

Jeux vidéo : le loisir pour tous

Description

La pratique du jeu vidéo se généralise. Depuis dix ans, la France compte trois fois plus de joueurs, soit 31 millions d'adeptes en 2013 (+10 % en un an), qui consacrent du temps et de l'argent aux jeux vidéo.

Le jeu vidéo est devenu le bien culturel le plus vendu en France et le deuxième marché du divertissement après le livre, rattrapé la troisième condition du livre blanc du Syndicat national du jeu vidéo (SNJV), publiée en novembre 2013, qui livre les chiffres-clés d'un loisir qui séduit désormais une majorité de la population. Les ventes de jeux vidéo s'élevaient à 2,7 milliards d'euros en 2013.

La pratique du jeu vidéo concernait principalement les jeunes adolescents masculins il y a trente ans. Elle est aujourd'hui partagée par 8 Français sur 10 qui déclaraient, début 2013, avoir joué au moins une fois au cours des douze derniers mois, selon l'étude semestrielle GfK REC+, dont 52 % de femmes et une moyenne d'âge en constante augmentation qui atteint 41 ans. Jouer à des jeux vidéo s'inscrit dans le quotidien des Français avec 61 % de joueurs réguliers et possédant un nombre important de jeux. Les deux tiers des parents (65 %) jouent avec leurs enfants. Les jeux destinés aux personnes âgées de 18 ans et plus représentent 30 % de part de marché en valeur.

La pratique du jeu vidéo n'est plus liée à la seule possession d'un ordinateur ou d'une console, même si un foyer français sur deux est équipé d'une console de jeux vidéo (contre 36,6 % en 2007). La croissance du taux d'équipement en smartphones (16 millions d'unités vendues en 2013), tablettes (6 millions d'unités vendues, + 65 %) et télévisions connectées contribue à élargir le public pratiquant ce loisir de plus en plus, partout et tout le temps. Les ventes de jeux sur supports physiques représentent encore 60 % du marché ; elles ont cependant reculé de 13 % en 2013, tandis que les ventes de jeux vidéo digitalisés (jeux en ligne et téléchargements) ont augmenté dans la même proportion (+12 %).

Avec des centaines de nouveaux jeux et applications disponibles en téléchargement chaque jour (70 % des revenus de l'App Store), le nombre de Français en ayant téléchargé sur leurs smartphones ou leurs tablettes a augmenté de 50 % entre 2012 et 2013. La moitié des joueurs sur ordinateur et sur console de salon utilisent désormais des jeux digitalisés, respectivement 51 % et 48 % début 2013, d'après le rapport semestriel GfK REC+.

Selon une autre étude menée par GfK pour la Hadopi, publiée en octobre 2013, les joueurs

français ont dépensé en moyenne 40 euros par mois en jeux vidéo, dont 27 euros consacrés aux jeux sur support physique. L'usage des jeux gratuits (*free to play/F2P*) se développe et 57 % des joueurs français déclarent y avoir joué au cours des douze derniers mois (étude du CSA de janvier 2013). La disponibilité des Français pour les jeux vidéo s'accroît avec la pratique croissante des réseaux sociaux et la mobilité offerte par les terminaux portables. Début 2013, ils consacrent en moyenne 12 heures par semaine aux jeux vidéo, 2 heures de plus qu'en 2011, contre 6 h 22 à la musique (hors radio) et 5 h 32 à la lecture (étude semestrielle GfK REC+). Les jeux de réflexion sont préférés par les Français, joueurs occasionnels ou grand public (36 %), tandis que les jeux de rôle et les jeux d'action remportent l'adhésion des joueurs inconditionnels (17 % chacun), (étude Gartner publiée en octobre 2013).

Les jeux pratiqués sur les réseaux sociaux, appelés jeux sociaux ou *social gaming*, représentaient 36 % du marché du jeu en ligne en 2012 et 13 % du marché total du jeu vidéo selon les données de l'Insee ; ces parts de marché devraient atteindre respectivement 46 % et 18 % en 2016. « Le nomadisme et la démocratisation modifient le comportement des joueurs », indique le SNJV. « Alors que 59 % des joueurs privilégient les supports PC et consoles, 84 % d'entre eux souhaiteraient pouvoir accéder à leur jeu sur plusieurs plates-formes ». Le jeu vidéo tend à devenir un service en ligne comme un autre, connecté et multisupport, à l'instar d'autres biens culturels comme la musique, le film et le livre.

Source :

- *Le Jeu vidéo en France. Éléments clés 2013*, 3^e édition du Livre blanc du Syndicat national du jeu vidéo, snjv.org, 26 novembre 2013.

Categorie

1. Usages

date création

10 avril 2014

Auteur

française