle. Ils s'accompagnent désormais de résistances organisées qui témoignent de la dimension profondément politique prise par les imaginaires vidéoludiques contemporains.

Source : Ubisoft

b) Une progression réelle mais encore incomplète des représentations féminines

(1) Une diversité encore limitée des figures féminines

Les progrès observés au cours des dernières années ne doivent pas masquer la persistance de nombreux déséquilibres. Si les personnages féminins sont davantage présents qu'auparavant et occupent plus fréquemment des rôles centraux, les auditions conduites par la délégation montrent que le débat ne porte plus seulement sur leur présence dans les jeux vidéo. Il concerne désormais la diversité des figures féminines proposées aux joueuses et aux joueurs, ainsi que leur capacité à refléter la pluralité des expériences, des parcours et des identités féminines.

Comme l'a souligné Justine Boulanger devant la délégation : *« Seulement 18 % des jaquettes dans ce secteur mettent en avant un personnage féminin, ce qui est très peu par rapport à la pluralité et à la quantité de jeux qui sortent chaque année. Les études montrent que ces personnages féminins demeurent minoritaires, souvent cantonnés à des rôles secondaires, sexualisés, voire hypersexualisés, ou encore définis principalement par les relations qu'elles ont avec un personnage masculin. La diversité des corps, des âges, des origines, mais aussi des trajectoires reste encore limitée. »*

Ce constat est également partagé par Fanny Lignon. Si les héroïnes sont aujourd'hui plus nombreuses, elles continuent souvent d'être représentées selon des stéréotypes de genre persistants. Comme l'a expliqué la chercheuse devant la délégation, *« même s'il y a davantage de personnages joueurs féminins dans les jeux, cela ne signifie pas qu'ils échappent aux stéréotypes de genre. En effet, des stéréotypes perdurent. Les personnages masculins sont généralement armés, avec des corps athlétiques et puissants. Les tenues qu'ils portent mettent en valeur leur physique et les représentations sont globalement mélioratives. Les personnages féminins sont souvent représentés de façon hyper-sexualisée, avec des tenues légères et suggestives, parfois ridicules, et généralement inadaptées aux activités proposées par le jeu. »*

Toutefois, les auditions ont également montré que la question ne se résume plus à la seule présence ou à la sexualisation des personnages féminins. L'enjeu réside désormais dans la diversité même des modèles proposés.

Fanny Lignon invite ainsi à **porter attention non seulement à ce qui est montré, mais aussi à ce qui demeure absent des écrans** : *« il faut toujours se souvenir qu'il y a des choses qui brillent par leur absence. J'aime beaucoup dans les images regarder ce qu'il n'y a pas. Quand verrons-nous, par exemple, des héroïnes un peu plus rondes ? Des héroïnes d'âge mûr ? Des héroïnes qui ne correspondent pas aux canons de beauté contemporains ? »*

Elle poursuit :

“

À quand davantage d'héroïnes non blanches ? Plus largement, quand la variété des corps, des âges et des rôles pour les femmes comme pour les hommes, sera-t-elle enfin mieux représentée ?

Fanny Lignon, maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1

Les rapporteurs observent ainsi que le véritable enjeu n'est plus uniquement de représenter davantage de femmes dans les jeux vidéo, mais de représenter **davantage de femmes différentes**, reflétant la diversité des parcours, des corps, des âges, des origines et des expériences qui caractérisent aujourd'hui les publics vidéoludiques.

L'audition¹ de Vanessa Chicout, vice-présidente de l'association Afrogameuses, a illustré de manière particulièrement concrète cette évolution du débat. Son témoignage a mis en évidence que la question ne porte pas seulement sur la présence de personnages féminins, mais sur la possibilité, pour toutes les joueuses, de se reconnaître dans les figures proposées.

Elle a ainsi expliqué que cette question des représentations s'est imposée à elle très tôt, sans qu'elle parvienne alors à mettre des mots sur son ressenti. Elle confie que *« la question des représentations a commencé assez tôt sans que j'arrive à mettre précisément les mots dessus »* ajoutant ensuite qu'elle ne parvenait pas s'identifier à ces personnages.

Son témoignage rappelle que certaines représentations féminines ont été, et demeurent encore largement, invisibilisées, tant dans les personnages proposés que dans les récits mis en scène.

Les réponses adressées à la délégation par *Women in Games France* confirment ce constat. L'association relève que *« la sous-représentation demeure notable, en particulier pour les rôles de protagoniste unique, et la sexualisation reste plus marquée dans certains segments. Les stéréotypes narratifs - rôle de soutien, de soin, définition par la relation à un protagoniste masculin - ainsi que le déficit de diversité intersectionnelle (femmes racisées, âgées, en situation de handicap, etc.) restent des points de vigilance récurrents »*.

Cette invisibilisation n'est pas anodine. Les représentations culturelles participent à la construction des imaginaires collectifs, mais aussi aux mécanismes d'identification. **Lorsqu'une partie des joueuses peine à se reconnaître dans les personnages proposés, c'est aussi leur sentiment de légitimité et d'appartenance à cet univers qui peut être fragilisé.**

¹ Audition du 6 mai 2026

Comme l'a rappelé Justine Boulanger : « *L'avatar dans le jeu vidéo n'est jamais neutre. C'est un outil de projection et d'identification extrêmement puissant. C'est la première image aujourd'hui, notamment, de notre jeunesse en France. Lorsqu'il exclut ou lorsqu'il caricature, l'avatar peut produire un sentiment fort d'illégitimité. Lorsqu'il inclut, à l'inverse, il permet à chacune et chacun de se reconnaître, de s'identifier, de se sentir à sa place. Finalement, il légitimise.* »

Cette analyse rejoint les observations formulées par Fanny Lignon sur la spécificité du personnage vidéoludique par rapport aux autres médias. Comme elle l'a expliqué devant la délégation, « *dans un film, un livre, ou une série, vous accompagnez la trajectoire du personnage. Dans un jeu vidéo, en revanche, il n'y a plus le personnage d'un côté et le joueur de l'autre, il y a une sorte de fusion qui s'opère entre les deux ; on ne peut plus démêler le mien du sien dans un jeu, ce qui confère au personnage vidéoludique une spécificité propre. Ce n'est pas du tout la même chose de regarder un personnage stéréotypé de l'extérieur et de le vivre de l'intérieur.* »

Les représentations féminines ne constituent donc pas seulement un enjeu de visibilité ou de diversité. Parce qu'elles offrent des modèles d'identification particulièrement puissants, elles peuvent également contribuer à élargir les imaginaires, à renforcer le sentiment de légitimité des joueuses et, plus largement, à faire évoluer les représentations sociales.

Les rapporteurs observent ainsi que les représentations féminines ne constituent pas seulement un enjeu de visibilité. Parce qu'elles offrent des modèles d'identification particulièrement puissants, elles participent également à la construction des imaginaires et peuvent contribuer à renforcer le sentiment de légitimité des joueuses.

La question n'est donc plus seulement de savoir si les femmes sont davantage représentées dans les jeux vidéo, mais quelles femmes le sont, dans quels rôles, avec quelle diversité de parcours et quelle capacité d'agir au sein des récits.

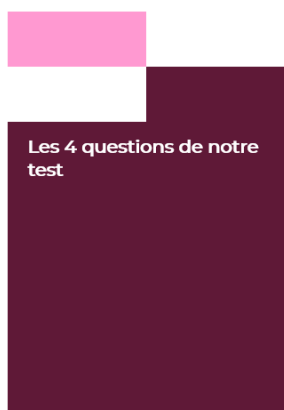
(2) Une sous-représentation structurelle dans les récits

Au-delà de la question de la diversité des représentations féminines, plusieurs travaux montrent que **les femmes demeurent également moins présentes et moins centrales dans les récits eux-mêmes.**

Les recherches conduites par la Chaire Diversité et Inclusion de l'EDHEC par les professeures Hager Jemel et Guergana Guintcheva visent ainsi à objectiver cette sous-représentation à travers un test inspiré du test de Bechdel appliqué au cinéma. Présentant cette démarche devant la délégation, Hager Jemel expliquait : « *Nous nous sommes demandé s'il ne serait pas possible d'avoir un test aussi impactant sur le grand public que le test de Bechdel, afin de montrer, le plus objectivement possible, ce manque de parité criant dans les jeux vidéo.* »

Le test repose sur quatre critères simples : la parité numérique entre personnages féminins et masculins, la parité parmi les personnages jouables, la parité des personnages nommés et la parité du temps de parole. Comme l'a précisé la chercheuse, « nous nous sommes limités à ces quatre questions afin d'obtenir des mesures objectives grâce à un programme informatique effectuant ce comptage », en **analysant 129 jeux à très large diffusion commercialisés entre 1988 et 2024.**

Test de Parité des jeux vidéo



1. Est-ce qu'il y a autant de personnages féminins que masculins ?
2. Est-ce qu'il y a autant de personnages féminins jouables que masculins ?
3. Est-ce qu'il y a autant de personnages féminins que masculins nommés ?
4. Est-ce que les personnages féminins et masculins ont le même temps de parole ?

Source : Chaire Diversité et Inclusion de l'EDHEC

Les résultats apparaissent particulièrement préoccupants : « Sur 129 jeux évalués, seuls trois jeux passent le test de parité que nous avons créé c'est-à-dire qu'ils remplissent l'ensemble des quatre critères. Nous pouvons les citer, même si les résultats n'ont pas encore été totalement publiés : il s'agit de *The Last of Us Part II*, *Fire Emblem Fates* et *Fire Emblem Engage*. Dans notre échantillon, 67 jeux ne satisfont à aucun des quatre critères. De notre point de vue, ce sont donc des jeux non seulement non paritaires, mais dont on peut se demander s'ils n'occulent pas complètement les femmes ou ne les dégradent pas. »

Concernant la méthodologie elle précise : « nous avons choisi de nous focaliser sur les jeux très vendus, les blockbusters. En effet, si quelques éditeurs essaient de lancer des jeux pour faire bouger les lignes au niveau de la parité, leur audience reste malheureusement très confidentielle. Ce ne sont donc pas ces éditeurs qui façonnent majoritairement les imaginaires. »

Ces conclusions mettent en évidence que les inégalités ne tiennent pas seulement à la représentation visuelle des personnages féminins, mais aussi à leur place dans les récits. Malgré la féminisation des publics et les progrès observés dans certaines productions récentes, les femmes restent globalement moins nombreuses, moins souvent jouables, moins fréquemment nommées et disposent encore d'un temps de parole inférieur à celui des personnages masculins.

Comme l'a résumé Hager Jemel devant la délégation : « *Aujourd'hui, près de la moitié des joueurs sont des joueuses et les jeunes sont encore plus représentés, d'où l'importance de les protéger. On observe donc un fort mouvement de démocratisation et de féminisation de ce média, qui ne s'accompagne toutefois pas d'une réelle parité.* »

Elle conclut : « *Cela pose la question de la prégnance de certaines normes dans les jeux vidéo, et il est urgent que les éditeurs y réfléchissent.* »

3. Des représentations qui interrogent leur réception par les publics

Les développements qui précèdent montrent que **la féminisation spectaculaire des publics ne s'est pas accompagnée d'une disparition complète des stéréotypes de genre**. Pour autant, cette persistance des représentations sexistes **n'a pas empêché les femmes d'investir massivement le jeu vidéo**.

Comme l'a relevé Fanny Lignon, ce paradoxe invite précisément à **s'interroger sur la manière dont les joueuses et les joueurs reçoivent ces représentations** : « *ce qui ne manque pas d'interpeller, c'est que les femmes sont capables de faire abstraction de ces contenus sexistes et réussissent à dépasser ces publicités pour accéder à un jeu qui, socialement et psychologiquement, est tout à fait sympathique. Cela soulève la question de l'impact de ces représentations sur les joueurs et les joueuses. C'est toute la question de la réception.* »

La croissance du public féminin ne s'explique donc pas par la disparition des stéréotypes. Elle s'est produite malgré eux.

Cette observation ne signifie toutefois pas que les représentations seraient dépourvues d'effets.

Comme l'a souligné Justine Boulanger devant la délégation, « *ces représentations ne sont pas sans conséquences sur les comportements. Il existe un continuum entre les images proposées à l'écran et les interactions à l'intérieur des espaces de jeu, notamment en ligne* ».

Fanny Lignon a notamment évoqué **les travaux de Nick Yee et Jeremy Bailenson sur l'« effet Proteus »**, selon lequel **les individus tendent à aligner certains comportements sur les caractéristiques associées à l'avatar qu'ils incarnent** : « *Cet effet a été observé dans des cas extrêmement variés. Incarner un avatar d'infirmière induit un comportement plus clément qu'incarner un membre du KKK. Incarner un avatar séduisant favorise les comportements extravertis et amicaux. Incarner Léonard de Vinci favorise la créativité.* »

Plusieurs études ont également cherché à **mesurer les effets spécifiques des représentations sexistes ou sexualisées** présentes dans certains jeux vidéo.

Fanny Lignon invite toutefois à interpréter ces résultats avec prudence. Les représentations ne produisent pas mécaniquement des comportements et les effets observés varient fortement selon les individus et les contextes : *« Mais, et c'est là un point très important, nous ne sommes pas des éponges. L'impact de ces jeux est différent selon les personnes, selon les situations. Il faut faire la part des choses. Il y a des milliers de paramètres que ces études ne peuvent pas prendre en compte. »*

Cette prudence conduit également à ne pas réduire les représentations vidéoludiques à leurs seuls effets négatifs. Comme l'a souligné la chercheuse, *« il faut voir le verre à moitié plein. Si certaines représentations vidéoludiques peuvent avoir des conséquences négatives, on peut aussi imaginer que certaines peuvent avoir des conséquences positives. »*

Parce qu'il repose sur l'incarnation d'un personnage plutôt que sur sa simple observation, le jeu vidéo constitue un support d'identification particulièrement puissant. **Les représentations qu'il véhicule peuvent ainsi influencer les perceptions, le sentiment de légitimité ou les imaginaires des joueuses et des joueurs, tout en pouvant également devenir des leviers d'émancipation lorsque des figures plus diverses et plus inclusives sont proposées.**

Que conclut la recherche sur les effets des représentations sexistes dans les jeux vidéo ?

Les travaux scientifiques consacrés aux effets des représentations féminines dans les jeux vidéo aboutissent à des résultats nuancés. **Sans conclure à un effet uniforme** sur l'ensemble des joueurs et des joueuses, **plusieurs études ont mis en évidence des influences possibles sur les attitudes, les comportements ou l'estime de soi.**

Des effets sur les attitudes et les stéréotypes de genre. Plusieurs recherches menées auprès de populations mixtes suggèrent qu'une exposition répétée à des contenus sexistes peut favoriser certaines formes de sexisme hostile ou bienveillant ainsi que des attitudes plus négatives à l'égard des femmes.

L'étude de **Stermer et Burkley (2012)**, *SeX-Box: Exposure to Sexist Video Games Predicts Benevolent Sexism*, montre qu'une exposition à des jeux comportant des représentations sexistes est associée à une augmentation de certaines formes de sexisme bienveillant.

Des effets sur certains comportements déclarés des joueurs masculins. D'autres travaux ont étudié l'impact immédiat de personnages féminins fortement sexualisés sur des populations masculines.

Yao, Mahood et Linz (2010), dans un article *Sexual Priming, Gender Stereotyping and Likelihood to Sexually Harass*, observent qu'après avoir joué à un jeu comportant des personnages féminins sexualisés, certains participants masculins expriment davantage de pensées sexualisées et se déclarent plus susceptibles d'adopter des comportements de harcèlement.

Des effets sur l'estime de soi et le sentiment de compétence des joueuses. Certaines études montrent également que les représentations sexistes peuvent affecter la manière dont les joueuses se perçoivent elles-mêmes.

Behm-Morawitz et Mastro (2009), dans l'article *The Effects of the Sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, concluent que l'exposition à des personnages féminins hypersexualisés peut conduire certaines joueuses à exprimer une image plus négative de leurs propres capacités.

Source : Délégation aux droits des femmes et Fanny Lignon

III. LES RECOMMANDATIONS DE LA DÉLÉGATION POUR UNE RÉVOLUTION INDUSTRIELLE ET NARRATIVE DU JEU VIDÉO

A. UN ENJEU DE FÉMINISATION À TOUS LES NIVEAUX ET DE STRUCTURATION SOCIALE DE LA FILIÈRE DU JEU VIDÉO

Laisser toute leur place aux femmes dans l'industrie du jeu vidéo suppose de mener une **politique volontariste de féminisation à tous les niveaux**, que ce soit au moment de la **formation initiale**, au moment de **l'entrée dans la vie professionnelle** ou tout au long du **déroulement de la carrière**.

En outre, cette féminisation appelle, plus globalement, une **meilleure structuration sociale de la filière** du jeu vidéo en France.

1. Écoles de formation : renforcer l'attractivité pour les jeunes filles et la lisibilité des filières de formation

a) Agir dès l'enseignement secondaire, en amont de l'orientation et de l'accès à la formation initiale

Ainsi que le soulignait Vanessa Kaplan, déléguée générale du SNJV, lors de son audition par la délégation¹, s'agissant de la faible présence des femmes dans l'industrie et amont, au niveau de la formation initiale, « *lorsque les entreprises se tournent vers ces écoles pour se plaindre du faible taux de féminisation de l'industrie, celles-ci indiquent qu'elles n'ont pas assez de candidates à leur formation. Le problème est à prendre plus en amont : les filles jouent aux jeux vidéo, mais ne se projettent pas dans cette industrie, ce qui est paradoxal* ».

La plupart des interlocuteurs et interlocutrices de la délégation a dès lors recommandé de mettre en place des **mesures de sensibilisation à destination des jeunes filles, dès l'enseignement secondaire**, au collège et au lycée, afin de présenter l'ensemble des métiers du jeu vidéo, de déconstruire les stéréotypes liés aux métiers techniques et technologiques, et de permettre aux filles de se projeter dans les carrières vidéoludiques.

Ainsi, parmi les leviers possibles, l'association WIG France propose de « *renforcer l'orientation vers les métiers techniques et artistiques du jeu vidéo, dès le secondaire, voire le primaire, par exemple avec de l'initiation au code ou en luttant contre les stéréotypes de genre qui éloignent les jeunes femmes des filières techniques et créatives.* »

¹ Audition du 13 novembre 2025.

Dans sa contribution écrite remise aux rapporteurs, WIG France indique que les leviers les plus efficaces, en matière d'orientation, sont ceux qui « *rendent les métiers concrets et accessibles (artistiques, narratifs, design, production, technique), tout en déconstruisant les représentations de genre associées au "profil gamer" ou au "profil technique".* »

En outre, l'association estime indispensable d'**agir non seulement sur la visibilité des formations, mais aussi sur l'image même du secteur**, afin de faire reconnaître le jeu vidéo comme un champ de création, de compétences et d'innovation à part entière.

Enfin, **renforcer l'exposition des plus jeunes à des rôles modèles inspirants et à des expériences professionnalisantes** est souvent très porteur : « *les interventions régulières en établissements (collèges/lycées/établissements supérieurs), la mise en avant de rôles modèles (créatrices, leads, productrices, tech artists, etc.) et l'accès à des stages/immersions sont des facteurs déterminants pour convertir l'intérêt en choix d'orientation et en persévérance. Ces actions doivent être structurées avec des partenaires (écoles, associations, studios) afin d'être récurrentes et non événementielles.* »

Dans le même esprit, l'entreprise Ubisoft, par la voix de la directrice de son studio parisien, Claire Bourgne¹, a indiqué accueillir « *beaucoup de stagiaires de troisième et de seconde et nous devrions instaurer un critère de parité, car c'est à ce moment que se décide leur orientation future, notamment vers l'ENJMIN ou l'ESART* » et souligné qu'une partie des écoles leur signale le manque de candidatures et la difficulté à recruter. Ainsi, pour l'année 2025-2026, à l'école Isart Digital, la formation de M2 ne compte que deux femmes sur une quarantaine de profils si bien que « *les responsables de l'école sont eux-mêmes assez désemparés.* »

Pour sa part, le SNJV a indiqué aux rapporteurs participer à l'**initiative « Tech pour toutes »** portée, depuis juin 2023, par le Gouvernement et mise en place par Elisabeth Borne, alors Première ministre, qui vise à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les métiers de la tech et du numérique. Les actions du SNJV consistent ainsi dans « *la mobilisation des professionnels du jeu vidéo pour faire découvrir nos métiers aux lycéennes, la mise en avant de rôles modèles féminins du jeu vidéo (...) et l'accueil des jeunes femmes du programme en stage dans les entreprises de notre filière* », comme le précisait Vanessa Kaplan, déléguée générale du SNJV devant la délégation².

Il convient donc de **prendre le problème en amont, au niveau du collège et du lycée, en travaillant sur l'attractivité des filières scientifiques et techniques pour les femmes et en rendant davantage visibles et lisibles les différents métiers du jeu vidéo**, via des interventions de professionnelles, des ateliers, des partenariats avec des écoles/studios et des parcours de découverte destinés aux plus jeunes.

¹ Audition du 9 avril 2026.

² Audition du 13 novembre 2025.

Il est également essentiel de **valoriser les débouchés et les compétences liées au jeu vidéo**, qui mobilise des savoir-faire artistiques, techniques, narratifs, organisationnels et relationnels qui trouvent des applications bien au-delà du seul divertissement : dans la recherche, l'éducation, la formation, la médiation, la culture ou encore les industries créatives au sens large. Pour l'association *WIG France*, l'objectif est ainsi de « *réduire le décalage entre une pratique du jeu largement féminine et une industrie encore très masculine, particulièrement dans les postes de responsabilité.* »

Recommandation n° 1 : Sensibiliser les filles, dès l'enseignement primaire, à l'attractivité des filières scientifiques et numériques, et rendre davantage visibles, au cours de l'enseignement secondaire, les différents métiers du jeu vidéo en valorisant les débouchés et compétences liés à ce secteur.

b) Agir au sein des écoles de formation de jeux vidéo pour recruter plus de filles

Au sein des écoles de jeux vidéo, les rapporteurs estiment également qu'une attention particulière devrait être portée, d'une part à la **féminisation des promotions**, d'autre part au **renforcement des enseignements de déconstruction des stéréotypes de genre dans les représentations**, et enfin à la mise en œuvre de **dispositifs spécifiques de sensibilisation à la prévention et à la lutte contre les violences et le harcèlement sexistes et sexuels**.

On l'a vu, la question de la féminisation des élèves au sein des écoles de jeux vidéo doit être traitée bien en amont de l'orientation, dès l'enseignement secondaire. Toutefois, **les écoles peuvent également, par exemple en adaptant leur cursus, attirer plus de filles dans leurs promotions**. L'exemple déjà cité de l'école Créasup Digital, située à Tonnerre, dans l'Yonne, où un écosystème du jeu vidéo a pu se développer, est, de ce point de vue, intéressant. L'école a, en effet, créé une **première année de socle commun** qui permet à l'ensemble des élèves d'étudier à la fois les matières menant aux métiers techniques (programmation, codage, ingénierie, etc.) et celles menant aux métiers plus artistiques (direction artistique, design, animation, etc.). Ainsi, chaque élève pourra, à l'issue de cette année de « tronc commun », décider de son orientation future en connaissance cause.

L'implication des écoles dans une communication positive, en amont, auprès des filles élèves dans l'enseignement secondaire, est également importante, pour informer les filles de l'existence de ces cursus et les encourager dans cette voie.

À cet égard, Claire Bourgne, directrice du studio parisien d'Ubisoft, a indiqué à la délégation que l'entreprise Ubisoft portait, dans ses relations avec les écoles, une attention particulière à la question de la diversité : « *non seulement nous envoyons toujours des délégations paritaires, mais nous nous engageons aussi à tenir ce discours avec toutes les écoles partenaires.* »

Nos interlocuteurs (...) nous disent avoir du mal, et ce dès le lycée, à trouver des jeunes filles qui veulent s'orienter vers des métiers plus techniques. » Concernant la formation et le recrutement, Ubisoft déclare effectuer un suivi rapproché avec une dizaine d'écoles partenaires qui consiste notamment en un bilan annuel portant des actions menées en faveur de la mixité dans leurs formations.

Dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, Ubisoft indique également mener des **actions de sensibilisation et de représentation auprès des publics étudiants et des écoles spécialisées** (jeu vidéo, animation, numérique), notamment *via* des interventions de collaborateurs et collaboratrices, des présentations métiers et des événements dédiés à la diversité et à l'inclusion. Ces actions s'inscrivent dans une stratégie globale visant à rendre les métiers techniques et créatifs plus visibles, plus accessibles et plus attractifs pour les femmes, dans un secteur historiquement très masculinisé.

S'agissant d'une communication positive « incarnée » qui donnerait envie, autant aux jeunes filles qu'aux jeunes garçons, de s'orienter vers les écoles de jeux vidéo, le directeur général de l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV), Emmanuel Forsans, a mis en avant le **rôle clé des associations professionnelles régionales**, très souvent animées ou encadrées par des femmes, et qui constituent le premier point de contact avec les jeunes souhaitant intégrer la filière. Ces associations véhiculent une image de parité et de professionnalisme particulièrement rassurante. À titre d'exemple, l'association *Capital Games* organise chaque année l'accueil d'une douzaine de stagiaires de troisième, en veillant systématiquement à une stricte parité entre filles et garçons. Ce type d'initiative, très concrète, peut avoir un impact réel sur les représentations et les trajectoires.

Pour favoriser la mixité au sein des écoles, l'association *WIG France* préconise, pour sa part, d'**agir sur les conditions d'accès à ces écoles et de maintien dans les écoles** en limitant les sorties de parcours, *via* les dispositifs suivants :

- bourses (réduction des barrières financières) ;
- mentorat (aide à la projection et au développement de compétences/portfolio) ;
- partenariats écoles-studios (projets tutorés, jurys, alternances, offres de stages).

L'objectif est ainsi double : il s'agit, d'une part, d'augmenter le nombre de filles à l'entrée des écoles, d'autre part, de stabiliser leur trajectoire jusqu'à l'insertion professionnelle, en particulier vers les métiers les plus techniques et les plus sélectifs.

En outre, *WIG France* recommande de **mettre en place des indicateurs de suivi dans les écoles** portant notamment sur le nombre de candidatures féminines, le taux d'admissions féminines, le taux de diplomation, l'insertion professionnelle six à douze mois après la sortie de l'école et la répartition par spécialité, afin de relier l'effort de formation à l'objectif de féminisation du secteur.

Cette uniformisation des indicateurs de suivi du taux de féminisation dans les écoles de jeu vidéo doit s'appuyer sur une réelle **structuration de ce maquis d'écoles, pour une très large part, privées**, dont les pratiques en matière de frais d'inscriptions, de déroulé du cursus ou d'organisation de la scolarité diffèrent grandement d'une école à l'autre.

Pour ce faire, les rapporteurs recommandent notamment de **réactiver le Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo**, créé en 2015 et mis en place par le SNJV, qui est aujourd'hui une « coquille vide », alors même que l'existence de ce réseau pourrait permettre la mise en place d'un système de labellisation des écoles du point de vue des actions mises en œuvre pour la mixité et de pousser des initiatives en faveur de la féminisation des filières.

Recommandation n° 2 : Réactiver le Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo afin de promouvoir une politique de labellisation « égalité » des écoles du jeu vidéo et de mettre en place des indicateurs de suivi de la mixité femmes/hommes dans ces écoles, , y compris dans les territoires ultramarins.

Outre le recrutement paritaire des élèves dans les écoles, le **recrutement paritaire du corps enseignant** dans ces écoles serait également un signe que le secteur est ouvert à l'expression des compétences des femmes et qu'il est un lieu accueillant pour le déploiement de leurs talents.

Ainsi, lors de leur rencontre avec les chercheuses du **Laboratoire en média socio-numérique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM)**, Gabrielle Trépanier-Jobin et Maude Bonenfant, les rapporteurs ont été sensibles au fait que la féminisation du professorat au sein de ce laboratoire avait entraîné davantage d'inscriptions de filles dans leur cohorte d'élèves au sein de l'Université.

Enfin, pour **lutter contre les stéréotypes sexistes et contre les violences et le harcèlement sexistes et sexuels (VHSS)** dans le secteur, les écoles et organismes de formation ont également un **rôle majeur** à jouer en matière de **prévention**.

D'une part, **ces écoles sont les lieux qui forment les créatrices et créateurs de jeux de demain** et il est donc important de sensibiliser les élèves, futurs concepteurs de jeux vidéo, aux stéréotypes et représentations sexistes parfois à l'œuvre dans les créations vidéoludiques.

D'autre part, **ces écoles ont une responsabilité dans la prévention des violences et harcèlement sexistes et sexuels au travail (VHSST)**, étant des « *espaces de socialisation professionnelle initiale* », qui ont, de ce fait, un rôle structurant en matière de prévention des risques qui « *touchent à la fois l'environnement de travail (VHSS en studio) et les environnements numériques (harcèlement, doxxing, menaces, violences via les communautés, le vocal ou les plateformes)* ».

Pour WIG France, « *intégrer ce sujet en amont permet de passer d'une logique de réaction au "cas par cas" à une logique de prévention standardisée, avec des réflexes communs (repérage, signalement, protection, traçabilité).* »

C'est pourquoi, les rapporteurs recommandent d'**intégrer dans les cursus de formation initiale des modules obligatoires de formation à la prévention et à la lutte contre les VHSS**, évalués et contextualisés au secteur, couvrant au minimum : le cadre légal et les obligations de prévention/traitement (droit du travail, responsabilités, procédures internes) ; les dispositifs de signalement et d'orientation ; la culture du consentement et des comportements professionnels attendus (y compris en situation d'autorité/management) ; la lutte contre les discriminations et la promotion du management inclusif ; enfin, les compétences spécifiques aux cyberviolences (harcèlement de masse, doxxing, menaces, attaques coordonnées, et désormais risques liés à l'IA comme les deepfakes).

Le CNC a d'ailleurs indiqué aux rapporteurs que son soutien aux écoles est conditionné à des engagements et contreparties spécifiques en matière de lutte contre les VHSS.

Recommandation n° 3 : Intégrer dans les cursus de formation initiale des écoles du jeu vidéo des modules obligatoires de formation à la prévention et à la lutte contre les violences et le harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) et de sensibilisation aux biais de genre dans les représentations narratives.

Enfin, WIG France suggère également de soutenir durablement les formations publiques et les cursus publics de qualité dans le jeu vidéo, estimant qu'« *alors que l'offre de formation reste majoritairement privée et souvent coûteuse, il est indispensable de mieux reconnaître, valoriser et accompagner les formations publiques, qui constituent un levier essentiel de démocratisation de l'accès à la filière* ». Dès lors, le maintien du soutien à l'apprentissage, l'accompagnement des cursus publics de qualité et une meilleure visibilité de ces parcours apparaissent comme des conditions structurantes pour diversifier réellement les profils entrant dans l'industrie.

2. Éviter les déperditions dans le secteur : permettre aux professionnelles du jeu vidéo d'évoluer dans un environnement serein et accueillant

On l'a vu, **une fois entrées dans l'industrie du jeu vidéo, les femmes ont plus souvent tendance à en sortir que les hommes, notamment après 35 ans** : ce phénomène de « tuyau percé » au cours de la carrière est le résultat d'un environnement de travail encore peu favorable aux femmes et à la conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle, à de moindres opportunités d'avancement ou d'accès à des postes stratégiques au sein de l'entreprise, enfin à la perpétuation, dans certains environnements de travail, d'un climat professionnel toxique voire de situation de violences et harcèlement sexistes et sexuels au travail.

C'est pourquoi les rapporteurs recommandent notamment de :

- développer des **dispositifs de mentorat** destinés aux femmes dans l'industrie ;

- soutenir les **réseaux professionnels féminins** dans le secteur vidéoludique ;

- **conditionner l'octroi d'aides publiques** aux entreprises du secteur qui mettraient en place des politiques proactives de mixité et d'égalité, notamment salariale, ainsi que des politiques de prévention et de lutte contre les VHSST, **ou prévoir un système de « bonus »** d'aides pour les entreprises engagées dans ce type de dispositifs.

a) Développer des programmes de mentorat, d'accompagnement et de formation dans les entreprises

L'association WIG France a développé un programme de mentorat et d'accompagnement, appelé *Boost !*, destiné à des entrepreneuses qui sont déjà cadres dans l'industrie et qui souhaitent devenir dirigeantes. Ce programme est co-financé par les représentants syndicaux du secteur.

Ubisoft a également récemment mis en place des actions d'accompagnement des femmes au sein de l'entreprise : outre les formations sur les biais et le management inclusif, des « master class de carrière », destinées aux femmes, sont également organisées depuis 2026.

Ces actions se situent au niveau du studio parisien d'Ubisoft mais aussi en lien avec d'autres acteurs de l'industrie : au sein du studio, un groupe de soutien aux salariés, ou « *Employee Resource Group* », constitué d'une quarantaine de membres, a été constitué. Il permet aux femmes et aux personnes non binaires d'avoir un réseau au sein de l'entreprise, mais aussi un budget pour organiser des actions et gagner en visibilité. En plus de ces actions internes, l'entreprise a conclu des partenariats avec des associations externes telles que *Women in Games (WIG) France*, avec laquelle ont été organisées des tables rondes et des séances de coaching.

Comme le précisait Justine Boulanger, de l'association WIG France, devant la délégation¹, « *ce que nous essayons de faire, c'est de former et d'accompagner les studios, mais nous ne pouvons pas les y forcer. Certains sont volontaires, comme Ubisoft, mais d'autres restent inaccessibles.* »

Enfin, Ubisoft pilote également tous les ans le programme international *Develop* qui vise à mentorer des femmes en début de carrière ou en reconversion sur les filières du *game design*, du *programming* et de l'audio (depuis 2025). Ubisoft précise que « *ce programme s'adresse aux femmes et aux personnes non-binaires et bien que ça ne soit pas un programme de recrutement (mais bien de mentorat), il a donné lieu à plusieurs recrutements de jeunes femmes sur des métiers historiquement très masculinisés en production.* »

S'agissant du **développement de réseaux professionnels féminins**, des associations très actives et spécialisées telles que WIG France ou *Afrogameuses* sont des actrices incontournables de la promotion de la place des femmes dans l'industrie et du plaidoyer en faveur de la féminisation et la diversité dans le secteur des jeux vidéo.

Comme le souligne WIG France dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, « *parce que les métiers de création et de direction sont fortement dépendants des réseaux (recommandations, cooptation, visibilité de portfolio, premiers crédits), il est utile de financer des dispositifs d'accès : mentorat, programmes de sponsoring, passerelles écoles-studios, et actions de professionnalisation qui augmentent la probabilité d'atteindre les rôles "lead" et "direction"* ». Il s'agit dès lors de structurer un véritable « *pipeline de talents* » vers les postes de création et de direction et de renforcer l'accompagnement des parcours.

Dans cet esprit, WIG France recommande donc de **consolider et financer les dispositifs qui améliorent l'inclusion** : mentorat, networking, programmes d'accompagnement (professionnalisation, prise de poste, progression), actions de visibilité des rôles modèles, et partenariats avec les acteurs publics et professionnels.

Recommandation n° 4 : Généraliser, dans les entreprises du jeu vidéo, les dispositifs de soutien aux carrières des femmes : mentorat, réseaux de femmes, programmes d'accompagnement professionnel.

b) Envisager l'éga-conditionnalité des aides publiques versées au secteur vidéoludique

Enfin, pour accompagner l'industrie vers cette féminisation, non seulement des effectifs, mais aussi des postes à responsabilité, un des leviers envisageables consiste dans **l'éga-conditionnalité des aides publiques versées au secteur**, que ce soit le Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) ou le Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV), tous deux gérés par le CNC, ou encore les aides régionales qui peuvent localement exister, afin de **passer d'une logique**

¹ Audition du 15 janvier 2026.

d'incitation à une logique de responsabilisation des acteurs avec des engagements vérifiables et mesurables.

Ainsi que le souligne *WIG France* dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, « *conditionner une part des aides à des critères simples et audités (mixité, prévention, gouvernance) constitue un levier très efficace en France, car le secteur répond lorsque l'exigence est explicitement attachée à un mécanisme de financement* », comme c'est déjà le cas par exemple de l'obligation du suivi de la formation dispensée par le CNC sur la prévention des VSST pour pouvoir bénéficier des mécanismes d'aides publiques versées par le CNC. D'après *WIG France*, cette évolution récente des dispositifs publics montre que **des exigences adossées aux aides peuvent structurer rapidement les pratiques**.

Pour bénéficier de ces aides, des **engagements mesurables annuellement** devraient donc être tenus par les entreprises du secteur, par le biais d'**indicateurs genrés** par métier et niveau de responsabilité, de mise en place de **dispositifs de prévention et de traitement des VHSS**, de **formation des managers** et de **transparence sur les actions** mises en œuvre.

S'agissant des indicateurs genrés, *WIG France* préconise un **socle minimal d'indicateurs** tels que la répartition femmes-hommes par famille de métier (création, tech, design, production, management), par niveau de séniorité (junior, confirmé, lead, direction), taux de promotion et de turnover, écarts de rémunération, ainsi que des indicateurs liés à la lutte contre les VHSS (prévention, signalements, délais de traitement, sanctions).

En outre, des **référents spécifiquement identifiés sur les sujets « égalité et lutte contre les VHSS »** dans les studios bénéficiant d'aides permettraient de garantir une responsabilité interne identifiable. La féminisation progresse lorsque les sujets (égalité, prévention, organisation du travail) sont portés par une fonction identifiée, avec mandat, procédures et moyens.

La **formation** des employés, et plus particulièrement des managers, financée par l'entreprise, aux biais de genre et aux stéréotypes appliqués à la création (écriture, *character design*, marketing), et à la prévention des discriminations, constitue un levier intéressant des politiques d'égalité et de mixité des entreprises du secteur.

Recommandation n° 5 : Conditionner le versement des aides publiques, nationales et régionales, dans le secteur du jeu vidéo, au respect par les entreprises d'engagements mesurables annuellement en matière de prévention et de traitement des violences et du harcèlement sexistes et sexuels au travail (VHSST) et de mixité des équipes.

3. Poursuivre l'amélioration des conditions de travail et la structuration sociale de la filière

Afin de poursuivre et de renforcer la féminisation de l'industrie du jeu vidéo, il est aujourd'hui nécessaire d'**assurer des conditions de travail protectrices et favorables aux femmes** dans cette industrie et, plus largement, de **parachever la structuration sociale de la filière**.

a) Protéger les femmes au sein de l'industrie du jeu vidéo et sécuriser leurs parcours

Créer de bonnes conditions d'accueil et de travail des femmes au sein de l'industrie suppose notamment de sécuriser leurs parcours et de réduire leur coût d'entrée dans le secteur.

Ce renforcement de la protection des femmes au sein de l'entreprise est conditionné par la **mise en œuvre de mécanismes concrets**, ainsi que le précise l'association *WIG France* dans sa contribution écrite transmise aux rapporteurs, tels que des **procédures de signalement internes claires**, des **dispositifs de prise en charge adaptés**, et une **politique de « tolérance zéro »** à l'égard des comportements incompatibles avec le cadre de travail.

En outre, ces mécanismes de protection doivent s'accompagner de **mécanismes de sanctions lisibles et appliqués** afin de garantir leur effectivité et leur crédibilité. Dans les studios, cela passe par des procédures disciplinaires et des obligations de résultat sur la prévention. Comme le précise *WIG France*, « *l'enjeu est de réduire l'écart entre existence d'outils et efficacité perçue, identifié comme un facteur de sous-déclaration et d'impunité.* »

Dans le même esprit, le groupe de protection sociale Audiens a indiqué aux rapporteurs que « *les actions de prévention les plus efficaces contre les VHSS dans le secteur du jeu vidéo reposent avant tout sur une politique claire et appliquée à tous les niveaux.* »

C'est pourquoi Audiens recommande, par exemple, d'intégrer aux contrats de travail un engagement à adopter un comportement respectueux et irréprochable, afin de prévenir les VHSS, par exemple, en spécifiant dans le contrat :

- l'interdiction de tout propos sexiste, humiliant ou discriminatoire ;
- l'obligation de respecter les limites relationnelles et le consentement ;
- l'interdiction des comportements déplacés y compris lors d'événements professionnels, soirées ou déplacements ;
- un devoir de signalement ou d'alerte en cas de situation observée ou constatée ;
- le respect de la vie privée et des communications numériques.

b) Doter la filière d'une convention collective adaptée à ses besoins

Comme le rappelle le CNC dans sa contribution transmise aux rapporteurs, **le secteur du jeu vidéo est dénué de convention collective**. C'est pourquoi « *il gagnerait à se structurer autour d'une convention collective adaptée au secteur avec des engagements spécifiques des partenaires sociaux pour une filière paritaire (plan parité, égalité salariale, lutte contre les violences faites aux femmes)* ».

Le CNC rappelle également que, du fait de cette absence de convention collective, l'opérateur de compétence qui réunit une grande partie des entreprises du secteur du jeu vidéo est *Atlas*, opérateur de compétences dans le champ des assurances, des services financiers et du conseil. Dès lors, les entreprises du jeu vidéo ne peuvent pas bénéficier du catalogue de formation très riche de l'opérateur de compétence du spectacle. C'est pourquoi, le CNC estime nécessaire qu'*Atlas* propose un **programme de formation dédié à la prévention et à la lutte contre les VHSS réellement adapté au secteur du jeu vidéo**, les facteurs de risques étant très différents de ceux de la banque ou de l'assurance.

L'absence de convention collective au sein de la filière vidéoludique a pour conséquence une forme d'immaturation du secteur sur le plan social et une **absence de structuration sociale qui peut être de nature à fragiliser le dialogue social**, à freiner l'accès des salariés à des programmes de formation professionnelle adaptés à leurs besoins ainsi qu'à empêcher la structuration des métiers de ce secteur.

Ce manque de structuration professionnelle et sociale du secteur est également un **frein à la production de statistiques et de données fiables, notamment genrées, au sein des entreprises**, ainsi qu'à la conclusion d'accords de branche qui ne sont, par définition, pas obligatoires.

Une convention cadre dans le secteur bénéficierait, en outre, à toutes les parties prenantes, employeurs et salariés, dans une **optique de gouvernance paritaire**.

Recommandation n° 6 : Structurer le secteur du jeu vidéo autour d'une convention collective propre à la filière avec des engagements spécifiques des partenaires sociaux pour une filière paritaire.

B. ALLER AU BOUT DE LA RÉVOLUTION NARRATIVE DES REPRÉSENTATIONS : FAIRE DU JEU VIDÉO UN OUTIL D'ÉGALITÉ

1. Accompagner les studios dans la conception de représentations plus diversifiées

a) Mieux orienter les soutiens publics en faveur de représentations plus diversifiées

Les pouvoirs publics ont d'ores et déjà engagé plusieurs actions pour favoriser une meilleure prise en compte des enjeux d'égalité dans le secteur du jeu vidéo.

Le CNC a ainsi indiqué dans ses réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs que la diversité de la création constitue l'un des critères d'appréciation du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV), ce qui permet notamment de valoriser les projets proposant des représentations plus diversifiées des femmes.

En pratique, le CNC (*via* le FAJV) a pu financer, au stade de l'écriture, de la préproduction ou de la production, plusieurs jeux aux narrations complexes mettant en scène des personnages féminins centraux et contribuant ainsi au pluralisme des représentations, que ce soit à travers le FAJV ou le CIJV. Parmi les exemples les plus emblématiques figurent :

- « *Life is Strange* » de *Don't Nod Entertainment*, jeu à forte notoriété publique dans lequel le joueur incarne une adolescente dotée d'une faculté exceptionnelle de remonter dans le temps ;

- « *A Plague Tale : Innocence* » d'*Asobo Studio*, où l'on incarne Amicia, une jeune noble du XIV^e siècle brusquement livrée à elle-même afin de protéger son frère cadet ;

- « *Dordogne* » du studio *Un je ne sais quoi*, dessiné à l'aquarelle par Cédric Babouche, dans lequel le joueur ou la joueuse incarne Mimie, une jeune femme d'une trentaine d'années ;

- « *Steelrising* » de *Spiders*, où le personnage principal est une automate féminine ;

- « *Clair obscur : expedition 33* » du studio *Sandfall*, où Maëlle partage le premier rôle avec Gustave, illustrant une tendance de fond consistant à proposer plusieurs protagonistes afin de laisser le choix entre un personnage féminin et un personnage masculin.

Au-delà du financement des œuvres, le CNC a également engagé une démarche plus globale en faveur de la parité, avec la création d'un **groupe de travail dédié**, l'adoption de **chartes à destination des écoles et des entreprises** du secteur ainsi que la mise en place d'une **formation obligatoire aux violences sexistes et sexuelles pour les bénéficiaires de ses aides**.

Les rapporteurs saluent ces initiatives, qui témoignent d'une prise de conscience réelle des enjeux de représentation. Ils estiment toutefois qu'une étape supplémentaire pourrait être franchie afin d'intégrer plus systématiquement cette réflexion dans les procédures d'attribution des aides publiques.

Auditionnée par la délégation, **Fanny Lignon a proposé de s'inspirer d'un dispositif déjà existant en matière de violences dans le cadre du crédit d'impôt jeu vidéo.** Les studios sollicitant cet avantage fiscal doivent en effet remplir une **attestation relative à la violence**, composée d'un questionnaire permettant d'apprécier la manière dont les scènes violentes sont mises en œuvre et contextualisées.

Ce document ne conduit ni à censurer les œuvres ni à porter une appréciation sur leur qualité artistique, il constitue une pièce du dossier examiné par le CNC.

Comme l'a résumé la chercheuse : *« Une piste pourrait être de créer un formulaire similaire relatif au sexisme. Nous avons bien été capables de le faire pour la violence, pourquoi ne pourrions-nous pas le faire pour le sexisme ? »*

Les rapporteurs souscrivent à cette proposition. Ils recommandent que le CNC complète les dossiers de demande d'aide et de crédit d'impôt par un formulaire relatif aux représentations des femmes et aux stéréotypes de genre, sur le modèle de l'attestation relative à la violence.

Ce document inviterait les studios à expliciter la place accordée aux personnages féminins, la diversité des rôles qui leur sont confiés, le recours éventuel à des stéréotypes de genre ou encore les possibilités offertes aux joueurs en matière de choix et de personnalisation des personnages.

Il n'aurait pas vocation à conditionner l'octroi des aides publiques ni à porter une appréciation sur les choix artistiques des créateurs, mais constituerait en revanche un levier concret pour intégrer la question des représentations dès la conception des jeux et accompagner l'évolution déjà engagée des pratiques de l'industrie.

Recommandation n° 7 : Compléter les dossiers de demande d'aide du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) et de Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) par un formulaire relatif aux représentations des femmes et aux stéréotypes de genre, sur le modèle de l'attestation relative à la violence.



centre national
du cinéma et de
l'image animée

Attestation relative à la violence

Je soussigné

représentant la société

en ma qualité de

déclare:

« Je certifie sur l'honneur que le jeu vidéo » _____, au titre duquel un agrément provisoire en matière de crédit d'impôt jeux vidéo est demandé, ne comporte aucune séquence obtenant plus de trois points au titre du groupe « contextualisation de la violence » mentionné à l'article D.331-25-1 du code du cinéma et de l'image animée.

Fait à

le

_____ :

Pour le groupe "contextualisation de la violence", les points pour chacune des séquences du jeu, sont affectés comme suit:

1 - La violence présente un caractère disproportionné et gratuit.	<input type="checkbox"/> 1 point
2 - La violence présente un caractère cru et détaillé dans un environnement visuellement réaliste.	<input type="checkbox"/> 1 point
3 - Dans le cas où la séquence ferait état d'une violence répondant au deux précédents critères, la violence dans cette séquence est quantitativement accentuée;	<input type="checkbox"/> 1 point
4 - La violence ne peut pas être contournée;	<input type="checkbox"/> 1 point
5 - La violence est encouragée.	<input type="checkbox"/> 1 point
Total	<input type="text"/>

b) Accompagner les studios par la diffusion d'outils et de bonnes pratiques

L'évolution des représentations suppose que les équipes de création disposent des connaissances, des outils et des retours d'expérience leur permettant d'interroger leurs pratiques tout au long du développement des jeux.

Plusieurs initiatives existent déjà en ce sens. Le Syndicat national du jeu vidéo (SNJV) a ainsi élaboré un guide de bonnes pratiques consacré aux représentations dans les jeux vidéo. De son côté, *Women in Games France* intervient régulièrement auprès des écoles, des studios et des entreprises du secteur afin de sensibiliser les professionnels aux enjeux d'égalité et de diversité. Certains grands studios, à l'image d'Ubisoft, intègrent désormais ces réflexions très en amont de la conception des jeux, en mobilisant des expertises variées et des panels de testeurs plus diversifiés.

Toutefois ces démarches peinent encore à se diffuser à l'ensemble de la filière du jeu vidéo. Mickael Newton, membre du conseil d'administration d'Afrogameuses, a ainsi indiqué¹ que l'association intervenait régulièrement auprès de studios qui en faisaient la demande tout en regrettant que ces sollicitations émanent uniquement des entreprises qui sont déjà sensibilisées à ces enjeux : *« ce sont des personnes déjà concernées qui s'intéressent à ces sujets et il s'agit donc d'une démarche consciente de l'entreprise qui a envie de s'inscrire dans cette logique »*

Les rapporteurs considèrent que ces démarches gagneraient à être davantage diffusées à l'ensemble de la filière, notamment auprès des studios indépendants, qui ne disposent pas toujours des mêmes moyens que les grandes entreprises pour structurer une réflexion sur les représentations.

Comme le souligne² *Women in Games France*, cette réflexion ne devrait plus reposer uniquement sur *« les seules sensibilités individuelles »* mais être intégrée de manière plus systématique dans les méthodes de travail des studios. À cette fin, **les formations consacrées aux biais de genre et aux stéréotypes gagneraient à être développées** et la vigilance sur les représentations pourrait être **prise en compte à plusieurs étapes de la conception des jeux**, de la préproduction aux tests utilisateurs, sans remettre en cause la liberté de création.

Les rapporteurs recommandent ainsi de renforcer, avec l'appui du CNC et en lien avec les organisations professionnelles et les associations spécialisées, les actions de formation et de sensibilisation consacrées aux représentations de genre, de diffuser plus largement les guides de bonnes pratiques existants, d'encourager le recours à des panels de testeurs plus diversifiés et de favoriser, pour les productions les plus importantes, la désignation de référents chargés d'accompagner les équipes de création sur ces questions.

¹ Audition du 6 mai 2026

² Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs.

Recommandation n° 8 : Renforcer, avec le CNC, le SNJV et les associations représentatives du secteur, l'accompagnement des studios en matière de représentations de genre, par le développement de formations, de ressources, de référentiels et de bonnes pratiques intégrant ces enjeux.

c) Faire émerger, avec la recherche, des outils communs d'analyse des représentations

Les débats relatifs aux représentations reposent encore largement sur des appréciations subjectives et les studios disposent aujourd'hui de peu d'outils leur permettant d'objectiver leurs choix narratifs tout en préservant leur liberté de création.

À cet égard, les travaux conduits par l'EDHEC Business School ouvrent une voie particulièrement prometteuse. Auditionnée par la délégation¹, Hager Jemel a présenté un test destiné à mesurer la place des personnages féminins dans les jeux vidéo à partir de critères objectifs. *« Nous aimerions également présenter notre test le plus largement possible aux studios. Nous avons échangé avec les concepteurs de jeux, mais nous aimerions aller au-delà »*, a-t-elle expliqué.

La chercheuse insiste sur le fait que cet outil n'a pas vocation à établir un classement des œuvres. *« Il ne s'agit pas d'une logique de stigmatisation, mais bien d'amener une prise de conscience et de montrer que des outils existent pour que les studios se rendent compte du degré de parité de leur narration. »*

Cette démarche se veut également évolutive et collaborative. Le test sera mis en libre accès afin que *« d'autres puissent l'appliquer à d'autres scénarios, qu'il s'agisse de studios, d'éditeurs ou de joueurs souhaitant vérifier par eux-mêmes les jeux auxquels ils participent »*. À terme, Hager Jemel souhaite étendre cette méthode à **d'autres dimensions de la diversité, notamment à la représentation du handicap**, soulignant qu'*« il y a donc une continuité à imaginer pour poursuivre l'exploration de ces travaux »*.

Les rapporteurs considèrent que cette initiative illustre pleinement la manière dont la recherche peut accompagner l'évolution des pratiques professionnelles. Ils estiment qu'il convient désormais de structurer un dialogue durable entre le monde académique et les professionnels du jeu vidéo afin de favoriser la diffusion, l'amélioration et l'appropriation de ces outils d'analyse.

Recommandation n°9 : Créer, sous l'égide du CNC, un cadre de coopération pérenne entre les chercheurs et les professionnels du jeu vidéo afin de favoriser le développement, la diffusion et l'amélioration d'outils communs d'analyse des représentations.

¹ Audition du 18 décembre 2025.

2. Mieux informer les joueurs et joueuses (et leurs parents) et adapter la signalétique PEGI aux nouveaux usages

a) Faire évoluer la signalétique PEGI pour mieux prendre en compte les représentations sexistes

Le système européen PEGI (*Pan European Game Information*) constitue aujourd'hui le principal outil d'information des consommateurs sur le contenu des jeux vidéo. Fondé sur une logique de recommandation plutôt que d'interdiction, il repose sur une classification par âge et sur des pictogrammes signalant notamment la présence de violence, de langage grossier, de drogues, de sexe, de jeux d'argent ou de discriminations.

Liste des pictogrammes du système PEGI



Source : Pegi.info

Les auditions conduites par la délégation ont fait apparaître un large consensus quant à l'utilité de ce dispositif. Auditionné par les rapporteurs, Nicolas Vignolles, délégué général du SELL, a ainsi rappelé que « PEGI est un très bon système », qui constitue une référence reconnue par les familles comme par les professionnels, tandis que Laurence Pécaut-Rivolier, membre du collège de l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), a également insisté sur l'intérêt de cet outil : « le système PEGI est un système d'autogestion de signalétique jeunesse qui, pour nous, fonctionne bien ».

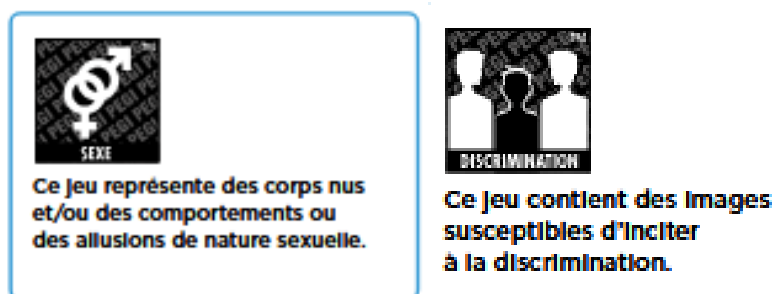
Les rapporteurs partagent pleinement cette appréciation. Ils considèrent que PEGI constitue aujourd'hui un outil, certes imparfait, mais efficace d'information des consommateurs, dont les principes doivent être préservés et confortés.

Pour autant, les auditions ont également mis en évidence certaines limites. Tout d'abord, Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*, a souligné que « dans la réalité, très peu de personnes savent vraiment ce qu'il signifie. »

Par ailleurs, comme l'a rappelé Fanny Lignon, « la signalétique PEGI, ce sont des recommandations, ce qui est préférable à une interdiction ».

Surtout, la chercheuse relève que le pictogramme relatif aux discriminations « vise clairement le racisme et non le sexisme » et s'interroge : « Ne pourrait-on pas dessiner une autre vignette visant explicitement le sexisme ? ».

Pictogrammes actuels visant le sexe et les discriminations



Source : PEGI.info

Les rapporteurs considèrent que cette réflexion mérite désormais d'être portée au niveau européen, afin de permettre aux joueurs et aux familles de disposer d'une information plus complète sur les contenus auxquels ils sont exposés.

Ce pictogramme pourrait par exemple prendre la forme ci-dessous :



« Ce jeu contient des représentations ou des propos sexistes ».

Recommandation n°10 : Porter, dans le cadre de la gouvernance européenne du système PEGI, la création d'un pictogramme spécifique permettant d'informer les consommateurs de la présence de représentations, de stéréotypes ou de contenus à caractère sexiste dans les jeux vidéo.

b) Étendre la signalétique PEGI à l'ensemble des modes de distribution des jeux vidéo

Les auditions ont mis en évidence que le champ d'application du système PEGI ne correspond plus pleinement aux usages actuels des joueurs. **Conçu à une époque où les jeux étaient principalement commercialisés sur support physique, ce dispositif ne couvre plus de manière satisfaisante les nouvelles formes de distribution**, en particulier les plateformes de téléchargement ou les jeux sur mobile.

Laurence Pécaut-Rivolier, membre du collège de l'Arcom, a ainsi déclaré, lors de son audition par la délégation¹, qu'« *un de nos rêves serait que cette signalétique puisse aussi s'appliquer aux plateformes en ligne* », afin que les consommateurs bénéficient du même niveau d'information, quel que soit le mode d'accès au jeu.

La chercheuse Fanny Lignon a formulé le même constat. Elle relève que « *pour ceux qui sont vendus en format physique, il existe une vignette PEGI* », mais que « *les autres, notamment les jeux pour smartphones, échappent joyeusement à cette signalétique* ». Elle estime ainsi que « *tous les jeux vendus sur les plateformes de téléchargement - Steam, Google Play, Apple Store - devraient se voir appliquer l'obligation d'affichage de la signalétique PEGI* ».

Les rapporteurs partagent pleinement cette analyse. Alors que les jeux dématérialisés et les applications mobiles représentent une part croissante des pratiques vidéoludiques, il apparaît paradoxal que les consommateurs ne bénéficient pas, sur ces supports, du même niveau d'information que pour les jeux commercialisés sur support physique.

Cette évolution apparaît d'autant plus nécessaire que les auditions ont mis en évidence la diffusion, sur les plateformes mobiles, de jeux ou de campagnes publicitaires véhiculant des stéréotypes sexistes particulièrement marqués.

Recommandation n° 11 : Porter, au niveau européen, l'extension de l'obligation d'affichage de la signalétique PEGI à l'ensemble des plateformes de distribution numérique de jeux vidéo, et aux plateformes de téléchargement.

¹ Audition du 26 février 2026

3. Faire évoluer durablement les pratiques professionnelles et les imaginaires

a) Intégrer les enjeux d'égalité tout au long du processus de création

Pour produire durablement des jeux plus inclusifs, c'est l'ensemble du processus de création qui doit progressivement intégrer les enjeux d'égalité.

L'audition d'Ubisoft a, à cet égard, mis en lumière plusieurs initiatives particulièrement intéressantes. Claire Bourgne, directrice du studio Ubisoft Paris, a ainsi rappelé que c'est « *par la visibilité de nos actions que nous pouvons avoir un impact durable sur le contenu des jeux. Nous pouvons certes avoir la volonté de créer des héroïnes, mais si les équipes ne s'emparent pas de cette idée, si ce n'est pas la volonté des directions de jeux, l'objectif ne sera pas pérenne.* »

Elle a présenté plusieurs outils développés par le studio : une équipe dédiée à la diversité et à l'inclusion, le recours à des experts et à des tests consommateurs, mais également l'expérimentation d'un référent diversité au sein des équipes de production. Selon elle, cette personne « *a une double casquette : elle est une personne-ressource capable d'apporter des expertises, mais aussi d'alerter si des éléments dans le développement du jeu lui paraissent non conformes avec les valeurs de diversité et d'inclusion que nous promouvons chez Ubisoft.* »

Claire Bourgne souligne que ces dispositifs favorisent une « *autorégulation de la part de certaines productions* » et constituent, selon ses propres termes, « *des signaux faibles, mais (...) émergents.* »

Elle a également insisté sur **l'importance des évolutions plus discrètes** qui transforment progressivement les pratiques professionnelles : « *Depuis quelques années, nous ne parlons plus par défaut de « joueurs », mais de « joueuses », lorsque nous concevons un nouveau jeu. (...) Nous avons même été jusqu'à positionner par défaut les avatars, qui représentent le joueur, sur un avatar féminin.* »

Elle souligne que les représentations évoluent d'abord grâce à la possibilité donnée aux équipes d'interroger leurs propres productions. Elle explique ainsi que, lors des présentations internes, « *nous avons très régulièrement des prises de parole de femmes, que ce soit au sein des équipes ou au niveau du studio, qui disent : « Attention, à cet endroit, je ne me sens pas représentée ». [...] La parole est donc plus libérée et les retours sont pris en compte de manière de plus en plus régulière.* »

Cette évolution suppose toutefois un **engagement durable des studios** : « *c'est une question de volontarisme, d'allocation des ressources – au studio, une personne est dédiée à la question de la diversité et de l'inclusion – et surtout de maintien du cap. Nous ne faisons pas cela seulement parce que nous y croyons et que nous considérons que c'est important, mais aussi parce que cela apporte*

un équilibre dans les équipes et améliore la qualité de nos jeux. C'est donc un travail de longue haleine, mais ce n'est pas un travail facile et sur lequel il ne faut absolument pas ralentir. »

Les travaux présentés par Hager Jemel rejoignent cette analyse. La chercheuse observe que les studios invoquent encore fréquemment un **supposé réalisme historique pour justifier la sous-représentation des femmes**, alors même que « *les réalités historiques sont elles-mêmes discutables* » et que « *de nombreuses femmes ont été invisibilisées* ».

Elle s'interroge dès lors : « *Est-ce une bonne raison de continuer à perpétuer cela, surtout dans des univers souvent fantastiques et peu réalistes ?* »

Pour Hager Jemel, **les évolutions passent moins par une logique de contrainte que par une prise de conscience collective**. Il convient d'« *inviter les studios et les éditeurs à prendre leurs responsabilités par rapport à tout ce qui est diffusé sur le marché* » et de mener « *une phase de sensibilisation et d'éducation (...) en même temps qu'une phase de régulation* ».

Les rapporteurs partagent cette approche et estiment que les évolutions les plus durables naîtront d'une diffusion progressive de bonnes pratiques au sein de l'ensemble de la filière, en s'appuyant sur les initiatives déjà expérimentées par certains studios plutôt qu'en imposant des modèles uniformes.

Recommandation n°12 : Favoriser l'intégration des enjeux de représentation à toutes les étapes de conception des jeux, notamment par le recours à des panels de test diversifiés et l'expérimentation de référents diversité au sein des équipes de production.

b) Faire du jeu vidéo un support d'éducation à l'égalité entre les femmes et les hommes

Alors que le jeu vidéo occupe désormais une place centrale dans les pratiques culturelles des jeunes, il demeure encore peu mobilisé comme support d'éducation à l'égalité entre les femmes et les hommes et d'éducation aux médias.

Fanny Lignon a ainsi regretté que « *l'Éducation nationale a raté plusieurs métros : auparavant celui de la télévision et aujourd'hui celui du jeu vidéo. Désormais, ce dernier semble balayé par l'arrivée de l'intelligence artificielle.* »

Pourtant, selon elle, les outils existent déjà : « *nous pouvons éduquer les élèves simultanément aux jeux vidéo et à l'égalité entre les femmes et les hommes. Nous avons les cadres pour cela : l'éducation à l'égalité filles-garçons et l'éducation aux médias et à l'information.* »

Les associations telles que Women in Games France ou Afrogameuses mènent déjà des actions de sensibilisation auprès des jeunes en s'appuyant sur le jeu vidéo. Vanessa Chicout, vice-présidente d'Afrogameuses, a ainsi indiqué¹ intervenir régulièrement dans les écoles et collèges afin d'échanger avec les élèves, en les invitant à s'interroger sur la place accordée aux personnages féminins et les représentations véhiculées. Ces interventions montrent que le jeu vidéo peut constituer un levier pertinent pour dialoguer sur les enjeux d'égalité.

Les auditions ont également montré que, lorsqu'il est accompagné et inscrit dans un cadre adapté, le jeu vidéo peut constituer un support de médiation particulièrement pertinent. Anna Bressan², référente événementiel Women in Games France, a ainsi expliqué que son intervention auprès de jeunes suivis en hôpital psychiatrique repose sur la médiation par le jeu vidéo : « *le jeu vidéo ne constitue qu'un symptôme d'un mal-être plus profond ; il n'est jamais la cause directe d'une addiction. (...) Le jeu vidéo permet de rompre un état de repli sur soi, de regagner confiance et estime de soi grâce à une pratique structurée autour d'objectifs très concrets.* »

Les rapporteurs ne méconnaissent ni les risques liés à un usage excessif des écrans ni les difficultés que peuvent poser certains contenus ou certains usages du jeu vidéo. Ils considèrent néanmoins que ces enjeux renforcent, plus qu'ils ne diminuent, la nécessité de développer une véritable éducation au jeu vidéo. Parce qu'il constitue désormais un objet culturel majeur, le jeu vidéo doit pouvoir être mobilisé comme support d'éducation aux médias et à l'information ainsi que d'éducation à l'égalité entre les filles et les garçons, afin de développer l'esprit critique des jeunes face aux représentations qu'il véhicule.

Recommandation n° 13 : Intégrer le jeu vidéo dans les actions d'Éducation aux médias et à l'information (EMI) ainsi que dans les enseignements d'Éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (Evars), en développant des ressources pédagogiques permettant une analyse critique des jeux vidéo.

¹ Audition du 6 mai 2026

² Anna Bressan est désormais présidente de l'association Women in Games France depuis le 27 mai 2026

DEUXIÈME PARTIE DES FEMMES ENCORE MASSIVEMENT EXCLUES DES ESPACES DE VISIBILITÉ ET DE COMPÉTITIONS VIDÉOLUDIQUES

Alors que les femmes jouent désormais autant que les hommes, elles demeurent beaucoup moins nombreuses dans les environnements de jeu en ligne, les plateformes de streaming et les compétitions d'e-sport.

Cette sous-représentation ne résulte pas d'un moindre intérêt des femmes pour le jeu vidéo. Les auditions conduites par la délégation montrent au contraire qu'elle est largement liée aux violences auxquelles elles sont confrontées. Ces lieux restent en effet marqués par des formes persistantes de sexisme, de harcèlement et de remise en cause de la légitimité des joueuses.

Il existe en effet un *continuum* entre la faible féminisation de l'industrie, les représentations et les comportements sexistes, comme l'exprime¹ la secrétaire générale de *Women in Games France*, Justine Boulanger, « ces représentations ne sont pas sans conséquences sur les comportements. Il existe un continuum entre les images proposées à l'écran et les interactions à l'intérieur des espaces de jeu, notamment en ligne. Les femmes sont encore très largement exposées à des propos sexistes, à du harcèlement, à des menaces, parfois à de véritables campagnes de cyberviolence menées contre elles. »

Dans ce contexte, plus les espaces vidéoludiques sont visibles, publics ou compétitifs, plus les mécanismes d'exclusion tendent à s'intensifier. Des jeux en ligne au streaming, puis à l'e-sport, se dessine ainsi un *continuum de difficultés* qui contribue à éloigner les femmes des espaces les plus exposés de la pratique vidéoludique.

La seconde partie du rapport examine d'abord les expériences vécues dans les environnements de jeu en ligne, avant d'analyser les spécificités du streaming puis de l'e-sport, où les mécanismes d'exclusion apparaissent avec une intensité particulière.

¹ Audition du 15 janvier 2026.

I. UNE TOXICITÉ DANS LES ENVIRONNEMENTS DE JEUX EN LIGNE QUI N'EST PAS MARGINALE MAIS CULTURELLE

A. UNE EXPOSITION FRÉQUENTE AUX COMPORTEMENTS SEXISTES

1. Des violences et cyberviolences sexistes massives qui touchent une partie très importante des joueuses

Si la première partie du présent rapport a montré que les représentations féminines dans les jeux vidéo ont progressivement évolué, les auditions conduites par la délégation mettent en évidence une « **contagion** » **du sexisme vers les espaces de jeu en ligne**. Comme l'a résumé la chercheuse Fanny Lignon : « *les gros problèmes de sexisme, même s'il reste des questions de représentation, ne se situent plus vraiment là. Ils se sont déplacés.* »

Les travaux conduits par Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel, présentés devant la délégation¹ et développés dans leur ouvrage *Gaming. Sociologie du jeu vidéo (2024)*, dressent un constat particulièrement préoccupant de l'exposition des femmes aux violences sexistes dans les espaces de jeu en ligne.

Leur enquête intitulé « *#MeToo... Is it in the game? – Enquête sur le sexisme et les rapports de genre des amateurs de jeux vidéo* » réalisée pour l'Ifop en mars 2023 montre que **40 % des joueuses déclarent avoir déjà été confrontées à des comportements sexistes, des propos déplacés ou des remarques à connotation sexuelle** au cours de leurs échanges avec d'autres joueurs.

Ces comportements recouvrent des réalités très diverses : insultes sexistes, commentaires obscènes, refus de jouer avec une femme, remise en cause de leurs compétences ou encore menaces d'agression sexuelle.

Au sein de ce *continuum* de violences sexistes, 19 % ont ressenti une attitude paternaliste, 14 % se sont vues ignorées ou refusées de jouer, 23 % ont déclaré avoir été la cible de propos à connotation sexuelle et, **plus alarmant encore, 15 % témoignent avoir déjà fait l'objet de menaces d'agression à caractère sexuel**.

Ces violences sont loin d'être réparties uniformément selon les pratiques.

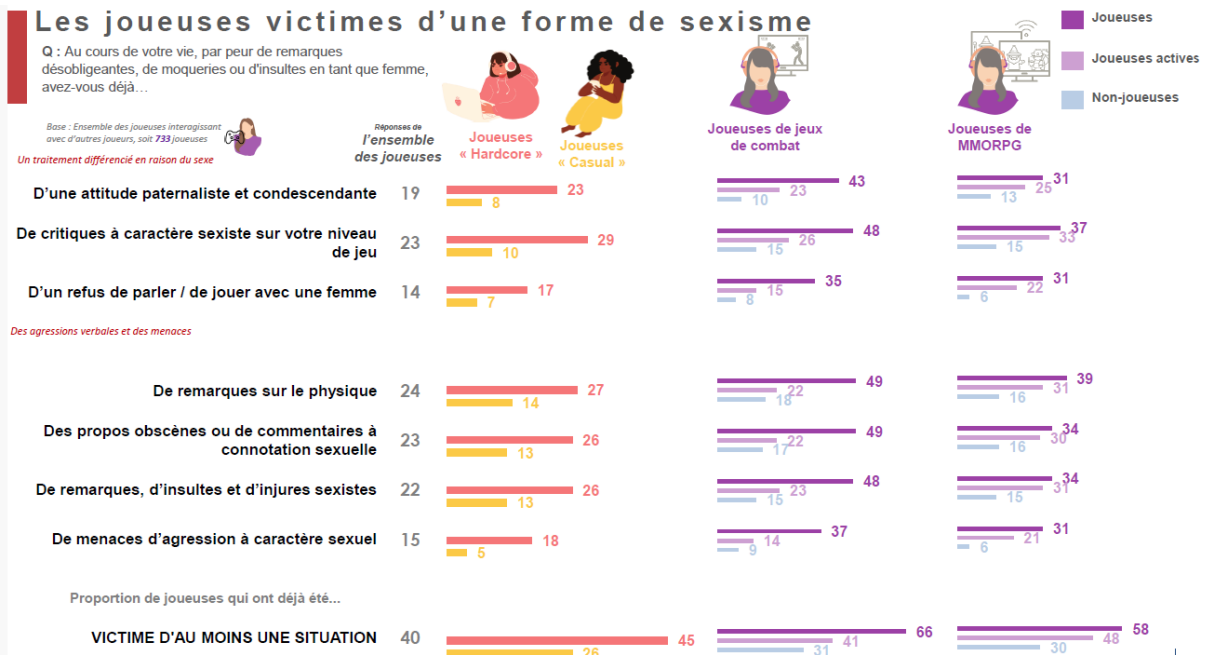
Elles apparaissent particulièrement fréquentes dans certains univers compétitifs. Ainsi, **66 % des joueuses de jeux de combat** déclarent avoir déjà été confrontées à des formes de harcèlement ou de sexisme. Parmi elles, 49 % rapportent avoir reçu des **propos obscènes à caractère sexuel**, 48 % des **insultes sexistes**, 35 % avoir déjà fait l'objet d'un **refus de jouer avec une femme** et 37 % avoir subi des **menaces d'agression sexuelle**.

¹ Audition du 11 février 2026.

Les joueuses victimes d'une forme de sexisme

Q : Au cours de votre vie, par peur de remarques désobligeantes, de moqueries ou d'insultes en tant que femme, avez-vous déjà...

Base : Ensemble des joueuses interrogées avec d'autres joueuses, soit 733 joueuses
Un traitement différencié en raison du sexe



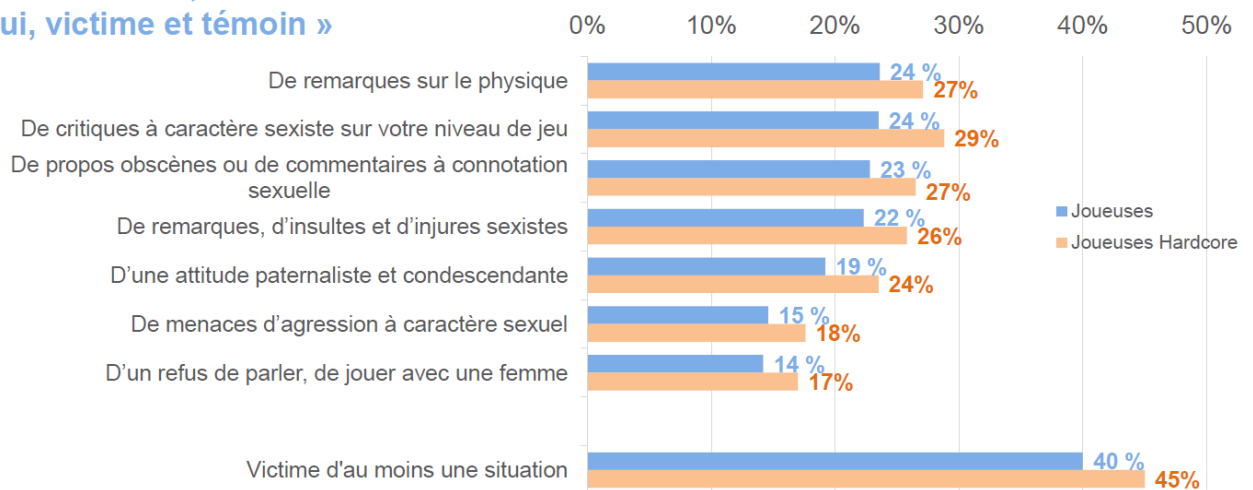
Source : Ifop

Les auteurs montrent également que l'intensité de la pratique constitue un facteur aggravant. Les joueuses les plus investies (hardcore) dans le jeu en ligne déclarent davantage de violences (+ 5 points), ce qui souligne que l'exposition au sexisme augmente avec la participation aux espaces les plus communautaires.

Question : Au cours de votre vie, par peur de remarques désobligeantes, de moqueries ou d'insultes en tant que femme, avez-vous déjà... ?

Oui, vous en avez été victime / Oui, vous en avez été victime et témoin / Non, mais vous en avez été témoin / Non, ni victime ni témoin

Réponses « Oui, victime » / « Oui, victime et témoin »



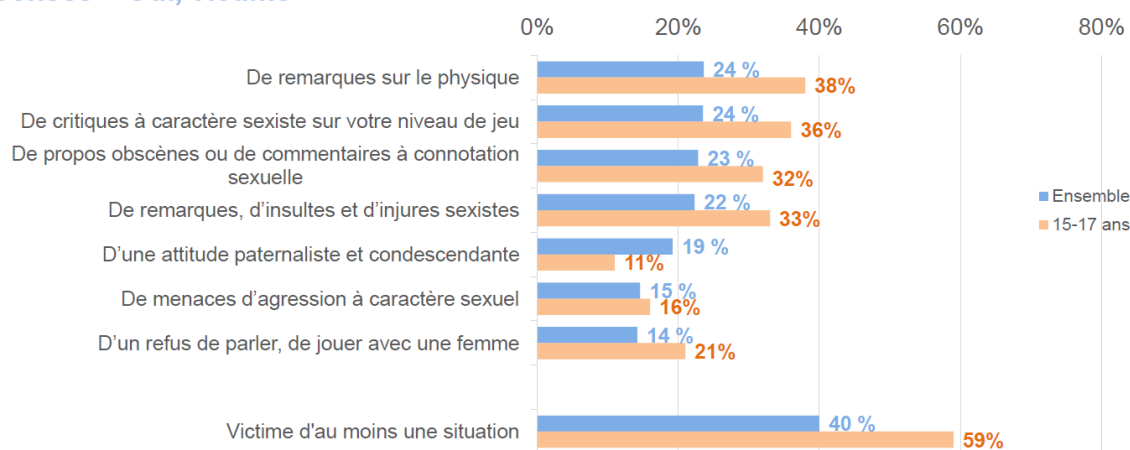
Source : Ifop

L'enquête souligne également que les joueuses les plus jeunes sont encore plus exposées à ces comportements. Près de 60 % des 15-17 ans déclarent en effet avoir été victime d'au moins une situation.

Question : Au cours de votre vie, par peur de remarques désobligeantes, de moqueries ou d'insultes en tant que femme, avez-vous déjà... ?

Oui, vous en avez été victime / Oui, vous en avez été victime et témoin / Non, mais vous en avez été témoin / Non, ni victime ni témoin

Réponses « Oui, victime »



Source : Ifop

À partir de ces données quantitatives, Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel observent ainsi qu'« *il se dessine, au travers des réponses données, un climat sexiste d'une ampleur conséquente et bien loin de concerner une part marginale des joueuses.* »

L'audition¹ de *Women in Games France* par la délégation confirme pleinement ce diagnostic. Présentant les résultats d'une enquête menée par l'association auprès des participants de plusieurs grands événements vidéoludiques (Gamers Assembly, EVO Nice et Paris Games Week), sa présidente, Marie-Lou Dulac, souligne que « *l'objectif était d'interroger les visiteurs et visiteuses sur leur perception de l'inclusion des jeux en ligne et des événements autour des jeux vidéo. On observe bien une perception différenciée selon le genre. Par exemple, à la question : « Quand vous jouez en ligne, vous sentez-vous généralement en sécurité ? », une majorité de femmes ne se sentent pas en sécurité. La réponse à la question : « Avez-vous déjà lu ou entendu des propos sexistes dans ces jeux-là ? » est assez unanime ; hommes et femmes ont déjà assisté à du sexisme dans les espaces de jeu.* »

Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel mettent aussi en avant que cette ambiance sexiste pèse sur les femmes et crée un « *climat défavorable et inhospitalier* » qui influe sur les comportements de jouer ou pas.

Ils invitent cependant à dépasser une lecture qui ferait du jeu vidéo un univers à part : « *La focale mise sur les comportements sexistes entre joueurs se révèle donc en réalité un miroir grossissant des problématiques de genre qui traversent*

¹ Audition du 15 janvier 2026.

la société dans son ensemble. Dit plus simplement, le jeu vidéo n'est finalement qu'un endroit de plus où l'on peut afficher des comportements sexistes¹. »

Ces différentes études convergent ainsi pour montrer que les comportements sexistes ne relèvent ni de situations isolées, ni de quelques communautés marginales. **Ils constituent malheureusement, pour une part importante des joueuses, une composante désormais ordinaire de l'expérience du jeu en ligne.**

2. Des témoignages qui révèlent un climat d'hostilité marqué par des violences sexistes

Derrière les chiffres apparaissent des trajectoires marquées par des formes de harcèlement et de violences diverses, qui modifient profondément les manières de jouer.

Dès la première audition de la délégation, les représentants du secteur ont mis en évidence que **l'origine de ces violences réside moins dans les jeux eux-mêmes que dans les comportements développés par certaines communautés.**

Comme l'a souligné Nicolas Vignolles, délégué général du Sell : *« Les jeux très collaboratifs, dits MMO (Massively multiplayer online games), posent également problème, car certaines licences ont créé, non par elles-mêmes, mais par l'environnement des joueurs qui s'en sont emparés, des univers très masculinistes. Parfois, des jeunes filles qui se connectent en indiquant qu'elles sont des femmes sont mises à l'écart ou insultées. »*

Les auditions mettent en évidence un aspect fondamental dans la nature même des violences subies par les femmes. Chez les hommes, les insultes s'inscrivent généralement dans la logique compétitive du jeu et portent sur le niveau ou les performances. **Les joueuses, en revanche, sont fréquemment prises pour cible indépendamment de leurs compétences, c'est leur simple identification comme femmes qui déclenche les comportements hostiles.**

Cette distinction est particulièrement bien résumée par le témoignage² de Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport, fondatrice de POG tv. Répondant à une question d'une sénatrice de la délégation portant sur le fait de savoir si une femme qui jouerait particulièrement bien serait épargnée par le harcèlement, elle évoque le cas d'une joueuse ayant publié une partie particulièrement réussie, et observe : *« L'exemple de la joueuse Ève Monvoisin, alias Colombblbl, qui a posté l'une de ses parties, en est une bonne illustration : malgré une bonne performance, dès qu'elle est identifiée comme femme, elle se fait harceler. »*

¹ Gaming. Sociologie du jeu vidéo (2024) p 154.

² Audition du 26 mars 2026.

Elle conclut :

“ *Chez les hommes, la violence apparaît lorsqu'un joueur est jugé mauvais ; pour les femmes, elle tient au fait d'être perçues comme telles, même lorsqu'elles jouent mieux que les hommes.*

Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport,
fondatrice de POG tv

Ce témoignage met en lumière que dans les espaces de jeu, les violences sexistes ne sanctionnent pas un comportement ou un niveau de jeu, elles visent l'appartenance même au genre féminin.

Il rejoint aussi celui de Vanessa Chicout, vice-présidente d'Afrogameuses, qui a évoqué¹ **les effets durables que ces violences peuvent avoir sur les pratiques des joueuses**. Elle a ainsi expliqué que la découverte des jeux en ligne, notamment sur *Counter Strike*, avait profondément modifié son rapport au jeu vidéo :

“ *C'est ainsi que j'ai découvert que j'étais une femme dans le jeu vidéo.*

Vanessa Chicout, vice-présidente d'Afrogameuses

Confrontée à un environnement marqué par la misogynie, elle indique avoir progressivement renoncé aux jeux multijoueurs : « *25 ans plus tard, je ne joue toujours pas en ligne, cela me suit encore* ». Son témoignage illustre la manière dont ces violences peuvent conduire les joueuses à abandonner durablement les espaces de jeu les plus exposés à la toxicité.

Des violences qui peuvent également déborder largement du cadre du jeu en ligne.

Le témoignage de Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*, en constitue une illustration particulièrement marquante. Revenant sur sa propre expérience, elle explique : « *j'ai été, très tôt, exposée à des cyberviolences et à des propos sexistes, qui ont débouché sur une vague de harcèlement de la part d'une communauté entière de jeux vidéo en ligne, pendant plus de huit ans. Pour ma part, j'ai même été victime d'un guet-apens dans un bar à Paris. J'ai dû déposer une main courante, parce qu'à l'époque, ces faits n'étaient pas*

¹ Audition du 6 mai 2026

reconnus comme tels. Les screenshots - captures d'écran - de jeu vidéo en ligne ne constituaient pas une preuve. »

Son témoignage montre que les cyberviolences peuvent désormais se prolonger bien au-delà des espaces de jeu, en mobilisant les réseaux sociaux, le *doxxing*¹ ou encore le *swatting*², jusqu'à affecter directement la vie personnelle des victimes.

Enfin, les auditions ont aussi mis en évidence le caractère souvent cumulatif des discriminations subies.

Kokosaap, joueuse de Street Fighter 6, membre du collectif NSxC et de l'association Afrogameuses, explique ainsi que les violences peuvent revêtir simultanément une dimension sexiste et raciste. Évoquant un tournoi organisé à Las Vegas, elle indique que « *les propos pouvaient être purement racistes* », tout en soulignant qu'« *on observe également des situations où, en jouant, une personne va être prise à partie en étant présumée femme* ».

Elle ajoute :

“ *En tant que femme noire évoluant dans la compétition, un milieu où la diversité n'est pas toujours évidente, j'ai choisi de faire de mon identité une unicité.*

Kokosaap, joueuse de Street Fighter 6, membre du collectif NSxC et de l'association Afrogameuses

Ce témoignage rappelle que certaines joueuses peuvent être confrontées à **plusieurs formes de discrimination qui se renforcent mutuellement** et contribuent à accentuer leur sentiment d'exclusion.

Un phénomène décrit aussi par l'**étude Bryter « Women Gamers 2024 »** qui observe une toxicité régulière déclarée par 37 % de l'ensemble des femmes, mais 45 % pour les femmes issues de minorités ethniques ainsi que pour les femmes LGBTQ+, et jusqu'à 52 % pour les femmes cumulant LGBTQ+ et minorité ethnique, soit **un différentiel de 15 points**.

Pour les femmes issues de la diversité, susceptibles d'être victimes de discrimination, **ces violences se cumulent donc et renforcent** encore leur sentiment d'exclusion.

¹ Publication de données personnelles (adresse, lieu de travail, photos) pour exposer des cibles à des menaces physiques.

² Déclenchement d'interventions policières armées sur la base de fausses alertes, visant à terroriser des cibles.

Pris ensemble, ces témoignages montrent que les violences sexistes observées dans les espaces de jeu ne constituent pas une succession d'expériences isolées.

Elles dessinent un *continuum* de violences, allant de la remise en cause de la légitimité des joueuses aux campagnes de harcèlement susceptibles d'affecter durablement leur vie personnelle.

Le cumul des discriminations : le concept de misogynie

Les auditions conduites par la délégation montrent que les violences rencontrées dans les espaces de jeu ne se limitent pas toujours à une seule forme.

Certaines joueuses peuvent être simultanément visées en raison de leur sexe, de leur couleur de peau, de leur origine, de leur orientation sexuelle ou de leur identité de genre.

Cette approche s'inscrit dans les travaux de la juriste américaine **Kimberlé Crenshaw**, qui a développé, à la fin des années 1980, le concept d'« intersectionnalité » afin de rendre compte de l'imbrication de plusieurs rapports de domination. Elle montre que certaines discriminations ne peuvent être appréhendées en examinant séparément chacun de leurs motifs, mais qu'elles résultent de leur articulation.

Dans cette perspective, la chercheuse américaine **Moya Bailey** a forgé le concept de « **misogynie** » pour désigner les **violences spécifiques dirigées contre les femmes noires**, à l'intersection du racisme et de la misogynie.

Les auditions conduites par la délégation mettent en évidence que certaines joueuses peuvent être confrontées à plusieurs formes de discrimination qui se renforcent mutuellement, ce qui invite à prendre en compte cette pluralité de discriminations dans les politiques de prévention, de modération et d'accompagnement des victimes.

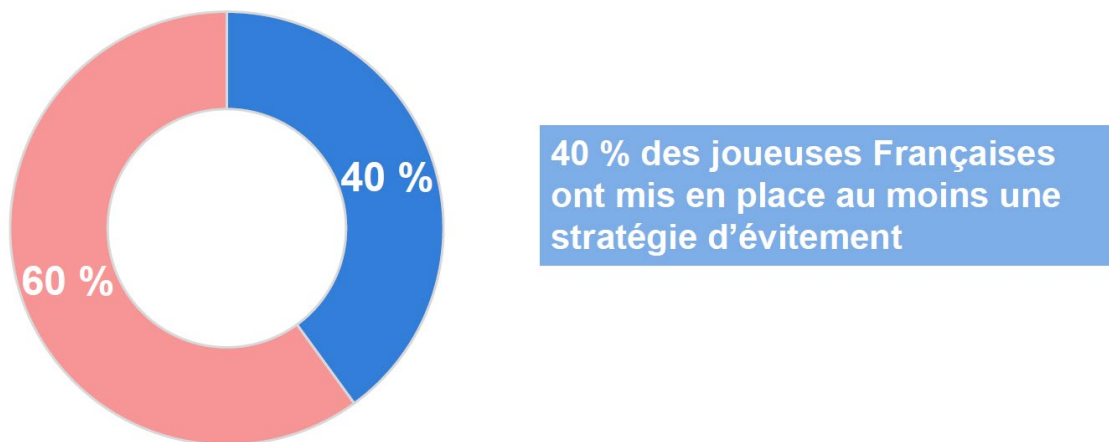
Source : Délégation aux droits des femmes

3. Des stratégies d'évitement et d'invisibilisation

Ces violences sexistes conduisent de nombreuses joueuses à modifier durablement leur manière de jouer afin de limiter leur exposition.

Les données de l'Ifop montrent que **40 % d'entre elles mettent en œuvre au moins une stratégie d'évitement** : renoncer au chat vocal, masquer son identité, quitter certaines parties ou encore abandonner certains jeux particulièrement exposés aux comportements sexistes.

Part des joueuses ayant mis en place au moins une stratégie d'évitement



Source : Ifop

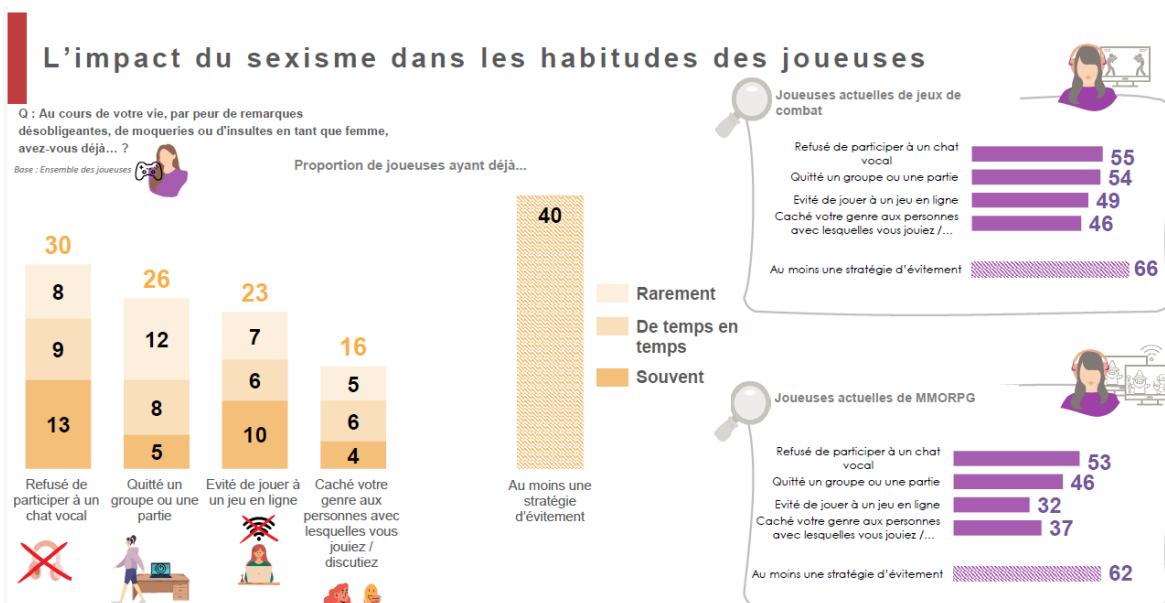
Le détail des stratégies mises en œuvre permet de mesurer concrètement l'impact de ces violences sur les habitudes de jeu.

Parmi les joueuses interrogées, 30 % déclarent avoir déjà renoncé à participer à un chat vocal, tandis que 26 % ont déjà quitté un groupe ou une partie par crainte de remarques sexistes ou déplacées. Près d'un quart (23 %) indiquent avoir évité certains jeux en ligne et 16 % déclarent avoir caché leur genre aux personnes avec lesquelles elles jouaient ou échangeaient. **Ces comportements constituent autant de stratégies d'adaptation destinées à limiter l'exposition aux violences.**

Les données montrent également que **ces stratégies sont particulièrement fréquentes dans les communautés les plus exposées aux interactions en ligne.**

Ainsi, 66 % des joueuses de jeux de combat et 62 % des joueuses de MMORPG déclarent avoir adopté au moins une stratégie d'évitement. Plus d'une joueuse sur deux y renonce au chat vocal (55 % dans les jeux de combat et 53 % dans les MMORPG) et plus de la moitié quitte parfois un groupe ou une partie pour éviter les comportements hostiles (54 % et 46 % respectivement). Les joueuses de jeux de combat sont également 49 % à éviter certains jeux en ligne et 46 % à dissimuler leur genre, contre respectivement 32 % et 37 % des joueuses de MMORPG.

Ces résultats confirment que la culture propre à certaines communautés de jeu influence directement l'exposition aux comportements sexistes et les stratégies de protection mises en œuvre par les joueuses.



Les auditions conduites par la délégation confirment que **ces stratégies d'adaptation sont devenues des pratiques courantes**. Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*, décrit¹ ainsi un phénomène d'invisibilisation progressive des femmes dans les espaces de jeu : « *Beaucoup de joueuses, mais aussi de créatrices, de professionnelles, choisissent alors de s'invisibiliser : des pseudonymes neutres, voire carrément masculins, une absence de micro, un transformateur de voix – afin de se faire passer pour des hommes, pour simplement avoir la paix –, une inutilisation de la caméra, voire un retrait de certaines communautés. Ce n'est absolument pas par manque d'intérêt ou de compétences mais par épuisement, pour se protéger.* »

Son témoignage illustre concrètement ces stratégies d'adaptation. « *Après la première vague de cyberharcèlement* », elle a alors pris une décision : « *j'ai rejoint un autre MMORPG, où je me suis fait passer pour un homme. Pendant six à huit mois, j'ai eu la paix et j'ai pu jouer de manière libre, respectueuse, sans la moindre insulte.* »

Cette invisibilisation contribue toutefois à entretenir un cercle vicieux. Moins les femmes sont visibles dans les espaces de jeu, moins elles apparaissent comme des figures légitimes de la communauté vidéoludique.

Hager Jemel, professeure de management et directrice de la Chaire diversité et inclusion de l'EDHEC Business School, a ainsi souligné la nécessité « *d'agir sur les communautés de gamers, aujourd'hui très masculines, et mettre davantage en avant les joueuses et les influenceuses, qui existent mais sont beaucoup moins visibles* ».

¹ Audition du 15 janvier 2026.

La lutte contre les violences sexistes suppose donc non seulement de sanctionner leurs auteurs, mais aussi de permettre aux femmes de pouvoir jouer et participer aux communautés vidéoludiques sans avoir à dissimuler leur identité.

B. UNE MODÉRATION INSUFFISANTE FACE À LA PERSISTANCE D'UNE CULTURE TOXIQUE

1. Des outils de modération qui peinent à répondre à l'ampleur du phénomène

Longtemps, les espaces de jeu en ligne se sont caractérisés par une **modération très limitée, voire inexistante**. Comme l'a rappelé¹ Justine Boulanger devant la délégation, « *j'ai été exposée bien trop tôt à ces jeux, dès 14 ou 15 ans, et à l'époque ils se caractérisaient par une absence absolue de modération.* »

Toutefois, **la modération des espaces de jeu en ligne a profondément évolué au cours des dernières années.**

Auditionné par la délégation, le délégué général du Sell, Nicolas Vignolles, a souligné que **les éditeurs de jeux vidéo ont investi massivement dans le développement d'outils de détection et de sanction des comportements toxiques :**

“ Notre industrie dépense des milliards d'euros pour développer la modération grâce à l'intelligence artificielle et bannir automatiquement des contenus, des mots ou des expressions. Les outils de modération dans le jeu vidéo sont très sophistiqués

Nicolas Vignolles, délégué général du Sell

Il a également insisté sur les progrès accomplis par l'industrie du jeu vidéo par rapport aux autres espaces numériques : « *J'aimerais pouvoir vous convaincre, ce matin, que l'industrie du jeu vidéo, même si elle n'est pas exemplaire, est parvenue en trente ans à déployer des moyens considérables en matière de modération, alors que ce n'est pas le cas des autres acteurs du numérique – messageries privées, réseaux sociaux, etc. – qui disent souvent que ce n'est pas possible.* »

Et de conclure : « *Par conséquent, les garçons et les filles, tant qu'ils sont dans l'univers du jeu vidéo, sont – je vous le dis très tranquillement, car j'ai deux enfants – beaucoup mieux protégés que dans les autres univers numériques. Sur des messageries comme Discord, Twitch ou même sur YouTube, le niveau de protection n'est pas le même, car les usagers sont attirés dans d'autres univers.*

¹ Audition du 15 janvier 2026.

Certes, les chats de certains jeux restent problématiques, mais ce n'est pas la majorité des cas. »

Cette évolution est également illustrée par l'exemple d'Ubisoft.

L'audition de l'entreprise le 9 avril 2026 par la délégation a mis en évidence que **l'éditeur français de jeux vidéo a profondément renforcé ses dispositifs de modération** au cours des dernières années.

Entendu¹ par la délégation, Emmanuel Martin, vice-président chargé des affaires corporatives, a insisté sur le **caractère désormais permanent de cet enjeu** : *« La politique de protection des joueurs chez Ubisoft est très vaste. Elle couvre les questions de toxicité et de harcèlement, mais également la lutte contre la triche et la protection des données personnelles. C'est un domaine extrêmement large et un défi constant, en permanente évolution. La situation n'est jamais parfaite ; nous avons toujours des marges de progression. »*

L'entreprise, qui reconnaît ainsi la difficulté de l'exercice de modération, décrit une stratégie reposant sur trois piliers complémentaires :

- le premier est celui de la **prévention** : *« Nous formons les joueurs en mettant à leur disposition des ressources (...). L'objectif est de sensibiliser de manière pédagogique » ;*

- vient ensuite la **détection** : *« Nous développons des technologies et des processus capables d'identifier rapidement et de prévenir des comportements à risque ou illégaux via le texte, la voix ou les partenaires de jeu » ;*

- enfin il y a l'**intervention** : *« Nous agissons de manière appropriée et proportionnée pour avertir, accompagner ou sanctionner les joueurs (...). Non seulement nous agissons envers les joueurs fautifs, mais nous soutenons aussi ceux qui ont subi de la toxicité en jeu. »*

Cette évolution s'est accompagnée d'un recours croissant aux technologies d'intelligence artificielle. Ubisoft souligne ainsi que *« cette approche globale combine l'automatisation des outils d'intelligence artificielle, sur lesquels nous investissons énormément, et l'intervention de modérateurs humains pour juger des situations les plus complexes. La masse d'interactions est telle que seule la technologie permet aujourd'hui d'effectuer une modération efficace. C'est donc une approche volontairement hybride. »*

Les sanctions prévues couvrent désormais explicitement les violences sexistes et sexuelles. Emmanuel Martin précise ainsi que *« les comportements de harcèlement sexiste et sexuel sont spécifiquement couverts par plusieurs catégories de nos politiques de modération (...). Face à ces comportements, les sanctions vont de l'avertissement et de la restriction temporaire de communication au bannissement définitif d'un jeu, voire à la suspension du compte Ubisoft dans son ensemble. »*

¹ Audition du 9 avril 2026.

Les auditions ont également permis d'illustrer concrètement le fonctionnement de ces dispositifs. Emmanuel Martin a notamment présenté le **système de réputation déployé dans Rainbow Six Siege**, qui repose sur une gradation des avertissements et des sanctions.

Ainsi, « *si vous écrivez des insultes, vous recevez un avertissement, puis vous êtes bloqué et exclu du chat pendant un certain temps. Quand votre objectif est de vous défendre collectivement et que vous ne pouvez plus communiquer, je peux vous dire que votre stratégie en prend un coup. En chat vocal, si vous proférez des insultes, l'intelligence artificielle coupe le son de votre casque et vous met en sourdine, d'abord temporairement, puis définitivement si vous persistez.* »

Selon Ubisoft, ces dispositifs produisent des résultats mesurables. Depuis leur déploiement, « *le nombre de joueurs de rang indigne et problématique a baissé de 81 % et de 54 % respectivement. Les joueurs adaptent leur comportement pour pouvoir continuer à jouer. Le nombre de joueurs de rang exemplaire a augmenté de 114 % et celui d'honorable de 45 %.* **On peut donc changer les comportements par ce type de pratiques.** »

Les rapporteurs relèvent ainsi que la **modération constitue désormais un enjeu majeur pour les éditeurs de jeux vidéo.**

Les dispositifs de prévention, de détection et de sanction traduisent **une véritable prise de conscience des enjeux liés aux violences en ligne.**

Pour autant, **ces progrès ne sauraient conduire à considérer que la question est aujourd'hui résolue.** Toutes les personnes auditionnées ont souligné que les outils de modération peinent encore à répondre à l'ampleur du phénomène et aux formes nouvelles prises par les comportements toxiques.

Marie-Lou Dulac, présidente de Women in Games France, relève¹ ainsi que « *la modération est considérée comme insuffisante de la part des joueurs et joueuses. Il y a vraiment un enjeu de protection des pratiquants et pratiquantes de jeux vidéo. Et, de même, il y a une réponse unanime sur la nécessité d'avoir plus d'initiatives qui favorisent la mixité et qui luttent contre les comportements sexistes au sein des jeux.* »

Lors de cette même table ronde, Justine Boulanger estime que, si la modération « *existe dans l'e-sport et le streaming, elle n'est que théorique à l'intérieur des espaces de jeu même, notamment en ligne, puisqu'elle y est essentiellement automatique, fonctionnant au moyen de bots et de filtrage d'obscénités.* »

Elle ajoute que « *le biais le plus important découle du fait que, aujourd'hui, il n'y a quasiment plus d'humains dans la modération. Il suffit donc que les harceleurs ou harceleuses fassent preuve d'un peu d'imagination pour tromper les filtres, par exemple en insultant au moyen d'émojis ou en anglais, ou encore en évitant d'utiliser certains caractères typographiques.* »

¹ Audition du 15 janvier 2026.

Si les éditeurs ont considérablement renforcé leurs dispositifs de modération, les joueuses continuent de faire état de violences sexistes fréquentes et de stratégies d'évitement destinées à s'en protéger.

Ainsi, les moyens mis en œuvre par l'industrie du jeu vidéo **demeurent insuffisants face aux comportements qui évoluent en permanence et contournent les dispositifs mis en place.**

2. Une culture communautaire qui banalise les comportements sexistes et déjoue les dispositifs de modération

Les limites actuelles de la modération ne tiennent pas uniquement aux outils mis en œuvre par les éditeurs, qui se sont au contraire sophistiqués. Elles résultent pour une large part de **l'évolution permanente des comportements toxiques**, qui s'adaptent aux dispositifs de détection et se déplacent d'un espace numérique à l'autre.

Cette difficulté est d'ailleurs reconnue par les éditeurs eux-mêmes.

Emmanuel Martin indique¹ ainsi qu'Ubisoft est engagé dans « *une démarche d'amélioration continue, notamment en raison des stratégies de contournement, ce que nous appelons les dog whistles, que vous observez, je pense, assez souvent dans vos travaux sur le masculinisme. C'est le moment où l'on détourne une image, un mot, ou qu'on l'écrit d'une façon différente. Les comportements toxiques s'adaptent en permanence à la modération ; notre enjeu est donc d'être en veille permanente sur ce sujet.* »

Les représentants de Women in Games France dressent le même constat. Justine Boulanger souligne que les auteurs de harcèlement parviennent fréquemment à contourner les dispositifs automatisés « *en insultant au moyen d'émojis ou en anglais, ou encore en évitant d'utiliser certains caractères typographiques* ». Elle relève également que « *force est de constater une absence de modération pour d'autres techniques de harcèlement, notamment via le tchat vocal. Par exemple, que l'on joue à Fortnite, à Ligue of Legends ou à Roblox, ou encore à des jeux de rôle massivement multijoueurs en ligne (MMORPG), comme World of Warcraft (WoW), le tchat vocal n'est pas contrôlé. Les joueuses que nous sommes n'ont pas la volonté d'enregistrer systématiquement toutes nos parties en ligne pour être sûres d'avoir des preuves.* »

Ces difficultés à modérer tiennent à la nature même des échanges en ligne.

Comme l'a expliqué Fanny Lignon, « *dans certains jeux, il est en effet possible de discuter. Ces canaux de discussion posent problème, car ils sont très difficiles à réguler. Si la discussion a lieu à l'écrit, on peut bloquer certains mots. À l'oral, c'est plus compliqué. Des solutions fondées sur l'intelligence artificielle pour identifier et bloquer certains mots seraient en développement, ce dont je*

¹ Audition du 9 avril 2026.

me réjouis. Néanmoins, au-delà des mots, il y a les faits, qui sont plus difficiles à bloquer. »

La chercheuse revient en effet sur les faits rapportés par le quotidien britannique *The Guardian* il y a quelques années « *dans laquelle une jeune femme avait déclaré avoir été agressée sexuellement dans un jeu en ligne. Son avatar avait été approché par celui d'un autre joueur, qui l'avait caressé et lui avait touché les seins et l'entrejambe.* » Face à cela, le studio éditeur du jeu avait alors conçu une commande permettant de se « *débarrasser de l'opportuniste* ». Mais elle conclut que « *le problème reste entier : c'est la personne agressée qui doit se défendre, et l'on n'apprend pas à l'agresseur à ne pas agresser.* »

Ainsi, les comportements et agressions sexistes ou sexuelles **peuvent également être entretenus par certaines normes communautaires qui contribuent à banaliser les violences et à délégitimer la présence des femmes dans les espaces de jeu en ligne.**

Comme l'a souligné Nicolas Vignolles, délégué général du Sell, « *certain types de jeux les excluent encore, notamment les jeux de sport qui restent très masculins. Les jeux très collaboratifs, dits MMO (Massively multiplayer online games), posent également problème, car certaines licences ont créé, non par elles-mêmes, mais par l'environnement des joueurs qui s'en sont emparés, des univers très masculinistes. Parfois, des jeunes filles qui se connectent en indiquant qu'elles sont des femmes sont mises à l'écart ou insultées. Il reste donc des types de jeux où l'on repère où sont les hommes et où sont les femmes.* »

Jean-Philippe Dubrulle et Enora Lanoë-Danel, lors de leur audition¹ par les rapporteurs, ont souligné que la toxicité ne saurait être réduite à une succession d'incidents isolés. S'appuyant sur les travaux de Luke Munn² (2023), ils rappellent qu'elle résulte de la **combinaison de plusieurs facteurs** : l'existence d'un modèle normatif du joueur, la banalisation de la violence verbale, la compétition, la désinhibition liée à l'anonymat et certaines logiques propres à l'industrie du jeu vidéo.

Ces différents mécanismes, déjà évoqués dans la première partie du présent rapport, contribuent à faire des violences sexistes un élément parfois banalisé des interactions en ligne.

Ils observent également que **ces violences dépassent désormais le seul espace du jeu** et se prolongent « *sur des forums ou des canaux de discussion hébergés sur d'autres sites* ».

Ainsi, **les campagnes de harcèlement ne restent plus confinées au jeu lui-même.** Comme l'a souligné Kokosaap, « *Riot Games publie par exemple les profils de joueurs bannis, mais cela n'empêche pas le déferlement de harcèlement sur d'autres réseaux* ». Les mesures prises par un éditeur peuvent ainsi être

¹ Audition du 11 février 2026.

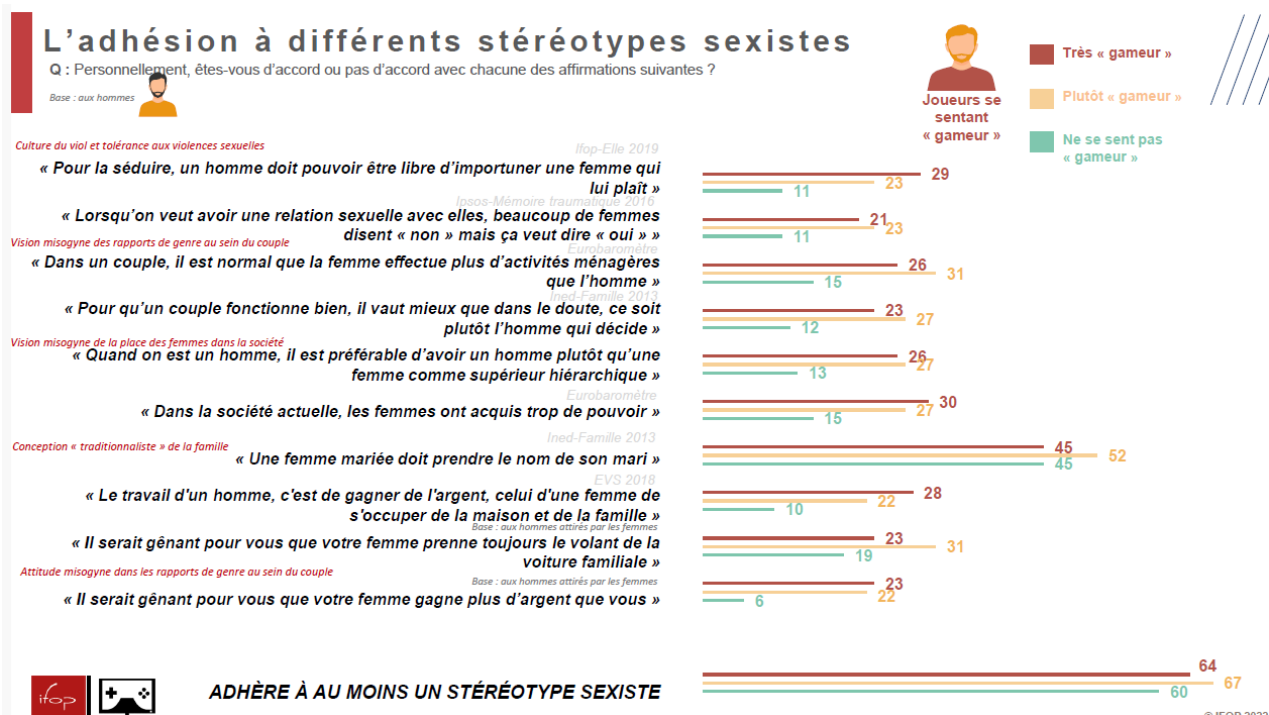
² Luke Munn, « *Toxic play: examining the issue of hate within gaming* », *First Monday*, vol. 28, n° 9, 12 septembre 2023.

contournées lorsque les auteurs des violences déplacent leurs attaques vers les réseaux sociaux, les plateformes de streaming ou les messageries privées.

Cette dimension culturelle éclaire également la porosité observée entre certaines communautés de joueurs et la diffusion de discours masculinistes. Comme l'a rappelé Marie-Lou Dulac, les travaux de l'Ifop mettent en évidence qu'au sein même des joueurs interrogés, **ceux qui s'identifient le plus fortement à la figure du « gamer » adhèrent plus fréquemment à certains stéréotypes sexistes**, ainsi « les joueurs qui se revendiquent gamers ont plutôt tendance à adhérer à ces idées. Par exemple, 29 % des joueurs qui sont très fiers d'être gamers défendent le droit d'importuner une femme, contre 11 % des joueurs qui ne se sentent pas gamers. De la même manière, 21 % de ces joueurs très gamers adhèrent à l'idée qu'en matière de consentement à une relation sexuelle, beaucoup de femmes disent non alors que ça veut dire oui, contre 11 % des joueurs qui ne se sentent pas gamers. »

Dans ce contexte, les rapporteurs considèrent ainsi que les progrès accomplis par les éditeurs en matière de modération, aussi indispensables soient-ils, ne peuvent à eux seuls prévenir les violences sexistes dans les espaces de jeu en ligne.

La lutte contre ces phénomènes suppose également d'agir sur les normes qui structurent certaines communautés, de renforcer les contre-discours et de favoriser des environnements de jeu réellement inclusifs.



Le *Gamergate* constitue à cet égard un épisode emblématique. Au-delà des campagnes de harcèlement qu'il a suscitées, il illustre la capacité de certaines communautés à se mobiliser collectivement contre les femmes occupant une place visible dans l'industrie du jeu vidéo et à diffuser durablement des modes d'action - harcèlement coordonné, détournement des règles de modération ou campagnes de dénigrement - qui continuent aujourd'hui d'alimenter certaines formes de cyberviolence.

Le Gamergate, matrice des campagnes de harcèlement masculinistes

À l'été 2014, une controverse née dans l'univers du jeu vidéo sous le nom de « *Gamergate* » marque un tournant dans l'histoire des mobilisations antiféministes sur Internet.

Présentée à l'origine par ses initiateurs comme une campagne en faveur de l'éthique du journalisme vidéoludique, l'affaire se transforme rapidement en une vaste campagne de harcèlement visant plusieurs femmes du secteur du jeu vidéo, parmi lesquelles la développeuse Zoë Quinn, la critique féministe Anita Sarkeesian ou encore la conceptrice Brianna Wu. Celles-ci font l'objet de campagnes coordonnées d'insultes, de menaces et de divulgation de données personnelles (*doxing*), les conduisant à quitter temporairement leur domicile pour des raisons de sécurité.

Le *Gamergate* révèle l'émergence d'une mobilisation structurée contre les revendications féministes dans les espaces numériques. La dénonciation d'une prétendue « invasion » du jeu vidéo par les féministes devient un puissant facteur de rassemblement pour des communautés jusqu'alors dispersées. Il contribue à populariser une rhétorique fondée sur l'idée que les hommes seraient désormais victimes d'une forme de discrimination culturelle et que les avancées en matière d'égalité constitueraient une menace pour leur place dans la société.

Plusieurs observateurs considèrent aujourd'hui cet épisode comme un moment fondateur de l'écosystème masculiniste contemporain. Les modes d'action qui s'y développent - harcèlement coordonné, campagnes de discrédit, mobilisation virale sur les réseaux sociaux, recours aux mèmes et à l'ironie pour diffuser des messages antiféministes - se retrouveront par la suite dans d'autres espaces de la manosphère.

Le *Gamergate* apparaît ainsi rétrospectivement comme l'un des premiers épisodes ayant permis de fédérer, autour d'une cause commune, des communautés hostiles au féminisme et de faire émerger des formes de mobilisation numérique qui influenceront durablement les mouvements masculinistes contemporains.

Source : *Le Monde*, « Derrière le GamerGate, un groupe antiféministe », 15 septembre 2014 et *affaires sensibles (France Inter)*, « GamerGate : naissance d'une guerre culturelle sur Internet », 17 décembre 2024

Cette conflictualité ne se limite d'ailleurs plus aujourd'hui aux seules communautés de joueurs. **Elle affecte désormais directement les professionnels de l'industrie du jeu vidéo.**

Entendu¹ par la délégation, Olivier Mauco a relevé la structuration de campagnes de dénigrement s'inscrivant dans la rhétorique désormais bien identifiée du « *go woke, go broke* », selon laquelle toute œuvre jugée trop inclusive serait vouée à l'échec commercial. Cette stratégie vise moins à formuler une critique du jeu en lui-même qu'à fragiliser économiquement les productions concernées au moment crucial de leur lancement.

Selon lui, cette pression est d'autant plus forte que les campagnes de lancement constituent des moments de vulnérabilité particulière pour les studios, exposés à des tentatives de récupération ou de mobilisation politique. Si les groupes les plus actifs demeurent très minoritaires, leur capacité de nuisance apparaît disproportionnée au regard de leur poids réel (à peine 1% des joueurs selon Olivier Mauco), en raison de leur forte mobilisation, de leur coordination et de l'amplification algorithmique de leurs messages.

Dix ans après le *Gamergate*, les modes d'action qui s'y sont développés ne visent plus seulement les femmes visibles dans les communautés du jeu vidéo. **Ils s'étendent désormais aux créateurs et créatrices, faisant peser une pression nouvelle sur la liberté de création** et sur les conditions d'exercice des métiers du jeu vidéo.

Quand les campagnes de harcèlement visent les créateurs de jeux

L'exemple d'Assassin's Creed Shadows illustre particulièrement bien cette évolution. Ubisoft explique² avoir anticipé une partie des réactions : « *à cause de fuites très précoces, nous savions que le jeu serait fortement scruté. Nous anticipions des réactions vives autour de notre protagoniste féminine, de notre samouraï noir, et des attentes très élevées concernant la représentation historique du Japon* »

Partie d'un débat sur l'authenticité historique, la controverse a rapidement dépassé ce cadre pour nourrir des campagnes de harcèlement visant les personnages du jeu. **Cécile Russeil, vice-présidente d'Ubisoft a souligné³ combien la toxicité en ligne et sur les réseaux sociaux s'est intensifiée** : « *Le harcèlement en ligne visant les développeurs de jeux vidéo a pris de l'ampleur (...). Ubisoft n'a malheureusement pas été épargné par cette évolution, dans un contexte de polarisation croissante des espaces numériques. Certains salariés sont particulièrement exposés, notamment les femmes et ceux issus de la diversité.* »

¹ Audition du 12 mai 2026

² Réponses au questionnaire

³ Audition du 9 avril 2026

Le jeu a ainsi cessé d'être jugé uniquement comme une œuvre vidéoludique pour devenir un symbole dans des affrontements culturels plus larges. Cette pression n'est pas restée sans effet sur les pratiques du studio lui-même. Ubisoft reconnaît¹ : « Concrètement, le backlash a changé une chose : notre manière de gérer les campagnes. Nous avons revu chaque asset avec une extrême vigilance, évité d'alimenter les sujets inflammables, parfois au détriment de la créativité, et accepté que nous ne pourrions pas satisfaire tout le monde. »

Ubisoft rappelle toutefois le décalage entre la résonance numérique et la réception effective par le public : « Les algorithmes amplifient une minorité vocale et donnent l'illusion d'un rejet massif. Comprendre cela nous a permis de nous recentrer sur les vrais joueurs, les données réelles et les retours exploitables. »

L'entreprise indique avoir choisi de répondre non par l'affrontement direct mais par une reprise en main du récit public : « Nous avons mobilisé des alliés, des créateurs, des historiens, des relais engagés, et adopté une forme de marketing plus agile pour rééquilibrer la conversation et affirmer clairement notre intention créative. » et ajoute que « les résultats sont là : Naoe est aujourd'hui l'un des personnages les plus appréciés de la franchise. » D'après les chiffres fournis aux rapporteurs par le studio de Montréal, qui a créé le jeu, aujourd'hui **70 % des joueurs d'Assassin's Creed Shadows**, hommes et femmes confondus, choisissent d'incarner le personnage de Naoe.

Cécile Russeil, vice-présidente d'Ubisoft, a décrit un phénomène qu'elle qualifie de récent mais massif : « Ce phénomène est très nouveau, et nous en avons constaté l'ampleur, qui est nouvelle du fait de l'extrême polarisation des sociétés. »

Elle souligne la **difficulté particulière à protéger les salariés ciblés, souvent des femmes ou des personnes issues de la diversité** : « Les réponses que nous pouvons apporter pour protéger nos salariés, en l'occurrence des femmes et des salariés issus de la diversité, sont extrêmement compliquées. Nous devons faire des arbitrages entre la voie juridique – pour faire cesser l'agissement, pour faire retirer une vidéo offensante, discriminante ou insultante –, qui est de facto lente, et les plateformes, qui ne répondent pas toujours très vite. Nous arrivons à faire retirer les contenus, mais les harceleurs parviennent à les republier en permanence. »

Ubisoft décrit une **gestion au cas par cas mêlant accompagnement juridique, soutien psychologique et surveillance des dynamiques virales**, avec parfois des arbitrages particulièrement difficiles entre répondre aux attaques ou éviter de leur offrir une visibilité supplémentaire.

Face à cette réalité, le studio a mis en place, par exemple à Montréal, une formation spécifique à destination des équipes de développement : « nous avons formé 300 collaborateurs des équipes de développement – en particulier des femmes, mais pas uniquement – pour leur expliquer à quoi ils s'exposent en faisant la promotion de leur travail sur les réseaux sociaux, tout en leur laissant la liberté de le faire. »

Source : délégation aux droits des femmes

¹ Réponses au questionnaire

II. LE STREAMING : UNE EXPOSITION MAXIMALE CORRÉLÉE À UN FORT RISQUE DE VIOLENCES SEXISTES

Comment faire en sorte que, pour les femmes, jouer, streamer, être visible, créer du contenu et réussir à en vivre ne soit pas plus coûteux, plus risqué et plus épuisant que pour les hommes ?

A. UNE SOUS-REPRÉSENTATION DES FEMMES ET UN EFFET « BOY'S CLUB »

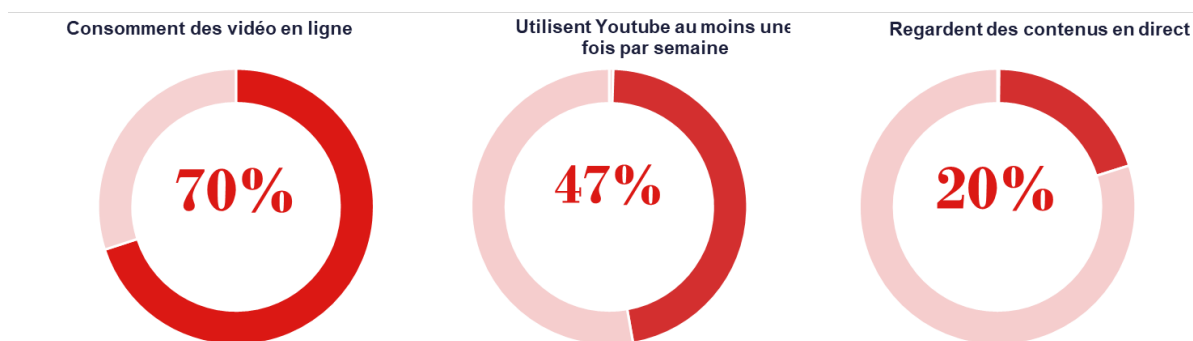
1. Une visibilité plus réduite que celle des hommes, qui ne reflète pas la féminisation des publics

Le streaming occupe aujourd'hui une place centrale dans les pratiques vidéoludiques. Il recouvre deux réalités :

- d'une part, la **vidéo à la demande (VOD)**, qui consiste à regarder un contenu quand on veut : ainsi des vidéos sur YouTube, hors direct, des rediffusions ou des documentaires ;

- d'autre part, la **diffusion en direct, ou live, notamment sur Twitch et YouTube Live**. La spécificité du live est l'interaction en temps réel *via* le tchat, ce qui en fait un média hybride qui réunit divertissement et conversation et, surtout, façonne la communauté.

Part des français qui regardent des vidéos en ligne ou suivent des contenus en direct



Le streaming est devenu un usage particulièrement répandu parmi les français puisque 70 % des Français de plus de 15 ans consomment des vidéos sur les réseaux sociaux et plateformes de partage (avec une part prépondérante pour Youtube) et 20 % suivent des contenus en direct (notamment *via* Twitch).

Comme l'a souligné¹ Anna Bressan, référente événementiel *Women in Games France*, « *le streaming est devenu un outil de découverte de jeux, un média de communauté et un moteur d'engagement pour l'e-sport* ». Les créateurs de contenus jouent désormais un rôle déterminant dans la mise en visibilité des jeux, des compétitions et des pratiques vidéoludiques.

Pourtant, cette visibilité demeure très majoritairement masculine. Les données présentées à la délégation montrent que **les femmes représentent une part très minoritaire des principaux créateurs de contenus** sur les plateformes de streaming.

Sur Twitch, elles ne représentent qu'une faible proportion des chaînes les plus suivies, alors même que les joueuses constituent près de la moitié des pratiquants du jeu vidéo. Anna Bressan l'a ainsi évoqué² lors de l'audition de l'association *Women in Games France* : « *Malgré la féminisation très nette des publics, cette diversité ne se reflète pas dans les espaces de visibilité. [...] Les femmes ne représentent pas plus de 10 % des 1 000 streamers les plus importants sur Twitch en 2023.* »

Ce décalage apparaît d'autant plus marqué que le streaming constitue désormais, comme elle le précise, l'une des principales vitrines du secteur, car « *les créateurs ne se contentent pas de jouer. Ils analysent, expliquent, animent des communautés avec leurs discussions, proposent des formats talk, font du lifestyle et de l'événementiel. Et ce streaming produit des figures publiques, des personnes que les jeunes admirent, suivent et qui deviennent des modèles très influents.* »

Cette sous-représentation, ajoute-t-elle « *ne s'explique pas par un manque de niveau ou d'engagement. Elle tient à des freins structurels et notamment à un entre-soi, une sphère historiquement masculine, des réseaux de cooptation et des plateaux qui restent très majoritairement masculins.* »

2. Des freins structurels à la professionnalisation

Si le streaming constitue une activité particulièrement exigeante pour l'ensemble des créateurs de contenus, **plusieurs facteurs tendent à rendre sa professionnalisation plus difficile pour les femmes.** Dépendance aux plateformes, nécessité d'une présence permanente en ligne, accès plus complexe aux réseaux professionnels, surexposition aux violences sexistes ou encore articulation parfois plus délicate avec les contraintes familiales contribuent à **accroître les obstacles rencontrés tout au long de leur parcours.**

¹ Audition du 5 février 2026.

² Audition du 15 janvier 2026.

Comme l'a expliqué Anna Bressan lors de la table ronde sur la place des femmes dans les communautés de joueurs et de « streaming »¹, *« ce métier est structurellement dépendant des plateformes et des réseaux sociaux. La trajectoire d'un créateur repose sur des règles qui ne lui appartiennent pas : monétisation, visibilité, modération, changements de politique parfois rapides et unilatéraux. »*

Les créateurs de contenus évoluent ainsi dans un environnement particulièrement instable, où la visibilité, les revenus ou même la pérennité d'une activité peuvent être profondément affectés par une modification des algorithmes ou des règles de fonctionnement d'une plateforme.

Cette dépendance s'accompagne d'une transformation profonde du métier. Comme le souligne Anna Bressan, *« cette dépendance pousse à devenir multiplateforme, c'est-à-dire à multiplier les formats – direct, vidéo, formats courts – non par effet de mode, mais par nécessité de survie. Si une plateforme change ses règles ou fragilise un compte, c'est toute l'activité qui peut vaciller. »* Le streaming ne se limite plus aux directs sur Twitch : il suppose également une présence régulière sur YouTube, TikTok, Instagram ou encore X afin de maintenir sa visibilité et de fidéliser sa communauté.

Cette « **multiplateformisation** » représente une contrainte particulièrement lourde. Elle implique une production continue de contenus, une forte réactivité aux évolutions des plateformes et une disponibilité permanente pour répondre aux sollicitations, développer son réseau ou saisir des opportunités professionnelles parfois proposées dans des délais très courts. **Si ces exigences concernent l'ensemble des créateurs de contenus, elles peuvent peser davantage sur les femmes.** Elle s'accompagne pour les femmes de contraintes supplémentaires : *« prudence accrue sur l'exposition personnelle, accès plus inégal aux réseaux sociaux et, parfois, responsabilités familiales. »*

Les auditions ont également montré que cette économie demeure extrêmement précaire.

Comme l'a rappelé Clémence Duneau, journaliste et autrice spécialisée en culture web, jeux vidéo et e-sport, *« il faut rappeler que les streamers et streameuses qui réussissent sur les plateformes constituent une portion extrêmement minoritaire. Plus de 90 % des streamers et streameuses diffusent devant un public quasi inexistant et ne perçoivent aucune rémunération : c'est un passe-temps. Ces personnes sont pourtant importantes à prendre en compte : elles peuvent être particulièrement exposées à des raids ou à des commentaires, et se trouvent souvent très isolées sur ces plateformes. Pour elles, il s'agit d'une activité passion et non d'un travail. On est donc face à deux réalités : l'immense majorité des streamers est très isolée, tandis qu'une petite partie d'entre eux cumule, si je puis dire, les viewers et les revenus. »*

¹ Audition du 5 février 2026.

Cette forte concentration des audiences se retrouve dans les revenus. Anna Bressan souligne ainsi que *« la plupart des streameuses ont un emploi à côté ; le streaming est une activité exercée en plus. Si elles en tirent une rémunération, elle est souvent minime. Le taux de femmes percevant ne serait-ce qu'un Smic grâce à Twitch ou à YouTube est très faible : à peine 5 %. Seuls 10 % de femmes parviennent à vivre de ce travail et, là encore, non pas grâce aux revenus générés par la plateforme elle-même, mais aux collaborations commerciales, qu'elles soient négociées directement avec une marque ou via une agence. Or, l'agence prélève une part au titre de la mise en relation et de l'organisation des contrats. »*

L'accès à ces partenariats dépend largement de réseaux professionnels, d'agences de talents et d'une disponibilité permanente pour participer aux événements ou répondre rapidement aux sollicitations des marques.

À ces contraintes communes à l'ensemble des créateurs de contenus, mais qui peuvent pour certains se révéler encore plus difficile pour les femmes, **s'ajoute enfin un facteur qui affecte quasi exclusivement et de manière massive les femmes : leur surexposition aux violences sexistes et sexuelles.**

Sans développer ici cette question, qui fera l'objet de la section suivante, **ces violences augmentent le coût de chacune des étapes de la professionnalisation.** Les stratégies de protection, la vigilance constante quant à l'exposition de sa vie personnelle, les interruptions d'activité ou encore l'autocensure viennent s'ajouter aux difficultés déjà inhérentes à l'économie du streaming.

C'est l'accumulation de ces différents obstacles qu'Anna Bressan a proposé de représenter sous la forme d'un **« tunnel de parité »**.

Elle montre que **les écarts ne se créent pas au moment où les créatrices atteignent la notoriété, ils apparaissent en amont, progressivement, tout au long du parcours.**

Si les femmes représentent près de la moitié des joueurs, elles sont moins nombreuses à se lancer dans le streaming, moins nombreuses à maintenir une activité régulière, moins nombreuses encore à accéder à une forte visibilité et, **finalement, très minoritaires parmi les créateurs qui parviennent à vivre durablement de cette activité.**

Ces différentes étapes conduisant à une activité professionnelle de création de contenus peuvent être résumées ainsi :

- entrée (les publics) : le jeu vidéo en France est quasi paritaire (49 % de femmes joueuses selon SELL/Médiamétrie 2025) ;

- conversion (se lancer dans le streaming) : moins de femmes se lancent, parce que le coût d'exposition et le risque de violences sont plus élevés ;

- croissance (tenir la régularité) : moins de femmes atteignent ou maintiennent cette régularité, parce que la charge multi-plateformes, la prudence sur l'exposition et la protection consomment du temps et de l'énergie ;

- sommet (visibilité et revenus) : au haut de la pyramide, l'écart est documenté : Stream Hatchet indique qu'en 2023, les femmes représentaient environ 10 % des top 1 000 streamers sur Twitch ;

- pérennité (durer) : les femmes font davantage de pauses, d'arrêts, et s'autocensurent, car la pression, les attaques, et la solitude, pèsent plus lourd.

Le tunnel de parité



Source : Women in Games France

Le « tunnel de parité » procède ainsi d'une accumulation de contraintes qui, à chaque étape du parcours, accroissent le coût de la professionnalisation et conduisent progressivement à leur éviction des espaces les plus visibles du streaming.

B. UNE SUREXPOSITION AUX VIOLENCES SEXISTES : LE COÛT D'UNE VISIBILITÉ ACCRUE POUR LES CRÉATRICES DE CONTENUS

1. Une visibilité qui transforme les créatrices de contenus en cibles permanentes

Le streaming modifie profondément la nature et l'intensité des violences sexistes dont sont victimes les joueuses. Alors que, dans les jeux en ligne, les attaques surviennent principalement au cours d'une partie, le streaming place la créatrice de contenus dans une **situation d'exposition permanente** où sa personne, son image, ses opinions et même sa vie privée deviennent des cibles potentielles de ces attaques.

Le **témoignage de Mamapaprika**, créatrice de contenus jeu vidéo sur Twitch, animatrice d'émissions et ambassadrice de l'association Afrogameuses, l'**illustre particulièrement bien**.

Revenant sur son parcours, elle explique n'avoir longtemps rencontré aucune difficulté particulière dans les communautés de joueurs qu'elle fréquentait : « *je m'estime extrêmement chanceuse dans mon parcours, car je n'ai commencé à subir du sexisme dans le cadre du jeu vidéo qu'à partir de mon arrivée sur Twitch. Avant cela, j'ai eu la formidable opportunité de rentrer dans des cercles de joueurs fans de RPG (Role Playing Game, jeu vidéo de rôle), via des forums où j'étais l'une des rares femmes présentes, mais où j'ai été entourée de gentillesse et accompagnée dans l'apprentissage de ma culture vidéoludique, avec douceur, sans volonté de nuire ni de me sexualiser.* »

Le changement intervient avec la création de sa propre chaîne : « *en arrivant sur Twitch, j'ai vu le changement : étant une femme noire – dans la société, mais aussi dans le milieu de Twitch, encore très majoritairement rattaché aux jeux vidéo, même si vous pouvez désormais faire tout ce que vous voulez sur Twitch, ce qui fait aussi la beauté de la plateforme – je me suis retrouvée en face d'une violence concentrée sur un canal, le mien.* »

Elle rapporte ainsi qu'un internaute est venu lui écrire : « *Coucou, ma star, tu me montres tes seins ?* ». Ajoutant avec ironie que cette personne « *a eu la gentillesse de dire coucou, c'est déjà ça...* »

Le témoignage d'Ultia met en lumière la même logique à une tout autre échelle. Après avoir dénoncé publiquement des comportements sexistes lors du ZEvent 2021, elle explique avoir subi « *des années de harcèlement* », entretenues par certains créateurs de contenus eux-mêmes. Elle confie : « *Après plus d'un an de harcèlement quotidien, et ne me sentant plus du tout à ma place dans les événements organisés par mes pairs, ne sachant plus quoi faire, j'ai porté plainte - non pas tant par désir de justice, mais parce que j'étais totalement désemparée.* »

Ces violences dépassent largement les seules insultes. Comme l'a rappelé¹ Anna Bressan, **elles prennent des formes multiples** : « *harcèlement en ligne massif, remise en cause systématique des compétences, sexualisation, mais aussi doxxing, c'est-à-dire divulgation d'informations personnelles pour exposer, intimider. Ces attaques sont pour la plupart coordonnées sur les réseaux sociaux.* » **Elle souligne également le risque d'escalade** : « *On passe de ces menaces virtuelles, comme le cyberharcèlement de masse, à des menaces dans la vie réelle, avec des pratiques extrêmement graves, comme le swatting.* »

Les créatrices de contenus peuvent également être confrontées au **cumul de plusieurs formes de discrimination**. Mamapaprika explique ainsi : « *Je suis une femme noire et fière de le dire, donc je subis de la **misogynoir** sur la plateforme : c'est l'intersection entre le racisme associé aux femmes noires et le simple fait d'être une femme. On me dira « Wesh négresse ! », « D'où tu viens, retourne dans ta case », etc. Ce ne sont pas des cas isolés.* »

¹ Audition du 15 janvier 2026.

Les auditions ont mis en lumière que **cette dimension intersectionnelle est encore insuffisamment prise en compte**. Vanessa Chicout, vice-présidente d’Afrogameuses, a ainsi indiqué¹ avoir constaté des évolutions mais aussi des périodes de stagnation en matière de lutte contre les violences sexistes ces dernières années. Elle a également souligné que les discriminations liées aux origines continuaient de faire l’objet d’une mobilisation plus timide et demeuraient encore un sujet largement tabou.

Enfin, le streaming renforce un **phénomène propre aux plateformes de diffusion en direct** que l’on nomme les **relations dites « parasociales »**, dans lesquelles **certains spectateurs développent un sentiment de proximité ou d’appropriation à l’égard de la personne qu’ils suivent en ligne**.

Anna Bressan souligne² que *« la régularité et l’interaction en direct rendent le phénomène plus puissant »*. **Le phénomène touche particulièrement les streameuses** qui sont *« plus souvent sexualisées et assignées à une disponibilité émotionnelle, ce qui se traduit par des demandes d’attention, des crises de jalousie, des intrusions et une pression affective accrue »*.

Cette confusion entre proximité numérique et disponibilité personnelle constitue l’une des spécificités des violences subies par les créatrices de contenus.

2. Le coût d’une violence qui s’inscrit dans le quotidien des créatrices de contenus

Les violences auxquelles sont confrontées les créatrices de contenus s’inscrivent dans la durée et visent directement la personne qui anime la chaîne. Elles finissent ainsi par transformer profondément les conditions d’exercice de cette activité, conduisant les **créatrices à développer progressivement des stratégies de protection** qui affectent leur organisation quotidienne, leur vie familiale et, plus largement, leur manière d’envisager leur métier.

Mamapaprika explique ainsi que la responsabilité d’une chaîne Twitch dépasse largement la simple diffusion de contenus : *« Quand on a sa chaîne Twitch, on est chez soi, on a ses propres règles, sa direction artistique, sa communauté.*

¹ Audition du 6 mai 2026

² Audition du 5 février 2026.

Elle ajoute :

“

On se fait donc attaquer sur ce qu'on est, ce qu'on pense, ce qu'on représente, ce que les autres pensent qu'on représente.

Mamapaprika, créatrice de contenus jeu vidéo sur Twitch, animatrice d'émissions et ambassadrice de l'association Afrogameuses

Être visible signifie également être responsable de l'espace que l'on anime, de sa communauté et de la manière dont on y répond aux attaques.

Cette exposition permanente conduit les créatrices à protéger de plus en plus strictement leur vie privée. Maman d'un jeune enfant, Mamapaprika décrit les précautions qu'elle a progressivement dû mettre en place : *« Je suis maman et je ne peux pas le cacher, car un enfant, ça vit, ça peut débarquer en plein stream, crier « Maman ! »... J'ai dû mettre en place des filtres pour pixelliser l'image afin qu'on ne voie pas mon enfant. Je ne le genre pas et je ne l'ai jamais appelé par son prénom : c'est sa vie privée. »*

Une nécessité de se protéger qui produit également des effets sur les perspectives professionnelles. Mamapaprika souligne ainsi : *« Cela peut être un frein à des opportunités : je suis une femme, noire, maman. Les marques pensent marketing, appétence... Qui veut suivre une maman ? »* Elle ajoute : *« Malgré ces contraintes (...) j'ai la chance de traiter avec des personnes qui s'intéressent à la personne, au contenu, sans s'arrêter (...) au fait d'être une femme dans le secteur du jeu vidéo. »*

Les violences que subissent les streameuses prennent des formes très concrètes : insultes racistes, attaques coordonnées ou encore intrusions organisées lors de diffusions en direct.

Ces attaques **ne concernent d'ailleurs pas uniquement les créatrices les plus connues. Elles touchent également des streameuses disposant de communautés plus modestes.**

Mamapaprika évoque ainsi le cas d'une membre de l'association Afrogameuses qui célébrait les six mois de sa chaîne devant une dizaine de spectateurs lorsqu'une intrusion sur son serveur Discord a donné lieu à des propos racistes et colonialistes : *« Les deux personnes tiennent alors des propos racistes, colonialistes, lancent "gloire au maréchal Pétain" ».*

Elle cite également le piratage ciblé du compte d'une streameuse non binaire : *« Cette streameuse - qui était dans une grande précarité - arrête le stream ; la personne prend alors possession de sa chaîne et commence à diffuser des images pornographiques. Je suis persuadée que c'était une attaque ciblée contre une streameuse non binaire. »*

De ces deux exemples, elle tire un constat sans appel : « *Cette volonté de nuire, les femmes, les personnes non binaires et les personnes non blanches la subissent au quotidien sur Twitch.* »

Cette exposition accompagne également le quotidien des créatrices. Mamapaprika résume très concrètement ce que représente le fait d'ouvrir chaque jour une chaîne en sachant que des attaques ou remarques sexistes ou racistes peuvent survenir à tout moment :

“

Les gens regardent nos streams, car nous apportons un contenu, certes, mais aussi une humeur, une ambiance. Lancer son stream en ayant la boule au ventre, c'est difficile. Même si nous sommes bien entourées, recevoir une flèche nous touche. On a beau recevoir mille commentaires gentils, on retient le seul méchant.

Mamapaprika, créatrice de contenus jeu vidéo sur Twitch, animatrice d'émissions et ambassadrice de l'association Afrogameuses

Ces violences modifient durablement les conditions d'exercice du streaming en imposant une vigilance permanente, en limitant certaines opportunités professionnelles, en conduisant les créatrices à protéger leur vie privée et, parfois, celle de leurs proches. Le coût des violences ne se mesure donc pas uniquement au nombre d'insultes ou de menaces reçues : il se traduit aussi par les adaptations permanentes qu'elles imposent à celles qui choisissent de rendre leur activité visible.

Cette vigilance accompagne les créatrices dans l'ensemble de leur activité et alimente une charge mentale qui s'ajoute aux exigences déjà considérables du métier.

Comme l'a résumé Anna Bressan, les streameuses exercent un métier solitaire et « *paradoxalement, elles sont exposées en permanence, mais seules devant la caméra, soumises à des impératifs de performance, d'algorithmes et de monétisation. Le harcèlement peut entraîner une hypervigilance, un épuisement, un isolement, une autocensure - et parfois l'arrêt de l'activité.* »

L'ampleur de ces conséquences interroge inévitablement la capacité des plateformes à prévenir, détecter et sanctionner ces comportements. Si les créatrices développent de nombreuses stratégies individuelles de protection, celles-ci ne sauraient se substituer à des dispositifs de modération efficaces.

3. Des plateformes de streaming encore insuffisamment protectrices

Les plateformes de streaming disposent d'outils de signalement, de modération et de sanction. Pour autant, **les témoignages recueillis par la délégation montrent que ces dispositifs peinent encore à répondre aux formes particulières de harcèlement qui se développent dans les espaces de diffusion en direct.**

Hager Jemel, professeure de management et directrice de la Chaire diversité et inclusion de l'EDHEC Business School, rappelait d'ailleurs devant la délégation qu'« *il est donc important aussi de travailler sur la régulation des espaces d'audience, comme le streaming, où l'on regarde les autres jouer. Il est essentiel qu'il y ait une régulation des comportements et une modération du harcèlement et du sexisme. Nous avons observé durant nos enquêtes que ces espaces ne sont pas toujours sûrs et sécuritaires pour toute personne, femme ou homme, qui sort des normes viriles et machistes assez prégnantes.* »

Les difficultés tiennent autant au fonctionnement même du streaming (instantanéité des échanges, diffusion en direct, suppression rapide des contenus...) qu'aux stratégies de contournement mises en œuvre par les auteurs de cyberviolences.

Anna Bressan résume ce constat en soulignant que « *le streaming en particulier cumule les pressions algorithmique, économique et sociale, avec des dispositifs de modération encore insuffisants.* »

Face à cet enjeu, l'audition de Twitch¹ a ainsi permis de mesurer l'ampleur des outils désormais déployés par la plateforme.

Olaf Cramme, vice-président des affaires publiques, a présenté une politique reposant sur **plusieurs leviers complémentaires** : des règles communautaires régulièrement actualisées, des outils de détection automatisée, une modération humaine, des dispositifs de prévention ainsi qu'une coopération étroite avec des chercheurs et des praticiens spécialisés dans le cyberharcèlement.

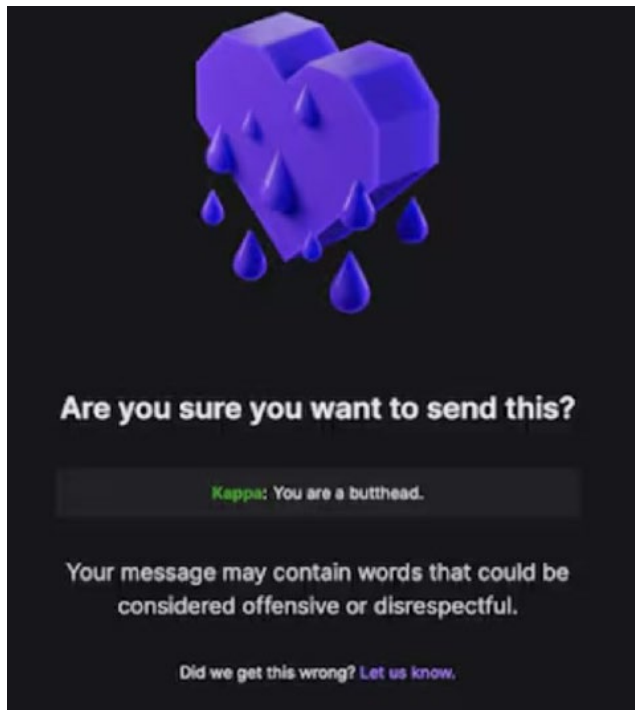
Il a indiqué que Twitch avait reçu en 2025 plus de **12 millions de signalements par an, dont 80 % sont examinés par un modérateur humain dans un délai de dix minutes.**

La plateforme a également développé plusieurs outils destinés à prévenir ou limiter les campagnes de harcèlement :

- le **Shield Mode** permet ainsi aux créateurs d'activer instantanément un niveau de protection renforcé en cas de raid ou de vague de messages malveillants ;

¹ Audition du 28 mai 2026.

- **l'AutoMod** détecte automatiquement les contenus susceptibles d'enfreindre les règles de la communauté avant leur publication dans le chat, tout en laissant au modérateur humain la décision finale.



Twitch a également mis en place les **Chat Prompts**, qui invitent les utilisateurs à réfléchir avant de publier un message potentiellement inapproprié, ainsi qu'un système de vérification renforcée destiné à limiter la recréation de comptes après un bannissement.

Source : Twitch

La plateforme a également renforcé l'effectivité de ses sanctions en compliquant la création immédiate d'un nouveau compte après un bannissement.

Twitch encourage en effet la vérification des comptes par numéro de téléphone mobile et permet aux créateurs et créatrices d'exiger cette vérification pour participer à leur discussion, ce qui rend plus difficile le retour immédiat d'utilisateurs bannis sous un nouveau compte.

Olaf Cramme a également insisté sur **l'importance de la transparence, la plateforme Twitch expliquant désormais aux créateurs les règles enfreintes, en leur indiquant précisément l'extrait vidéo ayant conduit à une sanction.**

Les streameuses auditionnées reconnaissent l'existence de ces outils de modération, mais elles estiment que ceux-ci interviennent trop souvent une fois les violences commises et peinent à empêcher leur répétition.

Ultia explique ainsi :« *Ces dispositifs, qui ne sont à mon sens que des pansements, existent déjà. Lorsque je signale à Twitch, plateforme sur laquelle j'exerce au quotidien, des problèmes de sexisme, de misogynie, de racisme et d'homophobie – que je ne subis pas personnellement, mais que mes pairs peuvent subir –, la plateforme me renvoie aux outils de modération.* »

Mais évoquant la plateforme Twitch, elle s'interroge :

“

*Quand se décidera-t-elle à fermer des comptes ? À faciliter l'accès de la police aux adresses IP des comptes problématiques ? À empêcher la réouverture de nouveaux comptes par les mêmes personnes ? À traiter les problèmes en amont ? **Les pansements n'empêchent pas le sexisme ou les discriminations.***

Ultia, streameuse

En qualifiant les outils existants de simples « **pansements** », Ultia, sans contester leur utilité, souligne qu'ils **interviennent essentiellement une fois les violences commises**, et surtout qu'ils **n'empêchent pas la reconstitution des communautés de harceleurs, la réouverture de comptes ou la répétition des attaques.**

Mamapaprika dresse un constat comparable à partir de son expérience personnelle : « *J'ai la chance d'avoir un lien direct avec Twitch. J'ai signalé deux cas particulièrement graves. On m'a demandé de constituer des dossiers, de transmettre les captures d'écran, de faire des signalements. C'est extrêmement procédural et coûteux.* »

Les auditions montrent également que les auteurs de harcèlement adaptent désormais leurs pratiques afin de **contourner les règles des plateformes.**

Les cyberviolences et le cyberharcèlement prennent souvent la forme de **sous-entendus, d'allusions ou de langage codé parfaitement compris par les communautés concernées**, mais beaucoup plus difficiles à qualifier pour les outils de modération.

Ultia décrit très précisément ce phénomène de *dog whistling*. C'est un terme qui « *consiste à utiliser un mot pour en dire un autre. Par exemple, le n-word est interdit, comme les insultes racistes, homophobes ou sexistes. Mais si l'on remplace ces mots par d'autres, issus du langage courant, on peut continuer à harceler une personne ou une communauté sans enfreindre formellement les règles.* »

Elle évoque à ce propos le cas d'un créateur de contenus qui a organisé pendant plusieurs mois une campagne de harcèlement à son encontre en utilisant cette technique du *dog whistling* : « **Il ne mentionnait jamais mon pseudonyme, ni mon prénom, ni aucun élément directement lié à moi - mais il parlait de moi, et tout le monde le savait.** On l'a signalé à Twitch, qui nous a répondu qu'il n'y avait pas de matière : tant qu'un propos n'enfreint pas stricto sensu les règles, il ne sera pas modéré. Tant qu'on contourne les règles, il n'y a aucun problème ! »

La diffusion en direct constitue également une difficulté spécifique.

Les contenus litigieux peuvent disparaître avant même d'avoir pu être signalés ou conservés comme preuve.

Ultia explique ainsi que la modération actuelle a des failles, et, parmi elles, celles qui concerne la **conservation des preuves** : « *Par exemple, le streamer qui a participé à mon harcèlement ces dernières années a supprimé ses rediffusions – il n'y a donc aucun moyen de les revoir – et a supprimé les clips. C'est quand même bizarre ! Les clips, ce sont de petits moments forts, extraits d'un live, qui peuvent être drôles ou marquants. Là, il enlève toute possibilité d'extraire des séquences de ses diffusions...* »

La présence d'équipes humaines pour constater le propos contraire aux politiques de la plateforme est aussi une nécessité ; or, **bien souvent, personne au sein des équipes de modération ne regarde ces contenus** : « *aucun membre du staff de Twitch ne veut rester sur ses lives.* »

Enfin, **la modération et le signalement peut venir de tout à chacun, mais ce n'est pas la communauté du streamer-harceleur qui va reporter le problème** : « *ces streamers prêchent des convaincus : leur public ne signale rien, et les équipes de Twitch ne veulent pas s'infliger leurs contenus pourris, et ne regardent donc pas.* »

Ultia conclut alors :

“

En pratique, ces streamers agissent en toute impunité : comme tout se passe en direct, il n'y a aucune trace. Ils le savent très bien ; ils le font exprès. Ils contournent les règles et, en plus, recourent au dog whistling.

Ultia, streameuse

Mamapaprika relève, pour sa part, une automatisation croissante des réponses apportées aux signalements : « *Actuellement, je constate une baisse d'attention dans la modération de la plateforme Twitch : lorsqu'on signale des messages à caractère raciste, sexiste ou homophobe, la réponse est qu'il n'y a pas d'infraction manifeste, qu'il n'y aura donc pas de conséquence. Vu les temps de réaction, il s'agit manifestement de réponses automatisées. Ce n'est pas possible !* »

Selon elle, la lutte contre ces comportements suppose également une meilleure articulation entre les outils de modération des plateformes et les signalements réalisés par les utilisateurs : « *Bannir quelqu'un de votre chaîne ne l'empêchera pas de déverser sa haine ailleurs. C'est par des signalements qu'on peut faire sauter le compte et empêcher la personne de nuire.* »

Ces témoignages font écho aux observations formulées par Women in Games France. L'association souligne que « **la question centrale n'est plus l'existence formelle des outils, mais leur effectivité réelle** ».

Si les plateformes ont incontestablement renforcé leurs outils de modération, ceux-ci demeurent encore insuffisamment adaptés aux formes contemporaines du cyberharcèlement, caractérisées par leur caractère coordonné, évolutif et éphémère.

III. L'E-SPORT : L'ESPACE LE MOINS PARITAIRE DU JEU VIDÉO

L'e-sport constitue aujourd'hui l'un des secteurs les plus dynamiques de l'industrie du jeu vidéo. À la croisée du sport, du divertissement et du numérique, il rassemble des millions de pratiquants et de spectateurs, génère des enjeux économiques considérables et offre, pour une partie de ses acteurs, de véritables perspectives de professionnalisation.

Parce que la performance y repose en théorie sur le talent, la stratégie et l'entraînement, il devrait constituer l'un des espaces les plus ouverts à la mixité. Pourtant, il demeure celui où les femmes sont les moins représentées. Alors qu'elles représentent près de la moitié des joueurs de jeux vidéo, **elles ne constituent plus que 7 % des pratiquants de l'e-sport compétitif.**

Comme l'a résumé Anna Bressan devant la délégation :

“ *Nous observons une décroissance très nette de la présence des femmes à mesure que l'on se rapproche de la compétition.*

Anna Bressan, référente événementiel *Women in Games* France

Les auditions conduites par les rapporteurs ont mis en évidence que **cette évolution ne résulte ni d'un manque d'intérêt, ni d'un déficit de compétences**, mais d'un véritable **effet de « pipeline »** puisque les joueuses sont nombreuses au départ, mais leur présence diminue à mesure que la pratique devient plus compétitive, plus visible et plus professionnalisée.

Les mécanismes à l'œuvre sont multiples et se renforcent mutuellement : exposition aux violences sexistes et aux cyberviolences, remise en cause permanente de la légitimité des joueuses, accès plus difficile aux équipes et aux réseaux de recrutement, insuffisante structuration des compétitions féminines, manque de visibilité et de rôles modèles. **C'est l'accumulation de ces freins tout au long des parcours** qui explique qu'une pratique largement mixte aboutit, au sommet de la compétition, à une présence féminine extrêmement réduite.

A. LA PART DES FEMMES DIMINUE À MESURE QUE LA PRATIQUE DEVIENT PLUS COMPÉTITIVE

1. L'e-sport : une pratique désormais installée dans l'univers du jeu vidéo

a) *Un phénomène culturel, médiatique et économique désormais de premier plan*

L'e-sport désigne la **pratique compétitive du jeu vidéo**, organisée autour de compétitions individuelles ou par équipes, de classements, de ligues professionnelles et de grands événements retransmis en direct sur les plateformes de streaming.

Au cours des dernières années, **cette pratique a connu un changement d'échelle considérable**. Les plus grandes compétitions internationales réunissent désormais plusieurs millions de spectateurs à travers le monde.

Cette dynamique se retrouve également en France, « pays pionnier »¹ de l'e-sport.

Selon le baromètre France Esports 2023, **près de 11,8 millions de Français déclarent consommer ou pratiquer l'e-sport**, témoignant de son inscription durable dans les pratiques culturelles contemporaines.

DÉVELOPPEMENT DE L'ESPORT

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ESPORTIFS AMATEURS, D'ESPORTIFS DE LOISIR ET DE CONSOMMATEURS ENTRE 2018 ET 2023



Baromètre France Esports - Édition 2023

¹ Observatoire économique de l'esport. Éditorial de Marina Ferrari, secrétaire d'État chargée du numérique.

b) Les spécificités d'un écosystème à la croisée du sport, du divertissement et du numérique

L'e-sport présente une organisation très différente de celle des disciplines sportives traditionnelles. À la croisée du sport, du divertissement et de l'industrie du jeu vidéo, il repose sur un **écosystème particulièrement diversifié** associant éditeurs, organisateurs de compétitions, équipes professionnelles, diffuseurs, plateformes de streaming, sponsors et créateurs de contenus.

Écosystème de l'e-sport



Source : Women in Games France

Comme l'a résumé Anna Bressan devant la délégation, « l'e-sport est à la fois un sport, un média et une industrie. »

Sa principale spécificité tient toutefois au rôle **central des éditeurs de jeux vidéo**. Alors que les disciplines sportives sont organisées par des fédérations qui définissent les règles de la compétition, chaque scène e-sportive est structurée autour d'une licence détenue par une entreprise privée. Comme l'a expliqué Anna Bressan : « Là où le sport est structuré par des fédérations, l'e-sport est structuré par des licences. »

Parce qu'ils détiennent les droits de propriété intellectuelle sur leurs jeux, les éditeurs peuvent définir les règles de la compétition, organiser leurs circuits officiels, sélectionner leurs partenaires et, dans certains cas, contrôler l'ensemble de la chaîne de valeur.

Anna Bressan souligne ainsi que « lorsqu'un acteur détient à la fois le jeu, les règles et parfois les circuits compétitifs, la logique se rapproche de celle d'un quasi-monopole sur l'écosystème. »

Cette organisation originale explique que **les leviers permettant de favoriser une meilleure représentation des femmes ne relèvent pas d'un seul acteur**. Ils impliquent tout autant les éditeurs, les équipes professionnelles, les organisateurs de compétitions, les plateformes de diffusion, les sponsors et les associations qui accompagnent le développement de l'e-sport.

2. Une pratique théoriquement mixte, mais dont les femmes disparaissent à mesure que la compétition s'intensifie

Les joueuses représentent aujourd'hui près de la moitié des publics du jeu vidéo et sont également nombreuses à pratiquer des jeux compétitifs susceptibles de donner lieu à des compétitions.

Pourtant, leur présence s'effondre dès lors que l'on passe de la pratique à la compétition organisée.

Comme l'a expliqué Anna Bressan devant la délégation, ce décalage constitue l'un des principaux paradoxes de l'e-sport : *« la très grande majorité des compétitions d'e-sport sont, en théorie, mixtes : il n'existe pas de ligue officielle réservée aux hommes et les compétitions sont ouvertes à toutes et à tous. Toutefois, cette mixité reste théorique et ne se traduit pas du tout dans la réalité des pratiques. »*

Comme l'explique l'association *Women in Games France* dans les réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs *« plus la pratique implique du classement, de la compétition et des codes communautaires, plus la part féminine diminue. Cela produit un effet d'éviction progressive des femmes à mesure que les exigences compétitives augmentent. »*

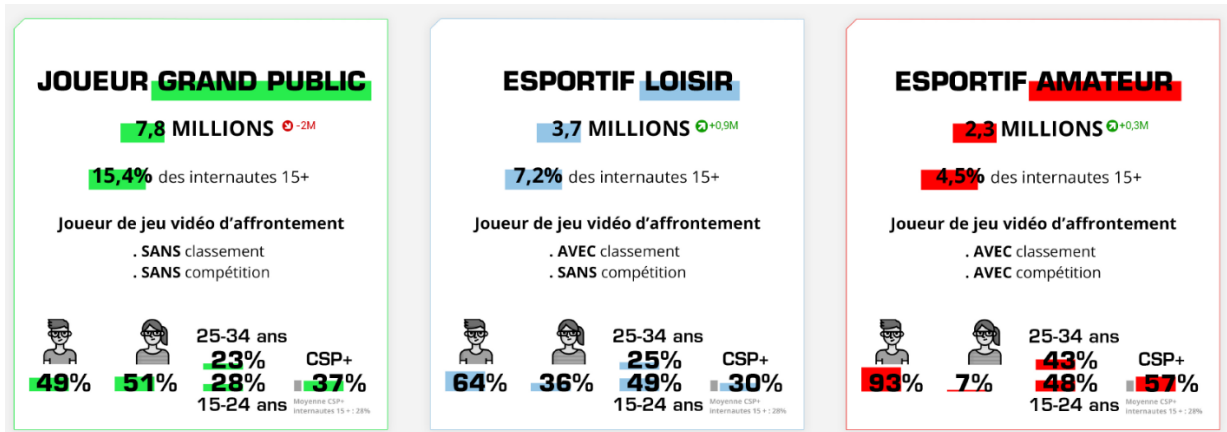
Selon les données du baromètre de France Esports, les femmes représentent **51 % des joueurs de jeux d'affrontement** dans la pratique grand public. **Dans la pratique compétitive**, ce chiffre tombe à **36 % dans les espaces e-sportifs** loisir (jeux d'affrontement avec classement mais sans compétition) et descend à **7 % dans la compétition e-sportive « amateur »** (jeux d'affrontement avec classement et avec compétition).

Ce constat est d'autant plus significatif que la pratique du jeu vidéo continue de progresser en France. L'étude SELL/Médiamétrie 2025 indique environ 40 millions de joueurs, une parité quasi parfaite (51 % hommes / 49 % femmes) et une hausse du nombre de joueuses de 800 000 entre 2024 et 2025.

Autrement dit¹, le vivier global augmente, mais la « conversion » vers l'e-sport amateur reste bloquée.

¹ Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs à *Women in Games France*.

Part des femmes parmi les joueurs de jeu vidéo d'affrontement



Source : Baromètre France esports (2023)

Cette chute montre que le problème ne se situe pas au niveau de l'intérêt ou de la pratique, mais au moment du passage à la compétition.

Cette sous-représentation apparaît d'autant plus préoccupante qu'elle ne traduit **aucune amélioration significative au fil des années**. Comme l'a rappelé Anna Bressan, « la part des femmes dans les compétitions « amateurs » reste extrêmement faible et stagne. Elle était d'environ 7 % en 2021, de 6 % en 2022 et, selon les derniers résultats du baromètre de France Esports, elle se maintient à 7 % en 2023, alors même que la part de joueurs et de joueuses ne fait qu'augmenter. »

Malgré la féminisation continue des publics du jeu vidéo, l'accès effectif à la compétition demeure donc très largement fermé aux femmes.

C'est précisément ce décalage entre l'ouverture théorique et l'exclusion de fait qui a conduit à l'émergence de circuits ou d'initiatives féminines parallèles. Ces dispositifs ne viennent pas remplacer la mixité, mais cherchent à compenser des freins structurels qui empêchent aujourd'hui une participation réellement égalitaire.

B. DES FREINS STRUCTURELS QUI DÉCOURAGENT L'ACCÈS ET LE MAINTIEN DES FEMMES DANS LA SCÈNE E-SPORT

1. Un climat compétitif particulièrement hostile aux femmes

Les auditions conduites par la délégation ont mis en évidence que le **premier frein rencontré par les femmes intervient bien avant l'accès au haut niveau.**

Si les compétitions d'e-sport sont, en théorie, ouvertes à toutes et à tous, les espaces dans lesquels se construit une carrière compétitive demeurent marqués par des comportements sexistes qui rendent la progression **beaucoup plus coûteuse pour les joueuses.**

Dans ses réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs, l'association *Women in Games France* souligne que ces espaces « *les plus codés* » sont également ceux où les violences ont le plus d'impact.

Les comportements d'évitement qui en résultent - abandon du vocal, anonymisation, retrait de certaines communautés ou de certains modes de jeu - limitent ensuite l'accès aux équipes, aux réseaux de joueurs et à la visibilité compétitive.

Les témoignages recueillis par la délégation montrent que **ces violences ne relèvent pas de situations exceptionnelles mais constituent une expérience largement partagée par les joueuses** engagées dans la compétition.

Kokosaap, joueuse professionnelle de *Street Fighter 6*, raconte ainsi une expérience récente particulièrement révélatrice : « *Il y a deux semaines, en jouant, j'ai affiché ma photo dans mon profil, indiquant ainsi clairement que j'étais une femme noire. Il se trouve que mon équipe, composée de cinq personnes, a perdu. Alors même que j'ai terminé MVP (most valuable player), c'est-à-dire meilleur joueur de mon équipe, tout le monde a dit que nous avions perdu à cause de moi, parce que j'étais une femme noire !* »

Elle ajoute : « *les jeux en ligne qui fonctionnent avec des flux de discussion directe favorisent, à mon sens, la toxicité et cela se répercute sur les compétitions qui ont lieu en présentiel comme le tournoi de League of Legends ou d'autres. La toxicité se développe en amont, mais continue tout au long d'une carrière ou d'un cursus de jeu.* » Elle conclut ainsi : « *j'aimerais donc qu'il y ait davantage de safe places pour les femmes qui ont besoin de s'intégrer.* »

Face à ce type d'expérience, il s'instaure ainsi un premier cercle vicieux : l'absence de « *safe place* » implique moins de participation, conduit à moins de visibilité, donc à moins d'opportunités, ce qui réduit encore la participation des femmes.

Les violences prennent également la forme d'une remise en cause permanente des compétences des joueuses, indépendamment de leur niveau réel. Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport, fondatrice de POG tv, évoque ainsi plusieurs situations récentes concernant les meilleures joueuses françaises de *League of Legends* : « *Il y a deux jours, la joueuse française la plus connue de League of Legends, Ève Monvoisin, dont le pseudo est Colombbl, s'est exprimée sur les réseaux sociaux au sujet de l'accès difficile aux équipes mixtes. Elle a révélé ce qui, pour les femmes de la scène e-sport, est un secret de Polichinelle : certaines équipes l'ont refusée au motif qu'elle était une femme et serait par défaut " moins forte qu'un homme ".* »

Elle ajoute : « *Quant à son ex-coéquipière, Maya Henckel, alias Caltys, elle a également été refusée car le staff de l'équipe pour laquelle elle avait passé des entretiens estimait que les joueurs de l'équipe "seraient plus concentrés sur le fait de flirter avec elle que sur le jeu". Voilà où nous en sommes...* »

Le harcèlement constitue un véritable obstacle à la poursuite d'une carrière compétitive, comme le souligne Christine Kev, organisatrice de tournois e-sport amateur : *« Le second frein est celui du harcèlement systémique. En effet, la drague lourde et les insultes sexistes ne sont que la face émergée de l'iceberg et, souvent, cette violence brise des carrières et altère gravement la santé mentale des pratiquantes. Je dois régulièrement accompagner au commissariat des femmes qui souhaitent porter plainte, parce que certains joueurs n'acceptent pas qu'elles refusent d'avoir de relations intimes avec eux. »*

Il peut aussi se poursuivre jusque sur les lieux des compétitions : *« certaines femmes, qui sont harcelées et reçoivent des menaces de viol, voire de mort, risquent de se retrouver face à leur agresseur lorsqu'elles se déplacent pour participer aux compétitions. Ainsi, il est arrivé qu'une joueuse refuse de participer à un tournoi parce qu'elle savait que son harceleur y serait présent, alors qu'une plainte et un procès étaient en cours. »*

Ces témoignages montrent que le principal obstacle ne réside pas dans l'accès théorique à la compétition mais dans les conditions concrètes dans lesquelles celle-ci se déroule.

Les violences sexistes, les remises en cause permanentes des compétences et le sentiment d'insécurité conduisent certaines joueuses à limiter leur exposition, à renoncer à certains espaces de pratique, voire à abandonner la compétition. Le premier mécanisme de sous-représentation intervient ainsi dès l'entrée dans les parcours compétitifs.

2. Un effet de « pipeline » qui réduit progressivement les possibilités d'accéder au haut niveau

La sous-représentation des femmes dans l'e-sport ne résulte pas uniquement des difficultés rencontrées au moment de l'entrée dans la compétition, mais procède également d'un phénomène plus progressif, souvent qualifié d'**« effet de pipeline »**, par lequel les écarts se creusent à chaque étape du parcours compétitif. Sans qu'aucune règle n'interdise aux femmes d'accéder au haut niveau, l'accumulation de désavantages successifs réduit progressivement le nombre de joueuses susceptibles de poursuivre une carrière compétitive.

Le premier de ces désavantages tient au temps disponible pour pratiquer et s'entraîner. Christine Kev souligne que les écarts de niveau observés entre les hommes et les femmes ne traduisent pas un manque de talent, mais des conditions d'entraînement profondément différentes : *« J'ai grandi avec les jeux vidéo, principalement les jeux de combat, puis à 18 ans j'ai rencontré des pairs qui m'ont initiée à la compétition sur Super Smash Bros. Melee. J'ai immédiatement mesuré mon retard sur mes pairs masculins, aguerris dès l'adolescence. Il ne s'agissait pas d'un manque de talent mais de temps. »*

Elle s'appuie pour cela sur les travaux¹ du chercheur Julien Borkowski : « *En effet, dans le cadre de sa thèse sur le parcours des joueuses, notamment via la socialisation dans le milieu du jeu vidéo et de l'e-sport, le chercheur Julien Borkowski a montré que les femmes disposent en moyenne de 44 minutes de temps de loisir quotidien de moins que les hommes. Ce déficit temporel, lié à la répartition inégale des tâches domestiques, conditionne nos choix de jeux vidéo. En tant que joueuses, nous nous tournons davantage vers des jeux fragmentables, qu'il est possible d'interrompre à tout moment, ce qui n'est pas le cas dans l'e-sport (...). Malheureusement, l'e-sport de haut niveau exige une disponibilité totale que la structure actuelle de notre société refuse encore trop souvent aux femmes.* »

Ce différentiel de pratique est renforcé par la manière dont l'e-sport s'est historiquement construit. Comme l'a expliqué Anna Bressan, les premières communautés compétitives se sont développées dans des espaces presque exclusivement masculins, dont les logiques d'entre-soi continuent d'influencer les parcours : « *Le premier frein est historique et culturel. L'e-sport s'est développé dans des environnements très longtemps masculins : cybercafés, LAN (local area network), parties ou communautés compétitives fermées. Ces espaces ont parfois fonctionné selon des logiques d'entre-soi, qui continuent encore aujourd'hui d'influencer les parcours.* »

Cet héritage produit encore aujourd'hui des effets très concrets. Les équipes se constituent largement à partir de **réseaux informels** - anciens partenaires d'entraînement, communautés Discord, recommandations ou cooptation - **au sein desquels les femmes demeurent moins présentes.**

Les réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs de *Women in Games France* confirment que le **décrochage observé dans les statistiques** se répercute ensuite « à tous les étages » de l'écosystème : moins de joueuses dans les « ladders² » compétitifs signifie moins d'expérience en équipe, donc moins de profils susceptibles d'être recrutés par les structures professionnelles. L'association souligne que ces recrutements reposent fréquemment sur une logique d'« homophilie », c'est-à-dire une tendance à recruter des profils semblables aux siens, ce qui contribue à reproduire les déséquilibres existants.

Ainsi, l'effet de « pipeline » ne résulte pas d'un obstacle unique, mais de l'accumulation de désavantages qui interviennent à chaque étape de la progression compétitive : un temps d'entraînement plus contraint, un héritage historique marqué par l'entre-soi masculin, des réseaux de recrutement peu ouverts et des opportunités de professionnalisation encore limitées. Pris isolément, chacun de ces mécanismes peut sembler modeste ; cumulés tout au long d'un parcours, ils expliquent en grande partie pourquoi

¹ *Des carrières sportives genrées ? Analyse du parcours des femmes dans l'esport à travers leur socialisation au jeu vidéo et à l'esport (2025).*

² *Compétition de jeu vidéo étalée sur une période plus ou moins longue.*

une pratique largement mixte aboutit, au sommet de la compétition, à une présence féminine extrêmement réduite.

3. Un écosystème insuffisamment structuré pour permettre la professionnalisation des joueuses

Même lorsqu'elles parviennent à franchir les obstacles précédents, les joueuses se heurtent à un dernier frein : l'insuffisante structuration économique de la scène féminine. Le faible nombre de compétitions, leur faible visibilité et l'absence de perspectives de professionnalisation limitent durablement les carrières.

Les joueuses font face à une offre de compétitions encore insuffisamment structurée pour permettre aux joueuses de construire une véritable carrière. Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport, fondatrice de POG tv, rappelle que les circuits féminins, créés pour favoriser l'accès des femmes à la compétition, demeurent beaucoup trop réduits pour constituer un véritable tremplin vers le haut niveau : « *Face aux nombreux problèmes de la scène mixte, une scène féminine s'est créée (...). Malheureusement, l'organisation de ces compétitions féminines s'est heurtée à de nombreuses contraintes, ce qui a empêché la scène féminine de se doter d'une structure professionnalisante. (...) Ainsi, sur League of Legends, (...) en 2024, les soirées du samedi au lundi étaient occupées par le championnat d'Europe, celles du mercredi et du jeudi par le championnat de France, et celles du mardi et du vendredi par la deuxième division du championnat de France. Il ne restait donc aux joueuses que les débuts d'après-midi du week-end pour avoir le droit de jouer (...). Le constat reste terrible : pour que les femmes aient le droit de jouer, il faut que les hommes ne soient pas en train de le faire.* »

Les conséquences sont immédiates sur les trajectoires professionnelles :

“ Voil实现 à quoi sont cantonnées les joueuses de la scène e-sport professionnelle sur League of Legends : en 2026, elles auront deux jours de compétition officielle. En comparaison, en 2025, les joueurs ont eu 233 jours de compétition aux niveaux européen, mondial, français et de deuxième division. **Le rapport est de 1 à 100...**

Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport,
fondatrice de POG tv

Elle conclut : « aucune structure ne peut se permettre de payer un salaire à l'année à des joueuses pour deux jours de compétition. (...) Des dizaines de joueuses se sont retrouvées au chômage technique, du jour au lendemain, faute de compétition et d'équipe (...). »

Raphaëlle Cordes résume ainsi les limites actuelles de ces dispositifs : « Cette scène féminine devait constituer un tremplin, permettant de démontrer leurs capacités ; toutefois, malgré leur niveau, certaines se heurtent encore au refus de joueurs de jouer avec elles. »

Les données communiquées à la délégation par *Women in Games France* dans les réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs, confirment ce constat. **Les tournois exclusivement féminins ne représentent qu'environ 3 % de l'ensemble des compétitions recensées par Esports Charts.** Ce faible nombre de compétitions réduit mécaniquement les possibilités **d'acquérir de l'expérience, de construire un palmarès et de gagner en visibilité.**

À défaut d'un calendrier suffisamment régulier, les joueuses **peinent à inscrire leur progression dans la durée et à convaincre équipes, sponsors ou diffuseurs d'investir dans leurs parcours.**

Cette faiblesse des circuits compétitifs produit des effets bien au-delà des seules compétitions, puisque **les joueuses manquent alors d'identifications.** Comme l'a souligné Anna Bressan : « Enfin, un troisième frein concerne le manque de modèles visibles. Dans l'e-sport, on trouve encore très peu de joueuses professionnelles, de coaches ou de dirigeantes d'équipes. Or, les rôles modèles sont essentiels pour permettre à de nouvelles générations de se projeter dans ces carrières. »

La visibilité constitue en effet l'un des principaux moteurs économiques de l'e-sport. Les audiences conditionnent l'intérêt des sponsors, lesquels permettent ensuite aux structures de salarier leurs joueuses, de financer un encadrement professionnel, des entraîneurs, des analystes ou encore des déplacements en compétition. Lorsque les femmes demeurent sous-représentées dans les espaces les plus visibles, ce sont donc l'ensemble des conditions de leur professionnalisation qui s'en trouvent affectées.

Céline Ferté, responsable e-sport de Team Vitality, insiste ainsi sur la nécessité de renforcer la structuration des compétitions : « Nous avons aussi besoin que les éditeurs de jeux vidéo structurent davantage les circuits pour que les compétitions ouvertes aux femmes soient plus régulières et moins éparées. »

L'enjeu dépasse donc la seule organisation de tournois supplémentaires. Il s'agit de permettre **l'émergence d'un véritable écosystème, offrant des perspectives de carrière, des modèles auxquels les jeunes joueuses puissent s'identifier et des conditions de professionnalisation comparables à celles dont bénéficient aujourd'hui les hommes.**

IV. LES RECOMMANDATIONS DE LA DÉLÉGATION : « GAME OVER POUR LE SEXISME » OU COMMENT FAIRE DES COMMUNAUTÉS DU JEU VIDÉO DES ENVIRONNEMENTS SÛRS ET INCLUSIFS

A. CRÉER DES ESPACES DE JEUX EN LIGNE PLUS SÛRS

1. Renforcer la transparence et l'effectivité des politiques de modération des espaces de jeux en ligne et de streaming

Les principaux acteurs du secteur, éditeurs ou plateformes de diffusion, ont, ces dernières années, considérablement renforcé leurs dispositifs de modération afin de lutter contre les comportements sexistes et le cyberharcèlement. Ils disposent désormais d'outils de signalement, de systèmes automatisés (filtres de langage, détection de patterns...), de modération humaine pour les cas complexes ou encore de sanctions graduées.

Les rapporteurs estiment qu'une nouvelle étape doit désormais être franchie. **Après une première phase consacrée au développement des outils de modération, il convient de passer d'une logique d'obligation de moyens à une véritable obligation de résultats.**

Comme l'a souligné¹ l'association *Women in Games France* :

“

La question centrale n'est plus l'existence formelle des outils, mais leur effectivité réelle et l'écart entre conformité et efficacité opérationnelle.

Women in Games France

La modération doit désormais être pensée selon une approche globale, dite *end-to-end*, articulant prévention, signalement, traitement, sanction, protection des victimes et transparence. **Pour les rapporteurs, cette évolution suppose également que l'efficacité des dispositifs puisse être objectivée et, à terme, véritablement auditée.**

Dans cette perspective, *Women in Games France* insiste sur la nécessité de passer d'une logique d'affichage des dispositifs à une logique de « *preuve par les actes* ».

L'enjeu n'est plus seulement que les plateformes disposent d'outils de modération, mais qu'elles soient en mesure de **démontrer leur efficacité au moyen d'indicateurs objectifs** : délais de traitement des signalements, volumes et typologie des sanctions prononcées, traitement des signalements relatifs aux espaces vocaux ou encore taux de récidive. Pour l'association, la

¹ Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs.

publication régulière de ces données est indispensable pour réduire l'écart entre l'existence des outils et leur efficacité perçue par les utilisatrices.

Le témoignage¹ de Mamapaprika, créatrice de contenus jeu vidéo sur Twitch, animatrice d'émissions et ambassadrice de l'association Afrogameuses, illustre particulièrement ce sentiment. Si la créatrice de contenus reconnaît disposer d'un lien privilégié auprès de Twitch, elle décrit des **procédures de signalement « extrêmement procédurales et coûteuses »** et s'interroge sur **la réalité du traitement de certains contenus haineux** : *« lorsqu'on signale des messages à caractère raciste, sexiste ou homophobe, la réponse est qu'il n'y a pas d'infraction manifeste, qu'il n'y aura donc pas de conséquence. Vu les temps de réaction, il s'agit manifestement de réponses automatisées. »*

Elle souligne également que **certains comportements manifestement discriminatoires continuent d'échapper aux dispositifs de modération** : *« Trop souvent, la réponse est qu'il n'y a pas d'infraction - alors que les pseudonymes sont arabophobes, négrophobes, que les propos sont clairement homophobes, sexistes, racistes. »*

Mamapaprika ajoute que **le simple bannissement d'un utilisateur ne suffit pas à empêcher la poursuite des violences** : *« Je demande à ma communauté de signaler les messages injurieux, de faire des captures d'écran, avant de bannir - car bannir quelqu'un de votre chaîne ne l'empêchera pas de déverser sa haine ailleurs. C'est par des signalements qu'on peut faire sauter le compte et empêcher la personne de nuire. »*

Les rapporteurs partagent ce constat. La confiance des utilisateurs repose désormais moins sur l'existence des outils que sur leur rapidité, la cohérence des décisions prises et l'information apportée aux personnes ayant effectué un signalement.

Ils observent également que les **espaces de jeux en ligne** présentent des **spécificités qui justifient une vigilance particulière**. Les rapporteurs relèvent en particulier que **la modération des espaces vocaux demeure aujourd'hui l'une des principales faiblesses des dispositifs existants**, alors même qu'ils constituent un des vecteurs privilégiés des violences sexistes dans les jeux en ligne.

Women in Games France estime, à cet égard, que **la sécurité devrait être intégrée dès la conception des services (« sécurité by design »)**, grâce à **un socle minimal obligatoire de fonctionnalités** comprenant notamment un signalement directement accessible en jeu, des outils simples de blocage ou de mise en sourdine, une prise en compte effective des espaces vocaux ainsi qu'une intervention humaine dans les situations les plus graves, notamment en cas de menaces, de doxxing ou de harcèlement coordonné.

¹ Audition du 5 février 2026.

Faute de dispositifs adaptés, la charge de la preuve continue souvent de peser sur les victimes, qui renoncent alors à utiliser certaines fonctionnalités ou développent des stratégies d'évitement. Les rapporteurs estiment qu'une politique de modération réellement effective ne peut reposer sur la seule capacité des joueuses à documenter elles-mêmes les violences qu'elles subissent.

Ils considèrent que ces exigences ne peuvent plus relever des seules politiques internes des opérateurs : elles doivent désormais s'inscrire dans un cadre commun de transparence, de responsabilité et d'évaluation.

Une évolution qui **rejoint pleinement la philosophie du Digital Service Act (DSA)**. Ce dernier ne se limite pas à imposer des mécanismes de signalement mais renforce également les obligations de transparence, de traçabilité et de responsabilisation des opérateurs de services numériques.

Le DSA présente d'ailleurs l'intérêt de ne pas raisonner par secteur d'activité mais par fonctionnalités proposées aux utilisateurs. Ainsi, sont concernés non seulement les plateformes de diffusion telles que **Twitch ou YouTube** lorsqu'elles hébergent des interactions entre utilisateurs, mais également **les éditeurs de jeux vidéo** lorsqu'ils exploitent eux-mêmes des espaces communautaires (chats textuels ou vocaux, contenus créés par les utilisateurs, systèmes de mise en relation entre joueurs...). Dès lors qu'un **opérateur** met à disposition de tels espaces d'interaction, il est appelé à satisfaire aux mêmes exigences de transparence, de traçabilité et de responsabilité que les autres plateformes numériques. **Les rapporteurs considèrent que ce cadre offre désormais un levier particulièrement pertinent pour renforcer la protection des joueuses dans les espaces de jeux en ligne.**

Ils considèrent que la transparence constitue désormais un levier essentiel de l'efficacité des politiques de modération. Les utilisateurs doivent pouvoir être informés des suites effectivement données à leur signalement, tandis que la publication régulière de données relatives aux violences sexistes et sexuelles permettrait de mieux évaluer les progrès accomplis et les difficultés persistantes.

Comme le résume *Women in Games France*, l'objectif est désormais de **passer d'un « outillage » à une « modération réellement dissuasive »**.

Recommandation n° 14 : Faire de l'effectivité des politiques de modération un standard de sécurité applicable à l'ensemble des opérateurs proposant des espaces de jeux en ligne ou de diffusion de contenus vidéoludiques.

**Le Digital Services Act (DSA) :
un nouveau cadre européen applicable aux communautés de jeux en ligne**

Adopté en 2022 et pleinement applicable depuis le 17 février 2024, le règlement européen sur les services numériques (*Digital Services Act* - DSA) s'applique à l'ensemble des intermédiaires numériques (réseaux sociaux, plateformes de partage de vidéos, moteurs de recherche, services d'hébergement).

Il prévoit des obligations renforcées pour les **très grandes plateformes en ligne** (*Very Large Online Platforms* - VLOP) et les **très grands moteurs de recherche** (*Very Large Online Search Engines* - VLOSE), c'est-à-dire ceux comptant plus de 45 millions d'utilisateurs mensuels dans l'Union européenne.

Le règlement repose sur une logique graduée : plus une plateforme joue un rôle important dans la circulation de l'information et des contenus, plus les obligations qui lui sont imposées sont importantes.

Il impose notamment des obligations en matière de signalement des contenus illicites, de transparence des politiques de modération, de motivation des décisions de retrait et, pour les plus grandes plateformes, de gestion des risques systémiques.

Le DSA ne s'applique pas à un secteur d'activité en particulier, mais aux fonctionnalités proposées aux utilisateurs. Ainsi, lorsqu'un éditeur de jeux vidéo ou une plateforme met à disposition des espaces d'interaction (chats textuels ou vocaux, forums, contenus créés par les utilisateurs ou espaces communautaires), **ces services peuvent relever des obligations du règlement en matière de signalement des contenus illicites, de modération, de transparence et de coopération avec les autorités.**

Cette approche présente un intérêt particulier pour les jeux vidéo en ligne. Les espaces de jeu constituent aujourd'hui de véritables réseaux sociaux, dans lesquels se développent également des phénomènes de cyberharcèlement, de discours haineux ou de violences sexistes. Les obligations de transparence, de modération et de responsabilité prévues par le DSA offrent ainsi un cadre particulièrement pertinent pour renforcer la protection des joueuses et des créatrices de contenus.

La mise en œuvre du règlement repose sur un système de contrôle partagé. La **Commission européenne** est directement compétente pour superviser les très grandes plateformes et les très grands moteurs de recherche. En France, l'**Arcom** a été désignée comme **coordinateur pour les services numériques.**

Source : site Vie publique, Commission européenne

2. Mieux protéger et accompagner les victimes, joueuses ou créatrices de contenus

Les difficultés rencontrées par les victimes ne s'arrêtent pas aux outils de modération des plateformes.

Lorsque les faits les plus graves donnent lieu à des poursuites judiciaires, les auditions ont mis en exergue les **nombreuses difficultés rencontrées par les joueuses et les créatrices de contenus au moment où elles décident de signaler les faits ou de déposer plainte.**

Ultia a ainsi expliqué que, selon les enquêteurs ayant instruit son dossier, « *la plateforme avec laquelle il était le plus difficile d'entrer en contact n'était pas Twitter à l'époque, mais Twitch. C'est Twitch qui répondait le moins, qui donnait le moins d'informations personnelles sur les utilisateurs. Résultat : seules trois personnes étaient présentes à mon procès, alors que le dossier concernait 800 personnes ! Il y a une vraie lourdeur administrative.* »

Elle ajoute que cette « *lourdeur administrative est vraiment ce qui m'affecte le plus au quotidien* ». Tout en soulignant bénéficier aujourd'hui d'un interlocuteur privilégié auprès de la plateforme, elle rappelle que cette situation demeure exceptionnelle : « *Je suis écoutée par Twitch (...), ce qui n'est pas le cas de mes homologues féminines.* »

Mamapaprika formule un constat proche. Si elle indique avoir, elle aussi, la possibilité d'échanger directement avec les équipes de Twitch, elle décrit des procédures de signalement « **extrêmement procédurales et coûteuses** ».

Les victimes demeurent ainsi confrontées à d'importantes difficultés pour constituer et transmettre les preuves des faits qu'elles dénoncent. Les campagnes de cyberharcèlement se déploient sur plusieurs plateformes, évoluent rapidement et reposent sur une multiplicité d'éléments numériques (captures d'écran, extraits vidéo, fils de discussion, identifiants de comptes ou de parties) dont la conservation et la transmission restent complexes.

Dans les réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs, *Women in Games France* souligne ainsi la **nécessité d'améliorer la chaîne « preuve → plainte → traitement »**, en clarifiant les éléments susceptibles d'être produits à l'appui d'une plainte, en facilitant leur collecte et leur transmission et en **réduisant le « coût procédural »** qui décourage aujourd'hui de nombreuses victimes.

Les auditions ont toutefois mis en avant que ces difficultés ne tiennent pas uniquement aux relations avec les plateformes ou les éditeurs de jeu.

Elles concernent également les conditions d'accueil des victimes par les forces de l'ordre, la collecte des preuves numériques et l'accompagnement tout au long de la procédure pénale.

Le témoignage d'Ultia est, à cet égard, particulièrement éclairant. La streameuse a décrit des expériences très contrastées lors de ses différents dépôts de plainte, révélatrices des difficultés auxquelles peuvent encore être confrontées certaines victimes de cyberharcèlement.

Au-delà de ces expériences, elle souligne surtout les difficultés rencontrées pour documenter des campagnes de harcèlement qui évoluent en permanence : « *Pendant ce temps, le harcèlement en ligne continue. (...) Impossible d'alimenter en ligne un fichier qui se met à jour en permanence.* »

Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*, souligne également l'absence de réponses adaptées face à ces situations : « *La seule réponse des forces de l'ordre et de mes proches a été de me dire d'arrêter de jouer. Cependant, avec les réseaux sociaux et la facilité de plus en plus grande à retrouver des informations sur les joueurs et les joueuses, ce n'est pas une réponse viable. On ne demanderait pas à un enfant harcelé d'arrêter l'école.* »

Elle ajoute :

“ *Mes agresseurs et mes agresseuses n'ont jamais été sanctionnés et ne le seront probablement jamais. Or, mon cas n'est pas isolé.*

Justine Boulanger, secrétaire générale de *Women in Games France*

Mamapaprika a également insisté sur les limites pratiques auxquelles se heurtent les victimes. Si elle salue la réactivité des enquêteurs de Pharos dans son propre dossier, elle relève la complexité des démarches, l'impossibilité de transmettre directement certaines preuves numériques et, plus largement, l'insuffisance des moyens consacrés au traitement des signalements et conclut qu'« *il faut aller vers ces institutions, leur donner les moyens humains et budgétaires pour que toute personne puisse se sentir à l'aise et protégée.* »

Ces constats rejoignent ceux formulés dans le rapport de la **délégation consacré aux mouvements masculinistes**¹. Les rapporteuses y soulignaient la nécessité de **renforcer les capacités de détection, d'enquête et de poursuite face aux cyberviolences misogynes**, ainsi que les moyens des acteurs spécialisés tels que Pharos, l'Office central de lutte contre les crimes

¹ *Mascus : la nouvelle offensive contre les femmes - Rapport d'information n° 776 (2025-2026), déposé le 23 juin 2026.*

contre l'humanité et les crimes de haine (OCLCH) ou le Pôle national de lutte contre la haine en ligne (PNLH). Les auditions conduites dans le cadre du présent rapport montrent que ces recommandations trouvent une **résonance particulière dans l'univers du jeu vidéo**.

En effet, **les violences commises dans les communautés de jeux vidéo, de streaming et d'e-sport présentent des caractéristiques propres** : campagnes coordonnées, multiplicité des plateformes, usage des espaces vocaux, évolution permanente des contenus et des preuves numériques. **Elles justifient le développement d'une expertise spécifique au sein de la chaîne pénale**.

Les rapporteurs considèrent que l'amélioration des dispositifs de modération mis en œuvre par les plateformes ne saurait suffire si elle ne s'accompagne pas d'une montée en compétence des acteurs chargés de recueillir les plaintes, d'enquêter et de poursuivre ces infractions.

Recommandation n° 15 : Améliorer la prise en charge des victimes de cyberharcèlement liées aux jeux vidéo, au streaming et à l'e-sport, en renforçant la formation des forces de l'ordre, en facilitant la collecte et la transmission des preuves numériques et en développant une expertise dédiée à ces formes de violences tout au long de la chaîne pénale.

B. FAIRE ÉVOLUER DURABLEMENT LA CULTURE DU GAMING

1. Faire de la prévention un levier de transformation de la culture du gaming

Les politiques de modération et les réponses judiciaires sont indispensables. Elles ne sauraient toutefois, à elles seules, transformer durablement une culture du gaming encore marquée par des comportements sexistes. **Les rapporteurs considèrent que la prévention constitue le complément indispensable de la sanction, en agissant sur les normes culturelles qui structurent encore largement les espaces de jeu en ligne.**

Cette approche est aujourd'hui partagée par plusieurs acteurs de la filière. **Ubisoft** a ainsi expliqué avoir progressivement **complété ses dispositifs de modération par de véritables politiques de prévention**.

L'entreprise a notamment développé les *Good Game Playbooks*, élaborés avec l'association *Safe In Our World*, afin de promouvoir les bonnes pratiques de comportement en jeu, ainsi que le *Fair Play Program*, qui repose sur la sensibilisation des joueurs, la valorisation des comportements positifs et l'intégration de messages directement au sein des expériences de jeu. Selon

Ubisoft¹, ces dispositifs visent à « *encourager une culture du respect, responsabiliser les joueurs et rendre plus lisibles les attentes en matière de conduite en ligne* », et « *viennent en complément des dispositifs de modération et s'inscrivent dans une approche plus large visant à agir en amont des comportements problématiques.* » Ces actions « *participent à créer un cadre où les joueurs sont non seulement encadrés, mais également acteurs d'une communauté plus respectueuse.* »

Les rapporteurs saluent cette évolution, qui traduit, au-delà de la sanction de comportements inacceptables, une volonté d'agir en amont afin d'empêcher leur apparition.

Les auditions ont également montré que cette évolution ne pourra toutefois être durable sans une implication des joueurs eux-mêmes. Hager Jemel, professeure de management et directrice de la Chaire diversité et inclusion de l'EDHEC, a ainsi insisté² sur la nécessité de mobiliser l'ensemble de la communauté vidéoludique et rappelé qu'« *il est également important de mobiliser les gamers hommes qui sont pro-parité* ».

Les rapporteurs partagent pleinement cette analyse. La lutte contre le sexisme ne peut reposer uniquement sur les victimes et suppose que les joueurs eux-mêmes contribuent à faire évoluer les normes de comportement qui structurent encore certains espaces de jeu.

Cette responsabilité des autres membres de la communauté est également ressortie avec force des auditions consacrées au streaming. Ultia a ainsi expliqué³ que les prises de position publiques d'autres créateurs de contenus avaient parfois eu davantage d'effet sur les campagnes de harcèlement dont elle faisait l'objet que les sanctions elles-mêmes : « *Chaque fois que les vagues de harcèlement envers moi ont diminué, durablement, c'est qu'un homme avait pris la parole. Sinon, cela ne marche pas. Quand des hommes ont pris la parole à la suite de ma prise de position lors du ZEvent 2021 pour me harceler, j'ai continué à me faire harceler... Mais quand ils ont dit : « **Qu'a fait Ultia pour mériter ça ? Vous ne devriez pas la harceler** », mon harcèlement a diminué.* »

Ce témoignage illustre **le rôle déterminant que jouent les figures les plus visibles de l'écosystème vidéoludique** dans la définition des normes sociales des communautés de joueurs. Par leurs prises de parole, elles peuvent contribuer à banaliser certains comportements ou, au contraire, exercer un puissant effet d'entraînement contre le sexisme et le harcèlement.

Les rapporteurs considèrent dès lors que les politiques de prévention ne peuvent se limiter à quelques campagnes d'information ponctuelles.

Comme le souligne *Women in Games France*, **il s'agit de faire évoluer les normes sociales qui structurent encore les communautés** de joueurs en valorisant les comportements positifs au même titre que les performances de jeu. Cette prévention peut notamment passer par des campagnes de

¹ Réponses au questionnaire adressé par les rapporteurs

² Audition du 18 décembre 2025

³ Audition du 5 février 2026

sensibilisation intégrées aux jeux, par la promotion du fair-play, par des mécanismes de réputation récompensant les comportements respectueux, par la mise en avant de créateurs de contenus engagés contre le sexisme, ainsi que par la mobilisation des joueurs eux-mêmes comme acteurs de cette évolution culturelle.

Les rapporteurs considèrent que faire évoluer durablement la culture du gaming suppose de dépasser une approche reposant exclusivement sur la modération et la sanction. La prévention doit désormais devenir une dimension à part entière des politiques conduites par l'ensemble des acteurs du secteur. Les éditeurs, les plateformes, les organisateurs de compétitions, les équipes professionnelles, les créatrices et créateurs de contenus, mais aussi les joueuses et les joueurs **contribuent, chacun à leur niveau, à façonner les normes qui régissent les communautés de jeu.** C'est donc collectivement qu'ils peuvent faire reculer les comportements sexistes et promouvoir un environnement plus inclusif.

2. Soutenir les associations engagées en faveur de la mixité et la diversité

Les auditions conduites par la délégation ont mis en évidence le rôle désormais essentiel joué par les associations dans la transformation de l'écosystème vidéoludique.

Ces structures, principalement *Women in Games France* et *Afrogameuses*, sont de véritables **acteurs de structuration de la filière**, intervenant aussi bien auprès des **entreprises** que des **établissements de formation**, des **pouvoirs publics**, des **organisateur d'événements** ou des **joueuses** elles-mêmes.

Auditionnées par les rapporteurs, elles ont progressivement développé une expertise reconnue et assument aujourd'hui des missions qui dépassent largement le cadre traditionnel de l'action associative.

Comme l'a expliqué¹ Marie-Lou Dulac, présidente de *Women in Games France*, son association intervient « *très concrètement sur le terrain, auprès des entreprises, des écoles, des événements professionnels* » tout en travaillant « *en lien étroit avec les institutions publiques et les acteurs associatifs* ». Avec un double objectif : **faire évoluer durablement les pratiques de l'industrie tout en accompagnant les femmes** qui souhaitent y entrer ou y construire leur carrière.

Au fil des auditions, les rapporteurs ont constaté que **ces associations interviennent aujourd'hui à toutes les étapes des parcours.** Elles **sensibilisent les entreprises** et les **établissements de formation** aux enjeux de mixité, accompagnent les studios dans leurs démarches d'inclusion,

¹ Audition du 15 janvier 2026

développent des programmes de mentorat et de mise en réseau, produisent des guides de bonnes pratiques, soutiennent les victimes de cyberharcèlement, organisent des événements professionnels et contribuent à faire émerger de nouveaux rôles modèles.

Elles contribuent également à mieux objectiver les inégalités persistantes dans le secteur, notamment en produisant leurs propres travaux et indicateurs, à l'image de l'infographie annuelle « *La place des femmes dans l'écosystème du jeu vidéo - Édition 2026* » publiée par Women in Games France le 23 juin 2026.

Elles assurent ainsi un véritable travail de structuration de l'écosystème, au croisement de la prévention, de l'accompagnement, de la professionnalisation et du dialogue avec l'ensemble des acteurs de la filière.

Cette capacité à accompagner les parcours apparaît aujourd'hui comme l'une de leurs contributions les plus précieuses. Les femmes demeurent en effet confrontées à des obstacles spécifiques au moment d'accéder aux métiers du jeu vidéo, de se professionnaliser dans le streaming ou de franchir le cap de la compétition de haut niveau. Dans ce contexte, le mentorat constitue un levier particulièrement prometteur.

Hager Jemel a ainsi proposé¹ de développer « *des académies de mentorat mixtes pour agir sur l'inclusion des joueuses à haut niveau et inciter au développement de l'e-sport féminin dans les grands tournois* ». Les rapporteurs partagent pleinement cette analyse. Au-delà de la transmission de compétences techniques, le mentorat permet de rompre l'isolement, de faciliter l'accès aux réseaux professionnels, de lutter contre l'autocensure et d'offrir aux joueuses des perspectives de carrière auxquelles elles peinent encore trop souvent à s'identifier.

Les auditions ont également montré que cet accompagnement ne peut produire pleinement ses effets sans la mise en avant de **figures féminines visibles**.

Dans un univers où les femmes demeurent encore largement minoritaires parmi les joueuses professionnelles, les coachs, les dirigeantes d'équipes, les commentatrices ou les créatrices de contenus les plus médiatisées, les rôles modèles constituent un puissant facteur d'identification.

Les rapporteurs saluent à cet égard l'initiative « **Hall of Femmes** »², lancée par Women in Games France et Endorah à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes en 2026, un musée virtuel immersif, développé dans Minecraft, qui met à l'honneur des professionnelles du gaming, du streaming et de l'e-sport afin de rendre leurs parcours plus visibles.

¹ Audition du 18 décembre 2025

² <https://womeningamesfrance.org/hall-of-femmes-women-in-games-france-et-endorah-inscrivent-les-femmes-du-gaming-streaming-et-esport-dans-lhistoire/>.

Dans un univers où les femmes demeurent encore largement minoritaires parmi les joueuses professionnelles, les coachs, les dirigeantes d'équipes, les commentatrices ou les créatrices de contenus les plus médiatisées, **les rôles modèles constituent un puissant facteur d'identification.**

Prenant l'exemple de l'e-sport, Anna Bressan l'a rappelé¹ avec force : *« on trouve encore très peu de joueuses professionnelles, de coachs ou de dirigeantes d'équipes. Or, les rôles modèles sont essentiels pour permettre à de nouvelles générations de se projeter dans ces carrières. »*

Quelques semaines plus tôt, lors de la table ronde consacrée au streaming², elle soulignait déjà que *« le streaming fabrique des figures qui deviennent des modèles pour une grande partie de la jeunesse, avec un impact parfois supérieur à celui des animateurs des médias traditionnels, en raison de la proximité et de la présence quotidienne ».*

Cette conviction est largement partagée³ par les acteurs de la filière. Céline Ferté, directrice du service juridique de la Team Vitality a ainsi expliqué vouloir *« faire progresser la visibilité des femmes et instituer un cercle vertueux : plus il y aura de rôles modèles féminins, plus cela encouragera les femmes à jouer, d'abord au niveau amateur, puis dans des circuits féminins. Plus il y en aura, plus des talents émergeront et plus nous serons en mesure de les intégrer dans des équipes mixtes. »*

De même, Kokosaap, joueuse de Street Fighter 6, membre du collectif NSxC et de l'association Afrogameuses, témoigne en ce sens : *« Les rôles modèles sont très importants. Il en existe plusieurs dans les jeux de combat, qui concernent tous les âges, et cela fait vraiment plaisir de pouvoir s'identifier à ces personnes qui font avancer la cause. »*

Les auditions ont également montré que **l'élargissement des missions confiées à ces associations ne s'est pas traduit par un renforcement de leurs capacités d'action. Alors même qu'elles sont désormais sollicitées par les pouvoirs publics, les entreprises et l'ensemble des acteurs de la filière, elles continuent de fonctionner avec des moyens très limités, reposant largement sur l'engagement bénévole de leurs membres.**

Marie-Lou Dulac a ainsi indiqué⁴ que Women in Games France intervenait déjà dans les écoles mais ne disposait pas des ressources nécessaires pour déployer ces actions à grande échelle : *« Notre objectif consiste à être présentes sur tout le territoire (...). Mais nous n'avons tout simplement pas les moyens de déployer nos actions à grande échelle. »*

¹ Audition du 26 mars 2026.

² Audition du 5 février 2026.

³ Audition du 26 mars 2026.

⁴ Audition du 15 janvier 2026

Women in Games France comme Afrogameuses fonctionnent principalement grâce à l'investissement bénévole de leurs membres.

Ce constat se retrouve aussi dans les associations d'e-sport. Christine Kev a souligné¹ les difficultés rencontrées par les associations utilisant le jeu vidéo ou l'e-sport comme levier d'inclusion pour accéder à des financements pérennes, notamment au mécénat.

Les rapporteurs considèrent que ces associations exercent désormais de véritables missions d'intérêt général au service de l'ensemble de la filière : elles accompagnent les joueuses, forment les professionnels, produisent des ressources pédagogiques, mettent en réseau les acteurs, font émerger de nouveaux talents et nourrissent le dialogue entre les entreprises, les institutions et la société civile. Renforcer durablement leurs capacités d'action revient ainsi à investir dans un écosystème du jeu vidéo plus inclusif.

Recommandation n° 16 : Reconnaître et soutenir le rôle structurant des associations engagées en faveur de la mixité dans le jeu vidéo, en renforçant leurs moyens afin qu'elles puissent poursuivre leurs actions de sensibilisation, de mentorat, d'accompagnement des joueuses, de mise en réseau et de valorisation des rôles modèles féminins.

C. STRUCTURER UN ÉCOSYSTÈME E-SPORT PLUS INCLUSIF

1. Faire de la sécurité et de l'inclusion un standard des compétitions d'e-sport

Les auditions ont montré que la sous-représentation des femmes dans l'e-sport de haut niveau ne résulte pas d'un manque d'intérêt ou de compétences, mais de l'accumulation de freins qui rendent leur progression plus difficile à chaque étape du parcours compétitif.

Pour les rapporteurs, la progression de la mixité dépend de la capacité de l'écosystème à offrir aux joueuses un environnement suffisamment sûr pour qu'elles puissent s'y maintenir durablement.

Women in Games France souligne ainsi que la dynamique des jeux en ligne et le modèle économique de l'e-sport ne peuvent favoriser une plus grande représentation des femmes qu'à condition de **réduire le « coût d'entrée social et psychologique » du compétitif**, aujourd'hui accru par la toxicité, notamment *via* le vocal, et par la faible confiance dans l'effectivité des sanctions.

¹ Audition du 26 mars 2026.

L'association insiste sur la nécessité d'« *industrialiser la sécurité by design* » dans les environnements compétitifs : signalement simple, retour d'information, sanctions cohérentes, modération du vocal et transparence des procédures.

Cette approche rejoint les initiatives déjà développées par certains éditeurs. Ubisoft a notamment rappelé que l'ensemble de son circuit compétitif Rainbow Six est désormais régi par un code de conduite applicable également aux espaces communautaires, tandis que le système de réputation récompense les comportements positifs et sanctionne progressivement les comportements toxiques.

Les rapporteurs estiment que cet enjeu ne peut être traité par les seules joueuses ou par des actions isolées des éditeurs. Il doit mobiliser l'ensemble de l'écosystème e-sportif.

Cette responsabilité dépasse toutefois les seuls éditeurs. Comme le souligne *Women in Games France*, sponsors, organisateurs, diffuseurs et partenaires commerciaux disposent eux aussi d'un puissant levier d'action, en conditionnant leurs investissements au respect de standards communs de sécurité, de prévention et d'inclusion.

Les auditions ont d'ailleurs montré que plusieurs équipes professionnelles se sont déjà engagées dans cette voie. Team Vitality a ainsi mis en place une politique de tolérance zéro, intégrée aux contrats de ses joueurs, assortie de formations et pouvant aller jusqu'à l'exclusion des équipes en cas de comportements incompatibles avec les valeurs défendues par la structure.

Les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs peuvent accélérer la mixité en conditionnant leurs investissements et leurs partenariats à des standards de sécurité, d'inclusion et de prévention des violences sexistes.

Ce pilotage suppose également de disposer de données régulières. Comme l'a rappelé Anna Bressan, « *on ne soigne que ce que l'on mesure* ». Or, la disparition du baromètre France Esports prive aujourd'hui la filière d'un outil indispensable pour mesurer la place des femmes, suivre leur progression et évaluer l'efficacité des actions engagées.

Recommandation n° 17 : Faire de la sécurité et de l'inclusion des joueuses une exigence commune des compétitions d'e-sport, en encourageant les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs à adopter des standards communs de prévention, de modération et d'accompagnement, et en soutenant la relance d'un baromètre France Esports intégrant des indicateurs genrés.

2. Construire des parcours d'accès au haut niveau

Cette sécurisation de l'environnement compétitif doit s'accompagner d'une structuration des parcours vers le haut niveau.

Pour *Women in Games France*, la mixité ne pourra progresser durablement que si l'on parvient à « *structurer l'accompagnement vers l'e-sport et le streaming afin de créer des espaces de progression, des repères et des trajectoires vers le haut niveau* ».

Cette approche rejoint les propositions formulées par Hager Jemel, qui a évoqué la possibilité de créer des « *académies de mentorat mixtes pour agir sur l'inclusion des joueuses à haut niveau et inciter au développement de l'e-sport féminin dans les grands tournois* ».

Les **initiatives engagées par certains éditeurs** montrent que cette dynamique est possible. Ubisoft a notamment développé un incubateur avec *Women in Games France* autour de *Rainbow Six Siege*, un circuit féminin au Brésil, et des tournois réservés aux femmes aux États-Unis.

Emmanuel Martin a toutefois reconnu¹ que les femmes demeurent très minoritaires dans l'e-sport professionnel et que « *la grande difficulté est de parvenir à ce que ces actions soient pérennes et couronnées de succès* ».

Cette difficulté a également été soulignée² par Raphaëlle Cordes, journaliste et commentatrice e-sport, fondatrice de POG tv, qui observe que les compétitions féminines, créées pour répondre aux difficultés rencontrées par les joueuses dans les circuits mixtes, « *se sont heurtées à de nombreuses contraintes, ce qui a empêché la scène féminine de se doter d'une structure professionnalisante* ».

Alors que ces dispositifs ne produisent pleinement leurs effets que lorsqu'ils s'inscrivent dans la durée, les rapporteurs relèvent ainsi que **plusieurs initiatives prometteuses demeurent ponctuelles, faute d'un cadre suffisamment structuré ou de financements pérennes.**

Les rapporteurs considèrent que **les compétitions féminines répondent aujourd'hui à un besoin réel dans un contexte où les circuits mixtes demeurent insuffisamment inclusifs.** Elles offrent aux joueuses un cadre plus sécurisé, permettent de gagner en expérience, en visibilité et en confiance, et favorisent l'émergence de rôles modèles. Elles ne sauraient toutefois constituer une fin en soi. Comme le souligne *Women in Games France*, « *l'enjeu est de les rendre durables, visibles et connectées aux circuits principaux pour éviter une segmentation qui enferme plutôt qu'elle ne fait progresser* ».

¹ Audition du 9 avril 2026

² Audition du 26 mars 2026

Mais **ces compétitions demeurent encore trop souvent ponctuelles** ou insuffisamment structurées pour permettre une véritable professionnalisation des joueuses. En effet, les compétitions organisées par les éditeurs de jeux laissent encore trop peu de place aux compétitions féminines. Pour les rapporteurs, ces compétitions féminines doivent dès lors être conçues comme des **tremplins** vers les circuits ouverts et le haut niveau, et non comme des circuits parallèles destinés à s’y substituer.

Dès lors, il semble incontournable de créer une structure en mesure de piloter et structurer davantage l’e-sport. Une telle fédération, **sans remettre en cause la propriété intellectuelle des éditeurs sur leurs jeux**, pourrait jouer un **rôle de coordination et de dialogue** afin de travailler avec eux au développement d’une **pratique plus inclusive et d’une meilleure place pour les joueuses**.

Recommandation n° 18 : Soutenir la création d’une fédération française de l’e-sport et structurer les parcours d’accès des femmes à la compétition e-sportive.

EXAMEN EN DÉLÉGATION

Réunie le mardi 7 juillet 2026, sous la présidence de Dominique Vérien, présidente, la délégation a examiné le présent rapport d'information.

Dominique Vérien, présidente, rapporteure. – Chers collègues, la réunion d'aujourd'hui, la dernière de la session, a un ordre du jour bien rempli avec trois points : tout d'abord l'examen de notre rapport d'information sur la place des femmes dans l'univers du jeu vidéo, puis celui du rapport de notre bilan triennal d'activité et enfin l'échange de vues sur la désignation des lauréats de l'édition 2026 du prix de la délégation.

Nous allons donc débiter par l'examen du rapport sur la place des femmes dans l'univers du jeu vidéo.

La date d'examen de ce rapport tombe à point nommé puisqu'elle correspond à l'ouverture de la coupe du monde de l'e-sport qui se tient pour la première fois en France, à Paris, jusqu'au 23 août.

Deuxième thématique principale de notre session avec le masculinisme, la place des femmes dans l'univers du jeu vidéo s'est inscrite dans le prolongement de nos travaux sur la place des femmes et des filles dans les sciences, qui avaient donné lieu en octobre dernier à la publication du rapport « XX=XY, féminiser les sciences, dynamiser la société ».

Nous avons consacré aux jeux vidéo huit mois de travaux, plus de 40 heures de réunions, nous avons rencontré près de 90 personnes différentes et effectué au total cinq déplacements de terrain, dont un déplacement à Montréal.

Loin d'être anecdotique, le sujet de la place des femmes dans l'univers vidéoludique s'inscrit dans un contexte économique particulier puisque le jeu vidéo constitue aujourd'hui, de loin, la première industrie culturelle mondiale, avec un chiffre d'affaires mondial annuel de plus de 200 milliards de dollars en 2025, et la première industrie culturelle française avec 6 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel à l'échelle de la France, dépassant en valeur le livre et le cinéma.

En France, l'industrie du jeu vidéo, c'est environ 1 000 entreprises actives, essentiellement des studios de développement de jeux, et plus de 10 000 emplois directs.

La région parisienne concentre une grande part des entreprises (environ 48 %) et des professionnels (environ 57 %). Elle accueille notamment, à Saint-Mandé, le siège d'Ubisoft, entreprise française créée en 1986 et devenue, en 40 ans, un géant mondial incontournable de l'industrie du jeu vidéo, dont nous avons auditionné les dirigeants et dont nous avons visité le studio à Montréal. Ubisoft emploie aujourd'hui près de 17 000 personnes dans le monde dont 4 000 en France.

Mais certaines régions françaises ont également développé un écosystème vidéoludique dynamique et créateur d'emplois, comme la région Occitanie où la ville de Montpellier tire bien son épingle du jeu. Nous nous y sommes rendus pour visiter le studio Sandfall Interactive qui a créé un jeu multiprimé en France et à l'étranger : « Clair Obscur – Expédition 33 » mais aussi un studio de taille plus modeste ce qui nous a permis d'avoir un aperçu de la diversité de l'écosystème vidéoludique de la région.

L'industrie française du jeu vidéo bénéficie également de soutiens publics très structurants pour la filière parmi lesquels le crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) qui représente une dépense annuelle moyenne de 50 millions d'euros et le fonds d'aide au jeu vidéo doté de 5 millions d'euros par an, sans compter les aides régionales. Des montants qui restent modestes au regard du chiffre d'affaires global de cette industrie.

Dès lors, quelle place les femmes occupent-elles au sein de cette industrie en France ?

Notons d'abord, qu'au cours des 25 dernières années, l'industrie a bénéficié d'une féminisation massive de ses publics puisque près de la moitié des joueurs sont aujourd'hui des joueuses alors qu'elles n'étaient que 10 % en 2000.

Et pourtant, cette industrie peine encore à se féminiser et à se diversifier : les femmes ne représentent que 20 % de ses effectifs globaux à l'échelle nationale et seulement 14 % dans les postes de direction.

Les femmes qui travaillent dans l'industrie du jeu vidéo en France sont encore freinées dans leur progression de carrière, victimes de discriminations, de sexisme voire de violences sexistes et sexuelles, et dissuadées de rester dans ce secteur par des conditions de travail qui leur sont souvent défavorables.

En outre, elles ont été les premières victimes d'une fragilisation économique du secteur post-covid, contre-coup d'une euphorie spéculative et d'une crise de la surproduction au moment du confinement. En deux ans, entre 2022 et 2024, la part des femmes dans l'industrie en France est ainsi passée de 24 % à 20 %, en baisse de 4 points, baisse constatée pour la première fois depuis 10 ans.

De la même façon, le nombre de femmes occupant des postes de direction a fortement baissé et est passé de 20 % en 2022 à 14,2 % en 2024, soit un recul de près de 6 points. En 2020, ce taux se situait à 11 %.

Toutes et tous les professionnels du secteur, que nous avons rencontrés, ont reconnu l'importance, à la fois stratégique, économique, professionnelle et symbolique, d'une plus grande mixité dans ce secteur. Ils ont également tous concédé que cet objectif était loin d'être atteint.

Les raisons de cette absence de parité dans l'industrie sont multiples.

Une des premières causes de cette faible mixité tient à la faible proportion de femmes dans les écoles de formation en amont, puisque seuls 26 % des étudiants des filières spécialisées en jeu vidéo sont des femmes.

En outre, entre les études et l'insertion dans la sphère professionnelle, on note aussi une déperdition d'effectifs sans doute liée au fait que l'insertion dans la sphère professionnelle est souvent synonyme de précarité pour les femmes, marquée par un début de carrière instable, propice aux sorties rapides.

Enfin, les conditions de travail constatées dans l'industrie demeurent défavorables aux femmes, qui ont d'ailleurs plus souvent tendance à quitter l'industrie après 35 ans que les hommes.

Ce phénomène du « tuyau percé » est le résultat d'un environnement de travail encore peu favorable aux femmes : cycles de production intenses et culture du « crunch » qui mettent à mal l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, climat professionnel parfois toxique, faibles perspectives de progression de carrière et d'accès à des postes stratégiques, certaines familles de métiers encore largement sous-féminisées (en particulier les métiers dits techniques où les femmes ne représentent

que 7 % des effectifs), violences sexistes et sexuelles toujours à l'œuvre malgré un #MeToo du jeu vidéo initié en 2020 après les révélations de scandales de harcèlement et de violences sexistes et sexuelles ayant touché l'industrie, en premier lieu l'entreprise Ubisoft dont trois cadres ont récemment été condamnés par la justice.

Les femmes ont également plus de difficultés à obtenir des financements auprès des investisseurs.

Lors de notre déplacement à Montpellier, nous avons rencontré la fondatrice du studio de développement Camelia qui a dû fermer ses portes au bout de trois ans, faute de financement. Son témoignage a confirmé ce que nous observons souvent, à savoir les difficultés particulières que peuvent rencontrer les femmes dans l'accès aux financements.

Si elle a pu bénéficier de plusieurs soutiens publics, notamment du CNC, elle nous a expliqué avoir dû construire le financement de son studio étape par étape, avec le sentiment de devoir davantage « montrer pattes blanches » que ses homologues masculins, passant son temps à devoir rassurer les investisseurs.

Face à ces constats, nous formulons plusieurs recommandations visant à féminiser l'industrie du jeu vidéo et à structurer cette filière sur le plan social.

Pour féminiser durablement l'industrie du jeu vidéo, il est nécessaire de mener une politique volontariste de féminisation à tous les niveaux, que ce soit au moment de la formation initiale, au moment de l'entrée dans la vie professionnelle ou tout au long du déroulement de la carrière.

Il faut agir dès l'enseignement primaire et secondaire ainsi qu'au sein des écoles de jeux vidéo afin de renforcer la mixité des formations et de prévenir les violences sexistes et sexuelles dès la formation initiale.

Nous préconisons aussi de mieux accompagner les carrières des femmes dans les entreprises, en développant le mentorat, les réseaux professionnels et en conditionnant les aides publiques à des engagements concrets en faveur de l'égalité.

Enfin, nous considérons que la poursuite de la féminisation passe par une véritable structuration sociale de la filière, à travers l'élaboration d'une convention collective propre au secteur.

Alors qu'ils occupent désormais une place centrale dans le paysage culturel français, les jeux vidéo n'ont donc pas encore achevé leur « révolution industrielle », celle de la mixité, de la parité voire de l'égalité.

Pas plus qu'ils ne sont allés au bout de la « révolution des représentations » dans leur univers narratif, là encore malgré des progrès notables au cours des dix dernières années.

Sur ce sujet de la représentation des femmes dans les jeux vidéo, je vais désormais passer la parole à mon co-rapporteur, Adel Ziane.

Adel Ziane, rapporteur. – Merci Madame la Présidente.

En effet, l'industrie française du jeu vidéo est partout, dans nos territoires et à l'étranger !

Nous avons pu nous en rendre compte à l'occasion de nos nombreux déplacements : dans des studios à Paris et à Montpellier, dans une école de jeux vidéo située dans l'Yonne à Tonnerre, qui compte 180 étudiants et étudiantes, dont le directeur participe à redynamiser le territoire, enfin à Montréal, place forte de

l'industrie mondiale du jeu vidéo où Ubisoft a installé dès 1997 un de ses plus gros studios avec 4 000 employés.

Le premier enseignement de nos travaux est sans doute le plus frappant : les femmes ont déjà conquis leur place parmi les joueurs.

Au début des années 2000, comme l'a rappelé notre Présidente, elles ne représentaient qu'environ 10 % des joueurs. Aujourd'hui, elles en représentent près de la moitié, et chez les 16-30 ans, la génération Z, elles sont même devenues majoritaires avec 55 %.

Elles jouent sur tous les supports et investissent désormais tous les genres de jeux, y compris les pratiques les plus engagées, longtemps considérées comme un bastion masculin.

Ainsi, comme l'a résumé l'une des personnes que nous avons auditionné « L'enjeu n'est plus de savoir si les femmes ont leur place dans le jeu vidéo », elles l'ont déjà.

Pourtant, cette révolution des pratiques ne s'est pas encore pleinement traduite dans les imaginaires. Ces derniers continuent encore largement de les exclure ou de les cantonner à certains stéréotypes.

Comment expliquer ce paradoxe ?

Il tient largement à l'histoire même du jeu vidéo, né dans un univers très largement masculin.

Un héritage qui a façonné les personnages, les récits et les représentations.

Pendant longtemps en effet, dans les années 1980, les femmes ont occupé une place secondaire dans les récits vidéoludiques. Elles étaient soit absentes, soit des princesses qu'il fallait sauver.

Qui n'a pas en tête la princesse Peach attendant que Mario vienne la délivrer ?

Puis est arrivée, en 1996, une héroïne qui a marqué toute une génération : Lara Croft.

Pour la première fois, une femme devenait le personnage principal de l'aventure. Lara Croft marque une rupture, mais une rupture encore ambiguë car cette conquête d'autonomie s'accompagnait encore de nombreux stéréotypes sexistes.

*Depuis une dizaine d'années, les choses changent. Des héroïnes comme Ellie dans *The Last of Us*, Aloy dans *Horizon* ou encore les personnages de *Life is Strange* ou, plus récemment, Naoe dans *Assassin's Creed Shadows*, témoignent de narrations plus riches, de personnages plus complexes et plus réalistes.*

Il est d'ailleurs révélateur que, selon les données communiquées par Ubisoft, une large majorité de joueurs (environ 70 %), et pas seulement les joueuses, choisissent d'incarner la ninja Naoe.

Cela montre que des héroïnes fortes et complexes rencontrent pleinement les attentes du public.

Pour autant, ces évolutions coexistent encore avec des représentations plus stéréotypées, où l'hypersexualisation demeure une caractéristique fréquente de conception de certains personnages féminins.

L'histoire des représentations féminines n'est donc pas une progression linéaire. Elle oscille constamment entre avancées et résistances.

Mais le débat s'est lui aussi déplacé.

Il ne s'agit plus seulement de savoir si les femmes sont présentes dans les jeux vidéo, mais aussi quelle place elles occupent dans la narration du jeu.

Les représentations ne sont jamais neutres. Elles contribuent à façonner les imaginaires, mais aussi les aspirations, les modèles d'identification et le sentiment de légitimité de celles et ceux qui jouent.

C'est précisément ce qu'a cherché à objectiver la Chaire Diversité et Inclusion de l'EDHEC. Inspirés du test de Bechdel appliqué au cinéma, ses chercheuses ont conçu un outil appliqué à 129 jeux reposant sur quatre critères objectifs : la place des femmes parmi les personnages, parmi les personnages jouables, parmi les personnages nommés et dans le temps de parole.

Les résultats sont éloquentes : 67 jeux ne remplissent aucun des critères retenus, ils occultent complètement la place de la femme, tandis que trois seulement satisfont à l'ensemble du test. Malgré les progrès accomplis, les femmes demeurent encore insuffisamment présentes et centrales dans les récits.

Les auditions ont également mis en lumière un second enjeu, complémentaire du premier : celui de la diversité des représentations. Plusieurs chercheuses et associations, notamment Women in Games France et Afrogameuses, ont attiré notre attention sur un autre angle mort : lorsque les femmes sont représentées, certaines restent presque invisibles, comme les femmes issues de la diversité ou les femmes en situation de handicap.

Or, un personnage de jeu vidéo n'est pas un personnage comme les autres. On ne le regarde pas simplement évoluer à l'écran. On l'incarne.

L'avatar devient un support d'identification, de projection, parfois même de légitimité. Les représentations ne façonnent donc pas seulement les imaginaires, elles influencent aussi le regard que chacun porte sur sa place dans cet univers.

Parce qu'elles façonnent les imaginaires et les modèles d'identification, les représentations constituent un puissant levier d'égalité. Il est donc essentiel d'accompagner l'évolution déjà engagée afin que les imaginaires rattrapent enfin la révolution des publics.

Face à ces constats, nous proposons d'aller au bout de cette révolution narrative des représentations. Les évolutions sont déjà engagées, notre ambition est de les accompagner et de les amplifier. Nos recommandations s'articulent autour de trois priorités.

D'abord, accompagner les studios dans la conception de représentations plus diversifiées.

Les auditions ont montré que les évolutions les plus durables naissent d'abord des pratiques professionnelles. Nous proposons donc de renforcer les formations, de diffuser les guides de bonnes pratiques et de créer, sous l'égide du CNC, un cadre de coopération pérenne entre les studios, les associations et le monde de la recherche. Cette coopération permettra de développer, d'améliorer et de diffuser des outils communs d'analyse des représentations, à l'image de celui conçu par la Chaire Diversité et Inclusion de l'EDHEC.

Dans le même esprit, nous proposons qu'un formulaire relatif aux représentations des femmes complète les dossiers de demande d'aide du CNC, sur le modèle de celui qui existe déjà pour la violence.

Ensuite, mieux informer les joueurs et leurs familles.

Les auditions ont mis en évidence les atouts mais aussi les limites du système PEGI. Nous proposons donc de faire évoluer cette signalétique afin qu'elle prenne mieux en compte les représentations sexistes et qu'elle soit étendue aux plateformes de distribution et jeux mobiles, aujourd'hui largement utilisées par les joueurs.

Enfin, parce que le jeu vidéo est devenu un objet culturel majeur, nous proposons de le mobiliser davantage comme support de l'éducation aux médias et à l'information (EMI). Développer l'esprit critique face aux représentations qu'il véhicule constitue sans doute le meilleur moyen d'accompagner durablement cette évolution des imaginaires.

Les femmes ont déjà conquis leur place parmi les joueurs. Il appartient désormais à l'ensemble de l'écosystème de faire en sorte que les imaginaires, les communautés et les compétitions reflètent enfin cette réalité.

C'est précisément ce dont va maintenant vous parler ma collègue Marie Mercier.

Marie Mercier, rapporteur. – *Mon collègue Adel Ziane vient de montrer que les femmes ont conquis leur place dans l'univers du jeu vidéo.*

Pourtant, ces difficultés se prolongent dans les communautés de joueurs, sur les plateformes de streaming et jusque dans les compétitions d'e-sport. À chaque étape où les femmes gagnent en visibilité, elles sont davantage confrontées au sexisme, au harcèlement et à la remise en cause de leur légitimité.

Le premier constat de nos travaux concerne les environnements de jeu en ligne. Les comportements sexistes n'y sont ni marginaux ni anecdotiques. Ils font malheureusement partie de l'expérience ordinaire de nombreuses joueuses.

Les chiffres d'un sondage de l'Ifop en 2023, sont, à cet égard, particulièrement préoccupants : 40 % des joueuses déclarent avoir déjà été confrontées à des comportements sexistes, des propos déplacés ou des remarques à connotation sexuelle et jusqu'à des menaces d'agression à caractère sexuelle, au cours de leurs échanges avec d'autres joueurs. Cette proportion atteint même 66 % chez les joueuses de jeux de combat, et près de 60 % chez les adolescentes de 15 à 17 ans.

Ces violences ne s'arrêtent d'ailleurs pas aux parties en ligne. Elles peuvent se prolonger sur les réseaux sociaux, prendre la forme de véritables campagnes de cyberharcèlement et affecter durablement la vie personnelle des victimes.

Nos auditions ont également montré que certaines femmes subissent un cumul de discriminations, notamment les femmes issues de la diversité, qui peuvent être visées à la fois en raison de leur genre et de leur origine.

Face à ce climat, beaucoup de joueuses finissent par adapter leur comportement. Elles renoncent au chat vocal, choisissent un pseudonyme masculin, cachent leur identité ou quittent certaines communautés. Autrement dit, elles continuent de jouer, mais elles apprennent aussi à se rendre invisibles.

Ce matin, vous avez peut-être vu cette affiche annonçant le lancement de l'Esports World Cup 2026 à Paris, mettant en avant trois hommes mais pas une seule femme.

Enfin, si certains progrès ont été réalisés par les plateformes et les éditeurs en matière de modération. Force est de constater que les outils actuels peinent encore à répondre à l'ampleur du phénomène et aux formes toujours plus sophistiquées prises par les comportements toxiques.

Cette logique se retrouve de manière encore plus marquée dans le streaming.

Bien plus qu'un simple loisir, il constitue aujourd'hui un espace de visibilité et de création de communautés. Pourtant, alors que les femmes représentent près de la moitié des joueurs, elles demeurent très minoritaires parmi streamers et streameuses les plus suivis.

Nos auditions ont permis d'identifier les raisons de ce paradoxe. Comme l'a expliqué l'association Women in Games France, cette sous-représentation ne s'explique pas par un manque de talent ou d'engagement, mais par une accumulation de freins qui se renforcent à chaque étape du parcours. Ce phénomène, que l'association qualifie de « tunnel de parité », explique pourquoi les femmes, presque aussi nombreuses que les hommes à jouer, sont progressivement moins nombreuses à se lancer dans le streaming, à y rester durablement et, finalement, à parvenir à en vivre.

Les témoignages des streameuses auditionnées ont été particulièrement marquants. Toutes ont expliqué qu'être visible sur une plateforme signifie aussi s'exposer davantage aux cyberviolences et au harcèlement. Cette exposition les conduit à protéger leur vie privée, à adapter leur manière d'exercer leur activité de streaming et, parfois, à renoncer à certaines opportunités.

Cette accumulation d'obstacles atteint son paroxysme dans l'e-sport.

L'e-sport est aujourd'hui l'un des secteurs les plus dynamiques du jeu vidéo. Parce que la performance y repose, en théorie, uniquement sur le talent, l'entraînement et la stratégie, il devrait être l'espace le plus ouvert à la mixité.

Pourtant, il demeure celui où les femmes sont les moins représentées. Alors qu'elles représentent près de la moitié des joueurs de jeux vidéo, elles ne constituent plus que 7 % des pratiquants de l'e-sport compétitif.

Cette sous-représentation ne traduit ni un manque d'intérêt ni de compétences. Elle résulte, ainsi que l'a présenté l'association Women in Games France, d'un véritable effet de « tuyau percé » selon lequel plus la pratique devient compétitive, visible et professionnalisée, plus la présence des femmes diminue.

Les auditions ont montré que cette éviction progressive résulte d'une accumulation de freins : un environnement compétitif souvent hostile, des difficultés d'accès aux équipes, mais aussi une structuration encore insuffisante de l'écosystème.

Cette accumulation d'obstacles explique pourquoi les femmes sont progressivement moins nombreuses à mesure que l'on se rapproche du haut niveau.

Face à ces constats, nous formulons plusieurs recommandations qui s'articulent autour de trois priorités.

La première consiste à faire des espaces de jeu en ligne des environnements réellement sûrs. Les plateformes et les éditeurs disposent aujourd'hui d'outils de modération mais nous devons en garantir l'efficacité. Nous proposons de faire de l'effectivité des politiques de modération un véritable standard de sécurité, en nous appuyant sur le cadre offert par le DSA (Digital Services Act) et notamment ses exigences de transparence. Les utilisateurs doivent pouvoir connaître les suites données à leurs signalements et les opérateurs publier des données permettant d'évaluer concrètement leurs résultats.

Au-delà de la modération, nous proposons également de mieux accompagner les victimes en renforçant la formation des forces de l'ordre, en facilitant la collecte des preuves numériques et en développant une expertise dédiée tout au long de la chaîne pénale.

Notre deuxième priorité consiste à donner davantage de moyens aux acteurs qui font déjà évoluer la culture du gaming. Les auditions ont montré que les associations jouent un rôle essentiel dans la prévention. Elles sensibilisent les joueurs, accompagnent les professionnels, valorisent des rôles modèles, soutiennent les joueuses confrontées aux violences et diffusent, au quotidien, une véritable culture de l'égalité dans le jeu vidéo. Véritables partenaires de l'ensemble de l'écosystème, elles font évoluer durablement les pratiques et les comportements. Nous proposons donc de renforcer leur soutien afin qu'elles puissent poursuivre et amplifier cette action.

Enfin, la progression de la mixité dans l'e-sport suppose de faire de la sécurité et de l'inclusion des joueuses une exigence commune de l'ensemble de l'écosystème. Il est donc nécessaire de réduire le « coût d'entrée social et psychologique » de la compétition, en encourageant les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs à adopter des standards communs de prévention, de modération et d'accompagnement des joueuses.

C'est pourquoi nous proposons également de soutenir la création d'une fédération française de l'e-sport afin de mieux structurer cette filière et d'accompagner durablement la progression des joueuses.

Enfin, nous proposons de réactiver le Baromètre France Esports. On ne peut améliorer durablement ce que l'on ne mesure plus. Cet outil permettrait de suivre l'évolution de la place des femmes dans l'e-sport et d'évaluer l'efficacité des politiques engagées.

Ces recommandations poursuivent un objectif simple : permettre à toutes les femmes d'évoluer dans un environnement plus sûr, plus inclusif et plus respectueux.

Dominique Vérien, présidente, rapporteure. – *Les femmes n'ont plus à démontrer qu'elles ont leur place dans l'univers du jeu vidéo.*

Concernant l'e-sport, l'une des raisons pour lesquelles nous proposons de créer une fédération c'est parce que les compétitions organisées par les éditeurs de jeux laissent encore trop peu de place aux compétitions féminines. Une telle fédération, sans remettre en cause la propriété intellectuelle des éditeurs sur leurs jeux, pourrait

jouer un rôle de coordination et de dialogue afin de travailler avec eux au développement d'une pratique plus inclusive et d'une meilleure place pour les joueuses.

Notre responsabilité est désormais de faire en sorte qu'elles puissent y jouer, s'y exprimer, créer et concourir dans les mêmes conditions que les hommes. C'est l'ambition des recommandations que nous formulons aujourd'hui. Nous en venons à l'adoption du rapport et de ses 18 recommandations. Vous avez sous les yeux l'Essentiel et la liste des recommandations.

Avez-vous des commentaires ou des modifications à proposer ?

Olivia Richard. – *Je tiens à vous féliciter et à vous remercier pour ce travail qui permet de prendre conscience de l'ampleur et de l'importance des jeux numériques, dont je n'avais pas idée. Je souhaite également souligner la constance des travaux de cette délégation, car cela fait écho à de nombreux sujets traités précédemment, comme les rapports sur la place des femmes dans les sciences ou sur la montée en puissance des mouvements masculinistes.*

Adel Ziane, rapporteur. – *Lorsque j'évoquais avec certains collègues sénateurs cette thématique de travail de notre délégation sur les femmes et les jeux vidéo, j'ai perçu quelques interrogations. Mais leur attitude a changé quand je leur ai expliqué la démarche – la question de la représentation, les problématiques liées au masculinisme et au harcèlement en ligne mais aussi la place économique du jeu vidéo en France. Car j'ai pu faire observer à certains que l'industrie du jeu vidéo, dans leurs départements que je ne citerai pas, représentait parfois 200 à 300 emplois dans des bassins d'emploi en difficulté.*

Comme vous le disiez, il était nécessaire d'apporter cet éclairage pour susciter une véritable prise de conscience.

Beaucoup des acteurs que nous avons rencontrés étaient très heureux et fiers que le Sénat s'intéresse à ce sujet. Ils nous ont indiqué ne pas suffisamment percevoir, que ce soit à l'Assemblée nationale ou dans les collectivités, cette volonté de comprendre, non seulement la place des femmes dans cet univers, mais aussi plus globalement l'écosystème du jeu vidéo en France.

Nous avons des champions français d'un point de vue économique, de l'emploi, de la formation et de la création de richesses, un secteur où les femmes doivent prendre toute leur place. Malheureusement, leur part dans l'ensemble des emplois, qui était de 25 % il y a quelques années, est descendue à 20 % après la crise de la Covid.

L'objectif de ce rapport était aussi de formuler des recommandations permettant aux femmes de conserver cette place, tant d'un point de vue économique que dans la perspective de la lutte contre le harcèlement, le sexisme et le masculinisme. Car en effet, comme vous l'aviez bien démontré dans le rapport « Mascus : la nouvelle offensive contre les femmes », les plateformes de jeux vidéo et les plateformes numériques en général sont de puissants relais de ces discours depuis plusieurs années.

Dominique Vérien, présidente, rapporteure. – Ce qui est très étonnant, c'est qu'on n'imagine pas que le chiffre d'affaires de ce secteur soit supérieur à celui du cinéma en France, ni que ce secteur soit à ce point peu structuré socialement.

En réalité, c'est une filière qui se constitue, qui est assez récente – d'où son manque de structuration –, alors qu'elle a un chiffre d'affaires véritablement colossal.

Annick Billon. – Je souhaite vous remercier pour ce travail précurseur.

Vous avez embrassé toutes les thématiques : l'industrie, la place et l'image des femmes dans les jeux vidéo, mais vous avez aussi ouvert des pistes intéressantes, sur la nécessité de structurer la filière avec notamment votre recommandation n° 18 sur la création d'une fédération française de l'e-sport. C'est parce qu'il y aura ces structures, ce cadre, que nous pourrons avancer.

Ce qui se révèle aujourd'hui à propos des jeux vidéo, c'est qu'il n'y a peut-être pas de rupture générationnelle, mais plutôt une maîtrise ou une appétence différente en fonction des tranches d'âge.

Merci donc pour ce travail nécessaire, qui vient compléter des études déjà menées au sein de la délégation, mais aussi au sein de la commission de la culture. Bravo à vous trois.

Dominique Vérien, présidente, rapporteure. – Mes chers collègues, je soumets à votre approbation les conclusions et les propositions de ce rapport.

[Adoption du rapport et des recommandations]

Dominique Vérien, présidente, rapporteure. – Le rapport et ses conclusions sont donc adoptés. Et sa publication est autorisée.

S'agissant du titre, nous vous proposons : « Jeux vidéo : de la Game boy aux filles dans le game, l'égalité en cours de chargement ». Cette proposition vous convient-elle ?

Nous en avons donc fini avec l'examen de ce rapport d'information. Il sera présenté à la presse demain.

LISTE DES RECOMMANDATIONS

UN ENJEU DE FÉMINISATION À TOUS LES NIVEAUX ET DE STRUCTURATION SOCIALE DE LA FILIÈRE DU JEU VIDÉO

Recommandation n° 1 : Sensibiliser les filles, dès l'enseignement primaire, à l'attractivité des filières scientifiques et numériques, et rendre davantage visibles, au cours de l'enseignement secondaire, les différents métiers du jeu vidéo en valorisant les débouchés et compétences liés à ce secteur.

Recommandation n° 2 : Réactiver le Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo afin de promouvoir une politique de labellisation « égalité » des écoles du jeu vidéo et de mettre en place des indicateurs de suivi de la mixité femmes/hommes dans ces écoles, y compris dans les territoires ultramarins.

Recommandation n° 3 : Intégrer dans les cursus de formation initiale du jeu vidéo des modules obligatoires de formation à la prévention et à la lutte contre les violences et le harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) et de sensibilisation aux biais de genre dans les représentations narratives.

Recommandation n° 4 : Généraliser, dans les entreprises du jeu vidéo, les dispositifs de soutien aux carrières des femmes : mentorat, réseaux de femmes, programmes d'accompagnement professionnel.

Recommandation n° 5 : Conditionner le versement des aides publiques, nationales et régionales, dans le secteur du jeu vidéo, au respect par les entreprises d'engagements mesurables annuellement en matière de prévention et de traitement des violences et du harcèlement sexistes et sexuels au travail (VHSST) et de mixité des équipes.

Recommandation n° 6 : Structurer le secteur du jeu vidéo autour d'une convention collective propre à la filière avec des engagements spécifiques des partenaires sociaux pour une filière paritaire.

ALLER AU BOUT DE LA RÉVOLUTION NARRATIVE DES REPRÉSENTATIONS : FAIRE DU JEU VIDÉO UN OUTIL D'ÉGALITÉ

Recommandation n° 7 : Compléter les dossiers de demande d'aide du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) et de Crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) par un formulaire relatif aux représentations des femmes et aux stéréotypes de genre, sur le modèle de l'attestation relative à la violence.

Recommandation n° 8 : Renforcer, avec le CNC, le SNJV et les associations représentatives du secteur, l'accompagnement des studios en matière de représentations de genre, par le développement de formations, de ressources, de référentiels et de bonnes pratiques intégrant ces enjeux.

Recommandation n° 9 : Créer, sous l'égide du CNC, un cadre de coopération pérenne entre les chercheurs et les professionnels du jeu vidéo afin de favoriser le développement, la diffusion et l'amélioration d'outils communs d'analyse des représentations.

Recommandation n° 10 : Porter, dans le cadre de la gouvernance européenne du système PEGI, la création d'un pictogramme spécifique permettant d'informer les consommateurs de la présence de représentations, de stéréotypes ou de contenus à caractère sexiste dans les jeux vidéo.

Recommandation n° 11 : Porter, au niveau européen, l'extension de l'obligation d'affichage de la signalétique PEGI à l'ensemble des plateformes de distribution numérique de jeux vidéo, et aux plateformes de téléchargement.

Recommandation n°12 : Favoriser l'intégration des enjeux de représentation à toutes les étapes de conception des jeux, notamment par le recours à des panels de test diversifiés et l'expérimentation de référents diversité au sein des équipes de production.

Recommandation n°13 : Intégrer le jeu vidéo dans les actions d'Éducation aux médias et à l'information (EMI) ainsi que dans les enseignements d'Éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (Evars), en développant des ressources pédagogiques permettant une analyse critique des jeux vidéo.

**« GAME OVER POUR LE SEXISME »
OU COMMENT FAIRE DES COMMUNAUTÉS DU JEU VIDÉO
DES ENVIRONNEMENTS SÛRS ET INCLUSIFS**

CRÉER DES ESPACES DE JEUX EN LIGNE PLUS SÛRS

Recommandation n° 14 : Faire de l'effectivité des politiques de modération un standard de sécurité applicable à l'ensemble des opérateurs proposant des espaces de jeux en ligne ou de diffusion de contenus vidéoludiques.

Recommandation n° 15 : Améliorer la prise en charge des victimes de cyberharcèlement liées aux jeux vidéo, au streaming et à l'e-sport, en renforçant la formation des forces de l'ordre, en facilitant la collecte et la transmission des preuves numériques et en développant une expertise dédiée à ces formes de violences tout au long de la chaîne pénale.

FAIRE ÉVOLUER DURABLEMENT LA CULTURE DU GAMING

Recommandation n° 16 : Reconnaître et soutenir le rôle structurant des associations engagées en faveur de la mixité dans le jeu vidéo, en renforçant leurs moyens afin qu'elles puissent poursuivre leurs actions de sensibilisation, de mentorat, d'accompagnement des joueuses, de mise en réseau et de valorisation des rôles modèles féminins.

STRUCTURER UN ÉCOSYSTÈME E-SPORT PLUS INCLUSIF

Recommandation n° 17 : Faire de la sécurité et de l'inclusion des joueuses une exigence commune des compétitions d'e-sport, en encourageant les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs à adopter des standards communs de prévention, de modération et d'accompagnement, et en soutenant la relance d'un baromètre France Esports intégrant des indicateurs genrés.

Recommandation n° 18 : Soutenir la création d'une fédération française de l'e-sport et structurer les parcours d'accès des femmes à la compétition e-sportive.

LISTE DES PERSONNES ENTENDUES

13 novembre 2025

Table ronde avec les principaux syndicats du jeu vidéo

- **Nicolas VIGNOLLES** Délégué général du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisir (SELL)
- **Vanessa KAPLAN** Déléguée générale du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV)

17 décembre 2025

Audition rapporteurs de représentantes du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

- **Pauline AUGRAIN** Directrice du numérique
- **Leslie THOMAS** Secrétaire générale
- **Cécile LACOUÉ** Directrice des études, des statistiques et de la prospective

18 décembre 2025

Table ronde de chercheuses

- **Fanny LIGNON** Maîtresse de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Claude Bernard Lyon 1
- **Hager JEMEL** Professeure de management et directrice de la Chaire diversité et inclusion de l'EDHEC Business School

15 janvier 2026

Audition de l'association *Women in Games* France

- **Marie-Lou DULAC** Présidente
- **Justine BOULANGER** Secrétaire générale
- **Anna BRESSAN** Référente événementiel
(désormais présidente de l'association *Women in Games* France depuis le 27 mai 2026)

4 février 2026

Audition rapporteurs

- **Emmanuel FORSANS** Directeur général de l'Agence française du jeu vidéo (AFJV)

5 février 2026

Réunion plénière

Table ronde sur la place des femmes dans les communautés de joueurs et de « streaming »

- **ULTIA** Streameuse
- **MAMAPAPRIKA** Streameuse joueuse
- **Clémence DUNEAU** Journaliste et autrice spécialisée en culture web, jeux vidéo et e-sport
- **Anna BRESSAN** Référence événementiel *Women in games* France

11 février 2026

Audition rapporteurs

- **Jean-Philippe DUBRULLE** Ancien directeur d'études, Opinion & Stratégies d'Entreprises à l'Ifop, désormais directeur des études chez Toluna Harris Interactive
- **Enora LANOË-DANEL** Ancienne chargée d'études, Opinion & Stratégies d'Entreprises à l'Ifop, désormais consultante études à l'institut Enterritoires

26 février 2026

Réunion plénière

Audition de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom)

- **Laurence PÉCAUT-RIVOLIER** Membre du collège de l'Arcom
- **Lucile PETIT** Directrice à la direction des plateformes en ligne
- **Géraldine VAN HILLE** Cheffe du département cohésion sociale

26 mars 2026
Réunion plénière
Table ronde sur l'e-sport

- **Anna BRESSAN** Référente événementiel *Women in games* France
- **KOKOSAAP** Membre du collectif NSxC, joueuse de Street Fighter 6 (FGC) et organisatrice d'événements
- **Céline FERTÉ** Directrice du service juridique de la Team Vitality
- **Raphaëlle CORDES** Journaliste et commentatrice sportive, fondatrice de POG tv
- **Christine KEV** Organisatrice de tournois e-sport amateur

8 avril 2026
Auditions rapporteurs

- **Frédéric OLIVENNES** Directeur général d'Audiens
- **Guillaume ROGATIONS** Directeur des actions sociales et des relations avec les branches professionnelles d'Audiens
- **Chrystelle CAMPAS** Cheffe de missions actions sociales d'Audiens
- **Nao ARGOUSE** Représentante du Syndicat des travailleuses du jeu vidéo (STJV)
- **Naomi HEINIS** Représentante du Syndicat des travailleuses du jeu vidéo (STJV)

9 avril 2026
Réunion plénière
Audition d'Ubisoft

- **Cécile RUSSEIL** Vice-présidente exécutive
- **Claire BOURGNE** Directrice du studio Ubisoft Paris
- **Emmanuel MARTIN** Vice-président chargé des affaires corporatives

6 mai 2026

Audition rapporteurs
Association Afrogameuses

- **Vanessa CHICOUT** Vice-présidente
- **Mickaël NEWTON** Membre du conseil d'administration

12 mai 2026

Auditions rapporteurs

- **Olivier MAUCO** Président de Game in Society et de l'Observatoire européen des jeux vidéo
- **Sylvie LE MAUX** Présidente du groupe de travail sur l'e-sport au Comité national olympique et sportif français (CNOSF)

28 mai 2026

Audition rapporteurs

- **Olaf CRAMME** Vice-président des affaires publiques de Twitch
- **Fadzai MADINGIRA** Responsable de la politique de sécurité de Twitch

LISTE DES CONTRIBUTIONS ÉCRITES

- *Agence française pour le jeu vidéo (AFJV)*
- *Audiens*
- *Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)*
- *Syndicat des travailleuses du jeu vidéo (STJV)*
- *Syndicat national du jeu vidéo (SNJV)*
- *UBISOFT*
- *Women in games France*

LISTE DES DÉPLACEMENTS

30 octobre 2025

Visite de la Paris Games Week (PGW°)

- **Nicolas VIGNOLLES** Délégué général du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), directeur de la PGW
- **Vanessa KAPLAN** Déléguée générale du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV)
- **Pauline AUGRAIN** Directrice du numérique au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

Représentantes de l'association *Women In Games France*

- **Justine BOULANGER** Secrétaire générale
- **Anne BRESSAN** Référente événementiel
- **Marie-Lou DULAC** Présidente, chargée de projets et de coordination

Représentants du studio Humble Reeds :

- **Mélanie CHRISTIN** Co-fondatrice
- **Aurélien CONDOMINES** Co-fondateurs

- **Audrey LEPRINCE** Co-fondatrice du studio The Games Bakers

2 décembre 2025

Visite des studios de jeux vidéo Tactical Adventures

- **Mathieu GIRARD** Fondateur et directeur
- **Eléonore RONNEAU** Directrice de production
- **Lucile PARLEANI** Directrice administrative et financière
- **Hélène DELAY** Directrice générale de l'association régionale Capital Games
- **Vanessa KAPLAN** Déléguée générale du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV)

23 février 2026

Visite de Créasup Digital à Tonnerre (89700)

- | | |
|-------------------|---|
| - Yann TAMBELLINI | Directeur |
| - Emmanuel ZAZA | VR Expert |
| - Régis LHOMME | Président de la communauté
de communes
Le Tonnerrois-en-Bourgogne |

Du 30 mars au 3 avril 2026

Déplacement à Montréal

Fédération nationale des communications et de la culture de la
Confédération des syndicats nationaux

- | | |
|-------------------------|------------|
| - Annick CHARRETTE | Présidente |
| - Solange VAN DER ZWAAG | Membre |
| - Macha LOPEZ | Membre |

Secrétariat à la condition féminine

- | | |
|---------------------------|--|
| - Catherine FEREMBACH | Sous-ministre adjointe chargée du
Secrétariat à la condition féminine |
| - Hélène VAN NIEUWENHUYSE | Directrice de l'analyse différenciée
selon les sexes (ADS), des affaires
régionales et autochtones |

Ubisoft Montréal

- | | |
|---------------------|---|
| - Francis BAILLET | Vice-président des affaires
corporatives |
| - Nathalie BOUCHARD | Directrice du pôle de Québec |
| - Nathalie JASMIN | Conceptrice |
| - Caroline POZZI | Programme leadership au féminin |
| - Erin ROACH | Directrice diversité |

Femmes+ en tech

Milieu académique :

- **Alexandra NEMERY** Professeure agrégée,
École de technologie supérieure
(ÉTS)
- **Laureline CHIAPELLO** Professeure agrégée,
Université du Québec à Chicoutimi
(UQAC)
- **Laura Iseut LAFRANCE ST-MARTIN** Professeure, laboratoire Praxis,
UQAM

Milieu industriel :

- **Inès BOUAKKAOUI** Game designer technique,
Compulsion Games
- **Elianne ROCHEFORT** Designer d'interaction, DPT
- **Anne LE BOUYONNEC** Co-directrice générale, SYNTHÈSE
- **Albane FRANÇAIS** Co-directrice générale, SYNTHÈSE
- **Anne GIBEAULT** Directrice créative,
Reflector Entertainmen
- **Mahzad KALANTARI** Programmeuse d'outils IA,
Wizards of the Coast
- **Geneviève FORGET** Productrice exécutive, Compulsion
Games | Fondatrice, Missclicks

Étudiantes et coordinatrices :

- **Iléona VIAL** Étudiante et coordinatrice
- **Isabelle JAKOB-TANGUAY** Étudiant et coordinatrice
- **Sandra CASTELLA** Étudiante et coordinatrice

UQAM

- **Stéphane PALLAGE** Recteur de l'UQAM
- **Gabrielle TRÉPANIÉR JOBIN** Professeure en études du jeu vidéo à l'École des médias
- **Maude BONENFANT** Professeur titulaire, Département de communication sociale et publique
- **Francis DUPUIS-DÉRI** Département de science politique - Institut de recherches et d'études féministes (IREF)
- **Mélissa BLAIS** Professeure de sociologie au département des sciences sociales, Université du Québec en Outaouais (UQO)
- **Tristan BOURSIER** Chercheur en science politique, associé au CEVIPOF
- **Victor BARDOU-BOURGEOIS** Candidat au doctorat en science politique à l'UQAM ; chercheur en résidence à la Chaire Raoul-Dandurand en études stratégiques et diplomatiques, spécialiste de l'extrême droite américaine et des communautés de gamers en ligne

La Guilde du Jeu vidéo

- **Stéphanie MARCHAND** PDG, présidente de Behaviour
- **Emilien ROSCANU** Directeur principal, communications et opérations

RUBIKA

- **Stéphane ANDRÉ** Directeur
- **Fleur MARTY** Productrice de jeux vidéo chez Gearbox studio à Montréal, ambassadrice de *Women in Games* Montréal

5 mai 2026

Visite des locaux de la plateforme Pharos dans les locaux de l'Office anti-cybercriminalité (OFAC) - Nanterre

- **Cécile AUGÉREAUD** Commissaire divisionnaire, cheffe adjointe de l'Office anti-cybercriminalité

22 mai 2026

Déplacement à Montpellier

- | | |
|----------------------------|--|
| - Vanessa KAPLAN | Déléguée générale du
Syndicat national du jeu vidéo
(SNJV) |
| - Céline TELLIER | Wild Sheep studio |
| - Fabien DELPIANO | Pastagames |
| - François CUBAYNES | Association régionale Push Start |
| - Anne-Laure FANISE | Digixart |
| - Emma DELAGE | Sandfall Interactive |
| - Emilie PEREZ | Sandfall Interactive |
| - Guillaume BROCHE | Sandfall Interactive |
| - Tom GUILLERMINE | Sandfall Interactive |

TABLEAU DE MISE EN OEUVRE ET DE SUIVI DES RECOMMANDATIONS

N°	Objet (formulation synthétique)	Acteurs concernés	Support	Mise en application
Un enjeu de féminisation à tous les niveaux et de structuration sociale de la filière du jeu vidéo				
1	Sensibiliser les filles, dès l'enseignement primaire, à l'attractivité des filières scientifiques et numériques, et rendre davantage visibles, au cours de l'enseignement secondaire, les différents métiers du jeu vidéo en valorisant les débouchés et compétences liés à ce secteur.	État (ministère de l'éducation nationale) Instituts nationaux supérieurs du professorat et de l'éducation (Inspé)	Actions de formation dans le cadre du Plan « Filles et maths » élaboré par le ministère de l'éducation nationale en mai 2025	Dès que possible
2	Réactiver le Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo afin de promouvoir une politique de labellisation « égalité » des écoles du jeu vidéo et de mettre en place des indicateurs de suivi de la mixité femmes/hommes dans ces écoles, y compris dans les territoires ultramarins.	État (ministère de l'enseignement supérieur) Réseau des Formations aux Métiers du Jeu Vidéo SNJV Écoles du jeu vidéo	Charte de labellisation Organisation interne	2027/2028
3	Intégrer dans les cursus de formation initiale dans les écoles du jeu vidéo des modules obligatoires de formation à la prévention et à la lutte contre les violences et le harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) et de sensibilisation aux biais de genre dans les représentations narratives.	État (ministère de l'enseignement supérieur) Écoles du jeu vidéo	Actions de formation et de sensibilisation	Dès que possible
4	Généraliser, dans les entreprises du jeu vidéo, les dispositifs de soutien aux carrières des femmes : mentorat, réseaux de femmes, programmes d'accompagnement professionnel.	Entreprises Syndicat national du jeu vidéo (SNJV) Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL)	Organisation interne des entreprises	Dès que possible

N°	Objet (formulation synthétique)	Acteurs concernés	Support	Mise en application
5	Conditionner le versement des aides publiques, nationales et régionales, dans le secteur du jeu vidéo, au respect par les entreprises d'engagements mesurables annuellement en matière de prévention et de traitement des violences et du harcèlement sexistes et sexuels au travail (VHSST) et de mixité des équipes.	État CNC Collectivités territoriales	Modification de l'article 220 <i>terdecies</i> du CGI (CIJV) Modification des modalités d'attribution (FAJV)	2027/2028
6	Structurer le secteur du jeu vidéo autour d'une convention collective propre à la filière avec des engagements spécifiques des partenaires sociaux pour une filière paritaire.	Partenaires sociaux Entreprises État (ministère du travail)	Négociation collective	2028
Aller au bout de la révolution narrative des représentations : faire du jeu vidéo un outil d'égalité				
7	Compléter les dossiers de demande d'aide du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) et de crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) par un formulaire relatif aux représentations des femmes et aux stéréotypes de genre, sur le modèle de l'attestation relative à la violence.	État (ministère de la culture) CNC	Modification des dossiers FAVJ et CIJV	2027
8	Renforcer, avec le CNC, le SNJV et les associations représentatives du secteur, l'accompagnement des studios en matière de représentations de genre, par le développement de formations, de ressources, de référentiels et de bonnes pratiques intégrant ces enjeux.	CNC SNJV Associations	Guides de bonnes pratiques Formations	Dès que possible
9	Créer, sous l'égide du CNC, un cadre de coopération pérenne entre les chercheurs et les professionnels du jeu vidéo afin de favoriser le développement, la diffusion et l'amélioration d'outils communs d'analyse des représentations.	CNC Universités Organismes de recherche SNJV	Appels à projet Conventions de partenariat	Dès que possible

N°	Objet (formulation synthétique)	Acteurs concernés	Support	Mise en application
10	Porter, dans le cadre de la gouvernance européenne du système PEGI, la création d'un pictogramme spécifique permettant d'informer les consommateurs de la présence de représentations, de stéréotypes ou de contenus à caractère sexiste dans les jeux vidéo.	État (Gouvernement) Commission européenne	Évolution du système PEGI	2028
11	Porter, au niveau européen, l'extension de l'obligation d'affichage de la signalétique PEGI à l'ensemble des plateformes de distribution numérique de jeux vidéo, et les plateformes de téléchargement.	État (Gouvernement) Commission européenne	Évolution du système PEGI	2028
12	Favoriser l'intégration des enjeux de représentation à toutes les étapes de conception des jeux, notamment par le recours à des panels de test diversifiés et l'expérimentation de référents diversité au sein des équipes de production.	Studios SNJV	Guides méthodologiques Organisation interne	2027
13	Intégrer le jeu vidéo dans les actions d'éducation aux médias et à l'information (EMI) ainsi que dans les enseignements d'Éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (Evars), en développant des ressources pédagogiques permettant une analyse critique des jeux vidéo.	État (ministère de l'éducation nationale)	Circulaire	2026-2027
« Game over pour le sexisme » ou comment faire des communautés du jeu vidéo des environnements sûrs et inclusifs				
Créer des espaces de jeux en ligne plus sûrs				
14	Faire de l'effectivité des politiques de modération un standard de sécurité applicable à l'ensemble des opérateurs proposant des espaces de jeux en ligne ou de diffusion de contenus vidéoludiques.	Commission européenne Plateformes de diffusion de contenus vidéoludiques Éditeurs de jeux vidéo SELL	Mise en œuvre du DSA	2027

N°	Objet (formulation synthétique)	Acteurs concernés	Support	Mise en application
15	Améliorer la prise en charge des victimes de cyberharcèlement liées aux jeux vidéo, au streaming et à l'e-sport, en renforçant la formation des forces de l'ordre, en facilitant la collecte et la transmission des preuves numériques et en développant une expertise dédiée à ces formes de violences tout au long de la chaîne pénale.	État (ministère de l'intérieur, ministère de la justice) ENM Écoles de police et de gendarmerie	Actions de formation Circulaire de politique pénale	Dès que possible
Faire évoluer durablement la culture du gaming				
16	Reconnaître et soutenir le rôle structurant des associations engagées en faveur de la mixité dans le jeu vidéo, en renforçant leurs moyens afin qu'elles puissent poursuivre leurs actions de sensibilisation, de mentorat, d'accompagnement des joueuses, de mise en réseau et de valorisation des rôles modèles féminins.	État CNC Collectivités territoriales	Budgets de l'État et des collectivités territoriales	2027
Structurer un écosystème e-sport plus inclusif				
17	Faire de la sécurité et de l'inclusion des joueuses une exigence commune des compétitions d'e-sport, en encourageant les organisateurs, diffuseurs, sponsors et éditeurs à adopter des standards communs de prévention, de modération et d'accompagnement, et en soutenant la relance d'un baromètre France Esports intégrant des indicateurs genrés.	France Esports Organisateurs de compétitions Éditeurs de jeux vidéo Diffuseurs Sponsors SELL	Charte Cahier des charges Conventions Baromètre	Dès que possible
18	Soutenir la création d'une fédération française de l'e-sport et structurer les parcours d'accès des femmes à la compétition e-sportive	État (ministère de la culture, ministère des sports, de la jeunesse et de la vie associative) France Esports	Association Convention pluriannuelle d'objectifs	2027/2028

**ANNEXE -
NOTE SUR LE PANORAMA SOCIO-ÉCONOMIQUE
DU SECTEUR DU JEU VIDÉO, RÉALISÉE PAR
LE PÔLE SCIENCE DES DONNÉES DU SÉNAT**

AVERTISSEMENT

Ce document constitue un instrument de travail élaboré à la demande des rapporteurs, à partir de données statistiques issues du centre d'accès sécurisé aux données, par le pôle Science des données de la direction de la législation et du contrôle. Il a un caractère informatif et ne contient aucune prise de position susceptible d'engager le Sénat.

I. L'ANALYSE DU SECTEUR DU JEU VIDÉO S'APPUIE SUR PLUSIEURS BASES DE DONNÉES

A. LE FICHIER APPROCHÉ DES RÉSULTATS D'ESANE (FARE) PERMET DE CONNAÎTRE LA SITUATION ÉCONOMIQUE DE L'INDUSTRIE DU JEUX VIDÉO

Le fichier approché des résultats d'Esane (FARE) a été exploité pour construire des indicateurs économiques et comptables. Cette base de données est principalement utilisée pour réaliser des études sur des unités appelées « entreprises » au sens de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME)¹. Cette notion permet notamment de définir des tailles d'entreprise ou de regrouper des unités organisationnelles ne bénéficiant pas d'une autonomie de décision en raison de détentions par d'autres unités. Néanmoins, les données « entreprises » mises à disposition ne sont pas cohérentes inter-temporellement.

Pour s'affranchir de cette contrainte, l'exploitation des données FARE a été réalisée en se plaçant sur le champ des « unités légales »². Cela conduit notamment à ne pas neutraliser les flux intra-groupes. Toutefois, le classement

¹Les critères permettant de déterminer ces tailles sont définis par le décret n°2008-1354 du 18 décembre 2008 relatif aux critères permettant de déterminer la catégorie d'appartenance d'une entreprise pour les besoins de l'analyse statistique et économique.

² L'unité légale est une entité juridique de droit public ou privé. Cette entité juridique peut être :

- une personne morale, dont l'existence est reconnue par la loi indépendamment des personnes ou des institutions qui la possèdent ou qui en sont membres ;
- une personne physique, qui, en tant qu'indépendant, peut exercer une activité économique.

d'une unité légale dépend de son rattachement ou non à un groupe¹. Ce classement respecte les définitions de tailles d'entreprises issues de la LME.

De plus, le choix de se placer sur le champ « unités légales » est pertinent car il permet d'utiliser le même concept que la comptabilité nationale².

Concepts utilisés par l'Insee pour l'analyse des statistiques d'entreprises

Plusieurs définitions de l'entreprise sont utilisées dans la littérature économique. L'entité juridique dénommée « unité légale » peut correspondre à des personnes morales ou physiques qui exercent une activité économique et qui détiennent un ou plusieurs établissements. Cette entité constitue le support de l'unité statistique « entreprise ».

La notion d'entreprise est définie par le règlement n°696/93 du conseil du 15 mars 1993 relatif aux unités statistiques d'observation et d'analyse du système productif dans la Communauté. Ce règlement, appliqué par l'Insee en 2019, définit l'entreprise de la manière suivante :

« L'entreprise correspond à la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes. Une entreprise exerce une ou plusieurs activités dans un ou plusieurs lieux. Une entreprise peut correspondre à une seule unité légale. »

L'identification des contours d'une entreprise est réalisée suivant deux méthodes :

- pour les grands groupes complexes, et en lien avec eux, des experts de l'Insee réalisent des monographies afin d'identifier en leur sein les entreprises au sens économique ;
- pour les autres groupes présents sur le sol français, des méthodes automatiques, qui reposent sur des hypothèses de flux échangés entre unités légales, sont utilisées.

L'impact du passage à la définition économique de l'entreprise a deux effets majeurs :

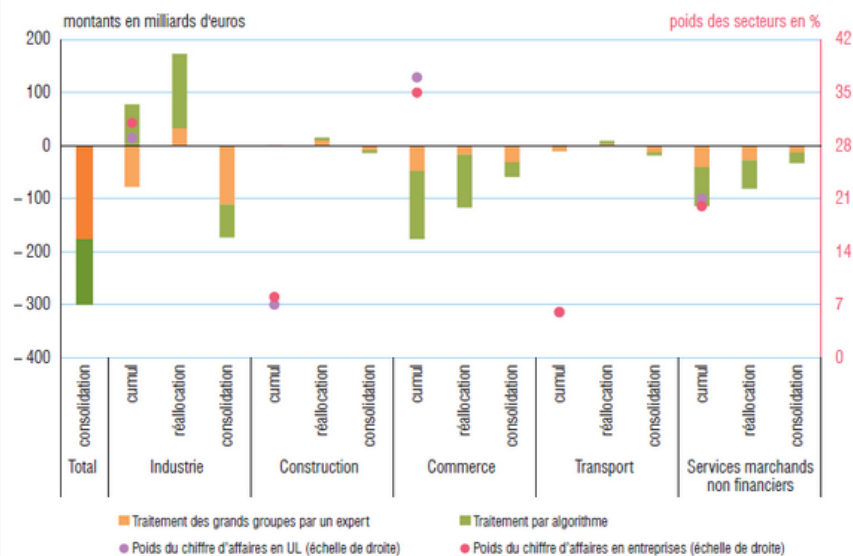
- un effet dit de « réallocation » : pour une entreprise donnée, les résultats de l'ensemble des unités légales qui la composent vont contribuer au secteur de l'entreprise, alors que dans la vision en unités légales, elles contribuaient à leur propre secteur ;
- un effet de « consolidation » : une réduction liée aux flux intra-groupe pour les variables non additives.

À titre illustratif, selon l'Insee, la prise en compte des entreprises conduit à une baisse de 299 Md€ du chiffre d'affaires (soit environ 7 % du chiffre d'affaires total).

¹ Par exemple, une unité légale X dont les caractéristiques économiques correspondent à celle d'une PME, mais qui est rattachée à un groupe classé en grande entreprise, sera également classée en grande entreprise. À l'inverse, une unité légale Y possédant les mêmes caractéristiques économiques que X mais n'appartenant pas à un groupe sera classée en PME.

² La comptabilité nationale devrait néanmoins à terme utiliser l'approche « entreprises ».

Figure 5 - Impact de la prise en compte des groupes sur la répartition du chiffre d'affaires par grands secteurs



Lecture : la consolidation totale du chiffre d'affaires est de - 299 milliards d'euros (- 177 milliards pour les groupes traités par des experts et - 122 milliards pour ceux traités automatiquement). Dans l'industrie, l'effet de réallocation sectorielle (+ 173 milliards) est compensé par l'effet de consolidation pure (- 173 milliards). Par ailleurs, dans la vision en unités légales, le chiffre d'affaires de l'industrie représente 29 % du total des unités légales du champ, alors que dans la vision en entreprise il représente 31 %.

Champ : statistique structurelle d'entreprises (Ésane) hors financier.

Source : Insee, Ésane.

Enfin, le champ des micro-entrepreneurs est particulièrement peu robuste dans les données FARE. En effet, selon l'Insee, la plupart des micro-entrepreneurs ont des valeurs économiques et comptables imputées. Sur ce champ, les valeurs imputées représentent 98 % des déclarations. Par conséquent, l'Insee conseille de se placer sur un champ hors « *microentreprises au sens fiscal* » à partir du type de déclaration fiscale des entreprises. Cela permet, selon l'Insee, « *d'ôter de l'analyse des unités très nombreuses, qui représentent un très faible poids économique, et dont les données sont très majoritairement imputées* ».

B. LA DGFIP MET À DISPOSITION L'ENSEMBLE DES CRÉDITS D'IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS DEPUIS 2002

Les services de la DGFIP mettent à disposition, *via* le centre d'accès sécurisé aux données (CASD), l'ensemble des écritures comptables relatives à la gestion des crédits d'impôt accordés aux entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés (IS) issues de l'application métier « MEDOC »¹.

Trois principaux types de montants peuvent être reconstitués à partir de ces données :

- le montant de la créance théorique, qui correspond à l'initialisation de la créance ;
- le montant net de la créance, qui correspond à l'initialisation de la créance augmentée et diminuée des différents montants observés au cours de l'année ;
- le montant de la dépense fiscale, qui correspond au montant imputé sur le solde d'IS auquel s'ajoute le montant restitué en fin d'exercice.

Le montant de la dépense fiscale enregistré au sein de ce fichier diverge de celui publié dans le tome II de l'évaluation des voies et moyens annexé au projet de loi de finances en raison d'écarts de sources et de champ, certains crédits d'impôt pouvant également porter sur des entreprises à l'impôt sur le revenu ou aux bénéficiaires agricoles.

Par conséquent, le choix a été fait de retenir le montant net de la créance comme montant de crédit d'impôt dont a bénéficié une entreprise.

De plus, le champ de FARE étant restreint, les montants de crédits d'impôt ventilés par taille d'entreprise ne correspondent pas aux montants bruts enregistrés dans la base mise à disposition par la DGFIP.

¹ Seuls les crédits d'impôt accordés aux entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés sont disponibles au sein de cette base.

Le crédit d'impôt en faveur des créateurs de jeux vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo prévu à l'article 220 terdecies du code général des impôts (CGI) est une initiative fiscale française actée par la loi audiovisuelle du 5 mars 2007 ayant pour but de préserver et d'accroître la productivité des jeux vidéo.

Ce dispositif permet, pour les entreprises concernées, de bénéficier d'un crédit d'impôt à hauteur de 30 % des dépenses éligibles, dans la limite de 6 millions d'euros par exercice. Toute entreprise assujettie à l'impôt sur les sociétés peut bénéficier de ce crédit d'impôt, sous réserve de conditions liées au projet développé.

Pour être éligible, un projet doit ainsi avoir un coût de développement supérieur ou égal à 100 000 € et le jeu doit être destiné à une commercialisation effective auprès du public. De plus, celui-ci ne peut comporter des séquences à caractère pornographique ou de très grande violence, susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des utilisateurs.

Sous ces conditions, le crédit d'impôt est égal à 30 % du total des dépenses éligibles, à savoir :

- les dotations aux amortissements des immobilisations (hors immeubles) ;
- les rémunérations versées aux auteurs ayant participé à la création du jeu vidéo, en application d'un contrat de cession de droits d'exploitation de la propriété intellectuelle ainsi que les charges sociales ;
- les dépenses de personnel relatives aux salariés de l'entreprise affectés directement à la création du jeu vidéo et les dépenses salariales des personnels techniques et administratifs qui y concourent ainsi que les charges sociales afférentes ;
- les autres dépenses de fonctionnement. Ces dépenses comprennent les achats de matières, fournitures et matériels, les loyers des immeubles, les frais d'entretien et de réparation afférents à ces immeubles, les frais de voyage et de déplacement, les frais de documentation technique et les frais postaux et de communication électronique
- les dépenses de sous-traitance réalisées par des organismes européens, dans la limite de 2 millions d'euros par exercice.

C. LA BASE « TOUS SALARIÉS » PRODUITE PAR L'INSEE PERMET DE CONNAÎTRE LES RÉMUNÉRATIONS DANS L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO

L'Insee met à disposition sur le CASD des fichiers statistiques annuels de données individuelles sur l'ensemble des salariés à partir des déclarations administratives de leurs employeurs. Le champ couvert par cette base de données inclut les salariés du secteur privé, des entreprises publiques, des trois versants de la fonction publique (État, territoriale et hospitalière) et des particuliers employeurs.

Les informations sur le secteur privé sont principalement issues des déclarations sociales nominatives (DSN), tout comme celles sur le secteur public depuis 2022.

Pour les particuliers employeurs, l'Insee exploite les déclarations de salaires dans le cadre des dispositifs suivants : chèque emploi service universel (CESU), prestation d'accueil du jeune enfant (PAJE) et déclaration nominative simplifiée (DNS).

D. L'IDENTIFICATION DES ENTREPRISES DU SECTEUR DU JEU VIDÉO A ÉTÉ RÉALISÉE EN S'APPUYANT SUR TROIS HYPOTHÈSES

L'activité économique d'une entreprise n'est pas définie juridiquement. Seul l'Insee réalise une estimation du secteur d'activité des entreprises en France en définissant la notion d'activité principale de l'entreprise (APE). L'APE exercée par une entreprise correspond à l'activité qui génère le plus de valeur ajoutée au sein d'une entreprise. Celle-ci est dans un premier temps déclarée lors de la création de l'entreprise, puis modifiée le cas échéant lors d'enquêtes statistiques réalisées par l'Insee.

Conformément à l'article 5 du décret n° 2007-1888 du 26 décembre 2007 portant approbation des nomenclatures d'activités et de produits françaises¹, le code APE n'a pas de valeur légale et est utilisé uniquement à des fins statistiques.

Le code APE est déterminé à partir de la nomenclature d'activités française, qui correspond à une nomenclature des activités économiques productives construite par l'Insee.

Le périmètre retenu pour analyser le secteur de l'industrie du jeu vidéo correspond aux secteurs de l'édition et de la programmation de jeux électroniques, à l'exclusion de leur fabrication. Sont ainsi considérés dans le périmètre les secteurs d'activité suivants :

¹ https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000017839402

- « Édition de jeux électroniques (58.21Z) » : ce code NAF comprend l'édition de logiciels de jeux électroniques pour tout type de plateformes, sur support physique ou en téléchargement en ligne ;

- « Programmation informatique (62.01Z) » : ce code NAF inclut les activités de développement de logiciels, y compris le développement de jeux électroniques.

Le code NAF 62.01Z inclut toutefois le développement d'autres logiciels, notamment les logiciels systèmes et réseaux, les bases de données et les pages web. Par conséquent, il n'est pas pertinent de retenir la totalité de ce code NAF pour identifier les entreprises du secteur du jeu vidéo.

Une approche hybride a ainsi été retenue pour ne pas s'appuyer uniquement sur le code NAF afin de déterminer le périmètre des entreprises du secteur du jeu vidéo. Pour cela, un croisement a été réalisé entre l'activité principale de l'entreprise au sein de la base de données FARE et la base de données portant sur les crédits d'impôt des entreprises assujetties à l'impôt sur les sociétés.

Une entreprise est ainsi considérée comme appartenant au secteur de l'industrie du jeu vidéo si elle présente l'une des caractéristiques suivantes :

- son activité principale correspond au secteur de l'édition de jeux électroniques (58.21Z) ;

- son activité principale correspond au secteur de la programmation informatique, et elle a bénéficié du crédit d'impôt pour la création de jeux vidéo ;

- indépendamment de son secteur d'activité, elle a bénéficié du crédit d'impôt à hauteur de plus de 50 % de son chiffre d'affaires, pour un montant supérieur à 10 000 €, soit un montant de dépenses éligibles d'environ 30 000 €.

II. PLUS DES DEUX-TIERS DE L'ACTIVITÉ DE L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EST EXPORTÉE

L'identification du secteur de l'industrie du jeu vidéo au sein de la base de données FARE mise à disposition par l'Insee repose sur l'activité principale de l'entreprise (cf. I. D.). Celle-ci permet de ventiler les activités des entreprises en sections distinctes définies par la nomenclature d'activités française. Deux principales limites sont inhérentes à cette approche :

- d'une part, l'activité principale de l'entreprise est une donnée déclarative, ce qui peut induire des erreurs de classement ;

- d'autre part, une entreprise peut exercer plusieurs activités distinctes, ce qui ne sera pas retracé dans l'activité principale de celle-ci.

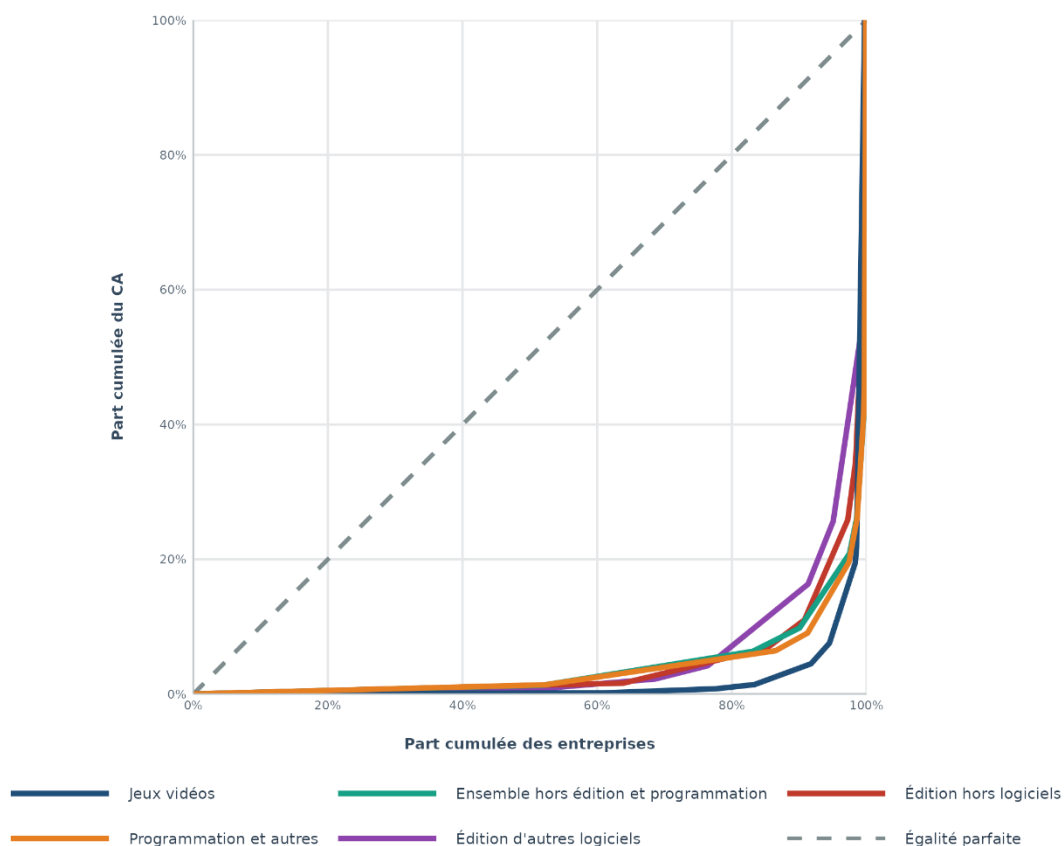
Afin de disposer d'éléments comparatifs, le secteur du jeux vidéo est étudié au regard des autres secteurs de l'édition :

- l'édition de livres, de répertoires et fichiers d'adresses, l'édition de journaux et l'édition de revues et périodiques (58.1) ;
- l'édition d'autres logiciels (58.2 hors 58.21Z) ;
- la production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (59.11) ;
- la post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (59.12) ;
- l'enregistrement sonore et l'édition musicale (59.20).

Certains secteurs, comme la distribution de films cinématographiques ou l'édition et la distribution vidéo ont été exclus de l'analyse en raison d'un effectif insuffisant.

En 2023, le secteur de l'industrie du jeu vidéo représentait 816 entreprises pour un montant de chiffres d'affaires s'élevant à 5,0 Md€. L'analyse comparative de la structure concurrentielle par secteur d'activité met en évidence des hétérogénéités structurelles marquées. Au sein du secteur du jeux vidéo, 1,2 % des entreprises concentrent 78,2 % du chiffre d'affaires, contre 0,2 % des entreprises concentrant 51,7 % du chiffre d'affaires pour le secteur de la programmation. Toutefois, la concentration au sein du secteur du jeu vidéo est plus marquée au sein des entreprises de tailles intermédiaires. En effet, au sein de ce secteur, 83,4 % des entreprises concentrent uniquement 1,4 % du chiffre d'affaires total, contre 52,3 % concentrant 1,4 % du chiffre d'affaires pour le secteur des activités de programmation.

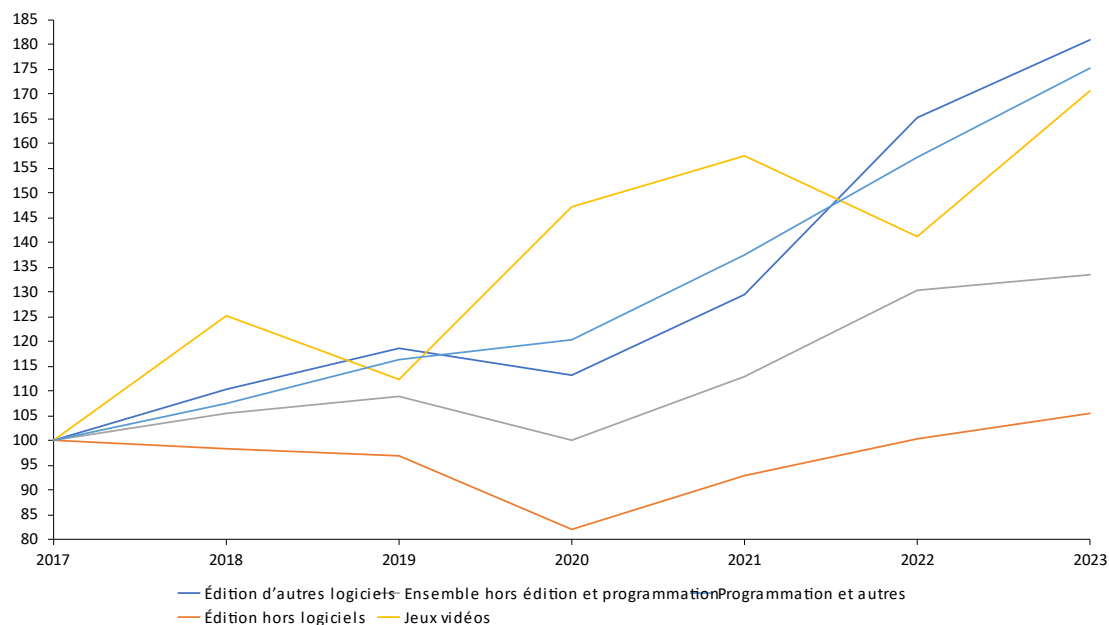
Graphique 1 : Concentration du chiffre d'affaires par secteur d'activité



Source : FARE, Insee-DGFIP

À l'exception de l'édition hors logiciels, les secteurs de l'édition de logiciels, de la programmation et du jeu vidéo ont progressé avec vigueur entre 2017 et 2023. Le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo a ainsi progressé de +70,5 % sur cette période, contre +33,4 % pour l'ensemble de l'économie, passant ainsi de 2,9 Md€ en 2017 à 5,0 Md€ en 2023.

Graphique 2 : Évolution du chiffre d'affaires par secteur d'activité entre 2017 et 2023 (base 100 2017)

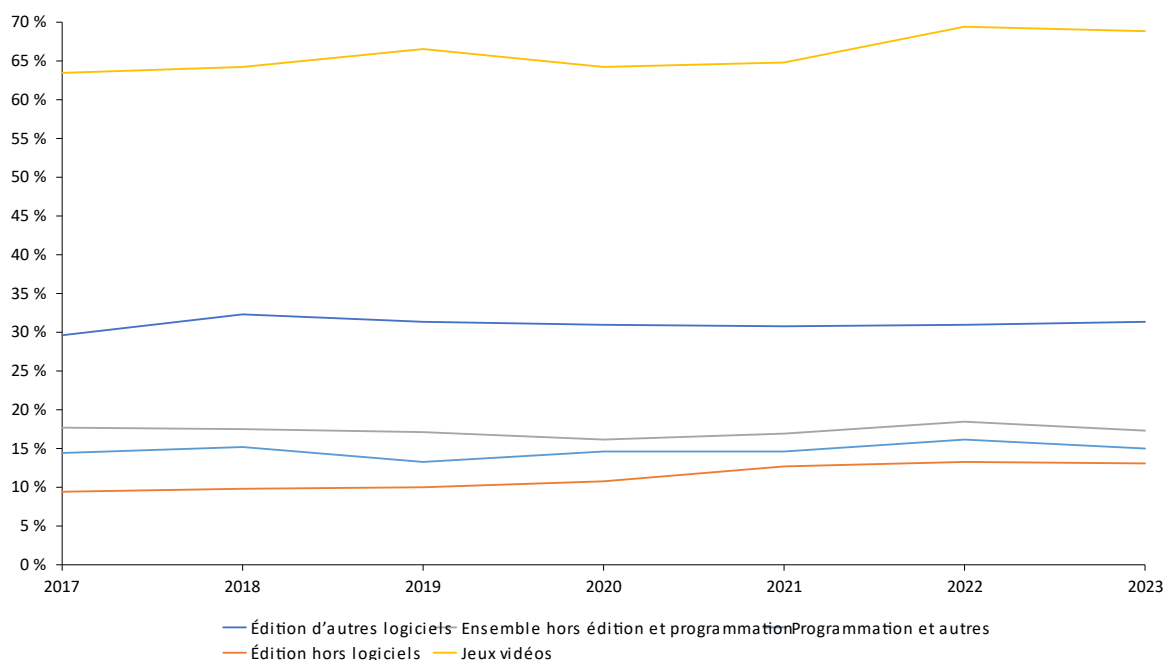


Source : FARE, Insee-DGFIP

L'industrie du jeu vidéo est un secteur particulièrement exposé à la concurrence internationale. En effet, plus des deux tiers de son activité (68,8 %) est réalisée à l'extérieur du pays. En comparaison, les autres secteurs de l'édition ou de la production ont plutôt de l'ordre de 15 % à 30 % de leur chiffre d'affaires qui est réalisé à l'export.

Cette forte dépendance à l'export permet à la fois de soutenir la balance commerciale française, mais induit une plus forte vulnérabilité à l'environnement international et aux éventuelles actions protectionnistes de certains pays.

Graphique 3 : Évolution du taux d'export par secteur d'activité entre 2017 et 2023



Source : FARE, Insee-DGFIP

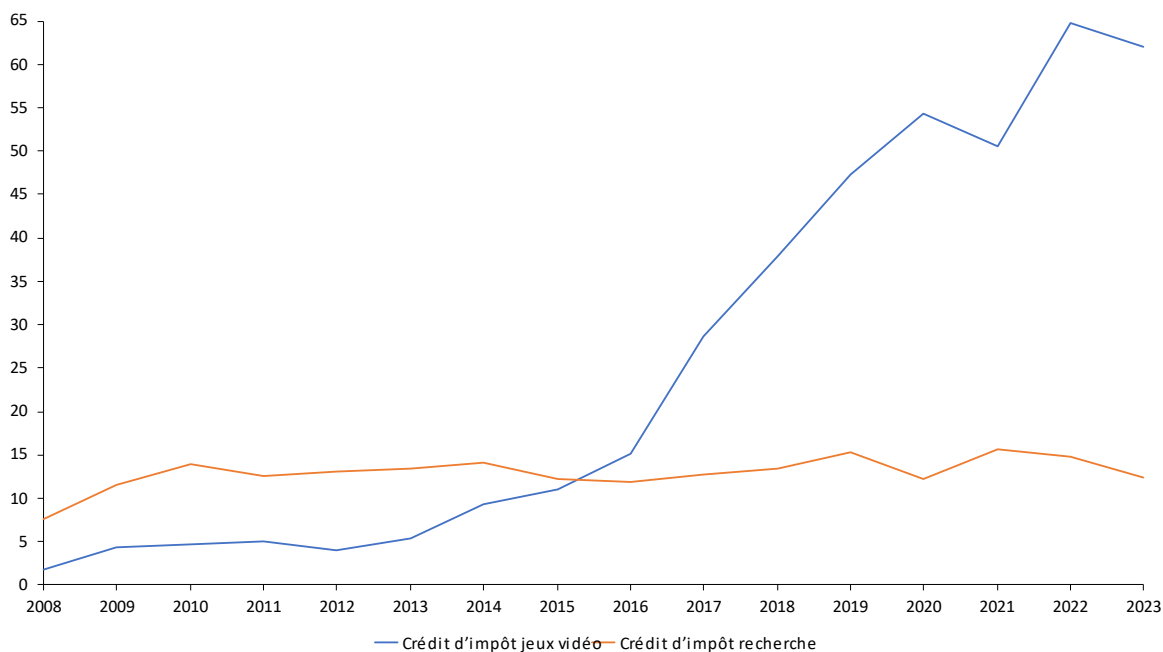
III. LA CRÉANCE EN CRÉDIT D'IMPÔT POUR LA CRÉATION DE JEUX VIDÉO A ÉTÉ MULTIPLIÉE PAR ONZE EN DIX ANS

En 2023, les entreprises du secteur de l'industrie du jeu vidéo bénéficient de deux principaux crédits d'impôts : le crédit d'impôt recherche (CIR) et le crédit d'impôt pour la création de jeux vidéo (CJV).

La créance de CIR est restée globalement stable depuis 2008. Après une forte hausse entre 2008 et 2009 (11,6 M€ de créance après 7,7 M€ en 2008, soit une progression de +51 %), celle-ci est restée contenue entre 11,5 M€ et 15,7 M€, pour s'établir à 12,4 Md€ en 2023.

À l'inverse, la créance de CJV a fortement progressé à partir de 2013, passant d'une dépense de 5,3 M€ à 62,0 M€ en 2023, soit une multiplication de 11,6 de la créance en dix ans.

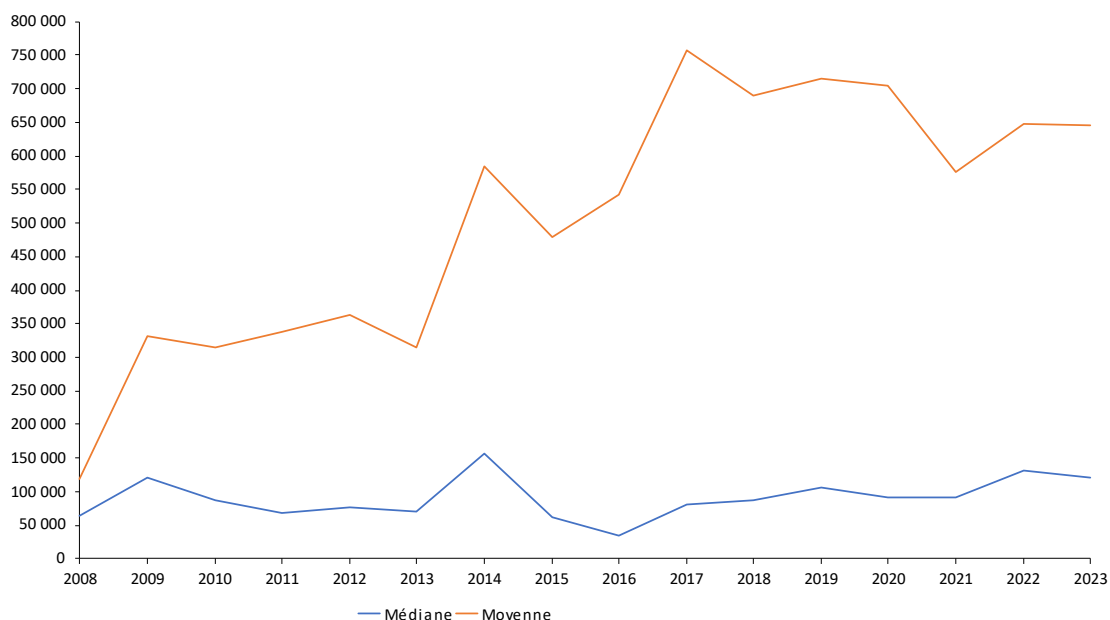
Graphique 4 : Dépenses en crédit d'impôt recherche et en crédit d'impôt au bénéfice des entreprises de l'industrie du jeu vidéo



Source : Crédits d'impôts pour les entreprises à l'IS, DGFIP

L'augmentation de la dépense en CJV a principalement bénéficié à un nombre restreint d'entreprises captant un montant important du crédit d'impôt. En effet, entre 2008 et 2023, le montant médian de CJV est passé de 64 000 € à 120 000 € (+86 %), tandis que la moyenne de CJV versé a progressé de +448 %, passant de 118 000 € en moyenne par entreprise à 646 000 €.

Graphique 5 : Crédit d'impôt jeux vidéo moyen et médian versé aux entreprises de l'industrie du jeu vidéo



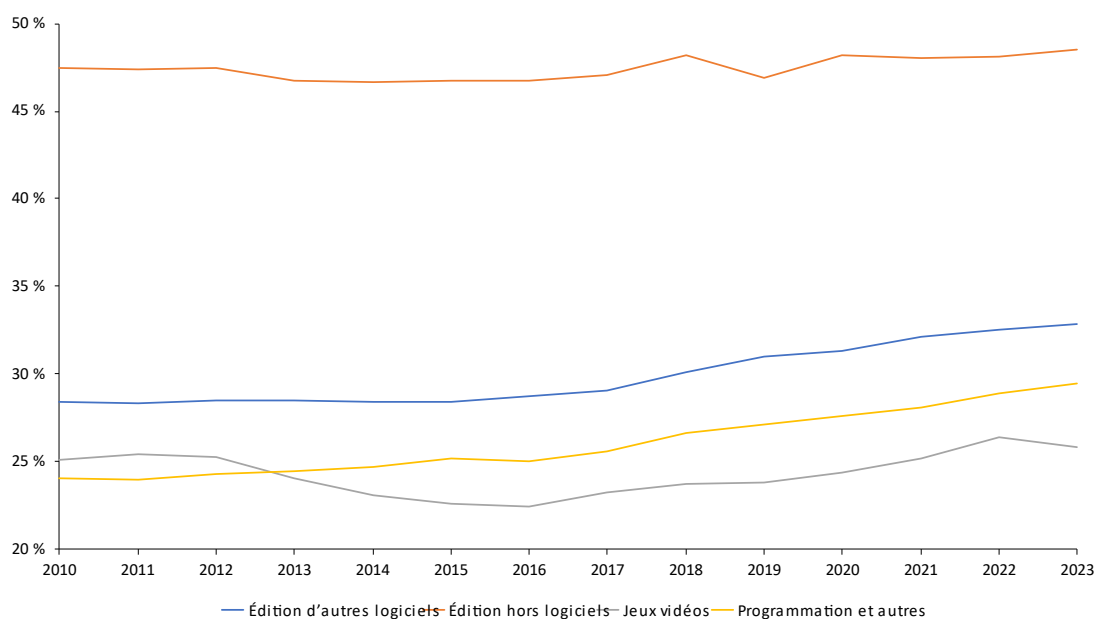
Source : Crédits d'impôts pour les entreprises à l'IS, DGFIP

IV. LE TAUX DE FÉMINISATION DU SECTEUR DU JEU VIDÉO EST PLUS FAIBLE QUE DANS LES AUTRES SECTEURS DE L'ÉDITION

Le secteur du jeu vidéo est un secteur peu féminisé par rapport aux autres secteurs de l'édition. En 2023, le taux de féminisation de ce secteur s'élève en effet à 26 %, contre 29 % pour le secteur de la programmation, 33 % pour l'édition d'autres logiciels et 48 % pour l'édition hors logiciels.

Ce secteur se caractérise également par une différence de dynamique dans sa féminisation. Tandis que le taux de féminisation a progressé entre 2010 et 2023 dans les secteurs de la programmation et de l'édition d'autres logiciels (respectivement +5,5 % et +4,5 %), le taux de féminisation du secteur du jeu vidéo est resté globalement stable et a seulement progressé de +0,7 % en 13 ans.

Graphique 6 : Taux de féminisation par secteur de l'édition



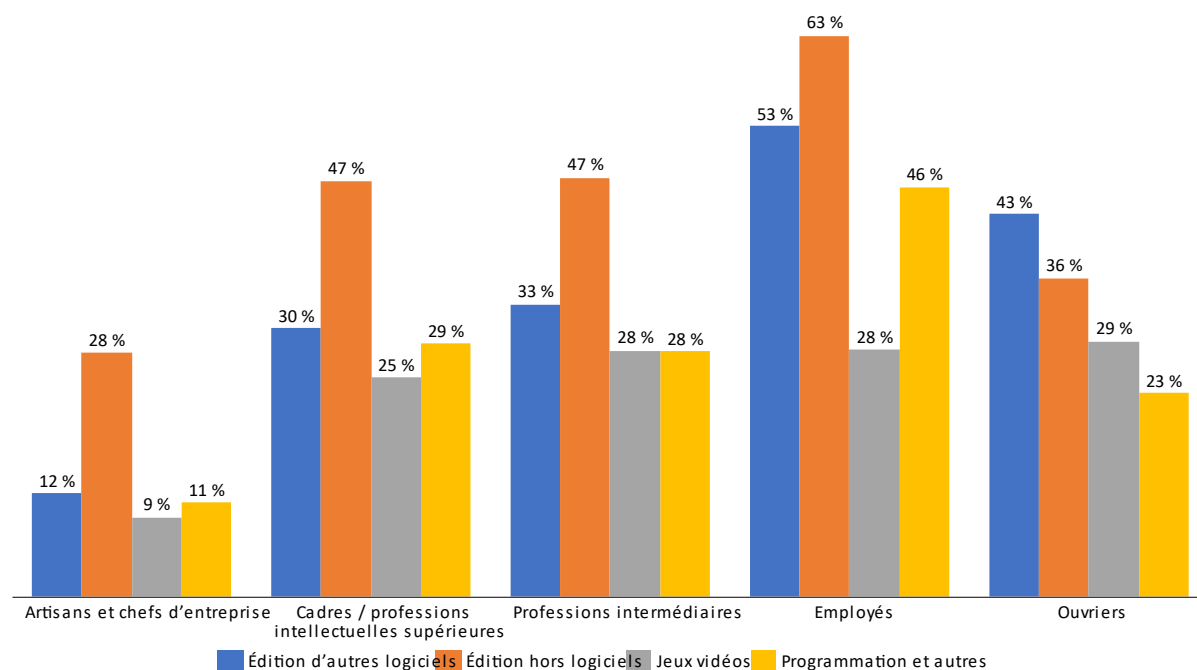
Source : Base tous salariés, Insee

Le taux de féminisation par catégorie socio-professionnelle (CSP) dans les secteurs de l'édition varie fortement. De manière générale, les catégories socio-professionnelles des ouvriers et des employées ont un taux de féminisation plus élevé que les catégories relatives aux cadres ou aux chefs d'entreprise. Le secteur du jeu vidéo se distingue des autres secteurs par une faible hétérogénéité entre CSP. En effet le taux de féminisation des employés (28 %) et des ouvriers (29 %) est proche de celui des cadres (25 %).

A l'inverse, les autres secteurs d'activité ont un taux de féminisation plus faible pour les cadres et professions intermédiaires que pour les employés ou les ouvriers. Sur le seul champ des cadres et professions intermédiaires, le secteur du jeu vidéo a un taux de féminisation comparable aux secteurs de la programmation ou de l'édition d'autres logiciels.

Enfin, il convient de souligner également que la ségrégation professionnelle au sein du secteur : concentration des femmes sur certains fonctions (édition, communication, ressources humaines) au détriment des fonctions techniques mieux rémunérées (programmation, *game design*), n'est qu'imparfaitement captée par la nomenclature des catégories socio-professionnelles utilisée. Une exploration complémentaire au niveau des PCS détaillées serait susceptible d'enrichir l'analyse.

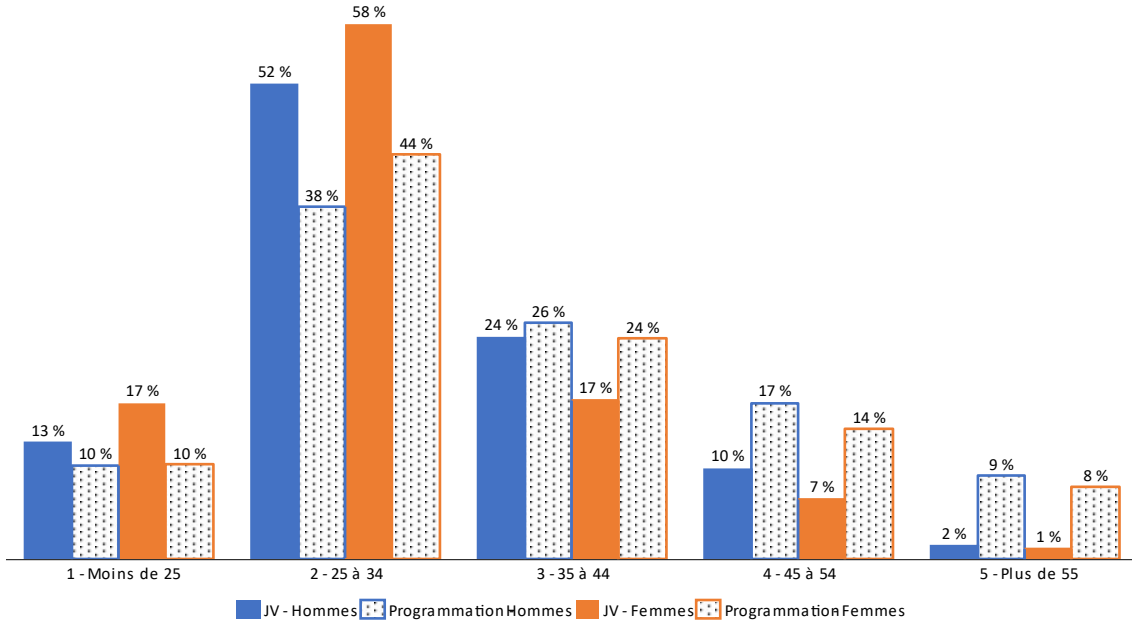
Graphique 7 : Taux de féminisation par catégorie socio-professionnelle dans le secteur de l'édition



Source : Base tous salariés, Insee

Le secteur du jeu vidéo se caractérise par une part de salariés de moins de 34 ans plus élevée que pour le secteur de la programmation. Ainsi, trois femmes sur quatre ont moins de 34 ans dans ce secteur, contre 54 % pour le secteur de la programmation. De manière similaire, la part des hommes de moins de 34 ans s'élève à 65 %, contre 48 % pour le secteur de la programmation. L'écart entre la part d'hommes et de femmes dans le secteur du jeu vidéo s'élève à 10 % (75 % des femmes du secteur ont moins de 34 ans, contre 65 % des hommes), contre 6 % pour le secteur de la programmation (54 % des femmes contre 48 % des hommes). Le secteur du jeu vidéo se caractérise également par une très faible part de salariés âgés de plus de 55 ans, environ 2 % contre environ 9 % pour le secteur de la programmation.

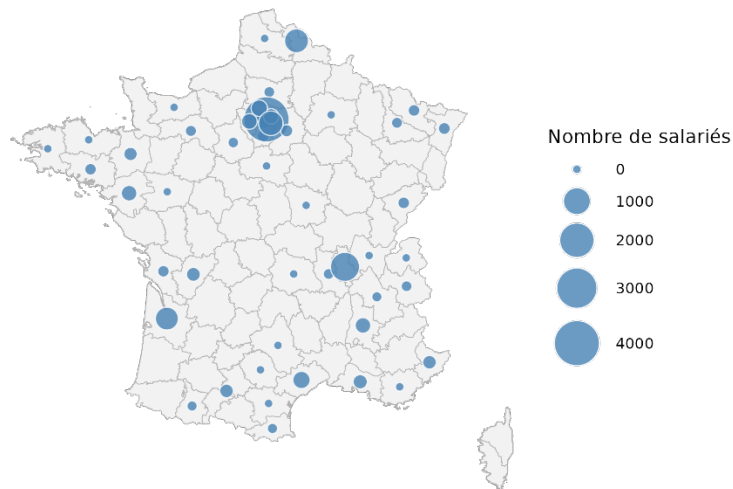
Graphique 8 : Effectifs par classe d'âge ventilés par sexe dans les secteurs du jeu vidéo et de la programmation



Source : Base tous salariés, Insee

Les départements qui concentrent le plus de salariés dans le secteur du jeu vidéo sont ceux qui correspondent aux principales zones d'emploi.

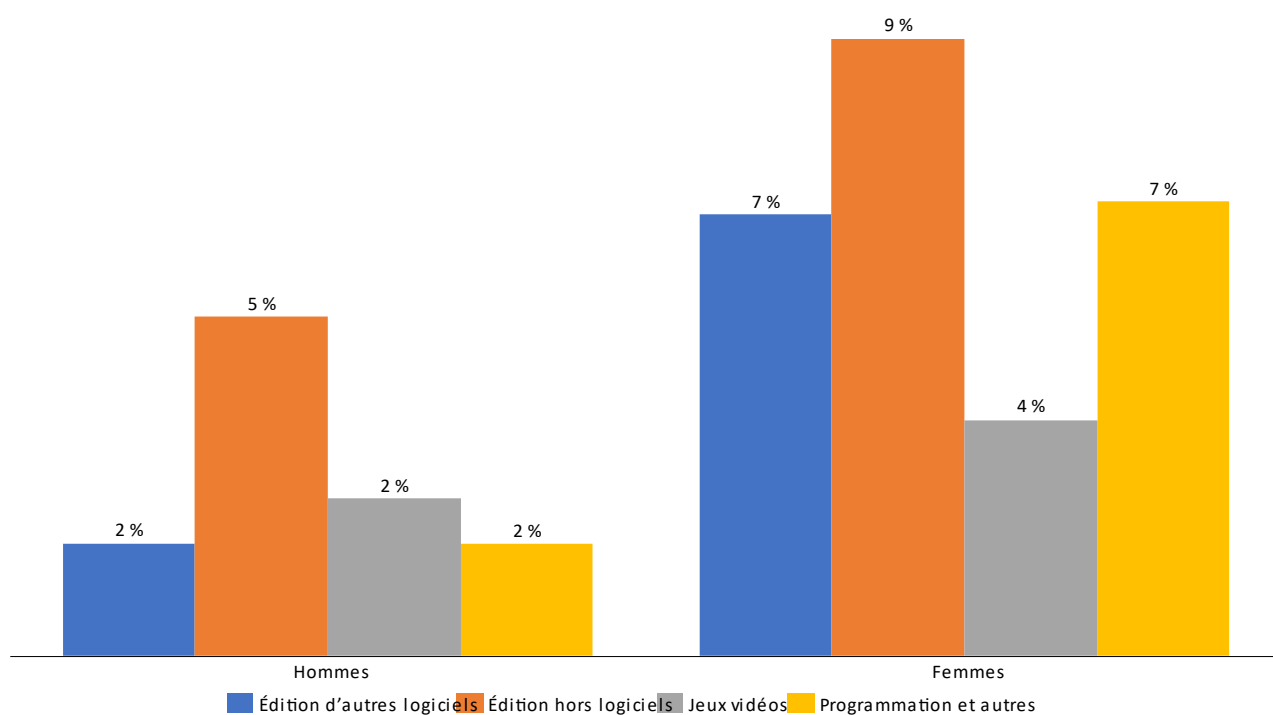
Graphique 9 : Ventilation départementale des salariés du secteur du jeu vidéo



Source : Base tous salariés, Insee

Le temps partiel est peu courant au sein du secteur du jeu vidéo. En 2023, 4 % des femmes occupaient un poste à temps partiel, contre 2 % des hommes. Les secteurs de l'édition d'autres logiciels ou de la programmation ont un taux de temps partiel comparable au secteur du jeu vidéo pour les hommes, mais nettement plus élevé pour les femmes, de l'ordre de 7 %.

Graphique 10 : Taux de salariés à temps partiel par sexe et par secteur d'activité



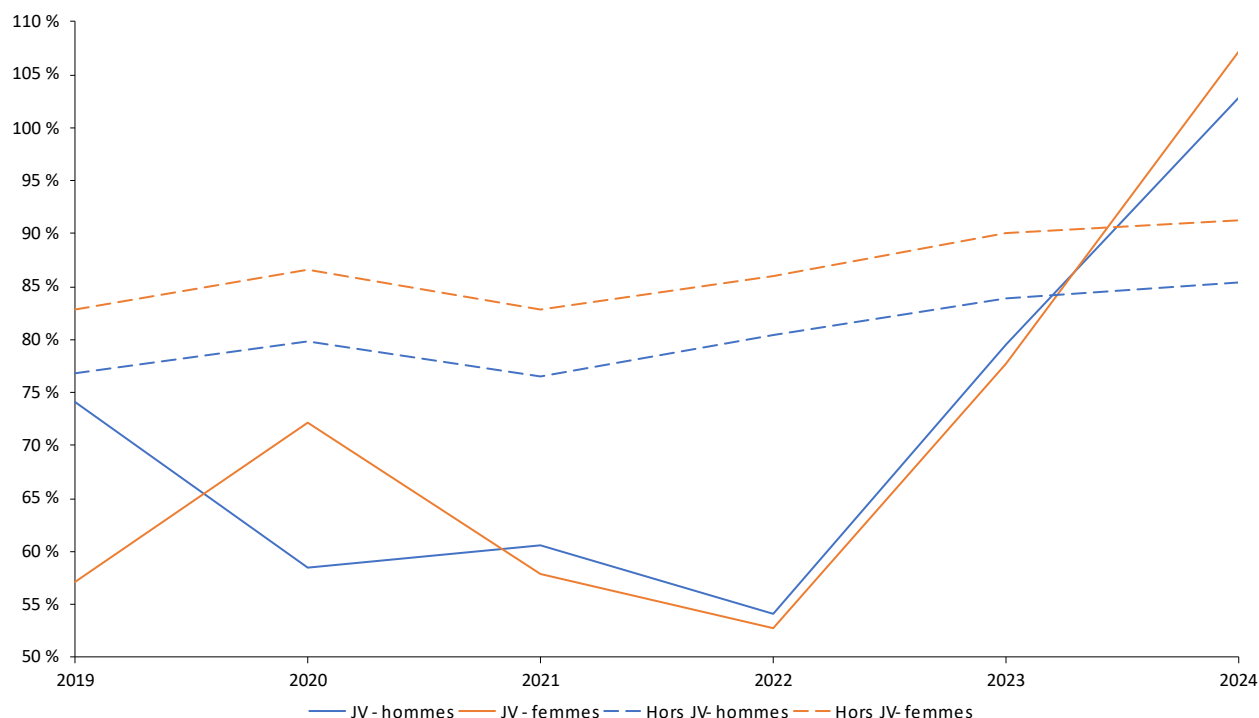
Source : Base tous salariés, Insee

La base de données sur les mouvements de main d'œuvre produite par la Dares permet d'étudier les entrées et sorties au niveau de l'entreprise pour chaque secteur d'activité. Un taux de sortie peut ainsi être défini comme le ratio du nombre d'entrées de salariés au sein du secteur rapporté au nombre de sorties. Lorsque ce taux est inférieur à 100 %, le secteur est en croissance, lorsqu'il est supérieur à 100 %, il est en décroissance. Les contrats à durée déterminés sont par ailleurs exclus du calcul de ce taux.

Entre 2019 et 2022, le secteur du jeu vidéo est en expansion avec un taux de sortie de l'ordre de 60 %, avant de se contracter au cours des années 2023 et 2024. Dans l'ensemble de l'économie, le taux de sortie est globalement stable autour de 80 % sur longue période, avec un écart marqué entre hommes et femmes. Dans l'ensemble de l'économie, les femmes ont un taux de sortie supérieur aux hommes, contrairement au secteur du jeu vidéo.

Ce taux de sortie correspond à un taux agrégé et ne doit pas être interprété comme une mesure individuelle en lien avec l'ancienneté des salariés.

Graphique 11 : Taux de sortie par sexe entre 2019 et 2024

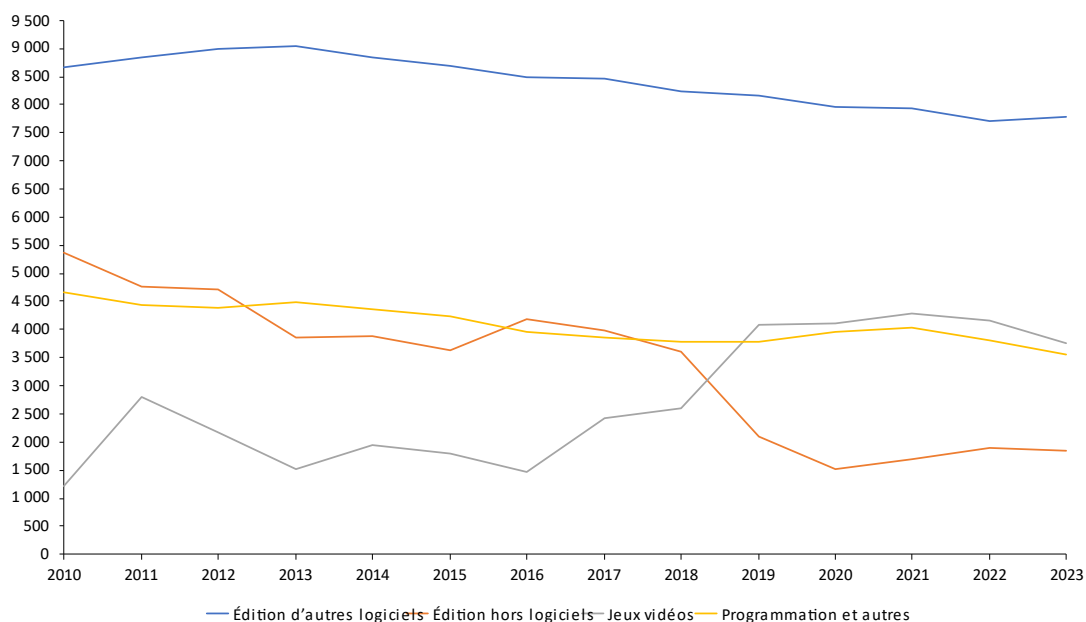


Source : Mouvements de main d'œuvre, Insee

En 2023, le salaire net moyen dans le secteur du jeu vidéo s'élève à environ 30 200 € par an pour les hommes, contre 26 500 € pour les femmes, soit un écart de 3 700 € par an entre les salaires versés aux hommes et aux femmes (-20,6 %). Cet écart salarial est inférieur à celui observé dans le secteur de l'édition d'autres logiciels (40 700 € par an pour les hommes contre 33 000 € pour les femmes, soit -19 % en leur défaveur), mais supérieur aux secteurs de l'édition hors logiciels et de la programmation (respectivement -7 % et -10 % en défaveur des femmes).

Cet écart de salaire net entre les hommes et les femmes peut toutefois s'expliquer par des facteurs multiples : écart de temps de travail, de type de contrat ou de niveau de responsabilité. Il ne doit ainsi pas être interprété comme un écart salarial à poste égal entre hommes et femmes.

Graphique 12 : Écart de salaire net moyen entre hommes et femmes par secteur d'activité dans l'édition



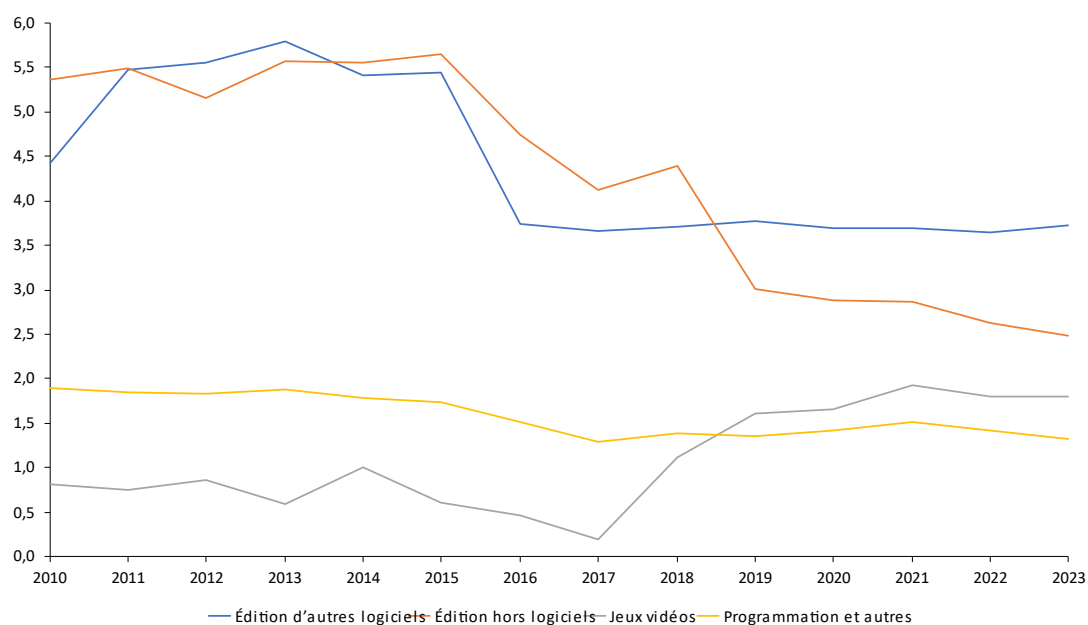
Source : Base tous salariés, Insee

L'étude de l'écart de salaire horaire permet de contrôler la quotité de travail et ainsi de neutraliser les différences de salaire net induites par des temps de travail différents. Le secteur du jeu vidéo se caractérise par le plus faible écart de salaire horaire entre hommes et femmes avant 2018. Sur la période 2010 à 2017, celui-ci est en effet inférieur à 1 € par heure, contre plus de 5 € par heure pour les autres secteurs de l'édition.

Entre 2016 et 2023, une convergence des écarts de salaire horaire entre secteurs est observée. Cet écart se réduit ainsi fortement dans les secteurs de l'édition, passant de 5,4 €/h en 2015 à 3,7 €/h en 2023 (-32 %) pour le secteur de l'édition d'autres logiciels et de 5,7 €/h en 2015 à 2,5 €/h en 2023 (-56 %). A l'inverse, sur cette même période l'écart de salaire horaire au sein du secteur du jeu vidéo a nettement progressé, passant de 0,6 €/h en 2015 à 1,8 €/h en 2023 (+198 %).

De manière similaire à l'écart de salaire net, l'écart de salaire horaire ne correspond pas aux écarts de rémunérations entre hommes et femmes toutes choses par ailleurs. Des écarts liés à l'hétérogénéité d'expérience des salariés ou de leur niveau de responsabilités peuvent subsister.

Graphique 13 : Écart de salaire horaire moyen par secteur de l'édition



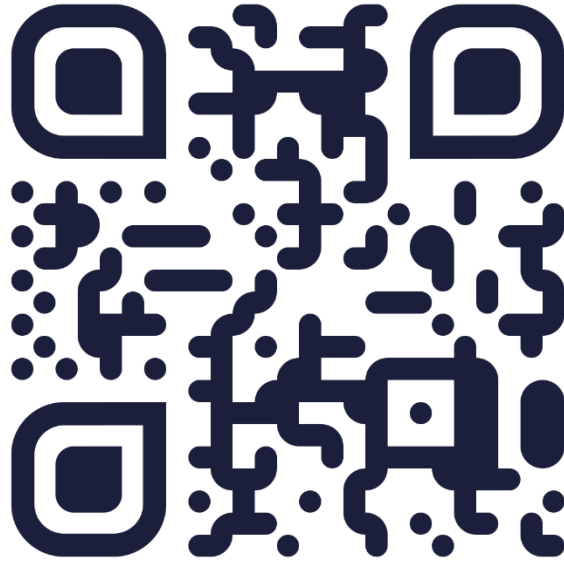
Source : Base tous salariés, Insee

Une analyse toutes choses égales par ailleurs aurait pu être réalisée afin de distinguer le différentiel de salaire imputable aux écarts de caractéristiques observables entre hommes et femmes (âge, catégorie socio-professionnelle, taille de l'employeur) et la part non expliquée.

Des précautions méthodologiques importantes auraient toutefois dû s'appliquer, notamment la taille restreinte de l'échantillon féminin au sein du secteur du jeu vidéo, qui aurait induit une moindre précision des estimations.

CONSULTATION DU DOSSIER EN LIGNE (RAPPORT ET COMPTES RENDUS)

Pour consulter le dossier



<https://www.senat.fr/travaux-parlementaires/office-et-delegations/delegation-aux-droits-des-femmes-et-a-legalite-des-chances/controle-en-clair/femmes-et-jeux-video.html>