

Les Gamers en 2012, comportements de joueurs et d'acheteurs

Info

Posté par : JulieM

Publié le : 19/10/2012 13:30:00

A quelques jours du lancement de la troisième édition du Paris Games Week, M6 Publicité Digital et GroupM révèlent les nouveaux résultats de leur étude conjointe sur les **comportements de joueurs et d'acheteurs**. La démocratisation du jeu vidéo se poursuit, une tendance qui s'explique en partie grâce au développement de jeux destinés aux Smartphones et tablettes.

Selon l'étude, plus d'un Français sur deux est un « Gamer » : 55% des 7 à 65 ans jouent aux jeux vidéo, même occasionnellement, soit 26.9 millions d'individus, en progression de 4 points en un an. Âgé de 31 ans en moyenne, le Gamer joue 4h41 heures par semaine, achète 4.6 jeux par an et dépense en moyenne 76 euros.



Au sein des supports portables, le téléphone devance désormais la console

L'ordinateur et la console de salon restent les supports les plus utilisés pour jouer aux jeux vidéo, mais c'est le jeu sur téléphone mobile qui progresse le plus et concerne désormais 62% des gamers (+13 points en un an), contre 56% pour la console portable. Ils sont même 7% à ne jouer exclusivement que sur smartphone. Cette tendance est liée au nombre croissant de joueurs occasionnels, simplifiée par les différentes plateformes de téléchargements d'applications.

Sur tablette comme sur mobile, les jeux sont majoritairement téléchargés gratuitement, mais 20% des gamers ont acheté au moins un de leurs jeux sur mobile, et 31% sur tablettes. Une majorité joue par ailleurs avec les jeux disponibles avec leurs terminaux (55% pour le mobile, et 48% pour les tablettes)

La démocratisation prend de l'ampleur



La démocratisation s'accroît par l'accès immédiat aux jeux qu'elle permet. Si les plateformes de téléchargement en ligne sont de plus en plus utilisées (25%, soit une progression de 15 points vs 2011), les grandes surfaces (48%) ou magasins spécialisés (47%) restent les 2 premiers points d'achat de jeux vidéo.

Le digital au cœur de la décision d'achat

Les contenus disponibles en ligne (avis spécialisés, vidéos, commentaires, articles) restent les principales sources d'information sur les jeux vidéo avant achat. 72% des Gamers privilégient le web pour s'informer (+7 points en un an), devant les conseils d'amis/famille (41%), la démonstration en magasin (17%) ou la presse (12%).