

LES FRANÇAIS SE PRENNENT AU JEU DE SOCIÉTÉ

En 2020, les ventes de jeux de société en France ont augmenté de 10% malgré la fermeture à deux reprises des commerces. Mais comment expliquer cette croissance ? Est-elle le fruit d'une année aux conditions de vie inédites ou bien le reflet d'une envie plus profonde ? Enquête sur ces jeux qui captivent la société.

Par Victor Gauquelin & Léna Mounier

Au printemps dernier, une fois le catalogue de séries *Netflix* visionné, les sujets de discussion *WhatsApp* épuisés et le fil de *TikToks* épiluché, Léa s'est retrouvée confrontée au quotidien morne du confinement. De retour chez ses parents, la jeune étudiante a dû faire preuve d'imagination pour troquer ses écrans contre des moments en famille. L'idée lui est soudain venue de commander un classique de son enfance ; l'intemporel *Trivial Pursuit*, qu'elle espère alors être le remède miracle contre l'ennui. « *J'ai décidé d'initier toute ma famille car ce n'était pas du tout dans nos habitudes* », se souvient-elle. Bingo ! Les proches adhèrent et les soirées s'animent enfin, au grand réconfort de la jeune femme : « *Grâce au jeu, on a transformé ces moments enfermés en bons souvenirs !* »

Comme Léa et sa famille, les Français se sont rués sur les grandes marques de jeux de société, régulièrement en rupture de stock au cours de l'année 2020. La semaine suivant l'annonce du premier confinement le 16 mars, il s'est ainsi vendu 80% de boîtes de jeux supplémentaires par rapport à la même période en 2019, selon les chiffres du NPD Group. D'après ce cabinet d'études, 37% des Français ont davantage joué aux jeux de société au cours des deux premiers mois de confinement. Frédéric Tutt, experte du marché des jeux chez NPD, analyse cette tendance nationale : « *Cette année 2020 nous a tous ramenés aux sources et a stimulé nos envies de réinventer nos moyens de se détendre et de s'occuper.* » Pour la spécialiste, si les jeux de société ont tant séduit c'est parce que « *le public jeune, les familles, aussi bien que les adultes ont redécouvert le plaisir de jouer ensemble.* »

Une conjoncture avantageuse

Cette redécouverte fait la part belle aux distributeurs, qui se répartissent un marché pesant 360 millions d'euros. Franck Mathais, porte-parole de JouéClub, partage le constat d'une conjoncture avantageuse : « *L'obligation de rester chez soi lors des confinements et couvre-feux puis la fermeture des lieux culturels, des bars et des restaurants ont largement profité au marché des jeux de société.* » Pour autant, pas question pour lui de parler de mode éphémère. « *La dynamique de croissance existe depuis plusieurs années* », relativise le représentant du leader tricolore de la distribution de jouets, « *2020 ne fait que renforcer ce que l'on observait déjà.* »

Si la dernière année n'est pas l'instigatrice de la tendance qui entoure les jeux de société, elle a au moins permis d'en faire une activité plus régulière. Pour Charles, 25 ans, la partie du soir avec sa copine est par exemple devenu le nouveau rituel. « *Après une journée de télétravail, je n'ai pas du tout envie d'être à nouveau devant un écran à regarder un film ou une série* », constate cet étudiant de Sciences Po Toulouse. Avec l'absence de toute activité extérieure au premier confinement, le temps passé sur les écrans s'est largement accru, notamment chez les plus jeunes. Selon une étude de l'Observatoire national de l'activité physique et de la sédentarité (ONAPS), il aurait augmenté de près de 70% chez les adolescents pour atteindre une trentaine

d'heures par semaine. Pour les parents, éloigner les enfants des jeux vidéo et des réseaux sociaux relève du casse-tête. Certains, comme Christine, ont donc tenté l'expérience des jeux de société. « *Au début mes ados étaient un peu réticents mais maintenant ce sont eux qui nous sollicitent et on découvre ensemble de nouveaux jeux* », se réjouit cette mère de deux garçons de 13 et 15 ans.

« On recrée un lien qu'on a perdu »

Car bien plus qu'un passe-temps ou qu'une punition anti-écrans, les jeux de société sont l'occasion de se retrouver autour d'une table sur une thématique proposée. La proximité induite par ce cadre favorise le renforcement des liens, notamment familiaux. « *Pour des parents en conflit avec leurs enfants, c'est un moyen de sortir de ce schéma en détournant l'attention et en partageant autre chose* », remarque Laëtitia Devalois. Selon cette psychologue, le jeu de société possède également des bienfaits cognitifs multiples pour chaque génération. « *Certains jeux comme le Dixit, utilisé avec les personnes âgées, font travailler l'imaginaire et la construction d'une histoire tandis que les jeux de coopération vont apprendre aux plus jeunes à fonctionner en équipe et à gérer la frustration* », observe-t-elle.

Dans une ambiance conviviale, mais pouvant être compétitive selon les personnalités, les jeux de société permettent ainsi aux participants de s'améliorer sur différents domaines. C'est ce qui plaît notamment à Charles et ses amis, qui s'amusent autour de jeux de culture générale. « *C'est drôle et ça nous sort des soirées classiques à faire la fête, on recrée un lien qu'on a perdu à cause des écrans* », ressent le jeune étudiant, qui apprécie chacun de ces moments « *privilegiés*. » Pour Laëtitia Devalois, ce sont ces « *bulles temporelles* » qui expliquent l'épanouissement chez les joueurs. « *Le jeu de société rentre dans le concept psychologique du « flow », cet espace-temps hors du quotidien où le temps s'étire et tout devient fluide* », décrypte la thérapeute.

1 200 nouveautés par an

Mais si les jeux de société rencontrent un tel succès, c'est surtout grâce à leur diversité. Bien que la meilleure vente de l'année 2020 ait été la très traditionnelle *Bonne Paye*, plus de 1 200 nouveautés fleurissent chaque année. L'accroissement considérable du nombre d'éditeurs, de 10 il y a trente ans à 140 aujourd'hui, favorise l'émergence de nouveaux concepts allant des énigmatiques *Escape Games* au festif *Blanc Manger Coco*, numéro 1 des ventes avant Noël. Ces efforts de créativité ont permis de conquérir de nouveaux publics. En 2019, 4,2 millions de boîtes de jeux avaient été achetées par des adultes pour eux-mêmes, 6% de plus qu'en 2018. Cynthia Ribérac, commissaire du Festival International des Jeux de Cannes, fait aussi état d'une diversité croissante au sein des 110 000 visiteurs annuels : « *On y voit environ 30% de 18-30 ans et 40% de 30-50 ans* », évalue-t-elle, « *autant d'hommes que de femmes, originaires de toutes les CSP*. » Pour satisfaire cette communauté grandissante de fans, à la recherche de jeux de plus en plus divers et variés, des boutiques ultraspécialisées fleurissent partout en France. À ce jour, l'Hexagone en compte environ 1 000 et voit déjà apparaître un nouveau concept, celui des bars à jeux. Pour le moment fermés en raison des restrictions sanitaires, ils pourraient bien, à leur réouverture, être les prochains à profiter de leur bonne pioche.