

les études du CNC  
**octobre 2014**



# **les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français**

Cette étude a été réalisée par :



**TNS Sofres**

138 avenue Marx Dormoy 92129 Montrouge cedex  
Tel : +33 1 40 92 66 66  
Fax : +33 1 40 92 45 74  
[www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)



Centre national du cinéma et de l'image animée  
Direction des études, des statistiques et de la prospective  
12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16  
Tél : 01.44.34.38.26  
despro@cnc.fr  
www.cnc.fr

Fanny Beuré, Benoît Danard, Louis Gauthier, Alice Landrieu, Valérie Bourgoïn, Lionel Prévot

# Sommaire

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>3</b>
<b>OBJECTIFS ET METHODOLOGIE</b> .....	<b>4</b>
<b>SYNTHESE</b> .....	<b>5</b>
<b>I. LE PROFIL DES JOUEURS</b> .....	<b>9</b>
A. Les joueurs de tous types de jeux vidéo .....	9
B. Les joueurs de jeux vidéo en ligne / hors ligne.....	12
C. Equipement audiovisuel des joueurs : les foyers de joueurs sont plus équipés .....	15
D. Les loisirs culturels des joueurs : plus adeptes de cinéma et de vidéo.....	15
<b>II. LES PRATIQUES ET CONSOMMATION DES JOUEURS</b> .....	<b>17</b>
A. Durée, moment et fréquence de jeu : 48,9 % de joueurs quotidiens .....	17
B. Supports de jeu.....	18
C. Lieux de jeu.....	20
D. Modes de pratique des jeux vidéo .....	20
E. Genres de jeux .....	21
F. Motivations de jeu.....	23
G. Les pratiques des enfants.....	24
<b>III. LE JEU VIDEO EN LIGNE ET HORS LIGNE</b> .....	<b>28</b>
A. Profil des joueurs : plus jeune et masculin hors ligne .....	28
B. Durée, moment et fréquence de jeu : une activité plus souvent journalière .....	29
C. Supports et lieux de jeu : le jeu hors ligne, une activité qui se pratique davantage à l'extérieur ...	30
D. Relations entre joueurs : plus d'un joueur sur deux joue seul en ligne .....	32
E. Genres de jeu : une plus grande diversité hors ligne .....	33
F. Achat et budget : un joueur en ligne sur cinq paie pour jouer .....	34
<b>IV. LES PRATIQUES DE JEUX SELON LA TYPOLOGIE DES JOUEURS</b> .....	<b>36</b>
A. Profil des joueurs : les plus passionnés sont des hommes de 15 à 24 ans .....	36
B. Durée, moment et fréquence de jeu .....	37
C. Relations entre joueurs : plus d'un joueur passionné sur deux joue en réseau .....	39
D. Supports et lieu de jeu : le joueur passionné joue davantage sur les nouveaux supports .....	39
E. Genres de jeu : les jeux de stratégie et les jeux de rôle privilégiés .....	41
F. Motivations de jeu : d'abord du divertissement et de l'amusement.....	42
G. Achat et budget : le budget augmente avec le niveau d'intensité de jeu .....	42
<b>V. LES PRATIQUES DES JOUEURS SUR TABLETTE ET ORDIPHONE</b> .....	<b>44</b>
A. Profil des joueurs : plus jeune et féminin sur tablette et ordiphone.....	44
B. Durée, moment et fréquence de jeu : des sessions courtes et journalières .....	45
C. Lieux de jeu : la maison, principal lieu des pratiques .....	46
D. Genres de jeu : stratégie sur tablette, jeux sociaux sur ordiphone.....	47
E. Achat et budget : les jeux gratuits sont favorisés .....	48

# Objectifs et méthodologie

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) a confié à TNS Sofres la réalisation d'une étude sur les usages et comportements des joueurs de jeux vidéo en ligne et hors ligne en 2014. Cette étude analyse les pratiques des joueurs en fonction des typologies de jeux (non connectés à internet ou en ligne) et des modes d'accès (gratuit ou payant). Elle dresse notamment le profil des consommateurs de jeux vidéo selon leur niveau d'addiction (joueurs passionnés, modérés ou occasionnels). Une analyse spécifique a été menée sur les pratiques des joueurs sur tablette et téléphone mobile.

Cette étude s'appuie sur une enquête en ligne, réalisée par TNS Sofres, entre le 13 et le 25 septembre 2014, auprès d'un échantillon représentatif de 2 800 Français âgés de 6 à 65 ans dont 2 000 individus de 15 à 65 ans et 800 enfants de 6 à 14 ans. Un rendez-vous a été pris en ligne avec les parents pour que les enfants de l'échantillon âgés de 6 à 14 ans soient présents pour répondre au questionnaire. Suivant l'autonomie de l'enfant, soit les parents ont lu les questions et noter les réponses de leurs enfants, soit ils ont laissé leurs enfants répondre eux-mêmes directement aux questions posées. Il a bien été spécifié de ne pas influencer les réponses des enfants. L'ensemble des individus a été interrogé sur leurs pratiques en matière de consommation de jeux vidéo au cours des six mois précédents, c'est-à-dire du mois de mars au mois d'août 2014.

Le genre des jeux s'appuie sur une nomenclature déterminée par le CNC.

La population des joueurs se subdivise en trois catégories selon le type de jeux et le mode d'accès :

- Les joueurs ayant joué uniquement à des jeux en ligne;
- Les joueurs ayant joué uniquement à des jeux hors ligne ;
- Les joueurs ayant joué en ligne et hors ligne.

Parmi les joueurs, la distinction est également faite entre ceux qui ont payé pour jouer et les autres. Seuls les individus de 15 -65 ans sont concernés par les questions monétaires dans cette étude.

# Synthèse

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) réalise, pour la quatrième année consécutive, une analyse des pratiques de consommation des joueurs de jeux vidéo, et en particulier des joueurs en ligne et des pratiques sur tablette et ordiphone. Cette enquête a été réalisée par TNS Sofres. Cette étude analyse les pratiques des joueurs en fonction des typologies de jeux et de joueurs, des genres de jeux et des modes d'accès.

## **71,2 % des Français jouent aux jeux vidéo**

71,2 % des personnes de 6 à 65 ans interrogées en septembre 2014 déclarent avoir joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois, tous types de jeux confondus (en incluant les jeux d'argent et les jeux préinstallés). 76,7 % des hommes jouent aux jeux vidéo pour 65,9 % des femmes.

## **L'âge moyen du joueur de jeu vidéo est d'un peu plus de 31 ans**

Même si les enfants sont surreprésentés dans la population des joueurs en ligne / hors ligne (hors exclusifs jeux d'argent et jeux préinstallés) par rapport à l'ensemble de la population (les 6-14 ans représentent 14,6 % de l'ensemble de la population et 21,0 % de la population des joueurs), les adultes sont plus nombreux que les enfants à jouer aux jeux vidéo. Ainsi, les adultes de 25 à 65 ans représentent 60,1 % des joueurs. Les adultes entre 25 et 49 ans représentent 43,4 % de la population joueuse contre 42,7 % de l'ensemble de la population. En revanche, les 50-65 ans sont sous-représentés avec une part dans la population de joueurs de 16,7 % contre 27,3 % dans l'ensemble de la population. L'âge moyen du joueur de jeu vidéo est de 31,5 ans.

## **Près de la moitié des joueurs joue tous les jours**

La pratique des jeux vidéo est une activité régulière. 86,8 % des joueurs déclarent jouer à des jeux vidéo au moins une fois par semaine. Parmi eux, 48,9 % des joueurs affirment jouer tous les jours et près d'un quart des joueurs (24,3 %) joue plusieurs fois par jour. La durée moyenne d'une session de jeu est de 2h15. Un peu moins des trois quarts (71,7 %) des joueurs déclarent jouer plus d'une heure par session et plus de la moitié (52,8 %) entre une et trois heures. Les hommes jouent plus longtemps que les femmes : 2h21 en moyenne par session contre 2h07 pour les joueuses. Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans sont ceux qui effectuent les sessions de jeu les plus longues (3h00 en moyenne).

## **Près de 40 % des joueurs jouent sur ordiphone**

L'ordinateur est le principal support de jeu. Plus des deux tiers (67,5 %) des joueurs l'ont utilisé au cours des 6 derniers mois. La console de salon est en deuxième position, avec 50,9 % d'utilisateurs parmi les joueurs. L'ordiphone devient, en 2014, le troisième support de jeu le plus utilisé. Près de 40 % des joueurs ont joué sur ordiphone au cours des 6 derniers mois contre seulement 28,9 % en 2013.

### **Des joueurs mieux équipés en matériel audiovisuel**

Les foyers de joueurs sont mieux équipés en matériel audiovisuel que l'ensemble des foyers français. 58,7 % des foyers avec joueurs possèdent un ordiphone contre 54,5 % pour l'ensemble des foyers, 73,0 % possèdent au moins une console de salon contre 61,3 % de l'ensemble des foyers et 44,6 % des foyers avec joueurs possèdent au moins une console portable contre 35,6 % de l'ensemble des foyers. Le jeu vidéo est un loisir pratiqué principalement en intérieur, chez soi pour 92,1 % des joueurs ou chez des amis/en famille pour 35,6 % d'entre eux. Un tiers des joueurs (33,8 %) pratiquent cette activité en mobilité dans les transports ou à l'extérieur. C'est particulièrement vrai pour les joueurs de moins de 25 ans, 41,3 % d'entre eux jouent de façon nomade.

### **Le divertissement et l'amusement sont la première motivation des joueurs**

Pour deux tiers des joueurs (66,6 %), la pratique des jeux vidéo est motivée par une recherche de divertissement et d'amusement. Le fait de « passer le temps » constitue la deuxième raison de jeu et est invoquée par 59,6 % des joueurs de jeux vidéo. La compétition avec les autres joueurs semble plus ancrée chez les hommes. Ils sont 19,6 % à l'indiquer comme motivation de jeu (contre 11,1 % des femmes). De leur côté, les femmes évoquent plus souvent l'aspect divertissant (69,2 % contre 64,5 % des hommes) et accordent plus d'importance à la dimension éducative des jeux vidéo (13,0 % contre 10,2 %). Les joueurs pratiquent en moyenne 3,5 genres de jeux différents. Les jeux de stratégie sont pratiqués par un tiers des joueurs (33,9 %), tout comme les jeux de rôle et d'aventure (33,2 %). Viennent ensuite, les jeux d'action (27,7 % des joueurs), les jeux de cartes (26,2 %) et les jeux pour enfants/famille (25,0 %).

### **Les enfants jouent plus de façon hebdomadaire que les adultes et sur des sessions de jeux plus courtes**

92,6 % des enfants jouent au moins une fois par semaine contre 85,3 % des adultes. Le temps moyen d'une session de jeu est de 1h35 pour les enfants, contre 2h25 pour les adultes. Près de la moitié des enfants (48,2 %) jouent sur une tablette numérique contre 26,7 % des 15-65 ans. Par ailleurs, les enfants sont proportionnellement plus nombreux à jouer sur console, qu'elle soit de salon (69,7 % d'entre eux, contre 45,8 % des adultes) ou portable (59,7 % contre 22,8 %). Ils jouent plus souvent chez des amis et/ou en famille (50,8 % des enfants contre 31,6 % des joueurs adultes) et en mobilité lors de longs trajets (34,1 % contre 21,6 % des adultes). Les enfants jouent moins souvent à l'école (2,7 %) que les adultes ne jouent sur leur lieu de travail (12,5 %).

Parmi les genres les plus appréciés se trouvent les jeux pour enfants et/ou famille (pratiqués par 53,9 % des enfants). Viennent ensuite les jeux de rôle/aventure (38,3 % des enfants) et les jeux de plateforme (32,1 %). Les motivations de jeu exprimées par les enfants diffèrent sensiblement de celles des adultes. 76,3 % des enfants considèrent que le jeu vidéo est une activité divertissante ou amusante, contre 64,0 % des adultes.

### **Le jeu en ligne : pratique plus fréquente et longue, plus solitaire**

Une grande partie des joueurs (46,2 %) jouent à la fois hors ligne et en ligne. 26,7 % des joueurs jouent exclusivement en ligne et 27,1 % ne jouent qu'hors ligne. La pratique du jeu en ligne est plus régulière. 49,1 % des joueurs jouent en ligne tous les jours dont 25,5 % plusieurs fois par jour. Hors ligne, ces taux sont respectivement de 32,9 % et 13,6 %. Pour le jeu en ligne, le joueur privilégie l'ordinateur utilisé par 72,1 % des joueurs en ligne, tandis qu'ils sont 27,0 %

à jouer en ligne sur une console de salon. Le jeu hors ligne est généralement pratiqué sur plusieurs supports dédiés : la console de salon pour 57,4 % des joueurs, l'ordinateur pour 45,9 % et la console portable pour 34,1 %. Le jeu vidéo en ligne apparaît plus solitaire que le jeu vidéo non connecté. Près de la moitié des joueurs (48,8 %) jouent toujours seuls en ligne (37,2 % pour les jeux hors ligne). Un peu plus d'un quart des joueurs en ligne paie pour jouer (28,0 %), contre près des trois quarts des joueurs hors ligne (72,0%). Entre mars et août 2014, les joueurs ayant dépensé pour jouer ont consacré en moyenne 56,64 € à des jeux en ligne pour 26,2 jeux en moyenne et 65,79 € à des jeux hors ligne pour 5,5 jeux.

#### **42,4 % des joueurs sont des passionnés**

Entre mars et août 2014, la répartition entre ces trois types de joueurs est inégale. 42,4 % des joueurs sont passionnés, 32,1 % sont modérés et 25,5 % occasionnels. Le profil des joueurs passionnés est plus masculin et se concentre davantage entre 15 et 34 ans par rapport à l'ensemble des joueurs. Les joueurs occasionnels concernent une population plus jeune : 15,0 % d'entre eux sont des jeunes enfants (6-9 ans).

#### **Les joueurs passionnés jouent fréquemment et plus longtemps**

Les sessions de jeu du joueur passionné sont trois fois plus longues que celles du joueur modéré (3h51 contre 1h16) et cinq fois plus que celles du joueur occasionnel (49 minutes). 74,8 % des joueurs passionnés jouent au moins une fois par jour, tandis que 53,6 % des joueurs modérés jouent de façon journalière et 58,9 % des joueurs occasionnels jouent de manière hebdomadaire. Les joueurs passionnés sont plus nombreux à jouer la nuit. Ils sont 13,4 % à jouer la nuit, contre 7,4 % parmi les modérés et 2,6 % parmi les occasionnels. Les occasionnels sont plus nombreux à jouer toujours tout seul. Ils sont 42,5 % à jouer toujours tout seul contre 36,1 % des passionnés et 37,0 % des modérés.

#### **Plus d'un joueur adulte passionné sur deux joue en réseau**

Les passionnés sont plus nombreux à jouer avec d'autres joueurs. Ils sont 14,1 % pour 11,3 % des modérés et 4,0 % des occasionnels. Plus d'un joueur passionné sur deux (54,7 %) joue en réseau. Ils sont 30,3 % parmi les joueurs modérés et 21,9 % parmi les joueurs occasionnels. Les joueurs passionnés sont plus nombreux à jouer en ligne (82,7 % d'entre eux) qu'hors ligne (72,3 %). C'est l'inverse pour les joueurs occasionnels qui privilégient davantage le jeu hors ligne (75,7 %) au jeu en ligne (54,6 %).

#### **86,2 % joueurs passionnés paient pour jouer hors ligne**

Les joueurs passionnés qui dépensent pour jouer ont tendance à dépenser plus que les autres types de joueurs. Pour jouer en ligne, ils ont ainsi dépensé 63,6 € en moyenne entre mars et août 2014, contre 39,6 € pour les joueurs occasionnels et 44,1 € pour les modérés. Le budget des passionnés pour les jeux hors ligne est en moyenne de 80,3 €, contre 56,8 € pour les joueurs modérés et 36,2 € pour les joueurs occasionnels.

#### **Ordiphone et tablette : le jeu démocratisé**

Les ordiphones sont utilisés comme support de jeux par 39,9 % des joueurs au global et par plus d'un joueur sur deux (56,0 %) dans un foyer équipé. Le pourcentage de joueurs sur tablette est plus faible (31,2 %), mais cette dernière est utilisée comme un support de jeux vidéo par une proportion plus importante de joueurs équipés (58,9 % d'entre eux).

Le profil des joueurs sur tablette et ordiphone est plus jeune que celui de l'ensemble des joueurs. 32,5 % des joueurs sur tablettes sont des enfants de 6-14 ans. Les joueurs sur tablette et sur ordiphone sont majoritairement féminins (respectivement 51,1 % et 50,2 %). Les durées moyennes de sessions de jeu sur tablette (1h48) et sur ordiphone (2h00) sont inférieures à la moyenne tous supports (2h15).

### **L'ordiphone, le jeu en mobilité**

Les tablettes et les ordiphones sont avant tout destinés au jeu nomade et de nombreux joueurs pratiquent les jeux à l'extérieur. Cependant, la tablette semble être moins utilisée pour jouer en mobilité puisque seuls 12,0 % des joueurs l'utilisent pour jouer lors de courts trajets dans les transports contre 43,9 % pour les ordiphones et 17,8 % des joueurs tous supports confondus. A l'inverse, l'ordiphone est davantage un support de jeu en toute circonstance, puisque près d'un joueur sur quatre (25,7 %) y joue à l'école ou au travail. Néanmoins, jouer chez soi demeure la pratique majoritaire pour les joueurs, quel que soit le support de jeu. 73,7 % des joueurs sur ordiphone et 88,8 % des joueurs sur tablette jouent à la maison.

### **Les jeux gratuits dominent les pratiques des joueurs sur tablette et téléphone mobile**

69,3 % des joueurs adultes sur ordiphone et 62,1 % des joueurs adultes sur tablette ont joué uniquement gratuitement sur ces terminaux entre mars et août 2014. Près des trois quarts des joueurs (64,2 %) ayant payé pour jouer sur ordiphone ont dépensé moins de 15 € sur la période 54,2 % des joueurs sur tablette ont dépensé moins de 15 €. Les joueurs sont plus enclins à dépenser sur tablette que sur ordiphone. Le pourcentage de joueurs ayant dépensé entre 15 € et 45 € pour jouer est bien plus élevé sur tablette (31,3 %) que sur ordiphone (22,5 %). Ainsi, le montant moyen dépensé par les joueurs ayant payé pour jouer est de 26,93 € sur tablette, contre 19,88 € sur ordiphone.

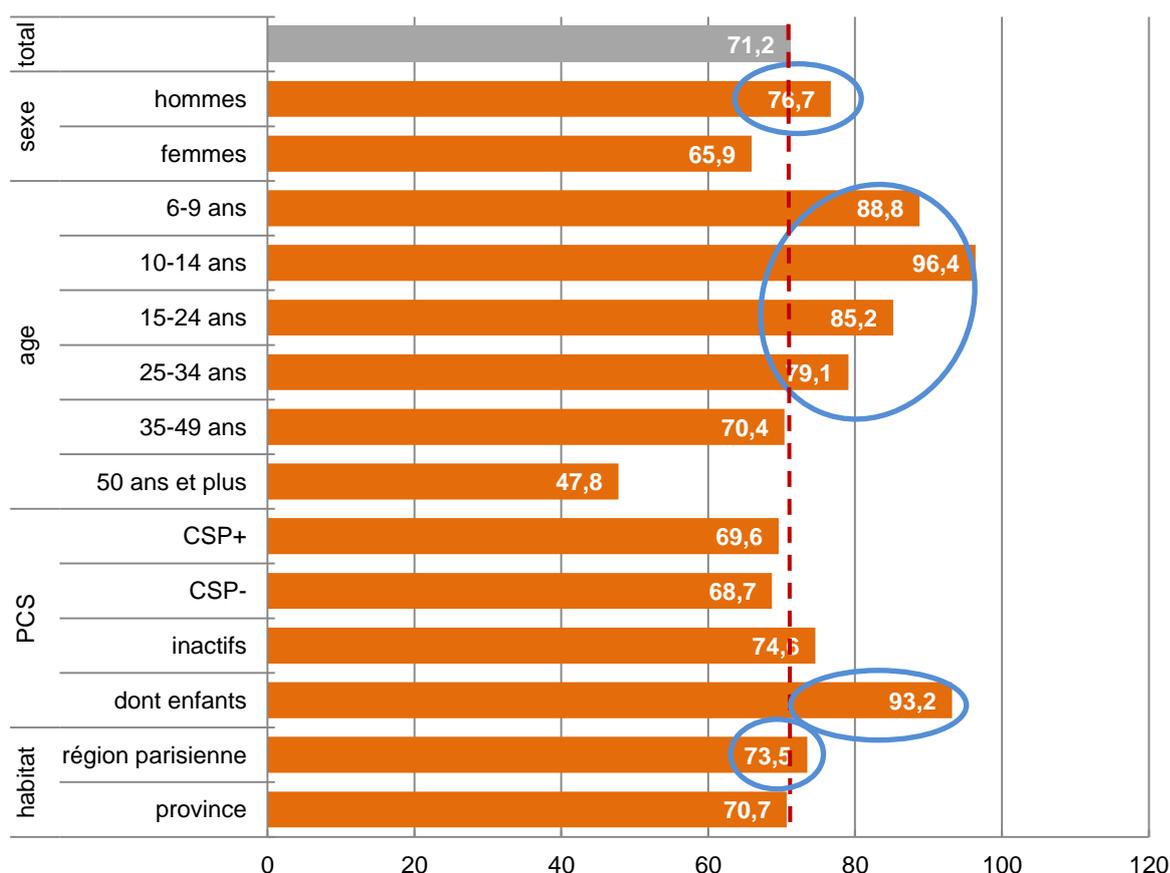
# I. Le profil des joueurs

## A. Les joueurs de tous types de jeux vidéo

En septembre 2014, 71,2 % des Français âgés de 6 à 65 ans, soit 33,9 millions de personnes, déclarent avoir joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois, tous types de jeux confondus c'est-à-dire en incluant les jeux d'argent et les jeux préinstallés. Parmi ces joueurs 81,9 % sont des joueurs de jeux vidéo en ligne ou hors ligne, 10,1 % sont des joueurs exclusifs de jeux vidéo pré-installés, 1,0 % sont des joueurs exclusifs de jeux d'argent.

76,7 % des hommes jouent aux jeux vidéo pour 65,9 % des femmes. Ce sont chez les jeunes que la pénétration est la plus élevée et notamment chez les 10-14 ans qui sont 96,4 % à jouer aux jeux vidéo. Viennent ensuite les 6-9 ans avec 88,8 % de joueurs et les 15-24 ans (85,2 % de joueurs). A noter également le taux de pénétration élevé des 25-34 ans qui sont 79,1 % à jouer. 73,5 % des habitants de la région parisienne sont joueurs de jeux vidéo pour 70,7% de provinciaux.

Pénétration de tous types de jeux vidéo (%)



La population de joueurs de jeux vidéo (tous types de jeux vidéo) est plutôt masculine, jeune, inactive et parisienne. La population des joueurs compte 53,1 % d'hommes et 46,9 % de femmes.

### Répartition des joueurs tous jeux vidéo selon le sexe (%)

	répartition	
	joueurs	ensemble
hommes	53,1	49,3
femmes	46,9	50,7
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Par ailleurs, la part des jeunes dans la population de joueurs est plus importante que la part des jeunes dans la population totale. Ainsi, les 6-24 ans représentent-ils 37,5 % de l'ensemble des joueurs contre 30,0 % pour l'ensemble de la population. Il en est de même pour les adultes entre 25 et 49 ans qui représentent 44,2 % de la population joueuse contre 42,7 % de l'ensemble de la population. En revanche, les 50 -65 ans sont sous-représentés avec une part dans la population de joueurs de 18,3 % contre 27,3 % dans l'ensemble de la population.

Même si les enfants sont surreprésentés dans la population des joueurs par rapport à l'ensemble de la population (les 6-14 ans représentent 14,6 % de l'ensemble de la population et 19,1 % de la population des joueurs), les adultes sont plus nombreux que les enfants à jouer aux jeux vidéo. Ainsi, les adultes de plus de 25 ans représentent presque deux tiers de l'ensemble des joueurs (62,5 % des joueurs). L'âge moyen du joueur de jeu vidéo est de 32,6 ans contre 36,4 ans pour l'ensemble de la population.

### Répartition des joueurs tous jeux vidéo selon l'âge (%)

	répartition	
	joueurs	ensemble
6-9 ans	8,0	6,4
10-14 ans	11,1	8,2
15-24 ans	18,4	15,4
25-34 ans	18,0	16,2
35-49 ans	26,2	26,5
50 -65 ans	18,3	27,3
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Les inactifs représentent 39,6 % des joueurs quand leur part dans la population française est de 37,8 %. Parmi la population inactive, les enfants représentent 19,1 % de l'ensemble des joueurs contre 14,6 % dans la population totale.

### Répartition des joueurs tous jeux vidéo selon la catégorie socioprofessionnelle (%)

	répartition	
	joueurs	ensemble
CSP+	30,8%	31,5%
CSP-	29,7%	30,8%
inactifs	39,6%	37,8%
<i>dont enfants</i>	<i>19,1%</i>	<i>14,6%</i>
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

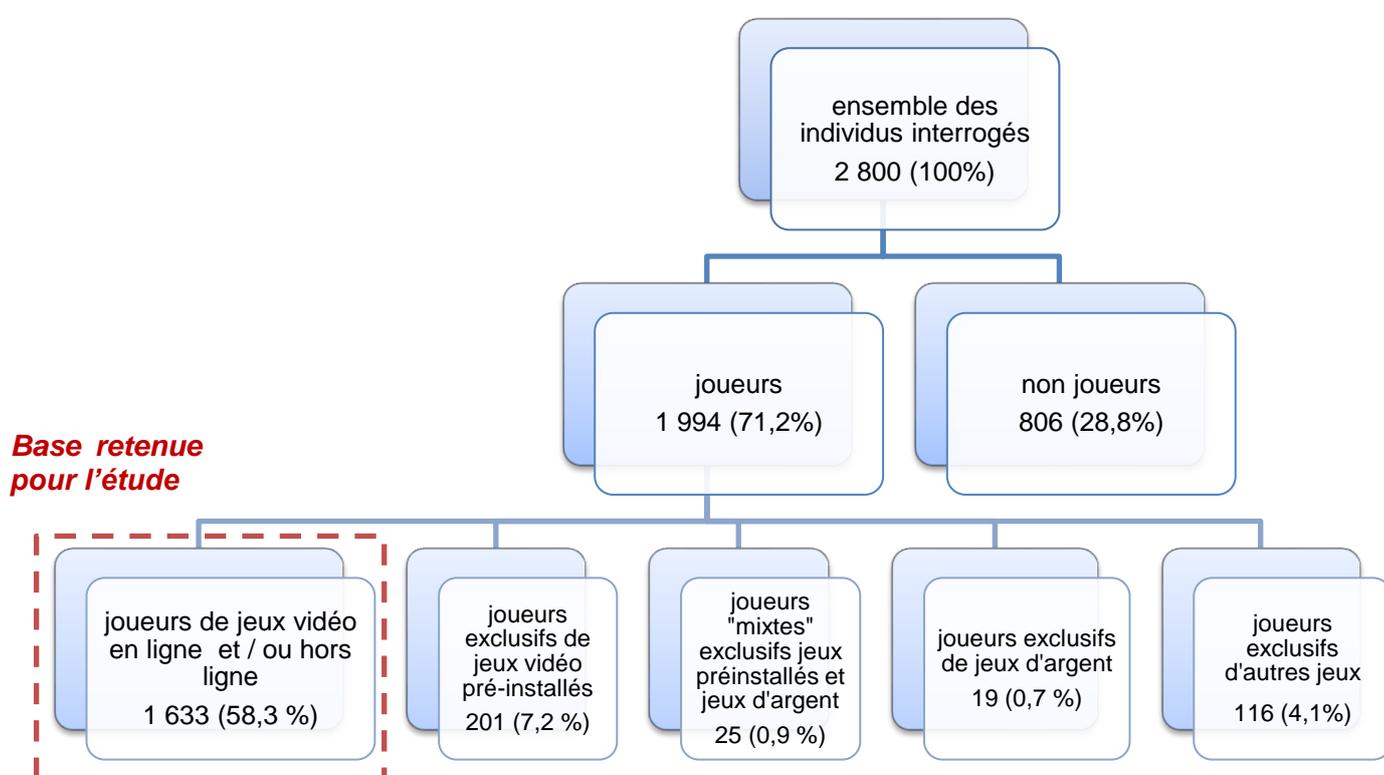
Les joueurs habitent proportionnellement plus en région parisienne que l'ensemble de la population française. Si 19,9 % des Français habitent cette région, ils sont 20,5 % parmi les joueurs.

## Répartition des joueurs tous jeux vidéo selon le lieu de résidence (%)

	répartition	
	joueurs	ensemble
région parisienne	20,5	19,9
province	79,5	80,1
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Parmi les Français âgés de six -65 ans, 41,8 % sont joueurs de jeux vidéo préinstallés (de type Snake, Démineur ou Solitaire). 42,5 % sont joueurs de jeux vidéo « en ligne », c'est-à-dire en étant connectés à Internet, et 42,7 % sont joueurs de jeux vidéo « hors ligne ».

## Répartition des différents types de joueurs



Lecture : Entre mars et août 2014, 71,2 % de la population française de 6 à 65 ans a joué à des jeux vidéo. 58,3 % a joué à des jeux vidéo en ligne et hors ligne, hors joueurs exclusifs de jeux-vidéo préinstallés et/ou jeux d'argent.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

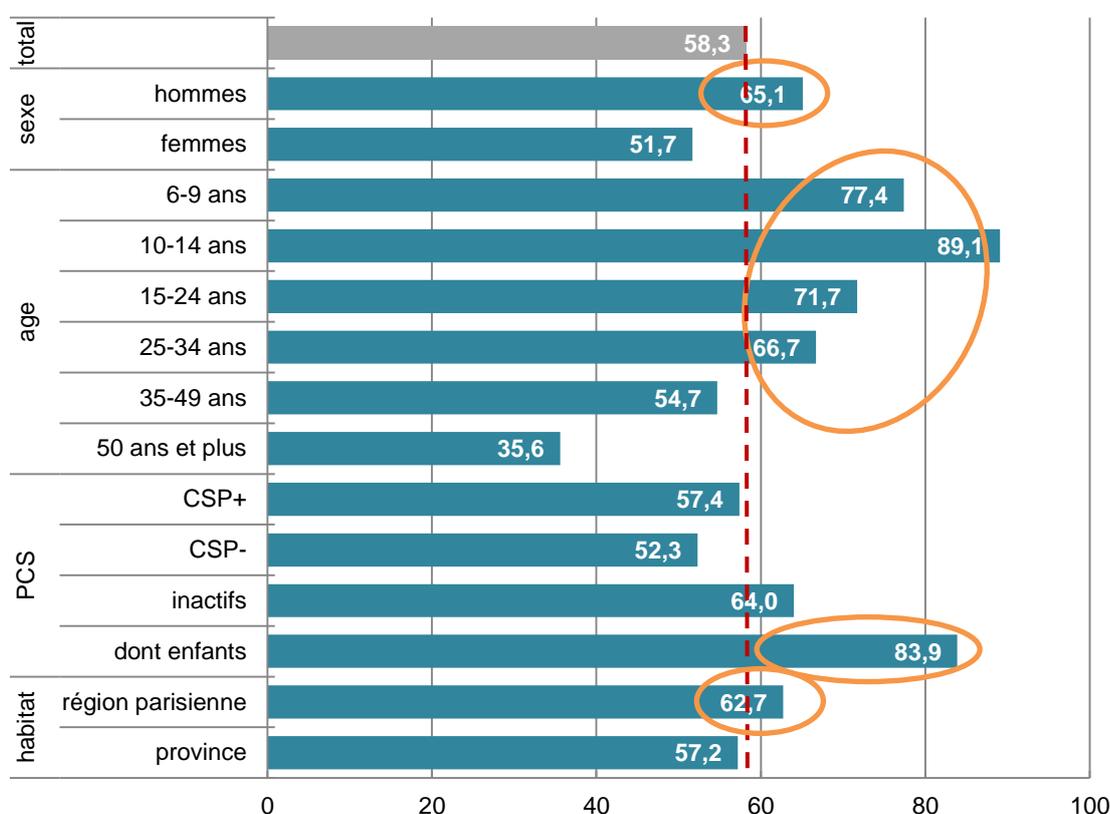
***Dans la suite de l'étude, la population des « joueurs de jeux vidéo » correspond à la population de joueurs ayant joué en ligne (connecté à internet) et/ou hors ligne (non connecté à internet), à l'exclusion des individus jouant uniquement à des jeux préinstallés (type « démineur » ou « snake »), ainsi que ceux jouant exclusivement à des jeux qui permettent de gagner de l'argent (paris sportifs, paris hippiques, poker, jeux de hasard...).***

## B. Les joueurs de jeux vidéo en ligne / hors ligne

Selon la définition des « joueurs de jeux vidéo » retenue dans cette étude (hors joueurs exclusifs de jeux préinstallés ou permettant de gagner de l'argent), la part des Français âgés de 6 à 65 ans ayant joué à un jeu vidéo au cours des six derniers mois s'élève, en septembre 2014, à 58,3 %.

Si plus d'un Français sur deux a joué aux jeux vidéo au cours des six derniers mois, cette part varie beaucoup en fonction de la cible considérée. La pénétration du jeu vidéo est ainsi plus importante que la moyenne auprès des hommes (65,1 % de joueurs) et des plus jeunes (77,4 % chez les enfants de 6 à 9 ans, 89 % chez les 10-14 ans, 71,7 % chez les 15-24 ans). Elle est également un peu plus importante chez les habitants de la région parisienne (62,7 %).

### Pénétration des jeux vidéo (%)

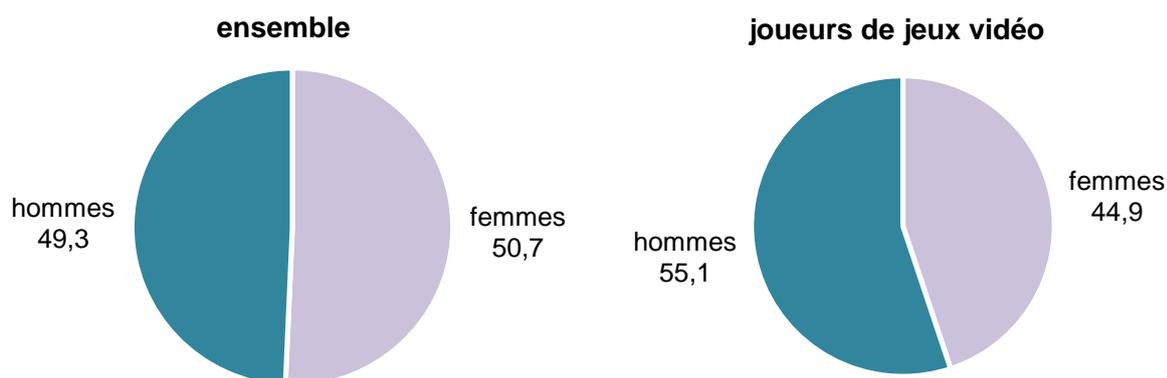


Lecture : Entre mars et août 2014, 65,1 % de la population française masculine âgée de 6 à 65 ans a joué à des jeux vidéo.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

La population des joueurs de jeux vidéo (à l'exclusion des joueurs exclusifs de jeux préinstallés ou de jeux d'argent) est plutôt masculine, jeune, inactive et parisienne.

La répartition des joueurs selon le sexe fait apparaître une surreprésentation masculine. En effet, la population française dans son ensemble, est composée de plus de femmes à 50,7 % que d'hommes à 49,3 %. A l'inverse, la population des joueurs compte 55,1 % d'hommes et 44,9 % de femmes.

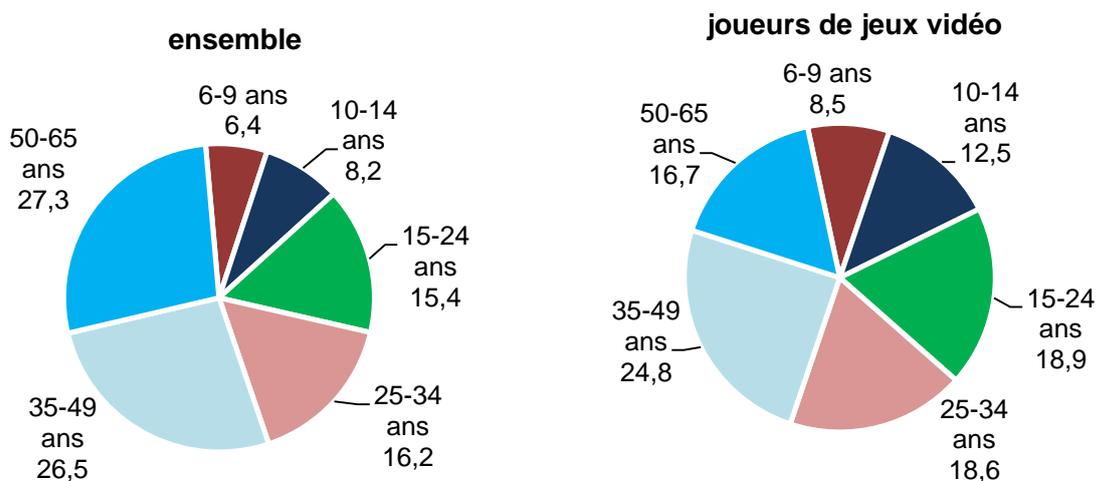
## Répartition des joueurs de jeu vidéo selon le sexe (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 55,1 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans sont des hommes ; la part des hommes dans la population française est de 49,3 %.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

La part des jeunes dans la population de joueurs est plus importante que la part des jeunes dans la population totale. Ainsi, les enfants de 6 à 14 ans représentent-ils 21,0 % de l'ensemble des joueurs contre 14,6 % pour l'ensemble de la population. Il en est de même pour la tranche d'âge des 6-24 ans dont la part dans la population joueuse est de 39,9 % pour 30,0 % dans l'ensemble de la population. Les adultes entre 25 et 49 ans sont également surreprésentés dans la population des joueurs avec 43,4 % de la population joueuse contre 42,7 % de l'ensemble de la population. En revanche, les 50-65 ans sont sous-représentés avec une part dans la population de joueurs de 16,7 % contre 27,3 % dans l'ensemble de la population. La part des adultes dans la population des joueurs est plus importante que celle des enfants. Ainsi, les 25-65 ans représentent 60,1 % des joueurs et les jeunes de 6 à 24 ans 39,9 %. L'âge moyen du joueur de jeu vidéo en ligne / hors ligne est de 31,5 ans.

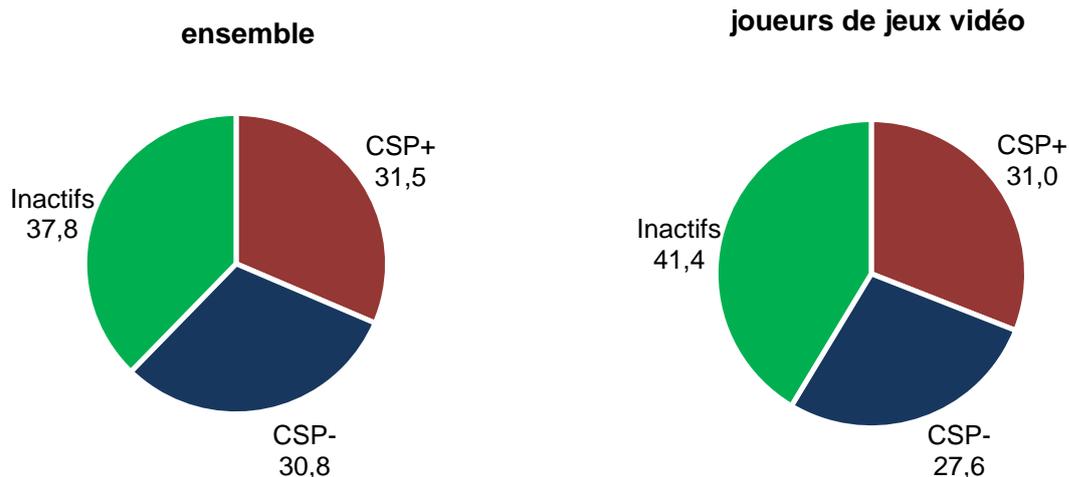
## Répartition des joueurs de jeu vidéo selon l'âge (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 12,5 % des joueurs ont entre 10 et 14 ans ; la part des enfants âgés de 10 à 14 ans dans la population française est de 8,2 %.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014

Les inactifs représentent 41,4 % des joueurs, entre mars et août 2014, quand leur part dans la population française est de 37,8 %. Parmi ces inactifs, sont compris les adultes sans activité professionnelle et les enfants. Ces derniers représentent 21,0 % des joueurs. La part de catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) au sein des joueurs est comparable à leur poids au sein de la population française. En revanche, la part de CSP- au sein des joueurs est plus faible que dans l'ensemble de la population française. Les foyers de joueurs comptent en moyenne 3,3 personnes contre 3,1 personnes pour l'ensemble des foyers. Ils ont plus d'enfants (0,9 enfant) que les foyers dans leur ensemble (0,7 enfant).

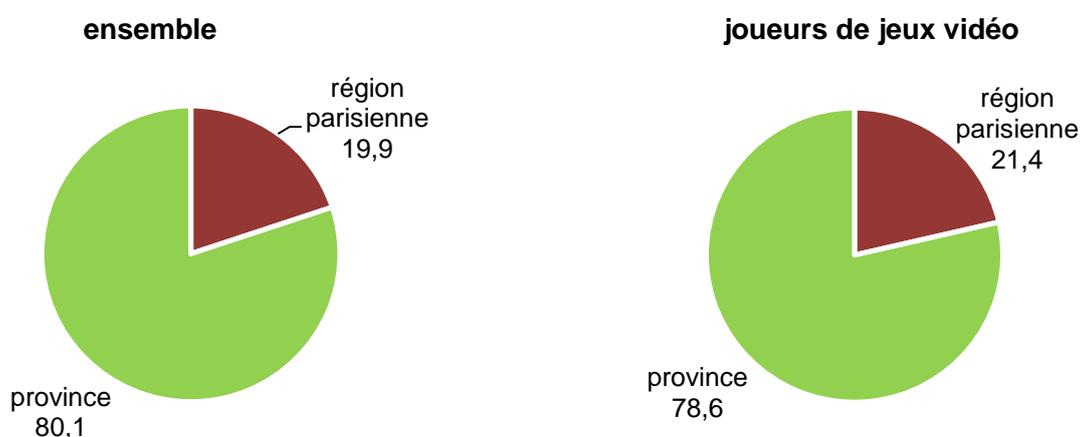
#### Répartition des joueurs de jeu vidéo selon la catégorie socioprofessionnelle (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 41,4 % des joueurs sont inactifs ; la part des inactifs dans la population française est de 37,8 %. NB : La question de la profession de l'individu n'a été posée qu'aux adultes. Les enfants de 6-14 ans sont automatiquement intégrés au sous-total *inactifs*. Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les joueurs habitent proportionnellement plus en région parisienne que l'ensemble de la population française. Si 19,9 % des Français habitent cette région, ils sont 21,4 % parmi les joueurs.

#### Répartition des joueurs de jeu vidéo selon le lieu de résidence (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 21,4 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans habitent en région parisienne ; la part des habitants de région parisienne dans la population française est de 19,9 %. Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### C. Equipement audiovisuel des joueurs : les foyers de joueurs sont plus équipés

Les foyers comprenant au moins un joueur sont en moyenne plus équipés en matériel audiovisuel que l'ensemble des foyers français. Ils possèdent en moyenne 4,7 types d'équipements différents, contre 4,3 pour l'ensemble des foyers.

69,4 % des foyers de joueurs sont équipés d'ordinateur portable et 55,4 % d'ordinateur fixe (respectivement 68,6 % et 55,8 % pour l'ensemble des foyers). Le taux d'équipement en ordiphone est supérieur de 4,2 points pour les foyers de joueurs (58,7 % contre 54,5 % pour l'ensemble des foyers). Naturellement, la plus grande différence concerne les appareils dédiés aux jeux vidéo. 73,0 % des foyers avec joueurs possèdent au moins une console de salon contre 61,3 % de l'ensemble des foyers et 44,6 % des foyers avec joueurs possèdent au moins une console portable contre 35,6 % de l'ensemble des foyers.

Il convient de noter que les taux d'équipement constatés dans cette étude sont plus élevés que dans certaines autres publications, le questionnaire de cette enquête ayant été administré par internet à une population de moins de 65 ans.

#### L'équipement audiovisuel des foyers français (%)

	ensemble	joueurs de jeux vidéo
<b>ordinateur</b>	<b>85,4</b>	<b>84,6</b>
ordinateur portable	68,6	69,4
ordinateur fixe	55,8	55,4
ordiphone (type iPhone...)	54,5	58,7
tablette	40,3	45,5
téléphone portable (hors ordiphone)	26,4	23,5
<b>console de salon</b>	<b>61,3</b>	<b>73,0</b>
<b>console portable</b>	<b>35,6</b>	<b>44,6</b>
télévision (connectable ou smart TV)	21,3	22,7
aucun de ces équipements	2,5	0,9

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### D. Les loisirs culturels des joueurs : plus adeptes de cinéma et de vidéo

Pour rappel, les spectateurs de cinéma sont les Français étant allés au cinéma au moins une fois au cours des douze derniers mois, par opposition aux non spectateurs. Les spectateurs **assidus** sont définis comme ceux allant au moins une fois par semaine au cinéma, les spectateurs **réguliers** y allant au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les **occasionnels** au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les **habitués** du cinéma regroupent les assidus et les réguliers. Les mêmes définitions sont utilisées pour la fréquence d'achat et de location vidéo.

Les joueurs de jeux vidéo louent et achètent plus de vidéos (Blu-ray, DVD, VàD) et vont davantage au cinéma que l'ensemble des Français. 32,5 % des joueurs sont des habitués des salles obscures, contre 27,5 % de l'ensemble de la population. En effet, 14,0 % d'entre eux déclarent être des habitués de la location vidéo au cours des 12 derniers mois, contre 10,4 %

de la population nationale. De même, les habitués de l'achat de DVD, Blu-ray et/ou VàD représentent 15,1 % des joueurs, contre 10,2 % de la population totale.

#### Les loisirs culturels des joueurs de jeux vidéo (%)

	ensemble	joueurs de jeux vidéo
<b>habitudes de fréquentation cinéma</b>	100,0	100,0
assidu	3,9	4,8
régulier	23,6	27,7
occasionnel	45,8	47,5
non spectateur	26,7	20,0
<b>habitudes de location vidéo</b>	100,0	100,0
assidu	4,6	6,5
régulier	5,8	7,5
occasionnel	8,6	8,8
non loueur	81,1	77,1
<b>habitudes d'achat vidéo</b>	100,0	100,0
assidu	2,1	3,5
régulier	8,1	11,6
occasionnel	30,6	31,9
non acheteur	59,1	53,0

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

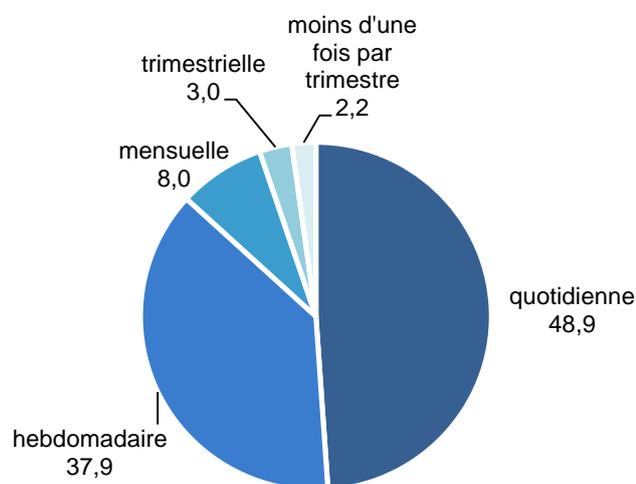
## II. Les pratiques et consommation des joueurs

### A. Durée, moment et fréquence de jeu : 48,9 % de joueurs quotidiens

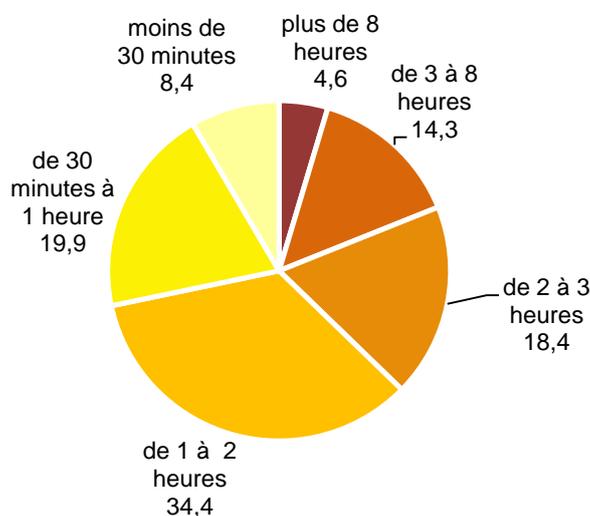
La pratique des jeux vidéo est une activité régulière. 86,8 % des joueurs déclarent jouer à des jeux vidéo au moins une fois par semaine. Parmi eux, 48,9 % de joueurs affirment jouer tous les jours et près d'un quart des joueurs (24,3 %) jouent plusieurs fois par jour. 37,9 % jouent entre une et trois fois par semaine. Les joueurs âgés de 10 à 14 ans sont ceux qui jouent le plus fréquemment, puisque 95,9 % d'entre eux jouent au moins une fois par semaine.

Jouer à des jeux vidéo est également une activité chronophage. La durée moyenne d'une session de jeu est de 2h15. Un peu moins des trois quarts (71,7 %) des joueurs déclarent jouer plus d'une heure par session et la moitié (52,8 %) entre une et trois heures. Seuls 8,4 % des joueurs ont des sessions de jeux de moins de 30 minutes et 4,6 % ont des sessions de plus de 8 heures. De façon générale, les hommes jouent plus longtemps que les femmes : 2h21 en moyenne par session contre 2h07 pour les joueuses. Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans sont ceux qui effectuent les sessions de jeu les plus longues (3h00 en moyenne).

Répartition des joueurs selon la fréquence de consommation des jeux vidéo (%)



Répartition des joueurs selon le temps moyen de session (%)



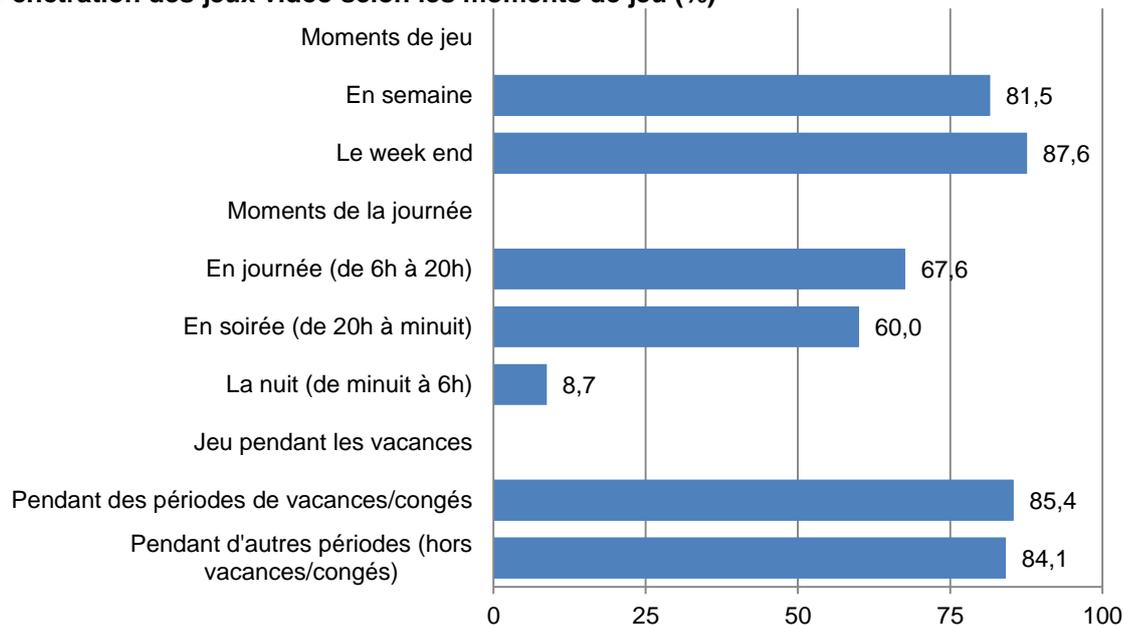
Fréquence quotidienne = joue tous les jours ; hebdomadaire = joue au moins une fois par semaine mais moins d'une fois par jour ; mensuelle = joue au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine ; trimestrielle = joue au moins une fois par trimestre mais moins d'une fois par mois.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les jeux vidéo sont pratiqués plutôt en journée qu'en soirée et davantage le week-end qu'en semaine. Une minorité (8,7 %) des joueurs pratiquent cette activité la nuit (entre minuit et 6 heures). La pratique nocturne du jeu vidéo concerne davantage les hommes (11,0 % des joueurs, contre 5,9 % des joueuses). Une part significative des joueurs nocturnes est âgée de 18 à 24 ans (27,4 %) et près des deux tiers (65,4 %) n'a pas d'enfants.

La pratique du jeu vidéo semble assez peu tributaire des périodes de congés et/ou vacances pour l'ensemble des joueurs. En revanche, les plus jeunes jouent plus fréquemment pendant les périodes de vacances : 97,2 % des joueurs âgés de 6 à 17 ans jouent pendant les vacances. Etant donné que les deux mois d'été sont compris dans la période des « six derniers mois » sur lequel porte l'enquête, ces résultats sont à examiner avec précaution.

### Pénétration des jeux vidéo selon les moments de jeu (%)



Source : CNC – TNS Sofres 2014.

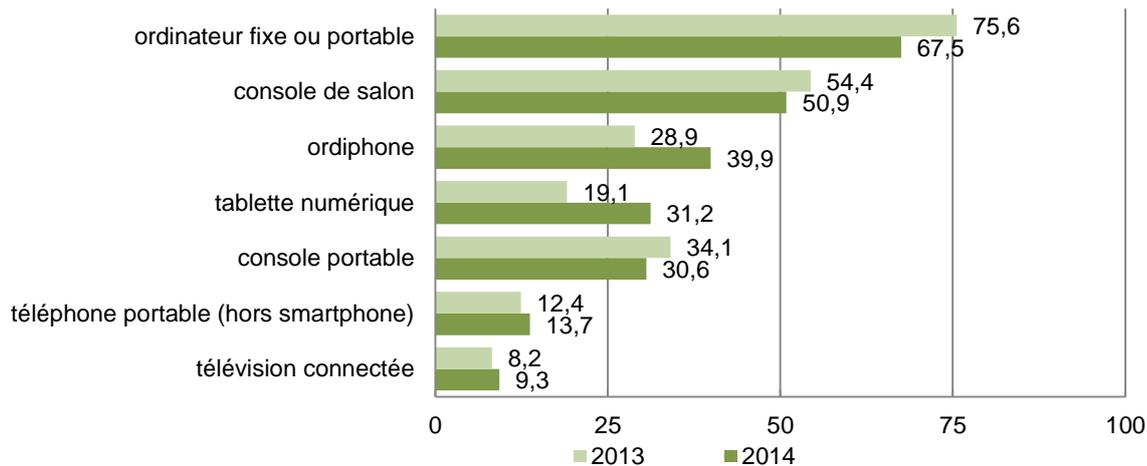
## B. Supports de jeu

Les plates-formes de lecture de jeux vidéo sont nombreuses et les joueurs utilisent en moyenne 2,4 supports différents.

L'ordinateur (fixe ou portable) est le principal support de jeu. Plus des deux tiers (67,5 %) des joueurs l'ont utilisé au cours des 6 derniers mois. La console de salon est en deuxième position, avec 50,9 % d'utilisateurs parmi les joueurs. L'ordiphone devient, en 2014, le troisième support de jeu le plus utilisé : près de 40 % des joueurs ont joué sur ordiphone au cours des 6 derniers mois alors qu'ils étaient 28,9 % en 2013 (Etude CNC – TNS Sofres, *Les pratiques de consommation de jeu vidéo des Français en 2013*).

La tablette numérique est utilisée pour jouer par 31,2 % des joueurs, contre 19,1 % des joueurs en 2013, devant la console portable dont le taux de pénétration est de 30,6 % (34,1 % en 2013). La télévision fait office de support de jeux pour 9,3 % des joueurs, que ce soit via un service de jeux à la demande proposé par un fournisseur d'accès à internet ou via une télévision connectée.

## Pénétration des jeux vidéo selon la plate-forme de jeu (%)



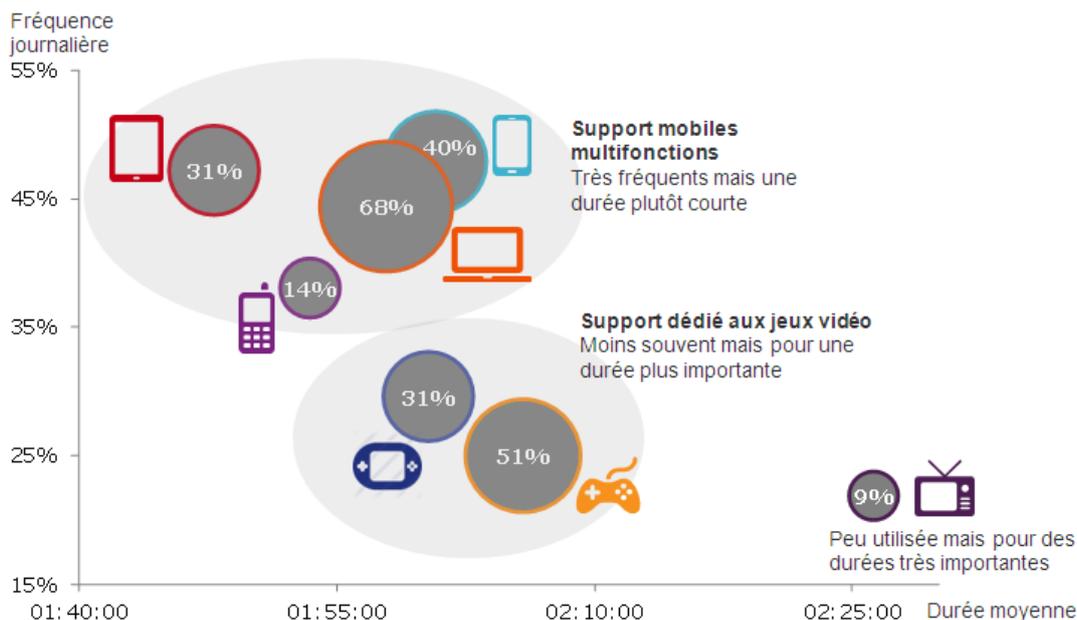
Lecture : Entre mars et août 2014, 67,5 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont utilisé un ordinateur fixe ou portable pour jouer à des jeux vidéo.

Source : CNC – TNS Sofres 2014, CNC – TNS Sofres 2013 (enquête réalisée entre le 11 et le 25 mars 2013)

La tablette apparaît comme le support utilisé le plus quotidiennement (47,2 % des joueurs sur tablette y jouent tous les jours) mais sur des durées de jeux courtes (1h48 en moyenne). A l'inverse, la télévision connectée est le support qui est utilisé le moins quotidiennement (seulement 21,9 % de joueurs quotidiens) mais pour des durées de jeu plus longues (2h24 en moyenne).

Deux groupes de supports se distinguent. D'une part, les supports dédiés aux jeux vidéo (console portable et de salon) : ils se caractérisent par une faible part d'utilisateurs quotidiens, mais des durées de sessions longues. D'autre part, les supports mobiles multifonctions (ordinateurs, tablettes, ordiphones, autres téléphones portables) : ils comptent une forte part d'utilisateurs quotidiens, avec des durées de sessions courtes.

## Cartographie des supports en fonction de leurs usages



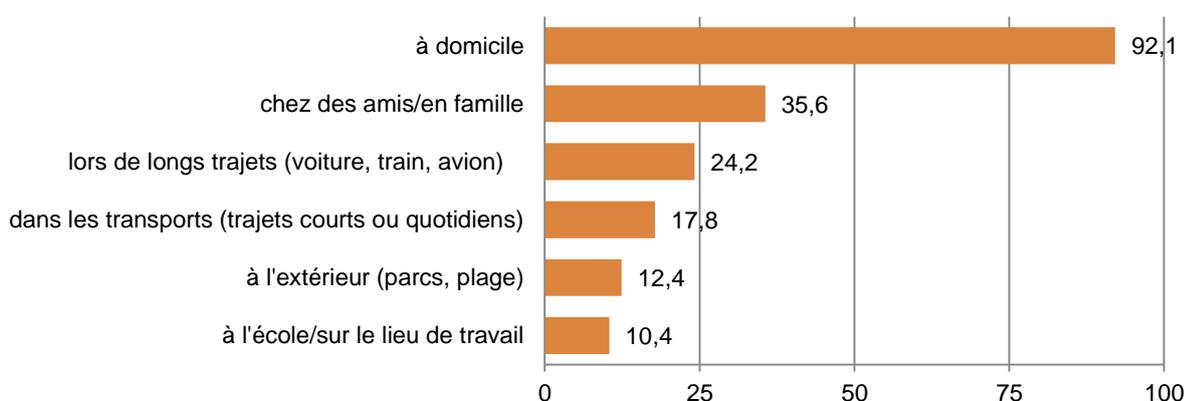
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## C. Lieux de jeu

La multiplicité des plates-formes de lecture permet une pratique variée du jeu vidéo. De nombreux lieux peuvent être investis par cette activité. En moyenne, les joueurs s'adonnent au jeu vidéo dans 1,9 des lieux cités ci-dessous.

Le jeu vidéo est un loisir pratiqué principalement en intérieur (chez soi pour 92,1 % des joueurs ou chez des amis/en famille pour 35,6 % d'entre eux). Les joueurs pratiquant cette activité en famille ou chez des amis sont plutôt des enfants de moins de 15 ans et des jeunes de 15 à 24 ans. Un tiers des joueurs (33,8 %) pratiquent cette activité en mobilité (dans les transports ou à l'extérieur). C'est particulièrement vrai pour les joueurs de moins de 25 ans (41,3 % d'entre eux jouent de façon nomade).

### Pénétration des jeux vidéo selon le lieu de jeu (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 92,1 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont joué à des jeux vidéo à domicile.  
Source : CNC – TNS Sofres.

## D. Modes de pratique des jeux vidéo

Le jeu vidéo est un loisir qui apparaît plutôt solitaire ou familial. Les trois quarts (75,9 %) des joueurs déclarent jouer aux jeux vidéo plutôt seuls dont 38,1 % y jouent systématiquement seuls. 17,1 % des joueurs jouent autant seuls qu'à plusieurs. Ils sont 7,1 % à jouer majoritairement à plusieurs, dont 1,7 % jouent systématiquement à plusieurs.

Parmi les joueurs ne jouant pas toujours seuls, ils sont près de trois sur quatre à jouer en famille (72,5 %), plus de un sur deux à jouer avec des amis (52,0 %) et seulement 17,0 % avec d'autres personnes.

Parmi les joueurs ne jouant pas toujours seuls, les femmes jouent davantage en famille que les hommes (76,6 % contre 69,6 %). Les hommes pratiquent davantage cette activité avec des amis (54,4 % d'entre eux, contre 48,9 % des femmes) ou avec d'autres joueurs (18,2 % des hommes contre 15,6 % des femmes).

### Répartition des joueurs de jeux vidéo selon les conditions de jeu (%)

	ensemble des joueurs	joueuses femmes	joueurs hommes
toujours seul	38,1	39,3	37,1
seul la plupart du temps	37,8	38,1	37,6
autant seul qu'à plusieurs	17,1	15,2	18,7
la plupart du temps à plusieurs	5,4	5,4	5,4
toujours à plusieurs	1,7	2,1	1,3

Lecture : Entre mars et août 2014, 38,1 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont toujours joué seuls à des jeux vidéo.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### Pénétration des jeux vidéo selon les partenaires de jeu (%)

	ensemble des joueurs	joueuses femmes	joueurs hommes
en famille	72,5	76,6	69,6
avec des amis	52,0	48,9	54,4
avec d'autres joueurs	17,0	15,6	18,2

Lecture : Entre mars et août 2014, 72,5 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ne jouant pas toujours seuls ont joué en famille.

Base : Joueurs ne jouant pas toujours seuls

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## E. Genres de jeux

La diversité des jeux vidéo disponibles et la segmentation du marché ont conduit les professionnels à regrouper les jeux vidéo selon une typologie de genre. La liste qui suit donne une définition des principaux genres de jeux vidéo.

**FPS** (First-Person Shooter) : jeux de tirs subjectifs basés sur une visée et des déplacements où l'environnement est vu à travers les « yeux » du personnage joué. Cette perspective génère une forte identification, accentuée par des graphismes en trois dimensions.

**MMORPG** (Massively Multiplayer Online Role Playing Game) ou **MMO** (Massively Multiplayer Online) : jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs. Ce type de jeux exclusivement multi-joueurs innove, notamment, par la mise en place d'univers fonctionnant 24 heures sur 24 appelés « mondes persistants ».

**Plates-formes** : Les jeux de plates-formes sont caractérisés par des sauts d'une plate-forme suspendue à l'autre ou au-dessus d'obstacles, ainsi que divers « pièges » tendus au personnage contrôlé par le joueur.

**Simulation** : les jeux de simulation visent à reproduire de manière réaliste les sensations ressenties aux commandes d'une voiture, d'un avion, d'un tank, d'un train, etc. Ils tiennent compte des lois de la physique, des limites de la réalité et d'un certain nombre de paramètres du comportement propre aux engins pilotés.

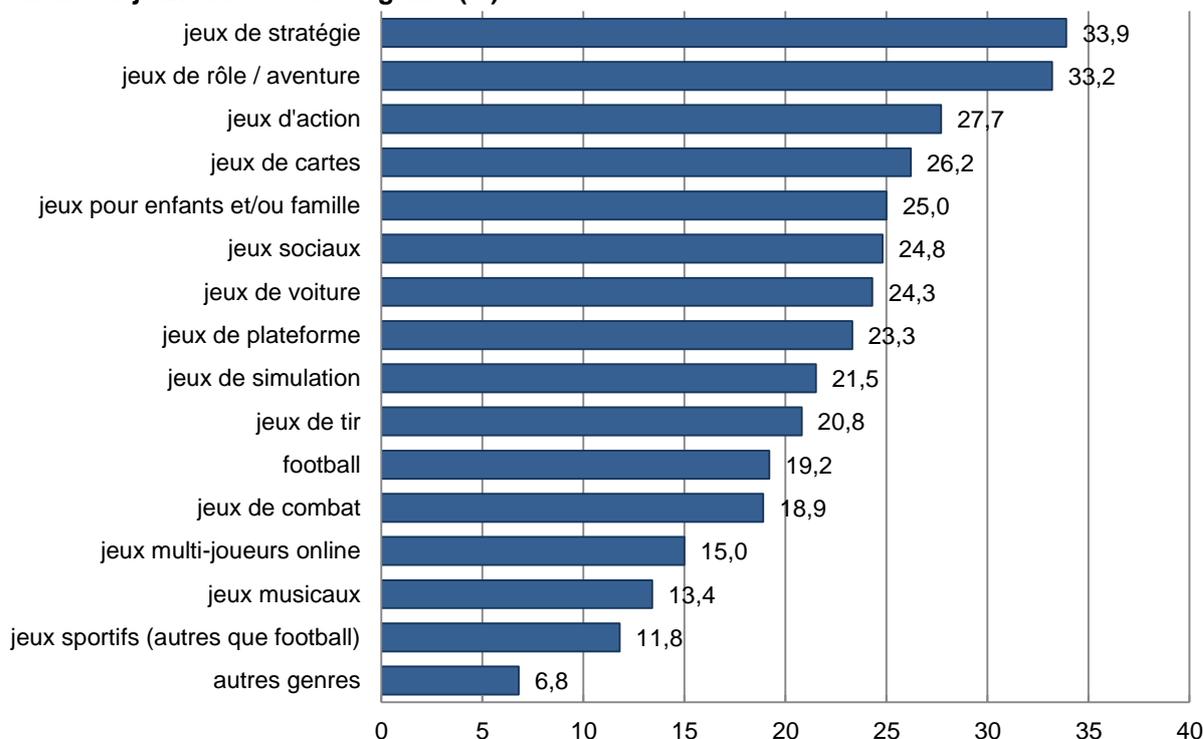
**Sport** : les jeux de sport regroupent de nombreuses disciplines telles que le golf, le tennis, le football, le hockey sur glace, l'équitation, etc. Ils placent directement le joueur dans l'action ou lui proposent de diriger une équipe.

**Stratégie** : les jeux de stratégie nécessitent réflexion habile et sens de la planification en vue d'obtenir la victoire.

**Jeux sociaux** : ou « social games ». Ces jeux sont créés pour être joués en ligne avec des amis. Ils utilisent souvent les infrastructures des réseaux sociaux et permettent aux joueurs de partager l'expérience du jeu. Ces jeux exploitent l'aspect social dans l'aspect ludique.

La diversité des genres de jeux vidéo semble séduire les joueurs, qui s'adonnent en moyenne à 3,5 genres sur les 16 proposés. Les jeux de stratégie sont pratiqués par un tiers des joueurs (33,9 %), tout comme les jeux de rôle et d'aventure (33,2 %). Viennent ensuite, les jeux d'action (27,7 % des joueurs), les jeux de cartes (26,2 %) et les jeux pour enfants/famille (25,0 %).

### Pénétration des jeux vidéo selon le genre (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 33,9 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont joué à des jeux de stratégie.

Certains genres n'étaient pas proposés systématiquement : les réponses « jeux sociaux » et « MMO » n'étaient proposées qu'aux joueurs ayant déclaré jouer en ligne.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les préférences sont très différentes selon le sexe du joueur. Les hommes jouent en moyenne à 3,8 genres, contre 3,0 genres pour les femmes. Plus d'un tiers des joueuses pratiquent les jeux de stratégie. Les joueurs, quant à eux, affectionnent en particuliers les jeux d'action, les jeux de rôle/d'aventure et les jeux de voiture (plus d'un tiers de joueurs pour chacun des genres).

### Classement des cinq genres de jeux vidéo les plus joués selon le sexe du joueur

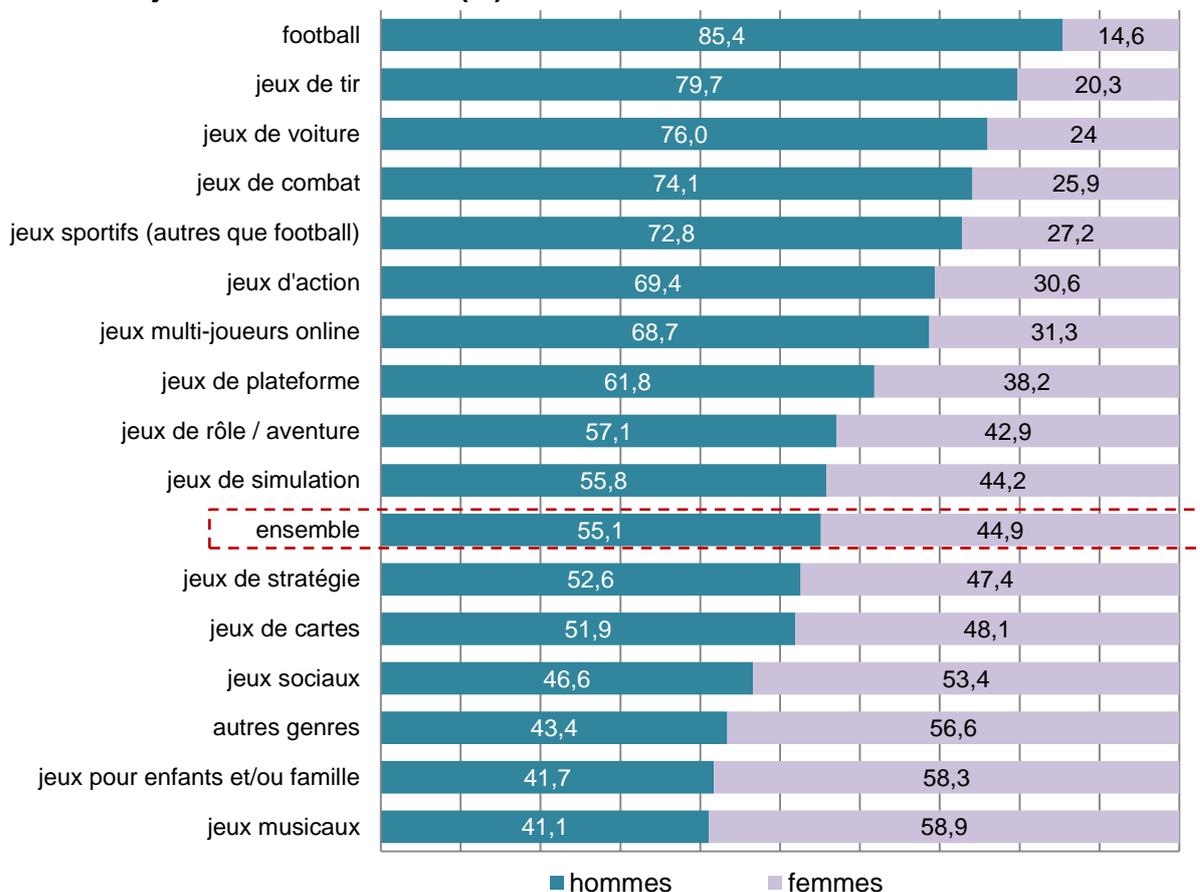
rang	femmes		hommes	
	genre	% de joueuses	genre	% de joueurs
1	jeux de stratégie	35,7	jeux d'action	34,9
2	jeux pour enfants et/ou famille	32,4	jeux de rôle / aventure	34,5
3	jeux de rôle / aventure	31,7	jeux de voiture	33,5
4	jeux sociaux	29,5	jeux de stratégie	32,4
5	jeux de cartes	28,1	jeux de tir	30,2

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

La répartition du public de chaque genre de jeu selon le sexe fait également apparaître de fortes différences. Certains genres ont un public nettement plus masculin comme les jeux de football (85,4 % de joueurs), de tir (79,7 %), de voitures (76,0 %) et de combat (74,1 %). A

l'opposé, les femmes sont surreprésentées pour les jeux musicaux (58,9 % de femmes), de jeux familiaux (58,3 %), de jeux sur les réseaux sociaux (53,4 %) et de jeux de cartes (48,1 %).

### Répartition des joueurs selon le sexe (%)



Source : CNC – TNS Sofres 2014.

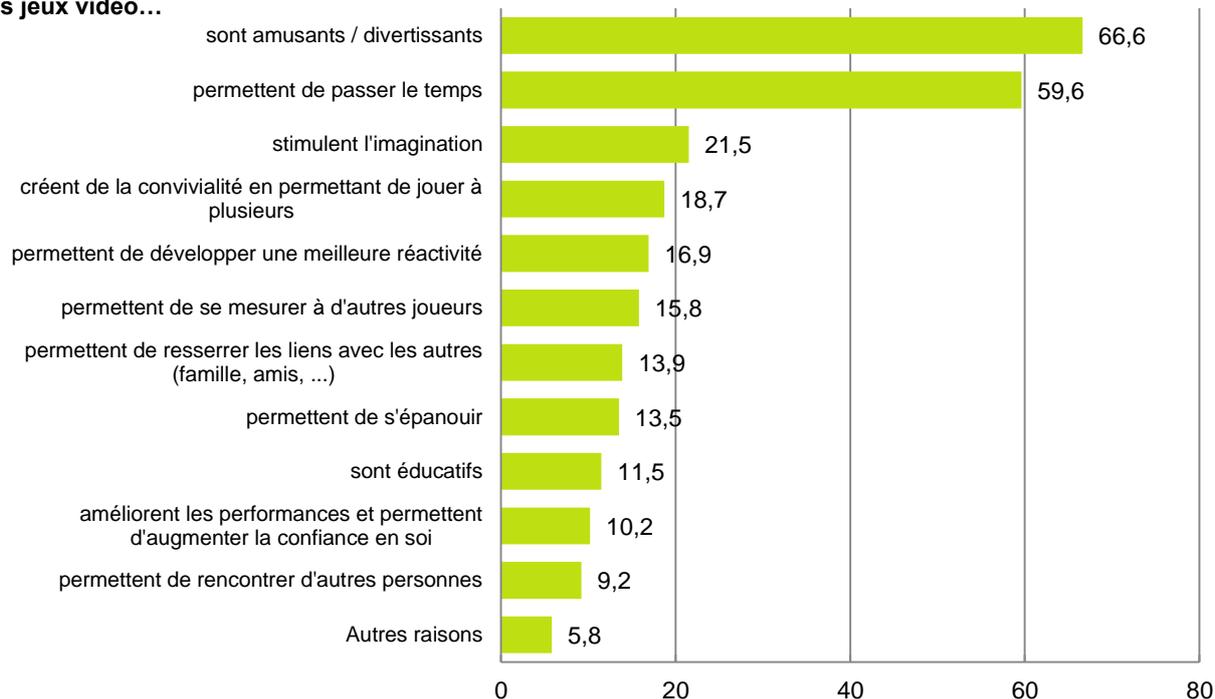
### F. Motivations de jeu

Pour deux tiers des joueurs (66,6 %), la pratique des jeux vidéo est motivée par une recherche de divertissement et d'amusement. Le fait de « passer le temps » constitue la deuxième raison de jeu et est invoquée par 59,6 % des joueurs de jeux vidéo. Pour 21,5 % des joueurs interrogés, les jeux vidéo permettent de stimuler l'imagination et pour 18,7 %, ils créent de la convivialité. Les joueurs interrogés citent en moyenne 2,6 raisons de jeux parmi les 12 proposées.

La compétition avec les autres joueurs semble plus ancrée chez les hommes. Ils sont 19,6 % à l'indiquer comme motivation de jeu contre 11,1 % des femmes. Pour les hommes plus que pour les femmes, les jeux vidéo permettent de s'épanouir (raison citée par 15,2 % des joueurs, contre 11,4 % des joueuses). De leur côté, les femmes évoquent plus souvent l'aspect divertissant 69,2 % contre 64,5 % des hommes et accordent plus d'importance à la dimension éducative des jeux vidéo (13,0 % contre 10,2 % des hommes).

## Motivations de jeux (%)

### Les jeux vidéo...



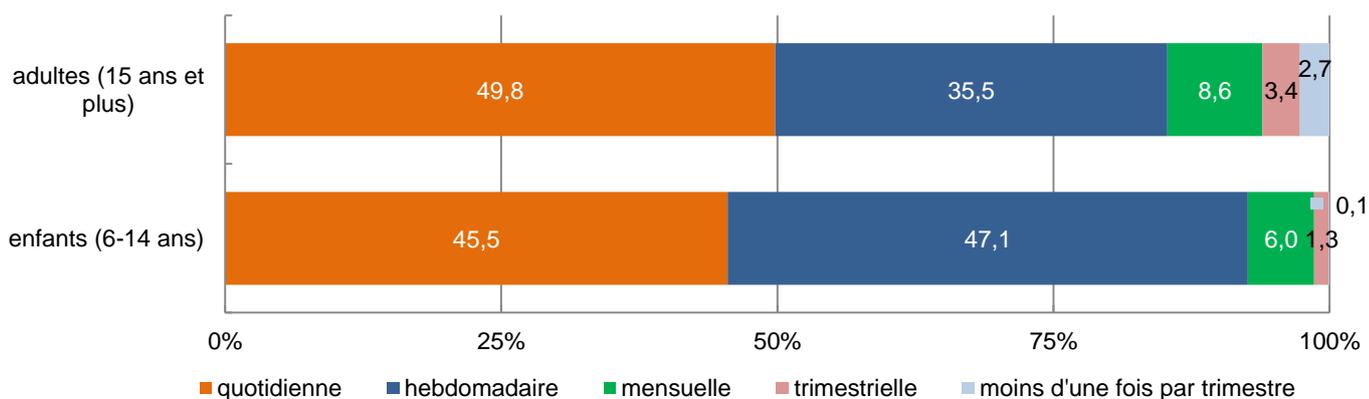
Lecture : Entre mars et août 2014, 66,6 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont joué car ils considèrent les jeux vidéo comme divertissants/amusants.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## G. Les pratiques des enfants

Les pratiques de consommation de jeux vidéo des enfants (entre 6 et 14 ans) diffèrent sensiblement de celles de leurs aînés. Les enfants jouent moins quotidiennement que les adultes et sur des sessions de jeux plus courtes. Ils jouent plutôt de façon hebdomadaire, ainsi 92,6 % des enfants jouent-ils au moins une fois par semaine, soit 7,3 points de plus que les adultes (85,3 % des adultes).

### Répartition des joueurs selon la fréquence de consommation des jeux vidéo et l'âge (%)



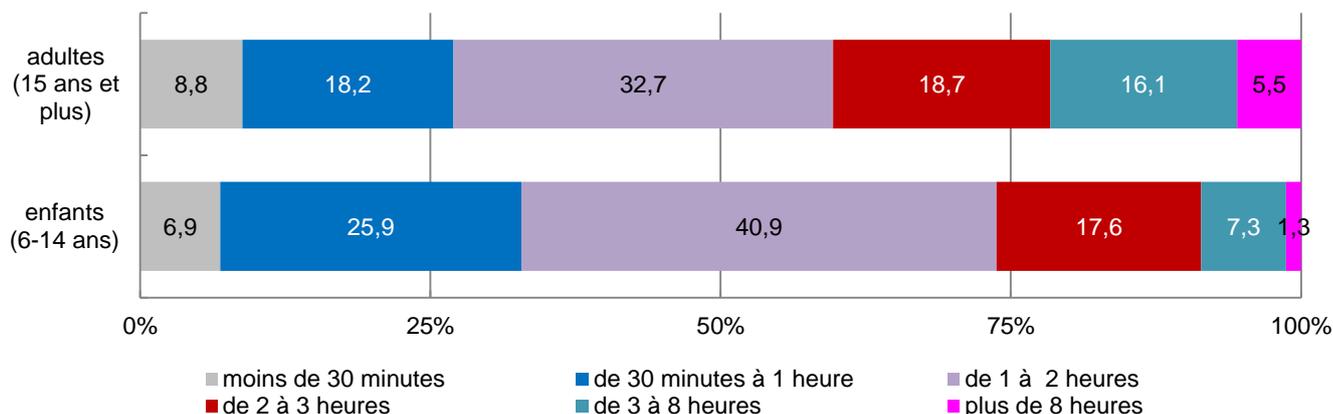
Fréquence quotidienne = joue tous les jours ; hebdomadaire = joue au moins une fois par semaine mais moins d'une fois par jour ; mensuelle = joue au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine ; trimestrielle = joue au moins une fois par trimestre mais moins d'une fois par mois.

Lecture : Entre mars et août 2014, 45,5 % des joueurs entre 6 ans et 14 ans ont joué tous les jours.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

En revanche, les sessions de jeux sont inférieures à 2 heures pour 73,7 % des enfants, contre 59,7 % des adultes. Le temps moyen d'une session de jeu est ainsi de 1h35 pour les enfants, contre 2h25 pour les adultes. De façon générale, les enfants jouent plus en journée que les adultes (92,6 % contre 61,0 %), le week-end (96,3 % contre 85,3 %) et pendant les vacances (96,9 % contre 82,3 %).

### Répartition des joueurs selon le temps moyen de session et l'âge (%)

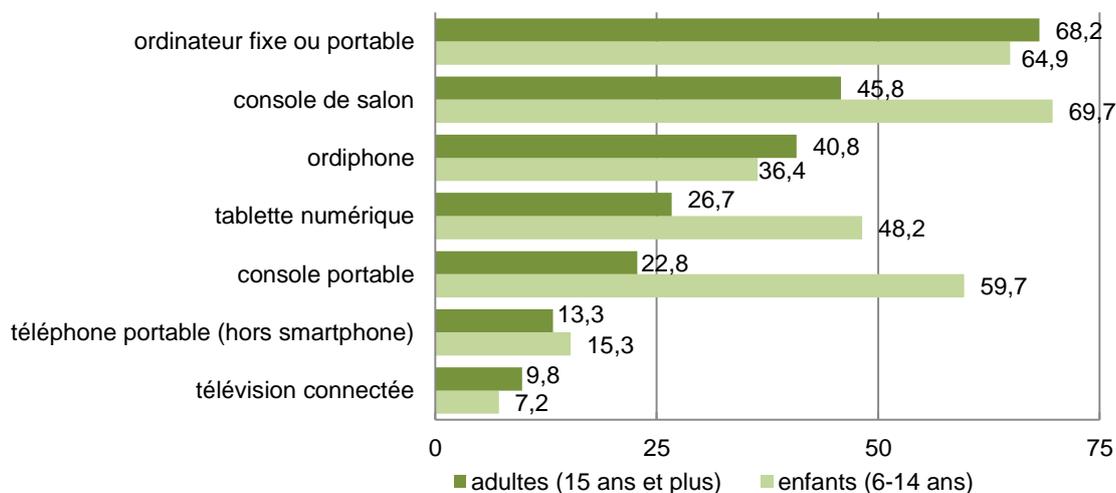


Lecture : Entre mars et août 2014, 25,9 % des joueurs entre 6 ans et 14 ans ont joué en moyenne entre 30 minutes et une heure par session.  
 Source : CNC – TNS Sofres 2014.

L'utilisation des différentes plates-formes de jeu diffère également en fonction de l'âge. Les enfants jouent sur davantage de supports que les adultes; ils utilisent en moyenne 3,0 supports de jeu différents contre 2,3 pour les adultes.

Une part importante d'enfants jouent sur une tablette numérique, près de la moitié (48,2 %) des joueurs de 6 à 14 ans contre 26,7 % des 15-65 ans. Par ailleurs, les joueurs de moins de 15 ans sont proportionnellement plus nombreux à jouer sur console, qu'elle soit de salon (69,7 % d'entre eux, contre 45,8 % des adultes) ou portable (59,7 %, contre 22,8 % des adultes).

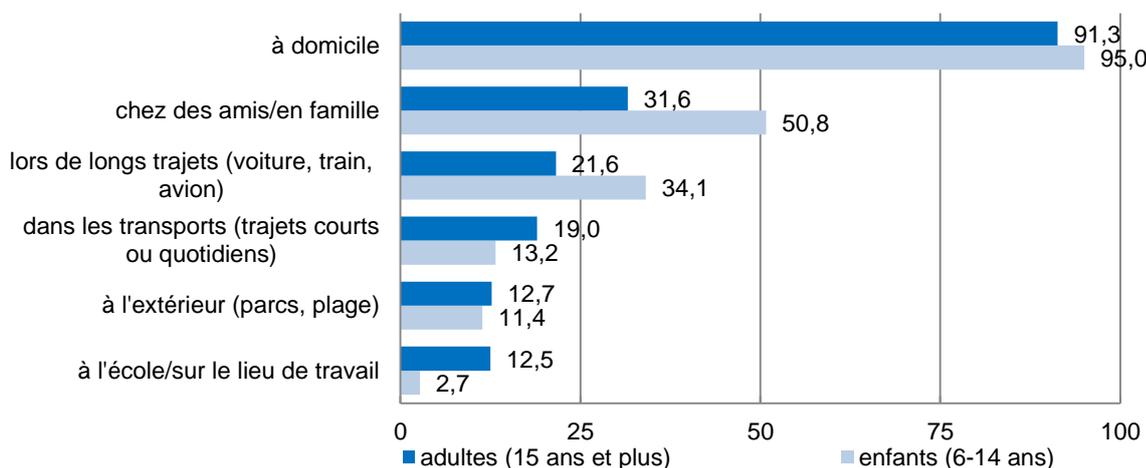
### Pénétration des jeux vidéo selon la plate-forme de lecture et l'âge (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 69,7 % des joueurs entre 6 ans et 14 ans ont joué sur console de salon.  
 Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les enfants jouent un peu plus souvent en mobilité. Ils jouent dans 2,0 lieux différents parmi ceux cités, contre 1,9 pour les adultes. Les enfants pratiquent plus ce loisir chez des amis et/ou en famille (50,8 % des enfants contre 31,6 % des joueurs adultes) et en mobilité lors de longs trajets (34,1 % contre 21,6 % des adultes). Ils jouent moins à l'école (2,7 %) que les adultes ne jouent sur leur lieu de travail (12,5 %). 19,5 % des enfants jouent toujours seuls contre 43,0 % des adultes.

### Pénétration des jeux vidéo selon le lieu de jeu et l'âge (%)

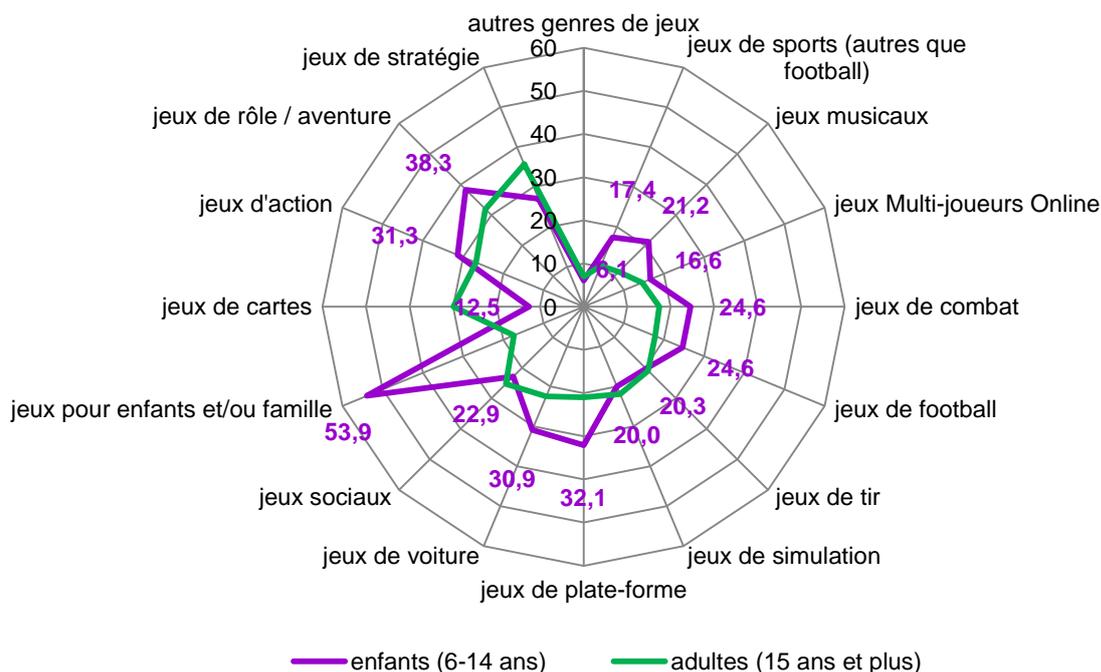


Lecture : Entre mars et août 2014, 50,8 % des joueurs entre 6 ans et 14 ans ont joué chez des amis/en famille.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les enfants jouent à davantage de genres<sup>1</sup> de jeux vidéo que les adultes (4,0 en moyenne, contre 3,3 pour leurs aînés). Parmi les genres les plus appréciés se trouvent les jeux s'adressant directement à cette cible : les jeux pour enfants et/ou famille (pratiqués par 53,9 % des enfants). Viennent ensuite les jeux de rôle/aventure (38,3 % des enfants), les jeux de plateforme (32,1 %), les jeux d'action (31,3 %), les jeux de voiture (30,9 %), de combat et de football (tous deux à 24,6 %). A contrario, les jeux de cartes, dont 29,9 % des adultes sont adeptes, ne sont pratiqués que par 12,5 % des enfants. Les enfants jouent également moins aux jeux de stratégie (pratiqués par 27,1 % d'entre eux, contre 35,7 % des adultes)

<sup>1</sup> Les définitions des genres sont présentées pages 21-22.

## Pénétration des jeux vidéo selon le genre de jeu et l'âge (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 30,9 % des joueurs entre 6 ans et 14 ans ont joué à des jeux de voiture.  
 Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les motivations de jeu exprimées par les enfants diffèrent sensiblement de celles des adultes. Ils considèrent plus que les adultes que le jeu vidéo est une activité divertissante ou amusante (76,3 % des enfants, contre 64,0 % des adultes). Selon les enfants, les jeux vidéo remplissent également une fonction éducative (16,2 % des enfants, contre 10,2 % des adultes), notamment chez les plus jeunes de 6 à 9 ans (21,2 %).

En revanche, une part relativement peu importante d'enfants considère que la pratique de jeux vidéo permet d'améliorer sa réactivité (10,6 % d'entre eux, contre 18,6 % des adultes) ou qu'elle permet de s'épanouir (raison invoquée par 10,3 % des 6-14 ans et 14,4 % des adultes).

### III. Le jeu vidéo en ligne et hors ligne

Les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français ont été analysées à l'aune de deux types de jeux vidéo : le jeu en ligne, connecté à internet, et le jeu hors ligne, non connecté à internet.

La part des joueurs hors ligne (72,9 % de l'ensemble des joueurs en ligne et hors ligne) et en ligne (73,3 %) sont équivalentes, mais le profil des joueurs et leurs pratiques sont très différents.

#### A. Profil des joueurs : plus jeune et masculin hors ligne

Le profil des joueurs est plus masculin hors ligne (58,4 %) qu'en ligne (55,9 %). Il est également un peu plus jeune, avec 23,5 % de joueurs hors ligne ayant moins de 15 ans, contre 22,4 % de joueurs en ligne.

#### Répartition des joueurs selon le profil socio-professionnel et le type de jeu vidéo (%)

	tous types de jeux	jeux en ligne	jeux hors ligne
<b>sexe</b>			
hommes	55,1	55,9	58,4
femmes	44,9	44,1	41,6
<b>âge</b>			
6-9 ans	8,5	8,1	9,6
10-14 ans	12,5	14,3	13,9
15-24 ans	18,9	20,0	19,8
25-34 ans	18,6	17,8	19,1
35-49 ans	24,8	24,5	22,8
50 -65 ans	16,7	15,3	14,8
<b>profession<sup>1</sup></b>			
CSP+	31,0	30,7	31,1
CSP-	27,6	27,0	25,1
inactifs	41,4	42,3	43,8
<i>dont enfants</i>	21,0	22,4	23,5
<b>résidence principale</b>			
région parisienne	21,4	20,8	20,9
autres régions	78,6	79,2	79,1

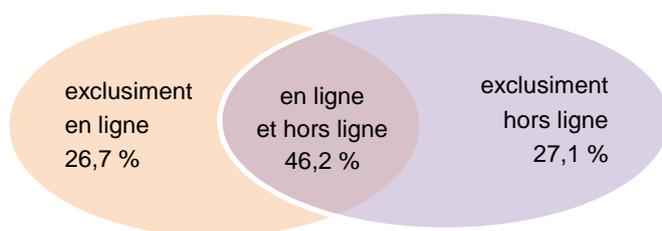
<sup>1</sup>La question de la profession de l'individu n'a été posée qu'aux adultes. Les enfants de 6-14 ans sont automatiquement intégrés au sous-total inactifs.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Une grande partie des joueurs (46,2 %) jouent à la fois hors ligne et en ligne. Les moins de 15 ans comme les hommes, davantage joueurs, affichent une mixité de jeux beaucoup plus importante : 51,7 % des hommes et 59,8 % des enfants jouent à la fois en ligne et hors ligne.

Néanmoins, un quart des joueurs jouent exclusivement sur l'un des deux types de jeu. 26,7 % des joueurs pratiquent cette activité uniquement en ligne (32,2 % des joueuses et 22,2 % des joueurs masculins). Par ailleurs, 27,1 % des joueurs ne jouent qu'hors ligne.

## Répartition des joueurs selon le type de jeu vidéo (%)

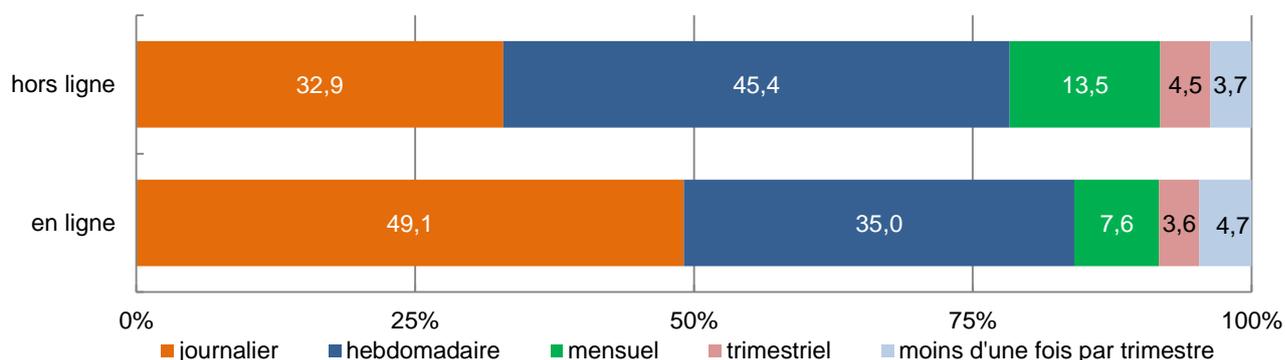


Lecture : Entre mars et août 2014, 46,2 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont joué à la fois hors ligne et en ligne.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## B. Durée, moment et fréquence de jeu : une activité plus souvent journalière

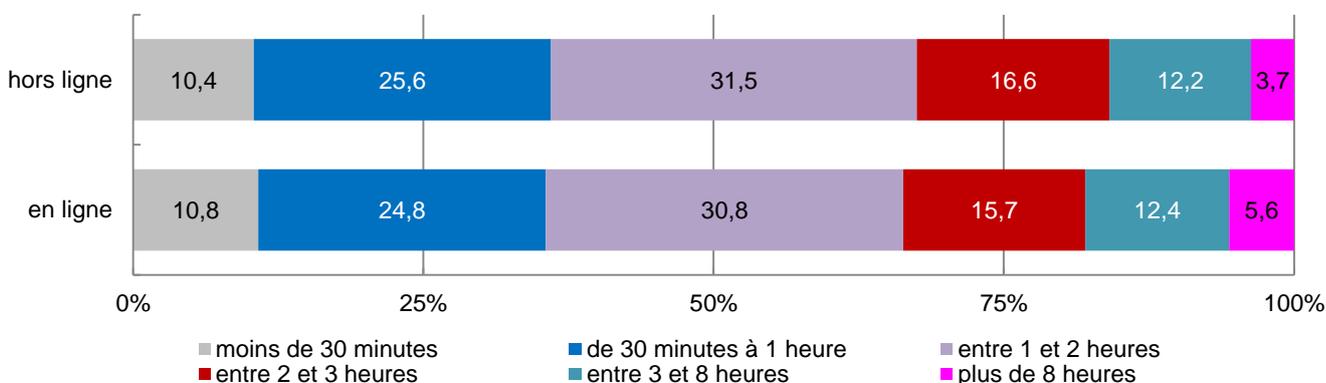
Les durées et fréquences de jeux diffèrent selon le type de jeu. En ligne, les sessions moyennes de jeu sont plus longues (2h16) qu'hors ligne (1h59). La pratique du jeu en ligne est également plus régulière : 49,1 % des joueurs y jouent tous les jours (dont 25,5 % plusieurs fois par jour). Hors ligne, ces taux sont respectivement de 32,9 % et 13,6 %.

### Répartition des joueurs selon la fréquence de consommation des jeux vidéo et le type de jeu vidéo (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 49,1 % des joueurs en ligne âgés de 6-65 ans ont joué au moins une fois par jour.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

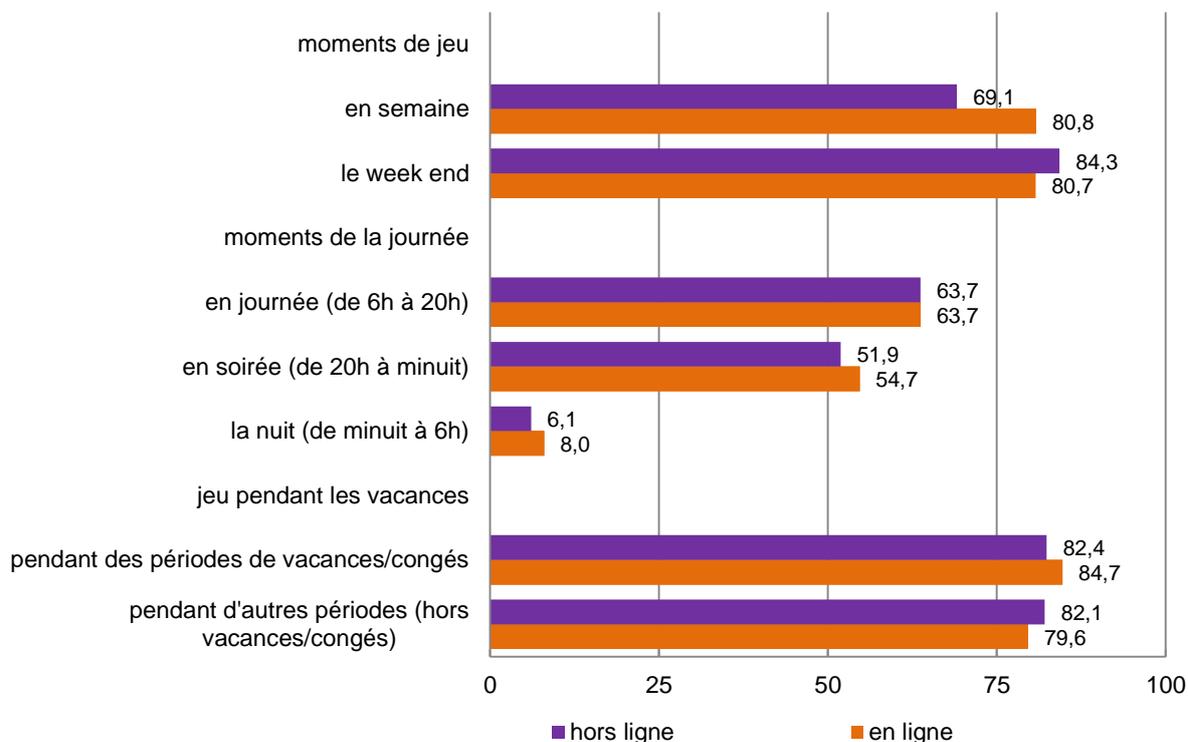
### Répartition des joueurs selon le temps moyen de session et le type de jeu vidéo (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 10,8 % des joueurs âgés de 6 à 65 ans ont joué en moyenne moins de 30 minutes par session en ligne.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les moments de jeu sont assez proches entre les deux types de jeu. Les jeux vidéo en ligne, auxquels les joueurs jouent plus fréquemment, sont davantage pratiqués en semaine (pour 80,8 % des joueurs en ligne contre 69,1 % des joueurs hors ligne) en soirée (54,7 % contre 51,9 %) et la nuit (8,0% contre 6,1 %) Au contraire, les jeux hors ligne, plus conviviaux, sont pratiqués davantage le week-end.

### Pénétration des jeux vidéo selon le moment de jeu et le type de jeu vidéo (%)



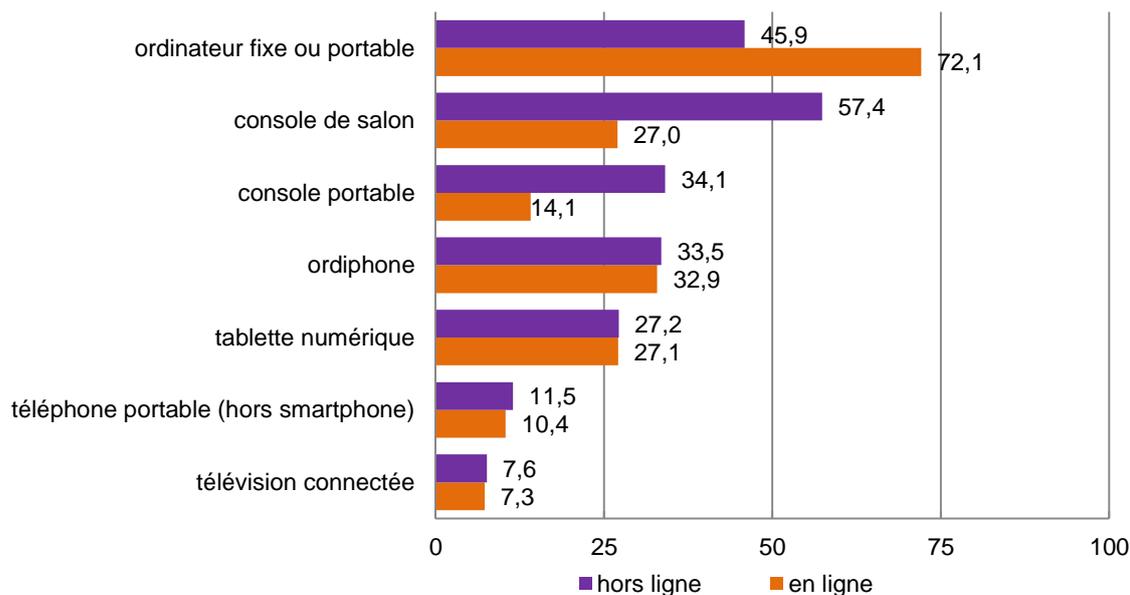
Lecture : Entre mars et août 2014, 80,8 % des joueurs en ligne âgés de 6 à 65 ans ont joué en semaine.  
 Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### C. Supports et lieux de jeu : le jeu hors ligne, une activité qui se pratique davantage à l'extérieur

Les supports utilisés sont propres à chaque type de jeu. Pour le jeu en ligne, le joueur privilégie l'ordinateur, bénéficiant ainsi d'une meilleure carte graphique et d'une plus grande mémoire. 72,1 % des joueurs en ligne utilisent un ordinateur, tandis qu'ils sont 27,0 % à jouer en ligne sur une console de salon.

Le jeu hors ligne est généralement pratiqué sur plusieurs supports dédiés : la console de salon pour 57,4 % des joueurs, l'ordinateur pour 45,9 % et la console portable pour 34,1 %. L'ordiphone est utilisé aussi bien par les joueurs en ligne que par ceux hors ligne: 32,9 % des joueurs en ligne et 33,5 % des joueurs hors ligne jouent sur ordiphone.

### Pénétration des jeux vidéo selon la plate-forme de lecture et le type de jeu vidéo (%)

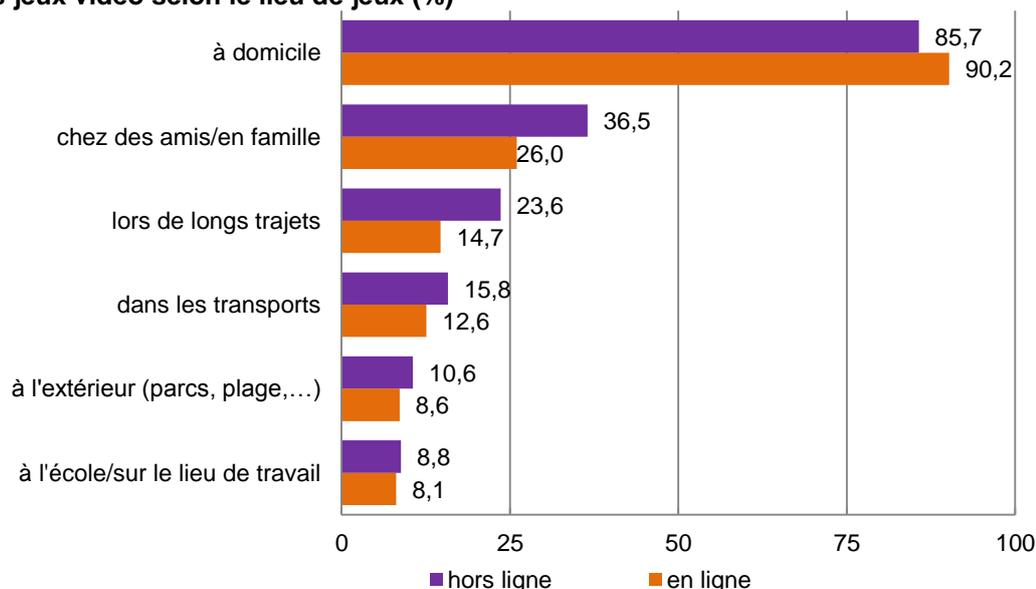


Lecture : Entre mars et août 2014, 32,9 % des joueurs en ligne âgés de 6 à 65 ans ont joué sur ordiphone.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

En ligne comme hors ligne, le jeu vidéo se pratique d'abord chez soi. Le jeu hors ligne est davantage une activité collective que celui en ligne : 36,5 % des joueurs hors ligne y jouent chez des amis ou en famille, contre 26,0 % des joueurs en ligne. Le jeu hors ligne se pratique également avec plus de mobilité, notamment avec une console de jeu portable : 23,6 % des joueurs s'y adonnent lors de longs trajets contre 14,7 % des joueurs en ligne et 15,8 % dans les trajets quotidiens (12,6 % des joueurs en ligne). Ils sont également 10,6 % à jouer hors ligne à l'extérieur (lieux publics, etc).

### Pénétration des jeux vidéo selon le lieu de jeu (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 90,2 % des joueurs en ligne âgés de 6 à 65 ans ont joué à domicile.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## D. Relations entre joueurs : plus d'un joueur sur deux joue seul en ligne

Le jeu vidéo en ligne apparaît plus solitaire que le jeu vidéo non connecté : près de la moitié des joueurs (48,8 %) jouent toujours seuls en ligne (37,2 % pour les jeux hors ligne). A contrario, les jeux hors ligne se jouent davantage à plusieurs (la plupart du temps ou tout le temps pour 9,3 % des joueurs) que les jeux en ligne (6,0 %).

Le jeu hors ligne est bien plus ancré dans une relation familiale ou amicale que le jeu en ligne. Seuls 8,1 % des joueurs hors ligne affirment jouer avec des joueurs en dehors de leur cercle familial ou amical, contre 22,3 % des joueurs en ligne.

### Répartition des joueurs de jeux vidéo selon les conditions de jeu et le type de jeu vidéo (%)

	en ligne	hors ligne
toujours seul	48,8	37,2
seul la plupart du temps	31,6	35,8
autant seul qu'à plusieurs	13,6	17,7
la plupart du temps à plusieurs	4,6	6,7
toujours à plusieurs	1,4	2,6

Lecture : Entre mars et août 2014, 48,8 % des joueurs de 6 à 65 ans jouant en ligne ont toujours joué seuls.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### Pénétration des jeux vidéo selon les partenaires de jeu et le type de jeu vidéo (%)

	en ligne	hors ligne
en famille	61,1	72,7
avec des amis	51,6	47,7
avec d'autres personnes	22,3	8,1

Lecture : Entre mars et août 2014, 61,1 % des joueurs de 6 à 65 ans ne jouant pas toujours seuls en ligne ont joué en famille.

Base : Joueurs ne jouant pas toujours seuls

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Entre mars et août 2014, 29,7 % de l'ensemble des joueurs adultes, soit 41,4 % des joueurs adultes en ligne, jouent en réseau. Les relations que ces derniers entretiennent entre eux sont assez rares et sont principalement des relations virtuelles, centrées sur le jeu vidéo.

Plus de la moitié des joueurs de jeux en réseau (52,0 %) n'ont noué aucune relation avec certains de leurs partenaires de jeu. Ils se contentent de jouer ensemble à un même jeu et la relation s'arrête à la fin de la partie. Néanmoins, 37,9 % des joueurs en réseau déclarent avoir des relations suivies avec d'autres joueurs autour des jeux et 17,1 % des joueurs en réseau connaissent personnellement certains de leur(s) partenaire(s) de jeu. 16,2 % des joueurs entretiennent entre eux des relations régulières, mais limitées à des échanges de pratiques autour des jeux. Enfin, 14,8 % des joueurs sont parvenus à nouer des relations amicales avec le (ou les) autre(s) joueur(s) en dehors des sessions de jeux, mais uniquement de façon virtuelle sur des réseaux sociaux de type Facebook.

## Type de relations des joueurs de jeux en réseau (% des joueurs adultes en réseau)

aucune relation	52,0
relations régulières autour des jeux (jouent fréquemment avec les mêmes, sans relations hors du jeu)	37,9
relations personnelles (se sont rencontrés physiquement)	17,1
relations régulières suivies autour des jeux (se retrouvent sur d'autres jeux ou sur des forums de discussion en ligne)	16,2
relations amicales uniquement en ligne	14,8

Lecture : Entre mars et août 2014, 52,0 % des joueurs de 15 à 65 ans jouant en réseau n'ont eu aucune relation avec leurs partenaires de jeu.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

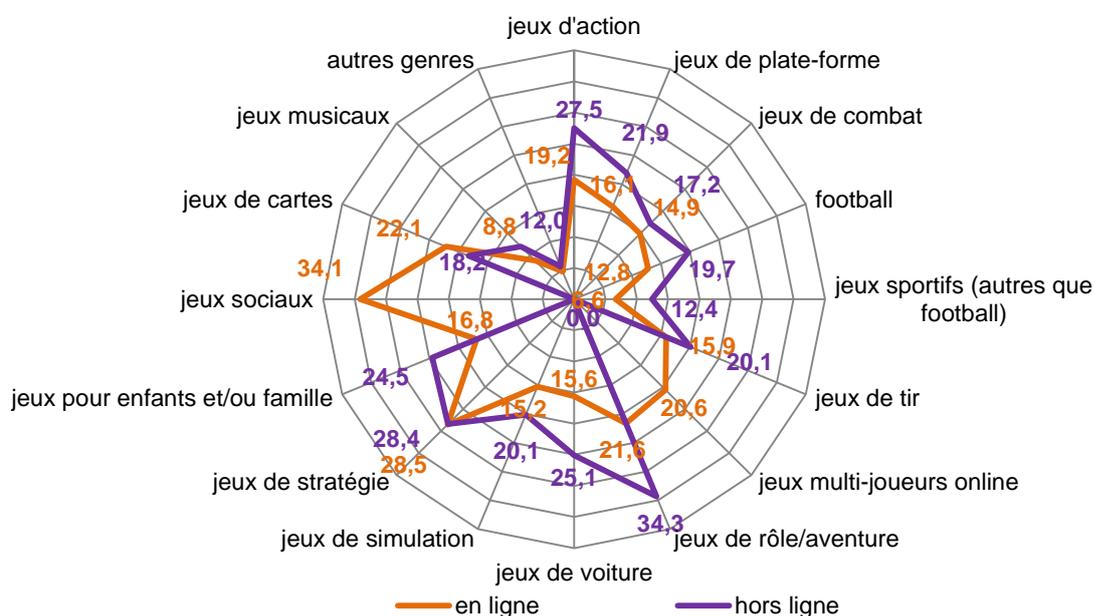
## E. Genres de jeu : une plus grande diversité hors ligne<sup>2</sup>

La pénétration des jeux en fonction du genre diffère selon que le jeu vidéo est connecté ou non. En moyenne, les joueurs jouent à plus de genres différents hors ligne (2,9 en moyenne) qu'en ligne (2,7).

Les genres les plus appréciés pour le jeu en ligne sont très variés : les jeux sociaux (pour 34,1 % des joueurs jouant en ligne), les jeux de stratégie (28,5 %), les jeux de cartes (22,1 %), les jeux de rôle/aventure (21,6 %) et les MMO (20,6%).

Les genres les plus consommés hors ligne sont les jeux de rôle et d'aventure concernent 34,3 % des joueurs. En deuxième position apparaissent les jeux de stratégie (28,4 %), les jeux d'action (27,5 %) et les jeux de voiture (25,1 %).

## Pénétration des jeux vidéo selon le genre et le type de jeu vidéo (%)



Source : CNC – TNS Sofres 2014.

<sup>2</sup> Les définitions des genres sont présentées pages 21-22.

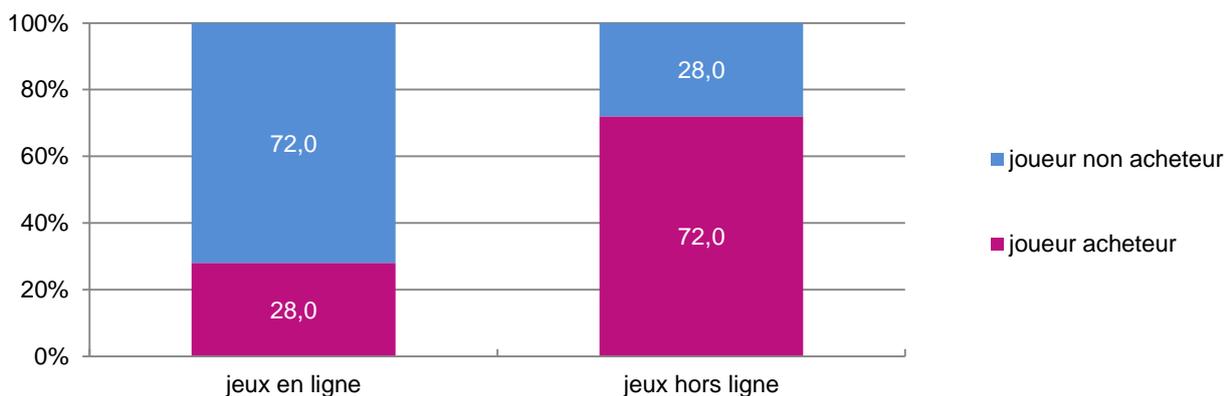
## F. Achat et budget : un joueur en ligne sur cinq paie pour jouer

### Remarque méthodologique

Les questions budgétaires n'ont pas été posées aux enfants. Le panel de consommateurs est donc composé de personnes de 15 -65 ans.

La part de joueurs payants passe du simple au triple selon que le jeu vidéo est en ligne ou non. Un peu plus d'un quart des joueurs en ligne paie pour jouer (28,0 %), contre près des trois quarts des joueurs hors ligne (72,0 %).

### Répartition des joueurs acheteurs/non acheteurs selon le type de jeux (%)



Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Payer pour jouer en ligne permet différents types d'acquisitions. Les joueurs qui paient pour jouer en ligne le font en premier lieu pour télécharger un jeu (55,9 %). Ils sont 45,2 % à acheter des niveaux supplémentaires ou des options en ligne. L'abonnement séduit 41,4 % des joueurs en ligne : un quart des joueurs (25,0 %) s'abonne à un jeu spécifique et 24,2 % à un portail de jeux.

### Pénétration des jeux vidéo selon le type d'achat (% des joueurs payants de jeux en ligne)

téléchargement d'un jeu	55,9
achat de niveaux supplémentaires ou d'options	45,2
abonnement à un jeu spécifique	25,0
abonnement à un portail de jeux	24,2

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

En ce qui concerne les sources d'approvisionnement des joueurs de jeux vidéo hors ligne, 59,7 % des jeux vidéo hors ligne acquis entre mars et août 2014 par les joueurs adultes sont des jeux achetés. Un jeu vidéo sur cinq est un cadeau (20,4 %), tandis que 19,9 % des jeux ont été empruntés ou échangés.

62,3 % des jeux vidéo achetés hors ligne sont neufs et 37,7 % sont d'occasion. En moyenne, entre mars et août 2014, les joueurs hors ligne ayant dépensé pour jouer ont acheté 4,2 jeux neufs et 3,7 jeux d'occasion.

### Sources d'approvisionnement en jeux vidéo hors ligne (%)

<b>sources d'approvisionnement</b>	<b>100,0</b>
achat	59,7
offerts	20,4
emprunt / échange	19,9
<b>types d'achat</b>	<b>100,0</b>
neuf	62,3
occasion	37,7

Lecture : Sur 100 jeux vidéo hors ligne acquis entre mars et août 2014 par un joueur de 15 -65 ans, 59,7 ont été achetés.

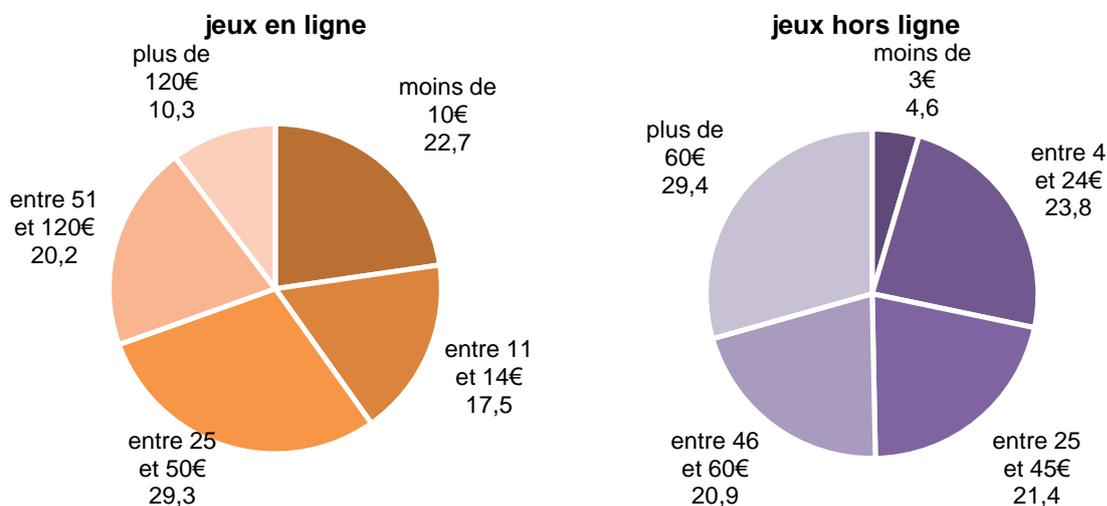
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Le budget moyen des joueurs dépend du type de jeu. Les dépenses pour des jeux vidéo hors ligne sont plus importantes que pour les jeux en ligne.

Entre mars et août 2014, les joueurs ayant dépensé pour jouer ont consacré en moyenne 56,64 € à des jeux en ligne (pour 26,2 jeux en moyenne) et 65,79 € à des jeux hors ligne (pour 5,5 jeux).

Par montant dépensé, il faut entendre le montant dépensé par joueur payant pour des jeux vidéo auxquels ils ont joué (jeux, abonnements, options...) en dehors de l'achat des supports (consoles, téléphones mobiles...) et des jeux ou abonnements achetés pour offrir. Les montants dépensés par les joueurs pour jouer en ligne sont plus échelonnés que pour les jeux hors ligne, les produits proposés allant de l'option de jeu sur ordiphone ou tablette au téléchargement d'un jeu complet sur console ou ordinateur.

### Répartition des joueurs ayant payé pour jouer, selon le montant dépensé entre mars et août 2014 (%)



Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## IV. Les pratiques de jeux selon la typologie des joueurs

Dans cette étude, différents types de joueurs ont été définis, afin d'analyser les habitudes spécifiques de consommation des joueurs selon leur rapport aux jeux vidéo.

### Typologie des joueurs :

Les "**passionnés**" jouent aux jeux vidéo :

- au moins une fois par jour avec une durée moyenne de jeu de plus d'une heure
- ou de façon hebdomadaire avec des sessions de plus de 2h

Les "**joueurs modérés**" jouent aux jeux vidéo :

- au moins une fois par jour avec des sessions de moins d'une heure
- ou de façon hebdomadaire avec des sessions de 1h à 2h
- ou de façon occasionnelle (au maximum une fois par mois) avec des sessions de plus de 2h

Les "**joueurs occasionnels**" jouent aux jeux vidéo :

- de façon hebdomadaire avec des sessions courtes de moins d'une heure
- ou de façon occasionnelle (au maximum une fois par mois) avec des durées de jeu de moins de 2h

Entre mars et août 2014, la répartition entre ces trois types de joueurs est inégale : 42,4 % des joueurs sont passionnés, 32,1 % sont modérés et 25,5 % occasionnels.

### A. Profil des joueurs : les plus passionnés sont des hommes de 15 à 24 ans

Le profil des joueurs passionnés est plus masculin avec 58,4 % d'hommes pour 41,6 % de femmes et se concentre davantage entre 15 et 34 ans par rapport à l'ensemble des joueurs. La moyenne d'âge de ces joueurs est de 31,7 ans. Les enfants de 6 à 9 ans sont moins présents dans cette catégorie (4,4 %, contre 8,5 % pour l'ensemble des joueurs). Les joueurs occasionnels concernent une population plus jeune : 15,0 % d'entre eux sont des jeunes enfants (6-9 ans). Les femmes sont également plus présentes (48,9 % des joueurs occasionnels). En lien avec ce profil plus jeune, une grande partie d'inactifs compose cette catégorie (43,1 %).

Le profil des différents types de joueurs en fonction de leur profession diffère peu de celui de l'ensemble des joueurs.

## Répartition des joueurs selon le profil socio-professionnel et le type de joueur (%)

	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
<b>sexe</b>				
hommes	58,4	53,8	51,1	55,1
femmes	41,6	46,2	48,9	44,9
<b>âge</b>				
6-9 ans	4,4	8,9	15,0	8,5
10-14 ans	12,5	13,6	11,1	12,5
15-24 ans	24,4	16,0	13,4	18,9
25-34 ans	19,2	18,3	17,9	18,6
35-49 ans	22,9	26,7	25,7	24,8
50 -65 ans	16,6	16,5	17,0	16,7
<b>profession<sup>1</sup></b>				
CSP+	26,9	33,5	34,7	31,0
CSP-	31,4	26,9	22,2	27,6
inactifs	41,8	39,6	43,1	41,4
<i>dont enfants</i>	<i>16,9</i>	<i>22,5</i>	<i>26,1</i>	<i>21,0</i>
<b>résidence principale</b>				
région parisienne	20,1	21,9	22,7	21,4
autres régions	79,9	78,1	77,3	78,6

<sup>1</sup>La question de la profession de l'individu n'a été posée qu'aux adultes. Les enfants de 6-14 ans sont automatiquement intégrés au sous-total « *inactifs* ».

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les joueurs passionnés de jeux vidéo semblent également plus friands de vidéo. 10,3 % d'entre eux sont assidus à la location de vidéo (DVD, Blu-ray, VàD), contre 6,5 % de l'ensemble des joueurs. L'achat assidu de vidéo concerne 6,1 % d'entre eux, contre 3,5 % des joueurs de jeux vidéo. Les joueurs passionnés sont en revanche moins nombreux à aller au cinéma (21,4 % de non spectateurs, contre 19,0 % tous joueurs confondus), mais ceux qui y vont sont plus souvent assidus du cinéma (9,2 %, contre 5,9 %).

Les joueurs occasionnels sont moins assidus que l'ensemble des joueurs à la location de vidéo (1,9 % d'entre eux, contre 6,5 % de l'ensemble des joueurs). Leur assiduité est également bien plus faible en achat de vidéo à 0,9 % des occasionnels, contre 3,5 % des joueurs au global. Ces joueurs sont également moins assidus au cinéma (2,1 % des joueurs occasionnels, contre 5,9 % de l'ensemble des joueurs). En revanche, les joueurs occasionnels sont proportionnellement des spectateurs de cinéma plus occasionnels que l'ensemble des joueurs : 72,1 %, contre 58,6 %.

### B. Durée, moment et fréquence de jeu : plus de la moitié des joueurs occasionnels joue chaque semaine

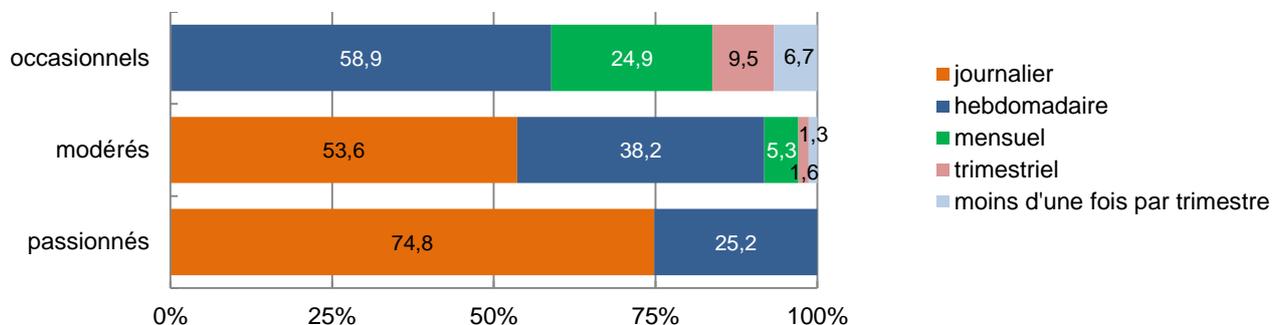
En accord avec la définition des typologies des joueurs, le passionné joue plus fréquemment et plus longtemps que les autres joueurs. Ses sessions de jeux sont en moyenne trois fois plus longues que celles du joueur modéré (3h51 contre 1h16) et cinq fois plus que celles du joueur occasionnel (49 minutes). 74,8 % des joueurs passionnés jouent au moins une fois par jour, tandis que 53,6 % des joueurs modérés jouent de façon journalière et 58,9 % des joueurs occasionnels jouent de manière hebdomadaire.

## Durée moyenne de session de jeu selon le type de joueur

	passionnés	modérés	occasionnels
durée moyenne de session de jeu	3h51min	1h16min	0h49min

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## Répartition des joueurs selon la fréquence de pratique des jeux vidéo et le type de joueur (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 53,6 % des joueurs modérés âgés de 6 à 65 ans ont joué au moins une fois par jour.

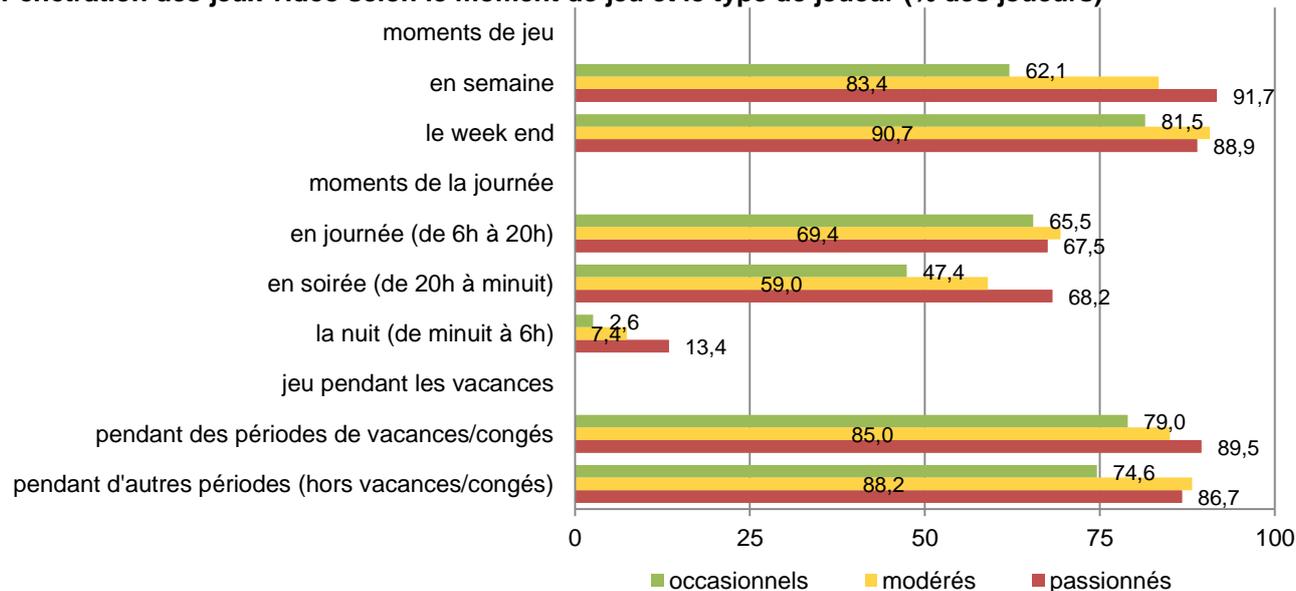
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Tous les types de joueurs privilégient la journée pour jouer. Cependant, les joueurs passionnés sont plus nombreux à s'adonner à cette activité à d'autres moments. Ils sont 13,4 % à jouer la nuit (entre minuit et 6h), contre 7,4 % parmi les modérés et 2,6 % parmi les occasionnels.

Les joueurs passionnés sont plus nombreux à jouer en semaine que le week-end (91,7 % des joueurs passionnés jouent en semaine et 88,9 % jouent le week-end). A l'inverse, les joueurs modérés sont plus nombreux à jouer le week-end qu'en semaine (90,7 % contre 83,4 %, soit un écart de 7,3 points) tout comme les joueurs occasionnels (81,5 %, contre 62,1 %, soit un écart de 19,4 points).

Les joueurs passionnés sont plus nombreux à pratiquer cette activité en période de vacances/congés que le reste du temps (89,5 %, contre 86,7 %). Pour les modérés, la pratique se fait davantage en période hors vacances/congés (88,2 %) alors que les occasionnels jouent davantage en période de vacances (79,0 %).

## Pénétration des jeux vidéo selon le moment de jeu et le type de joueur (% des joueurs)



Lecture : Entre mars et août 2014, 90,7 % des joueurs modérés âgés de 6 à 65 ans ont joué le week-end.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### C. Relations entre joueurs : plus d'un joueur passionné sur deux joue en réseau

Les occasionnels sont plus nombreux à jouer toujours tout seul. Ils sont 42,5 % à jouer toujours tout seul contre 36,1 % des passionnés et 37,0 % des modérés.

Près d'un joueur sur deux qui joue à plusieurs, quel que soit le type de joueur, joue en famille. Ainsi, 46,4 % des modérés, 45,7 % des occasionnels et 44,3 % des passionnés jouent en famille. Viennent ensuite les jeux avec des amis. Ainsi, 39,2 % des passionnés qui ne jouent pas seuls jouent avec des amis pour 32,9 % des modérés et 20,6 % des occasionnels. Les passionnés qui jouent à plusieurs sont plus nombreux à jouer avec d'autres joueurs. Ils sont 14,1 % pour 11,3 % des modérés et 4,0 % des occasionnels.

Plus d'un joueur passionné sur deux (54,7 %) joue en réseau. Ils sont 30,3 % parmi les joueurs modérés et 21,9 % parmi les joueurs occasionnels.

#### Répartition des joueurs de jeux vidéo selon les conditions de jeu et le type de jeu vidéo (%)

	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
toujours seul	36,1	37,0	42,6	38,1
seul la plupart du temps	38,3	41,5	32,4	37,8
autant seul qu'à plusieurs	19,6	16,7	13,4	17,1
la plupart du temps à plusieurs	5,1	4,0	7,5	5,4
toujours à plusieurs	0,9	0,8	4,0	1,7

Lecture : Entre mars et août 2014, 36,1 % des joueurs passionnés de 6-65 ans ont toujours joué seuls.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

#### Pénétration des jeux vidéo selon les partenaires de jeu et le type de jeu vidéo (%)

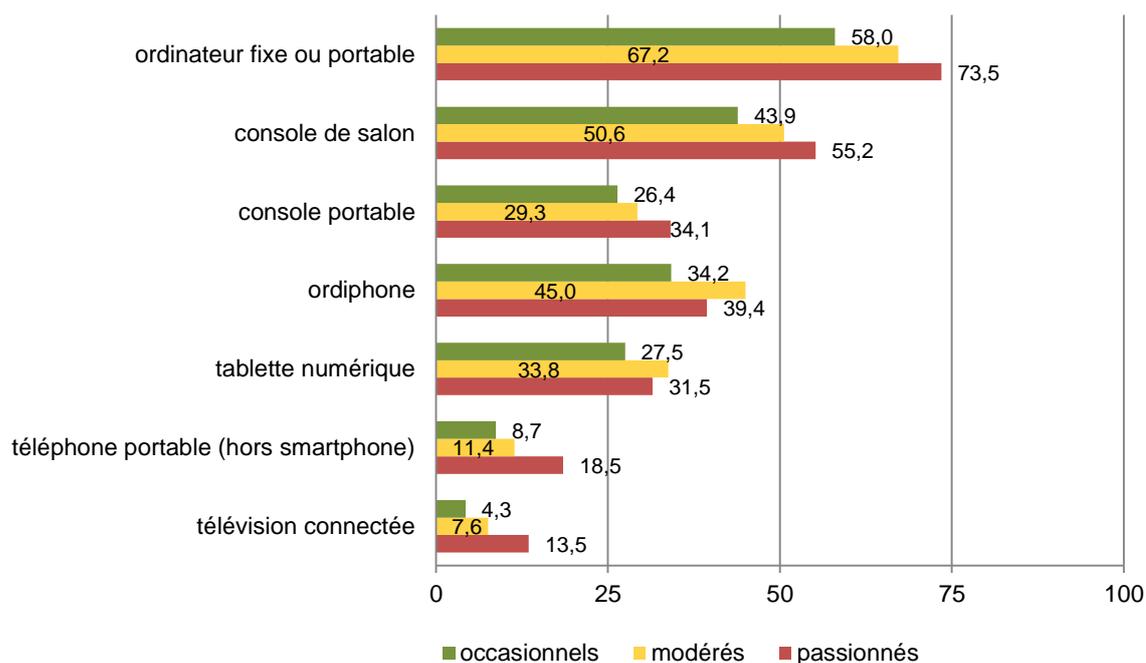
	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
en famille	44,3	46,4	45,7	72,5
avec des amis	39,2	32,9	20,6	52,0
avec d'autres joueurs	14,1	11,3	4,0	17,0

Lecture : Entre mars et août 2014, 46,4 % des joueurs modérés de 6-65 ans ne jouant pas toujours seuls ont joué en famille.  
Base : Joueurs ne jouant pas toujours seuls  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### D. Supports et lieu de jeu : le joueur passionné joue davantage sur les nouveaux supports

Le nombre de supports de jeu utilisés augmente avec l'intensité de la pratique. Le joueur occasionnel joue sur 2,0 supports en moyenne, le joueur modéré sur 2,5 supports et le joueur passionné sur 2,7. Les supports favoris des joueurs sont les mêmes pour tous les types de joueurs : l'ordinateur, devant la console de salon et ordiphones. Le joueur passionné pratique davantage le jeu vidéo sur des nouveaux supports comme la télévision connectée (pour 13,5 % d'entre eux). A l'inverse, la part de joueurs occasionnels utilisant ces supports est faible (4,3 %).

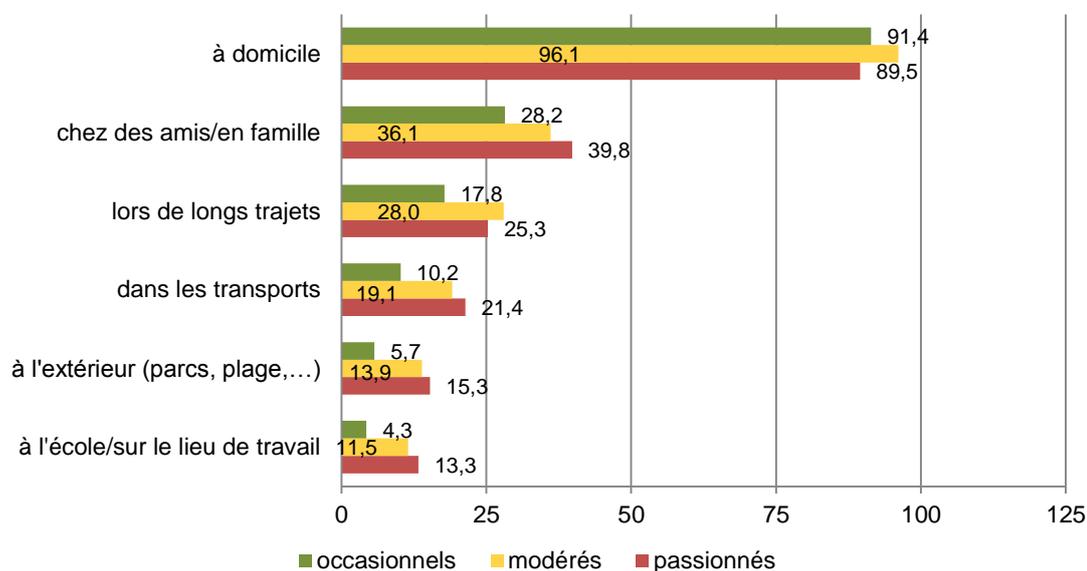
### Pénétration des jeux vidéo selon la plate-forme de lecture et le type de joueur (%)



Lecture : Entre avril et septembre 2014, 45,0 % des joueurs modérés âgés de 6 à 65 ans ont joué sur ordiphone.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les joueurs passionnés et modérés jouent dans autant d'endroits différents (2,1 lieux en moyenne), contre 1,6 pour le joueur occasionnel.

### Pénétration des jeux vidéo selon le lieu de jeux et le type de joueur (% des joueurs)



Lecture : Entre mars et août 2014, 89,5 % des joueurs passionnés âgés de 6 à 65 ans ont joué à domicile.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## E. Genres de jeu<sup>3</sup> : les jeux de stratégie et les jeux de rôle privilégiés

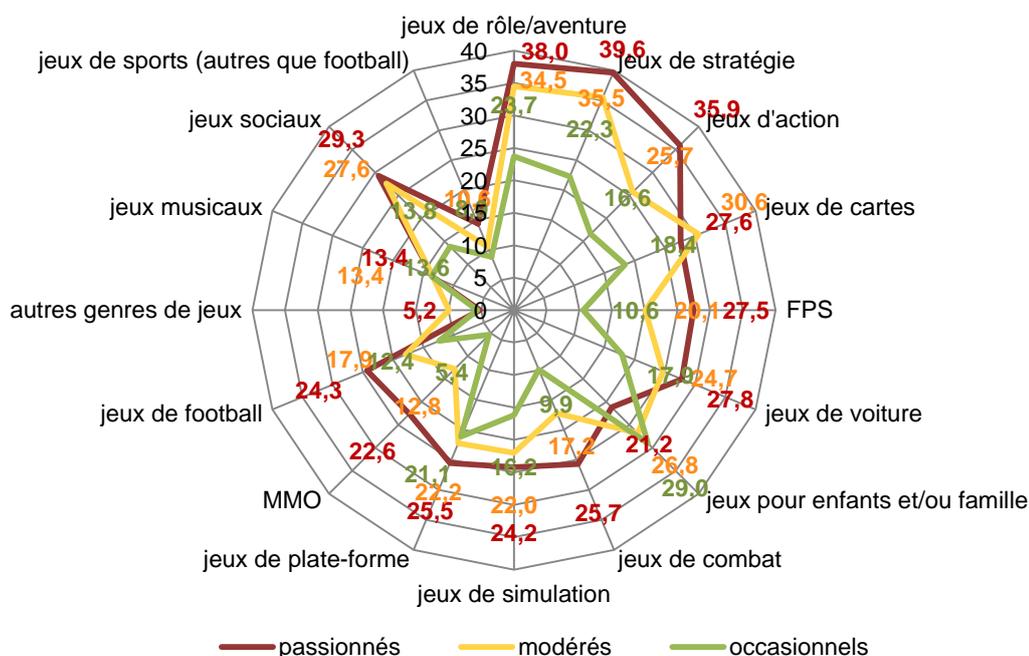
L'analyse de la pénétration des jeux en fonction du genre diffère selon le type de joueurs. Les joueurs passionnés jouent en moyenne à 4,0 genres différents, suivi par les joueurs modérés (3,5) et les joueurs occasionnels (2,5).

Les genres les plus pratiqués par les joueurs passionnés sont les jeux de stratégie (pour 39,6 % de ces joueurs), les jeux de rôle/aventure (38,0 %), les jeux d'action (35,9 %) et les jeux sociaux (29,3 %). Fait notable, les MMO sont utilisés par 22,6 % de joueurs passionnés, soit 7,6 points de plus que pour l'ensemble des joueurs.

Les genres les plus consommés par les joueurs modérés sont plus variés. Le joueur modéré semble apprécier les jeux de stratégie (35,5 % d'entre eux), avant les jeux de rôle/aventure (34,5 %), les jeux de cartes (30,6 %) et les jeux sociaux (29,3 %).

Les genres de jeux utilisés par les joueurs occasionnels (en moyenne plus jeune) sont proches de ceux pratiqués par les joueurs modérés : les jeux pour enfant/famille (29,0 % des joueurs occasionnels), de rôle/aventure (23,7 %), de stratégie (22,3 %) et de plate-forme (21,1%).

### Pénétration des jeux vidéo selon le genre et le type de joueur (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 38,0 % des joueurs passionnés âgés de 6 à 65 ans ont joué des jeux de rôle/aventure.  
Source : CNC – TNS Sofres 2013.

<sup>3</sup> Les définitions des genres sont présentées page 15.

L'usage des jeux connectés est également différent selon la typologie du joueur. Les joueurs passionnés sont plus nombreux à jouer en ligne (82,7 % d'entre eux) qu'hors ligne (72,3 %). C'est l'inverse pour les joueurs occasionnels qui privilégient davantage le jeu hors ligne (75,7 %) au jeu en ligne (54,6 %).

#### Pénétration des jeux vidéo selon le type de jeu et le type de joueur (%)

	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
jeu en ligne	82,7	74,5	54,6	72,9
jeu hors ligne	72,3	72,7	75,7	73,3
<i>jeu en ligne seulement</i>	<i>27,7</i>	<i>27,3</i>	<i>24,3</i>	<i>26,7</i>
<i>jeu en ligne et jeu hors ligne</i>	<i>55,0</i>	<i>47,2</i>	<i>30,3</i>	<i>46,2</i>
<i>jeu hors ligne seulement</i>	<i>17,3</i>	<i>25,5</i>	<i>45,4</i>	<i>27,1</i>

Lecture : Entre mars et août 2014, 82,7 % des joueurs passionnés âgés de 6 à 65 ans ont joué en ligne.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

#### F. Motivations de jeu : d'abord du divertissement et de l'amusement

La pratique des jeux vidéo est principalement motivée par une envie de divertissement et d'amusement et de « passer le temps » pour tous les joueurs. La notion de convivialité est citée comme troisième raison de jeu. Les joueurs passionnés évoquent davantage la stimulation de l'imagination par le jeu vidéo comme facteur de motivation (pour 27,9 %).

#### Classement des cinq principales raisons de jeu selon le type de joueur (%)

rang	passionnés		modérés		occasionnels	
	raison de jeu	% de	raison de jeu	% de	raison de jeu	% de
1	amusement/divertissement	63,9	amusement/divertissement	70,2	amusement/divertissement	66,7
2	passer le temps	61,4	passer le temps	61,4	passer le temps	54,4
3	imagination stimulée	27,9	imagination stimulée	20,9	imagination stimulée	11,8
4	convivialité	24,2	convivialité	17,1	convivialité	11,6
5	meilleure réactivité	22,5	meilleure réactivité	14,0	meilleure réactivité	11,1

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

#### G. Achat et budget : le budget augmente avec le niveau d'intensité de jeu

**Note méthodologique :** Les questions budgétaires n'ont pas été posées aux enfants. Le panel de consommateurs est donc composé de personnes de 15 à 65 ans.

La part de joueurs payant pour jouer en ligne est presque quatre fois plus élevée chez les passionnés que parmi les occasionnels (38,2 %, contre 10,0 %). La part de joueurs payant pour jouer hors ligne est plus importante qu'en ligne pour tous les types de joueurs. 86,2 % des joueurs passionnés paient pour jouer hors ligne. C'est le cas d'un joueur occasionnel sur deux (54,3 %). Plus le joueur est friand de jeux vidéo, moins la différence est grande entre le jeu hors ligne et en ligne. La part de joueurs passionnés payant hors ligne est 2,3 fois plus importante qu'en ligne. Elle est 3,1 fois plus importante pour les joueurs modérés et 5,4 fois pour les joueurs occasionnels.

### Poids des joueurs payant pour jouer selon le type de jeu et de joueurs (%)

	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
jeu en ligne	38,2	21,1	10,0	28,0
jeu hors ligne	86,2	66,0	54,3	72,0

Lecture : Entre mars et août 2014, 38,2 % des joueurs passionnés âgés de 15 à 65 ans ont payé pour jouer en ligne.

Base : joueurs adultes en ligne et/ou hors ligne

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les joueurs passionnés et modérés ont dépensé plus en jeux hors ligne qu'en jeux en ligne. A l'inverse, les joueurs occasionnels ont dépensé plus en jeux en ligne qu'en jeux hors ligne.

Les joueurs passionnés qui dépensent pour jouer ont tendance à dépenser plus que les autres types de joueurs. Pour jouer en ligne, ils ont ainsi dépensé 63,6 € en moyenne entre mars et août 2014, contre 39,6 € pour les joueurs occasionnels et 44,1 € pour les modérés. Le budget des passionnés pour les jeux hors ligne est en moyenne de 80,3 €, contre 56,8 € pour les joueurs modérés et 36,2 € pour les joueurs occasionnels.

### Budget moyen dépensé selon le type de jeu et le type de joueur (€)

	passionnés	modérés	occasionnels	tous joueurs
jeu en ligne	63,6	39,6	44,1	56,6
jeu hors ligne	80,3	56,8	36,2	65,8

Lecture : Entre mars et août 2014, les joueurs passionnés âgés de 15 à 65 ans payant pour jouer en ligne ont dépensé en moyenne 63,6 €.

Base : joueurs âgés de plus de 15 à 65 ans ayant effectué des dépenses entre avril et septembre 2014,

Source : CNC – TNS Sofres 2014

## V. Les pratiques des joueurs sur tablette et ordiphone

### A. Profil des joueurs : plus jeune et féminin sur tablette et ordiphone

Popularisée par le succès de l'iPad, la tablette tactile est présente sur le marché des jeux vidéo depuis quatre ans et s'est largement démocratisée. Les tablettes offrent de nombreux avantages pour les joueurs : un écran plus large que celui d'un téléphone mobile ou d'une console portable (le plus souvent entre 7 et 10 pouces, soit entre 12,7 cm et 17,8 cm), une puissance graphique comparable voire supérieure à celle d'autres supports de jeu et un catalogue de jeux facilement accessible. L'offre de jeux pour tablette et ordiphone est en majorité constituée de jeux sur réseaux sociaux mais aussi de « casual games », qui se caractérisent par une faible difficulté du jeu et une prise en main rapide. Les deux genres présentent pour les développeurs des coûts de fabrication assez faibles.

Les foyers comprenant au moins un joueur de jeux vidéo sont mieux équipés en ordiphone et tablette que l'ensemble des foyers français. Ainsi, 58,7 % des foyers avec au moins un joueur possèdent un ordiphone contre 54,5 % de l'ensemble des foyers et 45,5 % une tablette tactile contre 40,3 % de l'ensemble des foyers.

Les ordiphones sont utilisés comme support de jeux par 39,9 % des joueurs au global et par plus d'un joueur sur deux (56,0 %) dans un foyer équipé. Le pourcentage de joueurs sur tablette est plus faible (31,2 %), mais cette dernière est utilisée comme un support de jeux vidéo par une proportion plus importante de joueurs équipés (58,9 % d'entre eux). A titre de comparaison, 73,8 % des joueurs possédant un ordinateur au sein de leur foyer utilisent ce dernier pour jouer et 57,0 % des joueurs habitant un foyer équipé d'une console portable jouent avec celle-ci.

Généralement, les joueurs sur tablette et ordiphone jouent également sur d'autres supports. Les joueurs sur tablettes utilisent en moyenne 3,4 supports de jeux, les joueurs sur ordiphone 3,7 supports, tandis que l'ensemble des joueurs jouent sur 2,4 supports.

#### Pénétration des jeux vidéo selon la plate-forme de lecture (%)

	<b>joueurs sur tablette</b>	<b>joueurs sur ordiphone</b>	<b>joueurs tous supports</b>
téléphone mobile (hors ordiphone)	22,9	15,8	13,7
ordiphone	55,6	100,0	39,9
tablette numérique	100,0	43,5	31,2
ordinateur fixe ou portable	68,8	67,3	67,5
console portable	50,3	37,2	30,6
console de salon	61,6	59,7	50,9
télévision connectée	14,4	13,5	9,3

Lecture : Entre mars et août 2014, 55,6 % des joueurs sur tablette de 6-65 ans ont joué sur ordiphone.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

Les joueurs sur tablette et ordiphone sont plus jeunes que l'ensemble des joueurs. 48,2 % des joueurs sur tablette et 43,9 % des joueur sur ordiphone sont âgées de moins de 25 ans, contre 39,9 % tous joueurs confondus. Ces joueurs sont également plus parisiens. Il est à noter que les joueurs sur tablette et sur ordiphone sont majoritairement féminins (respectivement 51,1 % et 50,2 %).

### Profil socio-démographique des joueurs selon la plate-forme de lecture (%)

	joueurs sur tablette	joueurs sur ordiphone	joueurs tous supports
<b>sexe</b>			
hommes	48,9	49,8	55,1
femmes	51,1	50,2	44,9
<b>âge</b>			
6-9 ans	13,7	7,3	8,5
10-14 ans	18,8	11,9	12,5
15-24 ans	15,7	24,7	18,9
25-34 ans	14,0	22,5	18,6
35-49 ans	23,7	23,2	24,8
50 -65 ans	14,3	10,4	16,7
<b>profession<sup>1</sup></b>			
CSP+	29,2	32,1	31,0
CSP-	22,4	28,1	27,6
inactifs	48,4	39,8	41,4
<i>dont enfants</i>	32,5	19,2	21,0
<b>résidence principale</b>			
région parisienne	22,6	25,1	21,4
autres régions	77,4	74,9	78,6

<sup>1</sup>La question de la profession de l'individu n'a été posée qu'aux adultes. Les enfants de 6-14 ans sont automatiquement intégrés au sous-total *inactifs*.

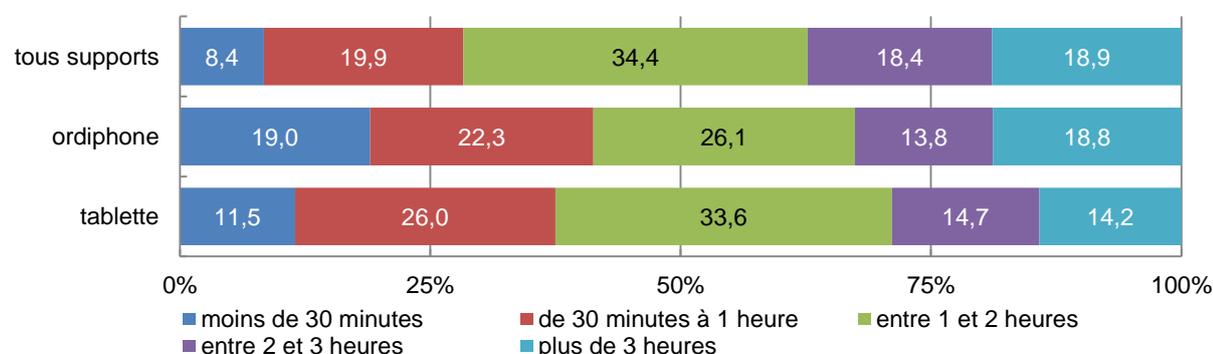
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### B. Durée, moment et fréquence de jeu : des sessions courtes et journalières

Les pratiques de jeux sont différentes sur ordiphone et tablette. Sur ordiphone, 41,3 % des sessions de jeux sont inférieures à une heure, contre 37,5 % sur tablette. Sur l'ensemble des supports, ce taux se situe à 28,3 %. Les durées moyennes de sessions de jeu sur tablette (1h48) et sur ordiphone (2h00) sont inférieures à la moyenne tous supports (2h15).

23,6 % des joueurs sur tablette et 24,5 % sur ordiphone jouent plusieurs fois par jour, contre 24,3 % sur l'ensemble des supports.

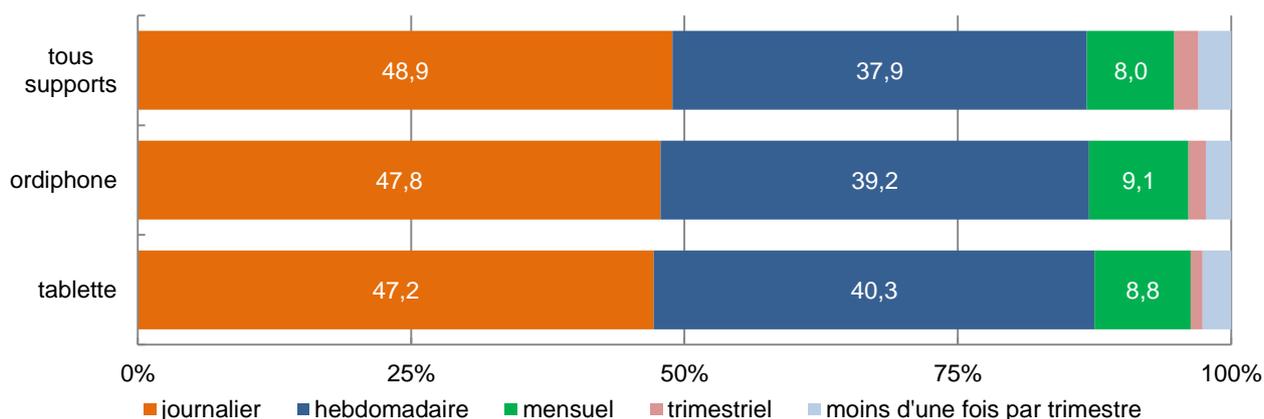
### Répartition des joueurs selon le temps moyen de session (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 14,2 % des joueurs sur tablette âgés de 6 à 65 ans ont en moyenne eu des sessions de jeu de plus de trois heures.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## Répartition des joueurs selon la fréquence de consommation des jeux vidéo (%)



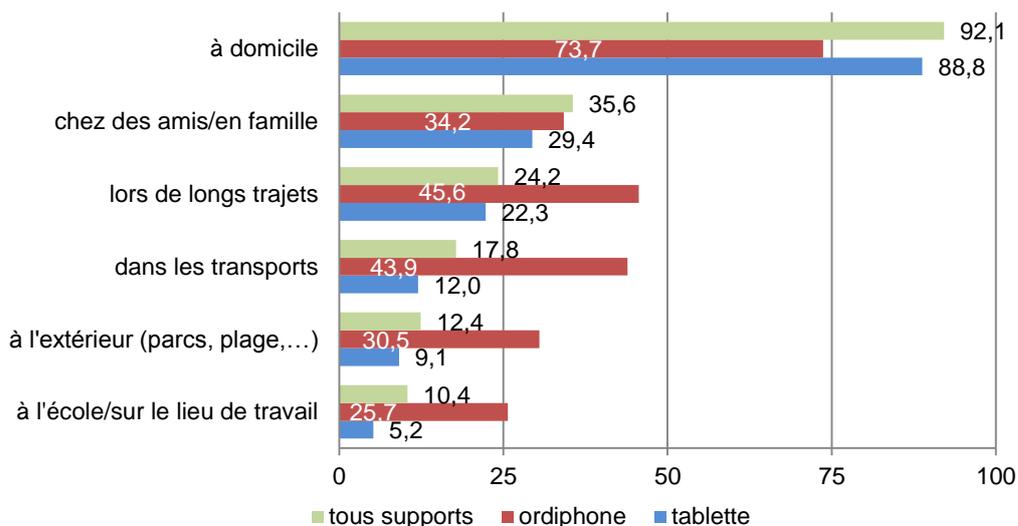
Lecture : Entre mars et août 2014, 47,2 % des joueurs sur tablette âgés de 6 à 65 ans ont joué au moins une fois par jour. Source : CNC – TNS Sofres 2014.

### C. Lieux de jeu : la maison, principal lieu des pratiques

45,6 % des joueurs sur ordiphone et 22,3 % des joueurs sur tablette jouent dans les longs trajets. Cependant, la tablette semble être moins utilisée pour jouer en mobilité puisque seuls 12,0 % des joueurs l'utilisent pour jouer lors de courts trajets dans les transports contre 43,9 % pour les ordiphones et 17,8 % des joueurs tous supports confondus. A l'inverse, l'ordiphone est davantage un support de jeu en toute circonstance, puisque près d'un joueur sur quatre (25,7 %) y joue à l'école ou au travail.

Néanmoins, jouer chez soi demeure la pratique majoritaire pour les joueurs, quel que soit le support de jeu. 73,7 % des joueurs sur ordiphone et 88,8 % des joueurs sur tablette jouent à la maison.

### Pénétration des jeux vidéo selon le lieu de jeux (% des joueurs)

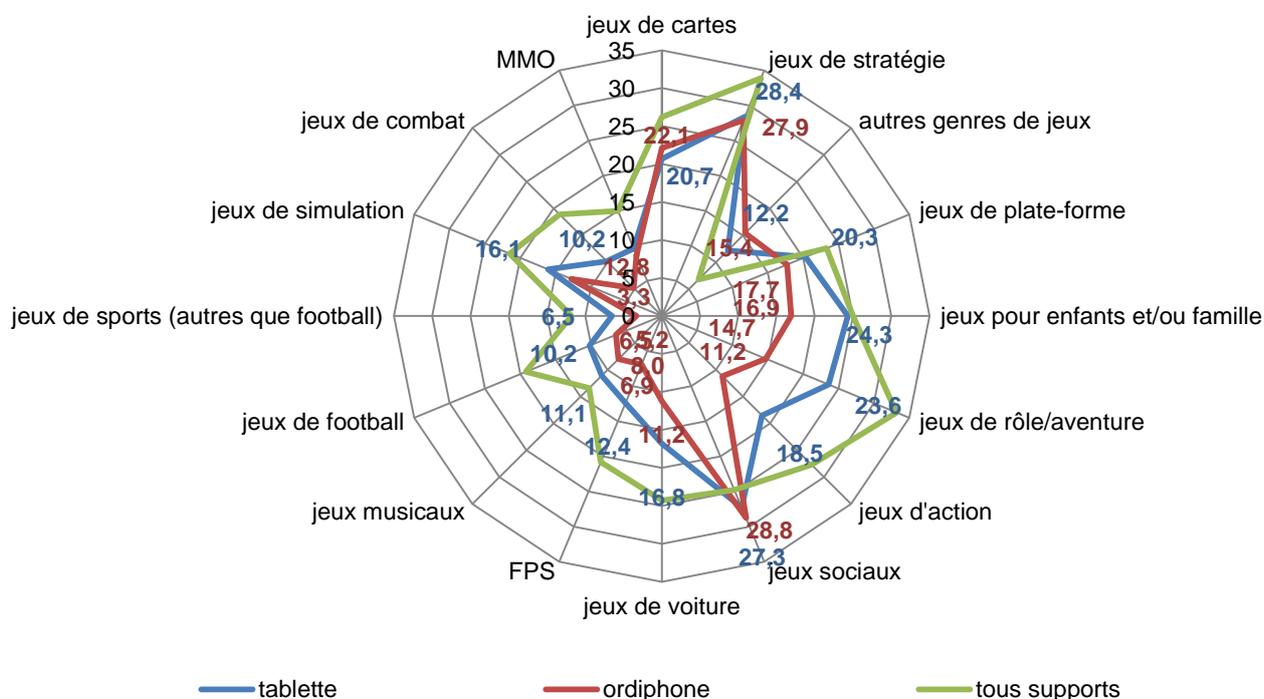


Lecture : Entre mars et août 2014, 88,8 % des joueurs sur tablette âgés de 6 à 65 ans ont joué à domicile. Source : CNC – TNS Sofres 2014.

## D. Genres de jeu<sup>4</sup> : stratégie sur tablette, jeux sociaux sur ordiphone

Les genres de jeux les plus pratiqués sont presque les mêmes sur tablette et ordiphone, les conditions de jeu étant assez proches. Les genres les plus appréciés par les joueurs sur tablette sont les jeux de stratégie (pour 28,4 % des joueurs sur tablette), les jeux sociaux (27,3 %) et les jeux pour enfants/familiaux (24,3 %). Les genres les plus consommés par les joueurs sur ordiphone sont les jeux sociaux (28,8 % des joueurs), devant les jeux de stratégie (27,9 %) et les jeux de cartes (22,1 %). Les jeux de combat, de sport et les MMO arrivent en bas du classement sur tablette comme sur ordiphone. Le profil du joueur est en effet plus jeune et féminin sur ces supports et la jouabilité proposée est souvent moins intéressante que sur les supports traditionnels.

### Pénétration des jeux vidéo selon le genre et le type de jeu (%)



Lecture : Entre mars et août 2014, 20,3 % des joueurs sur tablette âgés de 6 à 65 ans ont joué à des jeux de plate-forme.  
Source : CNC – TNS Sofres 2014.

<sup>4</sup> Les définitions des genres sont présentées page 20.

## E. Achat et budget : les jeux gratuits sont favorisés

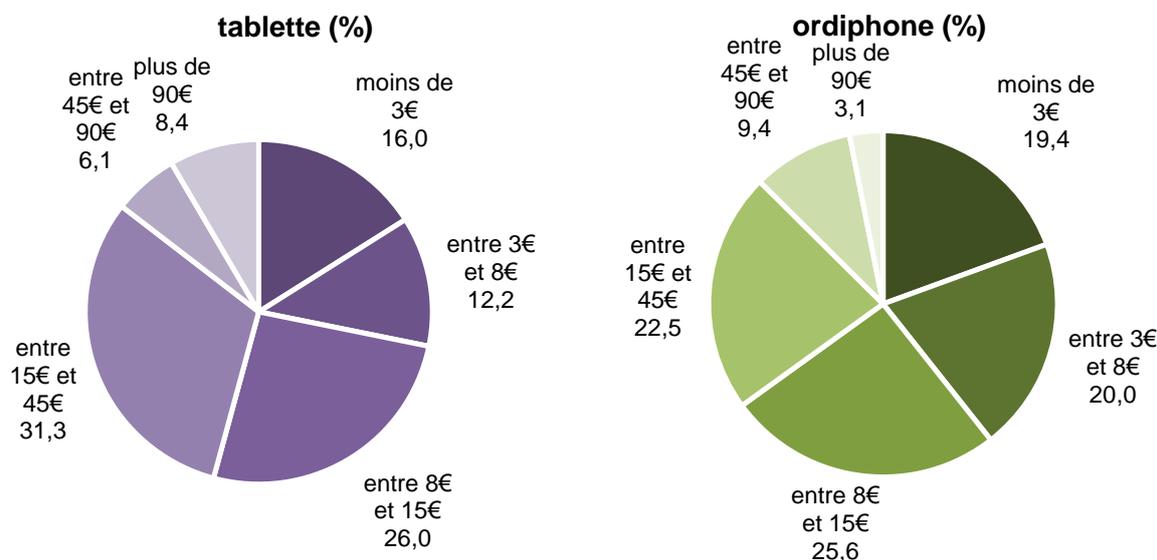
### Remarque méthodologique

Les questions budgétaires n'ont pas été posées aux enfants. Le panel de consommateurs est donc composé de personnes de 15 à 65 ans.

Les jeux gratuits dominent les pratiques des joueurs sur tablette et téléphone mobile. 69,3 % des joueurs adultes sur ordiphone et 62,1 % des joueurs adultes sur tablette ont joué uniquement gratuitement entre mars et août 2014.

Près des deux tiers des joueurs (65,0 %) ayant payé pour jouer sur ordiphone ont dépensé moins de 15 € sur la période. Ils sont 54,2 % sur tablette. Les joueurs sont plus enclins à dépenser sur tablette. Le pourcentage de joueurs ayant dépensé entre 15 € et 45 € pour jouer est bien plus élevé sur tablette que sur ordiphone (31,3 %, contre 22,5 %). Ainsi, le montant moyen dépensé par les joueurs ayant payé pour jouer est de 26,93 € sur tablette, contre 19,88 € sur ordiphone.

### Répartition des joueurs ayant payé pour jouer, selon le montant dépensé sur



Lecture : Entre mars et août 2014, 8,4 % des joueurs sur tablette âgés de 15 à 65 ans ayant payé pour jouer ont dépensé plus de 90 €.

Base : Joueur adulte ayant dépensé sur tablette et/ou ordiphone pour jouer.

Source : CNC – TNS Sofres 2014.

les études du CNC  
**les pratiques de consommation  
de jeux vidéo des Français**

une publication du Centre national  
du cinéma et de l'image animée  
12 rue de Lübeck  
75784 Paris Cedex 16  
[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

**direction des études, des statistiques  
et de la prospective**  
3 rue Boissière 75784 Paris Cedex 16  
tél. 01 44 34 38 26  
[despro@cnc.fr](mailto:despro@cnc.fr)

**édité par la direction de la communication**

conception graphique couverture  
**Anaïs Lancrenon & Julien Lelièvre**

impression  
**Stipa**

octobre 2014

