

APPEL À CANDIDATURES :

Présentez votre jeu à la WePlay Expo en Chine



21-22 novembre 2026

Centre national des expositions et des congrès de Shanghai

WEPLAY EXPO

WePlay Expo est le plus grand salon dédié aux jeux indépendants en Chine. Organisé chaque année par la CiGA (China indie Game Alliance), il rassemble des jeux de premier plan, des invités internationaux et des contenus culturels variés. Grâce à des expériences en direct, des rencontres entre développeurs et joueurs, ainsi qu'une forte présence en ligne, WePlay Expo favorise des échanges riches et concrets entre créateurs et communautés.

Reposant sur un modèle à la fois en présentiel et en ligne, WePlay Expo propose aux exposants de maximiser leur visibilité et l'engagement du public. À la croisée des enjeux B2B et B2C, l'événement est devenu un rendez-vous annuel incontournable pour les professionnels du secteur comme pour les passionnés de jeux vidéo.

La Chine est le premier acteur mondial du jeu vidéo : avec 683 millions d'utilisateurs et un chiffre d'affaires d'environ 44 milliards d'euros en 2025, le marché du jeu vidéo en Chine continue d'atteindre des records historiques.



20 000+ visiteurs



500+ jeux



300+ exposants



13+ pays & régions

Des studios indépendants reconnus tels que Rusty Lake ont côtoyé lors des éditions précédentes des licences comme The Witcher ou Anno 117 : Pax Romana.

AVEC LE SOUTIEN DE



EN COLLABORATION AVEC



EN PARTENARIAT AVEC



LE PAVILLON GAME FRANCE

... À vous de jouer !

Avec le soutien de l'Institut français à Paris, l'ambassade de France en Chine organise un Pavillon Game France au sein de la WePlay Expo. Les studios sélectionnés bénéficieront d'un espace d'exposition mutualisé au sein du Pavillon Game France (36 m² au total répartis entre 10 studios), leur offrant l'opportunité de présenter leurs jeux dans des conditions professionnelles et de gagner en visibilité auprès du public et des acteurs de l'industrie.



Promouvoir la création des studios français auprès des professionnels et du public en Chine



Valoriser la diversité et la richesse de la scène vidéoludique française

En complément de la présentation des jeux au grand public, Business France invitera des acheteurs et éditeurs-distributeurs à la rencontre des participants sur le pavillon ; une soirée *networking* avec des entreprises et partenaires chinois sera également organisée.



Favoriser l'internationalisation des studios français, en particulier sur le marché chinois



Développer l'activité et les collaborations grâce aux rencontres B2B avec les acteurs chinois du secteur

Cette opération est soutenue par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et l'Institut français dans le cadre de la stratégie pour l'export des Industries Culturelles et Créatives à l'International. Ce dispositif accompagne chaque année plusieurs centaines de projets pilotés par le réseau culturel français à l'international (services culturels des ambassades, Institut français, Alliances Françaises) afin de soutenir et renforcer l'exportation des industries culturelles et créatives françaises.

Cet événement est labellisé Game France, opéré par le CNC.

MODALITÉS



Un représentant par studio sur place du jeudi 19 au lundi 23 novembre



Mise à disposition par l'organisateur d'un Pavillon Game France sur la durée du salon



Prise en charge par l'organisateur des frais liés :

- à l'organisation et à la mise à disposition du Pavillon Game France
- à la participation des représentants au salon WePlay Expo
- aux activités proposées par Business France
- à l'hébergement des représentants sur place

Les modalités détaillées seront précisées aux studios sélectionnés. L'organisateur se réserve le droit d'apporter des ajustements au dispositif en fonction des contraintes opérationnelles.

CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ

- Être un studio français (structure enregistrée en France)
- Faire preuve de motivation à développer une présence sur le marché chinois
- Proposer un jeu PC
- Disposer d'au moins une démo jouable, avec localisation en chinois (ou à défaut, en anglais)
- Assurer la présence d'un représentant sur place capable de communiquer en anglais



Date limite d'envoi des candidatures : [mardi 14 juillet 2026](#) (inclus)
Annonce des candidatures retenues : août 2026



Comité d'experts :
Ambassade de France en Chine, Institut français de Chine
Business France en Chine
Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)
Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV)



[Cliquez ici pour accéder au formulaire de candidature](#)



Institut français de Chine : audiovisuel@institutfrancais-chine.com



[WePlay Expo 2026](#)
[Institut français de Chine](#)

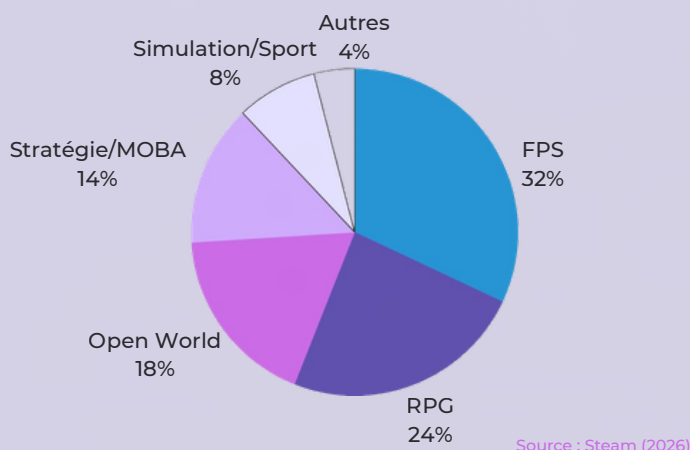
LE MARCHÉ DU JEU VIDÉO EN CHINE

Avec 44 milliards d'euros de revenus et 683 millions de joueurs, la Chine est de loin le **premier marché mondial du jeu vidéo**. Elle devance les États-Unis, qui occupent la deuxième place avec 42,3 milliards d'euros et près de 225 millions de joueurs.

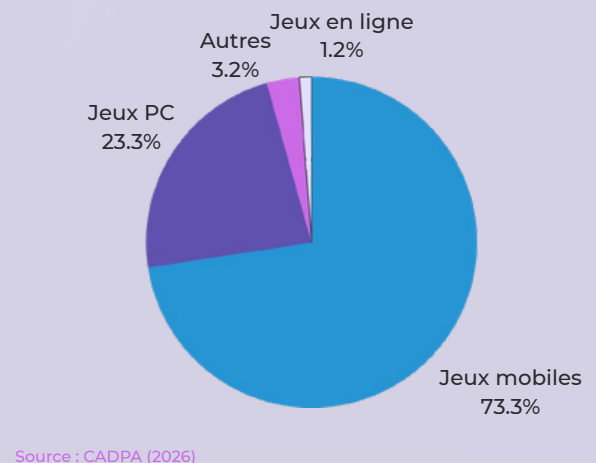
Le marché chinois du **jeu sur PC** a également connu une forte progression : en 2025, les revenus réels du secteur ont atteint **9,8 milliards d'euros**, soit une hausse de 14,97 % sur un an. En 2025, les **jeux PC** représentent **22,28 %** du chiffre d'affaires total du marché chinois des jeux vidéo.

De plus, selon Valve, les joueurs utilisant le **chinois simplifié** représentent désormais la **première communauté linguistique** sur Steam, devant les anglophones, avec une part atteignant 33,6 %.

JEUX PC POPULAIRES SUR STEAM



STRUCTURE DU MARCHÉ



MODES D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ POUR LES JEUX PC

Accès au marché chinois via la voie locale

Repose sur l'obtention d'un ISBN, soit le numéro d'autorisation de publication délivré par la China's National Press and Publication Administration (NPPA)*, impératif pour pouvoir distribuer un jeu localement sur les stores mobiles, les plateformes PC ou les écosystèmes console.

Accès au marché chinois

via la distribution internationale

Voie alternative pratiquée par de nombreux studios, choix privilégié pour les jeux non mobiles. Canal adressé aux « core gamers ».

*La NPPA est supervisée par le Département de la communication du Comité central du Parti communiste chinois, et est la seule autorité disposant du pouvoir d'approbation des licences de jeux vidéo en Chine. Elle coordonne notamment la China Audio-Video and Digital Publishing Association (CADPA).

JEUX FRANÇAIS POPULAIRES EN CHINE

Jeux mobiles

Série *Asphalt*

Jeux PC

Série *Assassin's Creed*
Clair Obscur: Expedition 33
Stray

Autres

Just Dance

PLATEFORMES MAJEURES

Distribution

Bilibili, HEYBOX, Taptap

Livestreaming

Huya, Douyu

Communication

Xiaohongshu (RedNote),
Wechat, Bilibili