

# Jeu Vidéo : Le Nouvel El Dorado de la Tech et du Retail

MultiMédia  
À LA UNE

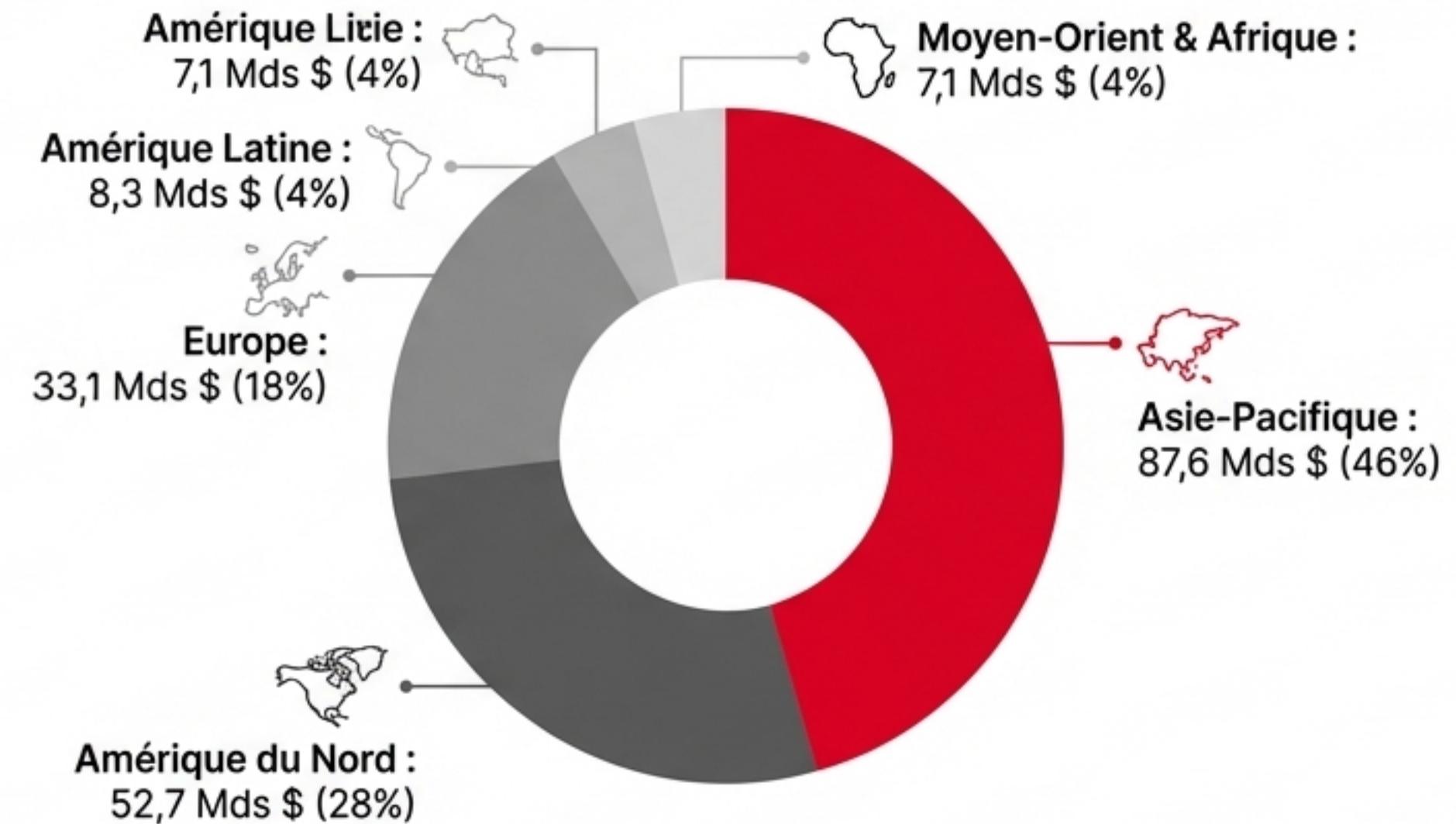
# Un Léviathan Mondial : L'Industrie du Jeu Vidéo en Chiffres

**188,8  
Milliards \$**

Valeur du marché mondial 2025  
(+3,4% vs 2024)

**3,6 Milliards**

Nombre de joueurs dans le monde  
(61,5% de la population connectée)



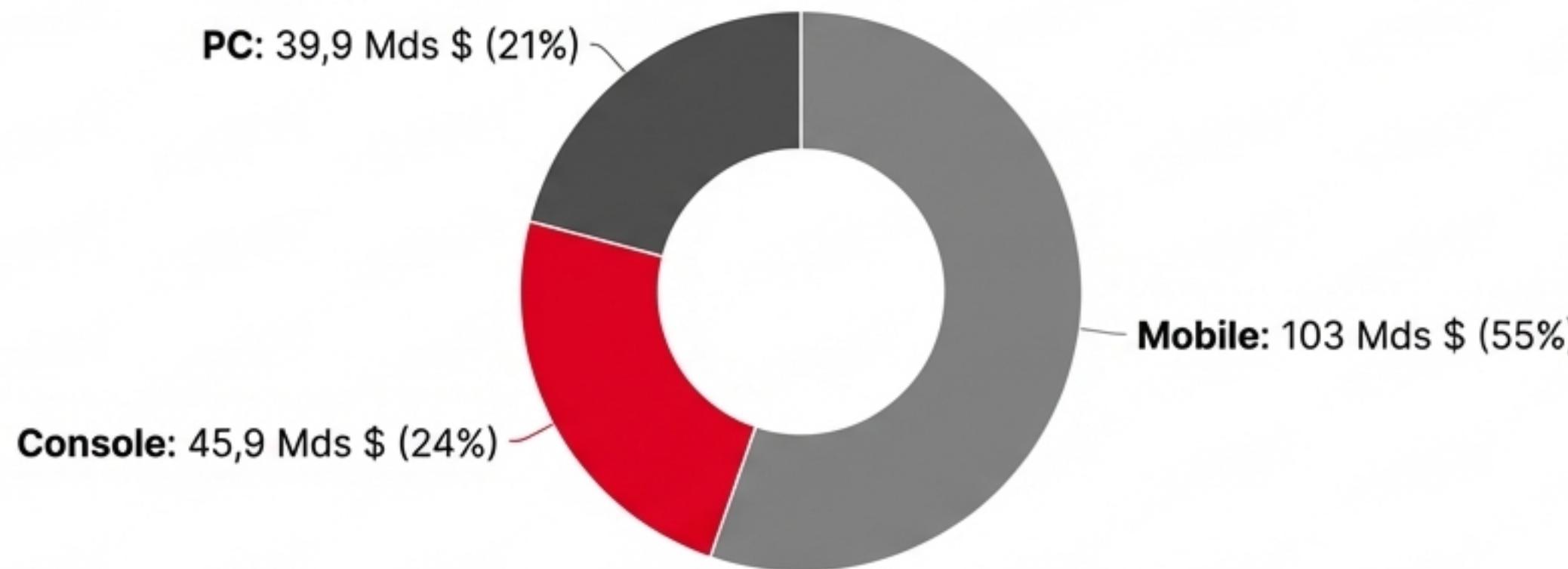
*Le jeu vidéo est l'un des plus grands marchés du divertissement au monde, surpassant de nombreuses industries traditionnelles.*

Source : Newzoo

# Les Moteurs de la Croissance : Mobile, Console et PC

Le mobile domine en nombre de joueurs, mais le segment console représente une valeur considérable et une croissance robuste.

2025 global revenue split par platforms



Joueurs Mobile

**3 Milliards**

83% du total



Joueurs Console

**645 Millions**

18% du total



Joueurs PC

**936 Millions**

26% du total

# La France, une Nation de Joueurs

# 40,2 millions

C'est le nombre de Français qui ont joué aux jeux vidéo en 2025.



Âge moyen

**40 ans**



Parité quasi-atteinte

51% d'hommes / 49%  
de femmes



Une base qui s'élargit

88% des joueurs sont des  
adultes (+4 pts en un an)

Le nombre de joueuses a  
augmenté de 800 000 en un  
an.

*Le jeu vidéo n'est plus une niche, mais un loisir de masse profondément ancré dans la société française.*

# Au-delà des Clichés : Un Public Mature et Diversifié



L'audience du jeu vidéo est majoritairement adulte, ce qui implique un pouvoir **d'achat direct** et des habitudes de consommation établies.

# Un Hobby Central, Pas une Mode Passagère

L'engagement des joueurs est profond et en croissance, signalant un marché résilient.

**76%**

des joueurs sont réguliers  
(pratique au moins 1 fois par  
semaine)

**7h55**

C'est la durée de jeu hebdomadaire  
moyenne pour les joueurs réguliers  
(+38 minutes en un an)

**52%**

des joueurs jouent au moins  
une fois par jour

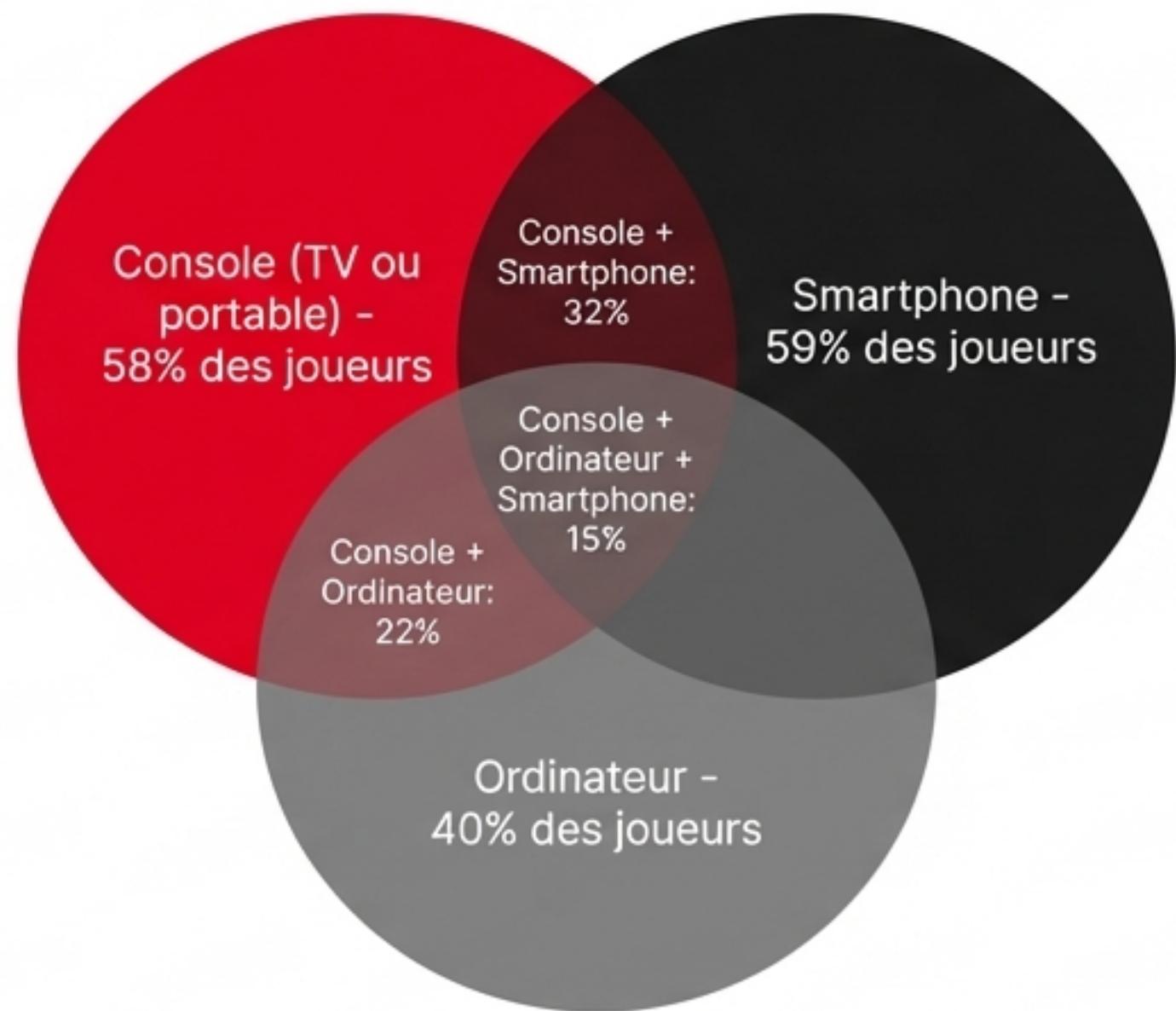
## Focus sur les adultes

Le nombre de joueurs adultes réguliers est en hausse de +3 points par rapport à 2024.

## Implication pour le business

Un engagement élevé favorise la récurrence des dépenses (DLC, accessoires, abonnements...).

# L'Arsenal du Consommateur : L'Écosystème Multi-Plateforme

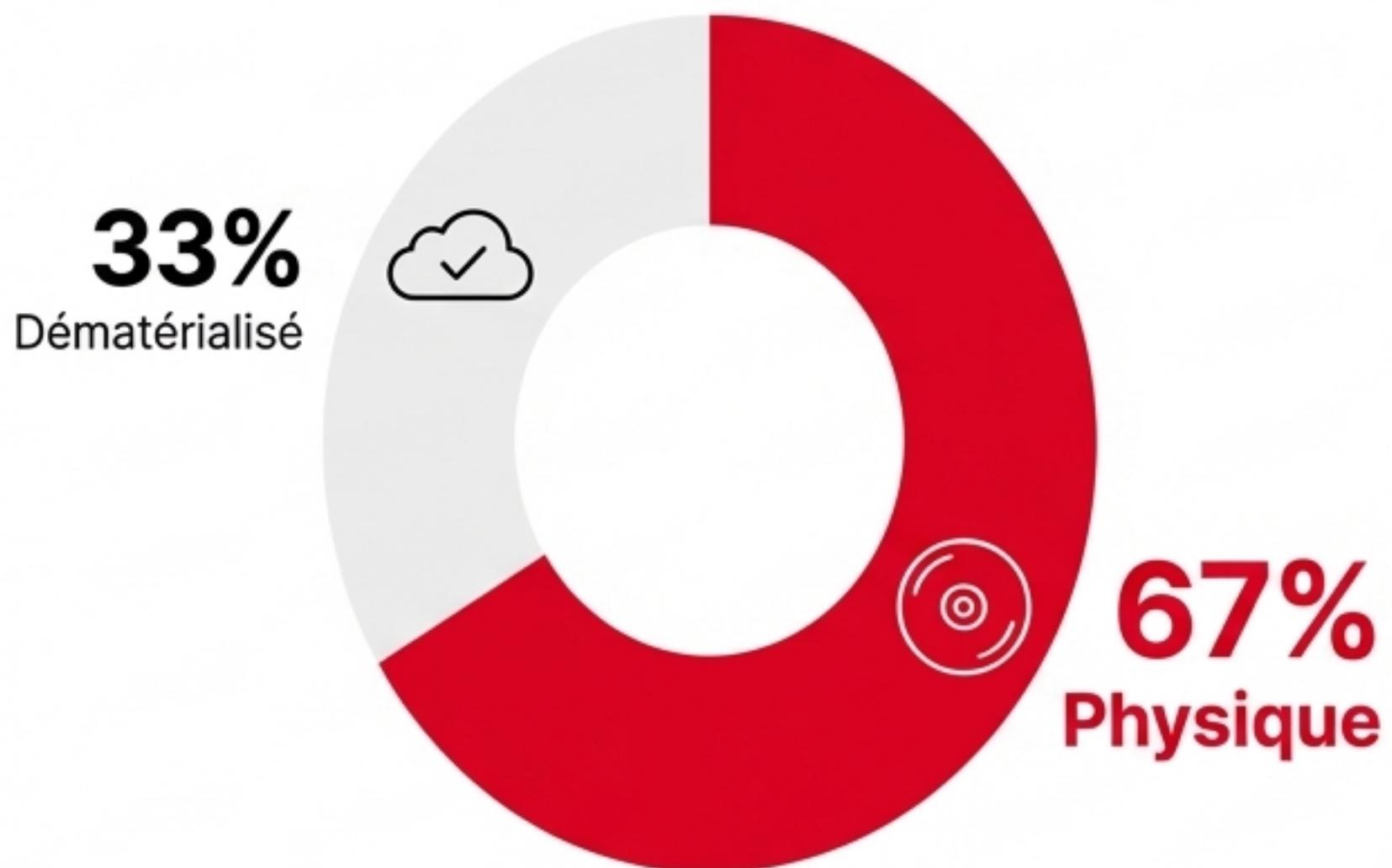


Les joueurs ne sont pas cloisonnés à une seule plateforme.  
Les stratégies de vente doivent adresser cet écosystème complet.

Source : SELL/Médiamétrie

Un joueur utilise en moyenne  
**2,2** supports différents.

# Le Physique Fait de la Résistance



## Pourquoi le format physique est-il toujours plébiscité ?



- Pour le plaisir de l'objet / en faire la collection (48%)



- Pour pouvoir les échanger ou les prêter (44%)



- Pour offrir un jeu physique (41%)



- Pour pouvoir le revendre ensuite (40%)

**La dématérialisation n'a pas tué le jeu en boîte. Les atouts tangibles du produit physique restent un puissant levier d'achat.**

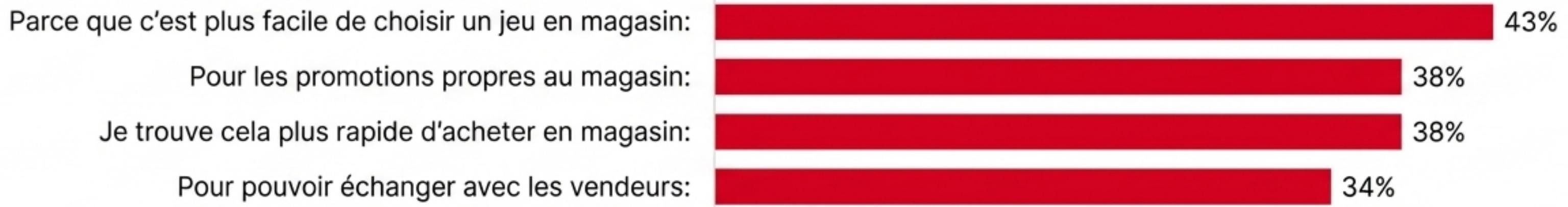
Source : SELL/Médiamétrie

# Le Magasin Reste la Destination Privilégiée

**52% En Magasin**

**48% Sur Internet**

## Les atouts du point de vente physique

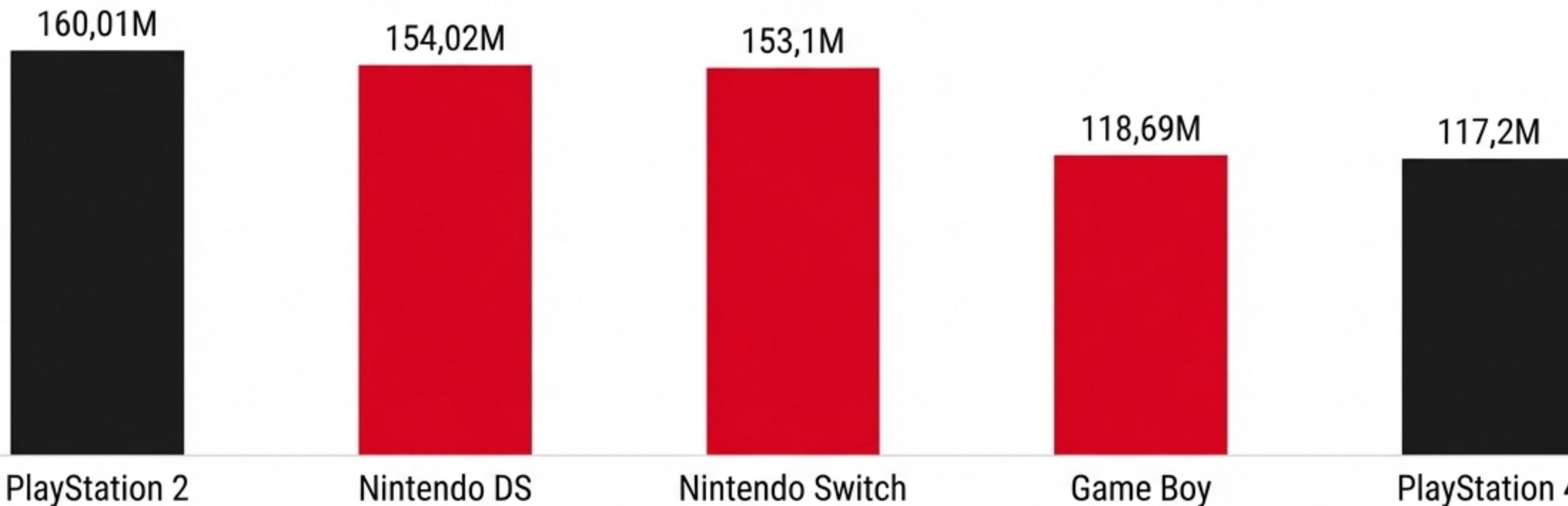


L'expérience en magasin (conseil, promotions, facilité) est un différentiateur clé que l'e-commerce ne remplace pas entièrement.

# L'Arène des Titans : Un Duopole Forgé au Japon

Depuis 30 ans, Sony et Nintendo dominent sans partage le marché des consoles de salon.

**Consoles de Salon les Plus Vendues de Tous les Temps (en Millions d'Unités)**



**Statistique choc:** Sony et Nintendo placent 9 machines dans le Top 10 des consoles les plus vendues de tous les temps.

# Le Champ de Bataille Actuel : PS5 vs. Switch

## Sony PlayStation 5



- Parc installé: **80 millions d'unités**
- Position: La valeur sûre du marché, un leader bien établi.

## Nintendo Switch & Switch 2



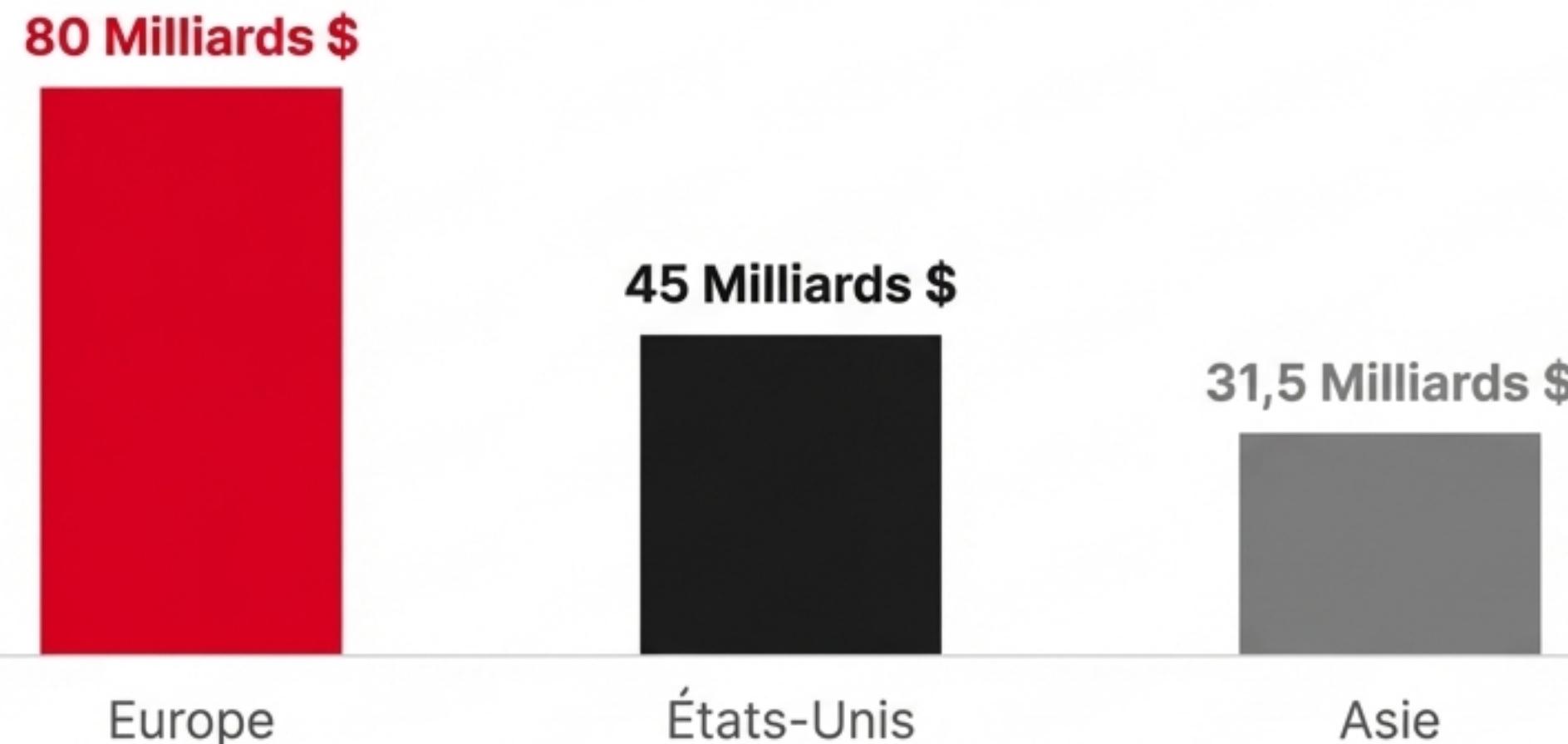
- Parc installé (Switch 1): 153,1 millions d'unités (un héritage colossal)
- Ventes (Switch 2): 5,82 millions d'unités sur le premier trimestre (un démarrage 'sur les chapeaux de roue')
- Position: Un écosystème puissant avec un renouvellement dynamique.

**La compétition entre un leader installé et une nouvelle génération explosive maintient le marché dynamique et à haute valeur.**

# L'Europe, Marché le Plus Lucratif pour les Consoles

En valeur, le marché européen des consoles surpassé les marchés américain et asiatique combinés.

Valeur des Ventes de Consoles par Région (2020-2025)



## Analyse complémentaire

- Ce leadership en valeur existe malgré un nombre d'unités vendues similaire à celui des États-Unis (119,4M en Europe vs 118,8M aux US).
- Cela s'explique par un coût moyen par unité plus élevé en Europe (TVA, effets de change, etc.).

L'Europe est le joyau de la couronne pour les fabricants de consoles, représentant une opportunité stratégique majeure pour les distributeurs.

# 4 Enseignements Clés pour une Vision Stratégique



## 1. Un public devenu mainstream

Le joueur français est mature, diversifié et engagé.

**Implication :** Élargir les cibles marketing au-delà des stéréotypes traditionnels.



## 2. Un engagement multi-plateforme

Le consommateur est investi dans un écosystème (console, mobile, PC).

**Implication :** Développer des stratégies de vente 'écosystème' et de cross-selling.



## 3. La résilience du retail physique

Le magasin reste un canal d'achat privilégié pour ses avantages spécifiques (conseil, collection, etc.).

**Implication :** Investir dans l'expérience en magasin pour en faire une véritable destination.



## 4. L'Europe, eldorado des consoles

Le marché des consoles, à haute valeur, est dominé par un duopole et l'Europe en est la région la plus profitable.

**Implication :** Se concentrer sur les partenariats clés (Sony, Nintendo) et les offres premium.

# Sources & Méthodologie

Cette analyse est basée sur les données et études des sources suivantes :

- **SELL/Médiamétrie** : Pour les données du marché français.
  - Étude « Les Français et le jeu vidéo », réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025 auprès d'un échantillon représentatif de 4 001 individus de 10 à 80 ans.
- **Newzoo** : Pour les données et prévisions du marché mondial.
- **Statista (via Jasta Kranjek)** : Pour les données spécifiques au marché mondial des consoles.



# MultiMédia À LA UNE

Le journal professionnel de l'Entertainment et de l'IT.