

Marché

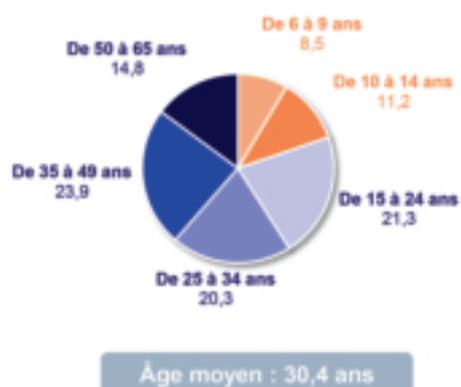
DOSSIER

par Vladimir Lelouvier

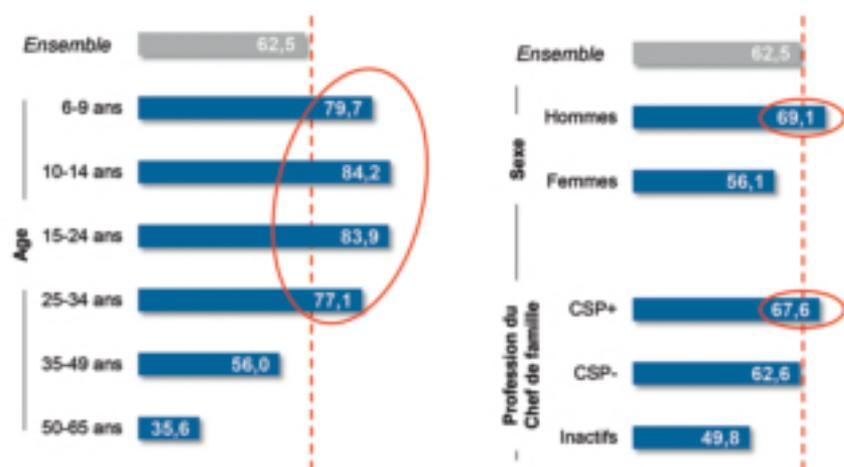
PORTRAIT DES JOUEURS FRANÇAIS EN 2015

Année après année, plateforme après plateforme, le jeu vidéo conquiert de nouvelles strates de la population française. Ce qui induit des profils (âge, CSP...), des comportements (lieu, temps de jeu...), des préférences de plus en plus diversifiées et complexes à analyser globalement. Se basant sur 2 études (Ifop pour le CNC et GfK pour le Sell), MultiMédia à la Une vous propose des pistes de réflexion.

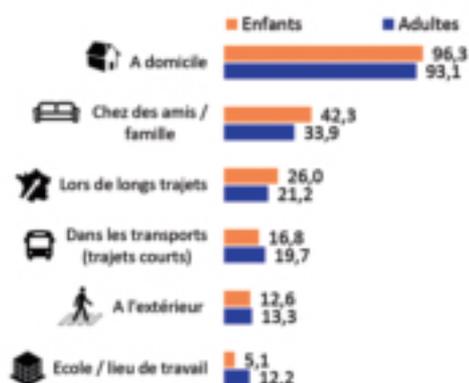
Répartition des joueurs en 2015 selon l'âge (%)



Taux de joueurs selon le profil sociodémographique (%)



Lieux de jeu (%)



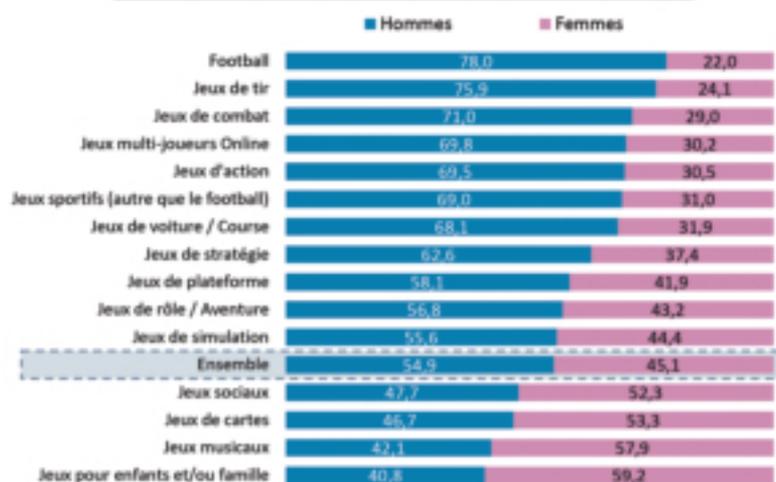
Lieux de jeu (%)





2 enquêtes assez proches en termes de but et de date sont parues fin 2015 sur le profil des joueurs français. La première est une enquête en ligne, réalisée par l'Ifop pour le CNC (du 18 septembre au 5 octobre 2015) auprès d'un échantillon représentatif de 2 809 individus (2 005 individus âgés de 15 à 65 ans et 804 enfants âgés de 6 à 14 ans), interrogés sur leurs pratiques en matière de consommation de jeux vidéo au cours des 6 derniers mois. La seconde est une étude Sell/GfK baptisée « Les Français et le Jeu Vidéo » sur une base de 1 002 personnes âgées de 10 à 65 ans (octobre 2015). Deux enquêtes qui donnent des résultats parfois contrastés mais qui apportent un éclairage sur les pratiques de plus en plus différenciées des joueurs. Il n'y a clairement plus UN joueur mais de multiples typologies de joueurs ayant eux-mêmes des pratiques protéiformes. ▶

Répartition des joueurs en 2015 selon l'âge (%)



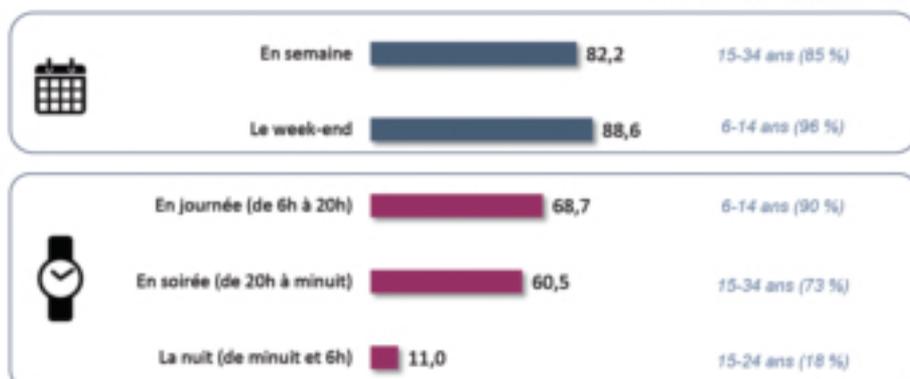
% de joueurs jouant aux genres de jeux par sexe

	Homme	Femme
Action	33%	26%
Combat	19%	15%
Jeu de course / Arcade	27%	17%
Jeu de rôle / aventure	32%	31%
Jeu enfants ou famille	14%	28%
MMORPG	22%	15%
Plateforme	32%	45%
Simulation automobile	28%	17%
Social gaming	10%	41%
Stratégie	34%	25%

Source : GfK

Moments de jeu (%)

Des différences selon l'âge



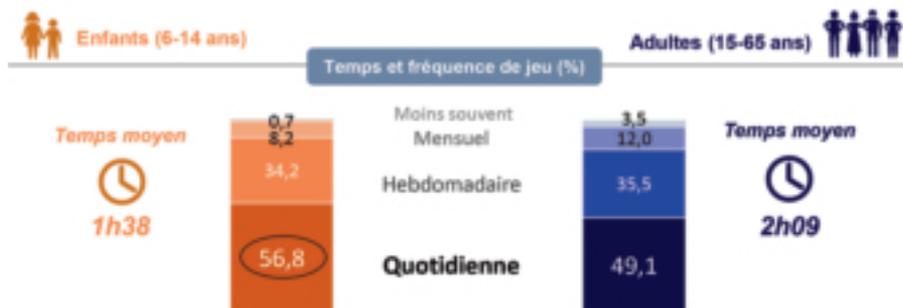
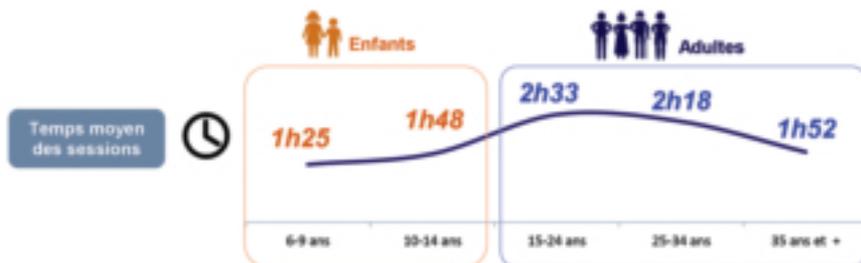
Marché

DOSSIER par Vladimir Lelouvier

UN ÉLARGISSEMENT DE LA BASE DE JOUEURS QUI FAIT VARIER LES PROFILS

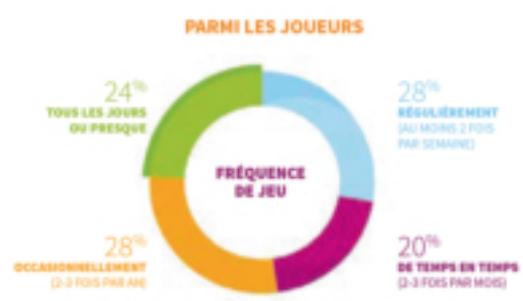
L'élargissement de la base de joueurs (73,3 % de la population française joue, selon le CNC, 53 % selon GfK) se concrétise par l'arrivée de nouvelles franges de la population. En effet, l'âge moyen de 35 ans du joueur (33 ans pour les femmes et 37 ans pour les hommes) cache des différences en termes de temps de jeu. Si les jeunes restent une frange importante avec, selon l'Ifop, 19,7 % des joueurs de moins de 15 ans (alors qu'ils représentent 15% dans la population française), d'autres catégories progressent vite. Ainsi, les 50-65 ans représentent désormais une frange non négligeable des joueurs (14,8 %). Ces ratios sont à pondérer en termes de temps de jeu, puisque si l'ensemble des catégories entre 6 et 35 ans jouent beaucoup (entre 77 et 85 % de chaque catégorie), cela baisse assez vite après. Les populations comptant le plus de joueurs restent les hommes, les plus jeunes et les foyers CSP+.

Par ailleurs, le jeu vidéo, contrairement à ce que pourrait laisser penser la montée en puissance des supports mobiles et la santé correcte des consoles portables, reste essentiellement fait à domicile (93 % de la population y jouent) alors que le jeu en mobilité dépasse à peine 32 % (même si l'on note des pics chez les 15-24 ans et les habitants de la région parisienne).

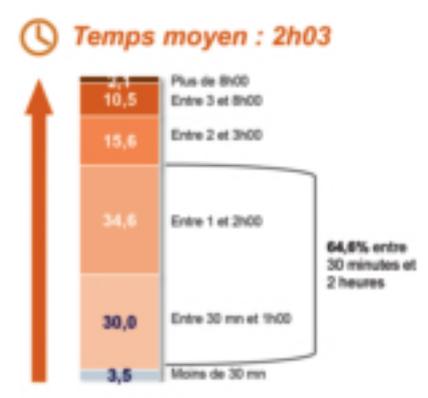


Fréquence de jeu par sexe

	Homme	Femme
Jamais	21%	32%
Occasionnellement (2 à 3 fois par an)	19%	23%
De temps en temps (2 à 3 x par mois)	12%	17%
Régulièrement (au moins 2x par semaine)	16%	25%
Tous les jours ou presque	22%	13%



Temps passé à jouer (%)





Plateforme de jeu vidéo par sexe

	Homme	Femme
PC	67%	66%
Consoles de salon	51%	57%
Smartphone	45%	54%
Consoles portables	37%	22%
Tablettes	29%	38%
Box ADSL ou câble	14%	12%

Source : GfK

Appareils utilisés (%)

Appareil	6-9 ans	10-14 ans	15-24 ans	25-34 ans	35 ans et +
Ordinateur	50,2	67,0	68,8	67,7	68,7
Console de jeux de salon	54,9	68,2	67,0	55,2	41,7
Console de jeux portable	48,8	51,4	33,3	28,3	16,5
Tablette	49,3	47,5	31,7	27,8	26,1
Ordiphone	26,6	46,3	59,6	47,8	33,1

DES PRATIQUES DIFFÉRENCIÉES

Côté fréquence de jeu, il faut noter que, selon les études, entre le quart (GfK/Sell) et la moitié de joueurs (Ifop/CNC) interrogés jouent tous les jours et dans tous les cas à 80 % plusieurs fois par mois. Mais cela ne va pas sans disparité puisque que la durée de session de jeu la plus souvent pratiquée est de 30 minutes à 2 heures, selon l'Ifop, mais le temps moyen dépasse les 2h (2h03). Les adultes jouent moins régulièrement mais à des sessions plus longues (2h09 en moyenne contre 1h38). De même, les femmes jouent un peu moins souvent que les hommes. La tendance est très nettement à la multiplication des supports pour chaque joueur (tablette + console, smartphone + PC...). Les plus volatils dans le domaine restent les enfants qui additionnent les supports (et sont la première catégorie sur consoles portables et tablettes). Il faut noter la forte prépondérance des plateformes fixes qui dominent largement les pratiques de jeu : le PC en premier lieu avec, selon l'Ifop, 66 % (et une grande stabilité entre les générations après 10 ans) des joueurs malgré une baisse, puis les consoles de salon qui progressent à 53,9 % (et qui sont plébiscitées par les 10-25 ans). Côté supports mobiles, les smartphones (42 %) dominent assez largement les tablettes qui passent elles-mêmes devant les consoles portables (32 % contre 29,1 %). Les autres types de supports (TV connectée, box...) restent marginaux. Les femmes sont particulièrement présentes sur les nouvelles plateformes de jeu (smartphones et tablettes) et sur PC (66 %), selon GfK. Cette répartition sexuelle entre les plateformes est corroborée par la répartition entre les genres de jeux. Les jeux de sport et d'affrontement (plutôt utilisés sur console ou PC) restent l'apanage des hommes, tandis que les femmes jouent plus souvent à des jeux pour enfants, sociaux ou de cartes (surtout présents sur PC, smartphones et tablettes). ■

ABONNEMENT

MultiMedia
À LA UNE

77€

(tarif France) 11 numéros par an

- 77 € : France
- 87 € : Europe
- 97 € : Dom-Tom & Etranger

à renvoyer chez BSC Publications 11, rue de Sévres - 75006 PARIS

Nom : Prénom :

Société :

Adresse :

Code postal : Ville : Pays :

N° tel : N° d'identification TVA CEE :

Je joins à ce bulletin d'abonnement mon règlement (nous n'acceptons pas les mandats) par chèque bancaire ou chèque postal à l'ordre de BSC Publications, d'un montant de 77 euros TTC (France), 87 euros (Europe), 97 euros (Dom-Tom, Etranger). Je recevrai une facture sous un mois.