

2020

Données essentielles

Issues de l'industrie du jeu vidéo



entertainment®
software
association

Table des matieres

Introduction	2
Une nation de joueurs : qui sommes nous ?	4
Pourquoi joue-t-on ?	6
Comment joue-t-on ?	8
Un profil des joueurs	10
Familles	12
18-34 ans	14
35-54 ans	16
55-64 ans	18
65 ans et +	20
ESA et nos partenaires	22
Les membres de l'ESA	23

The Entertainment Software Association (ESA) (Association du logiciel de divertissement au Canada) a publié en 2020 un document nommé *2020 Données essentielles issues de l'industrie du jeu vidéo* en juillet 2020. L'institut Ipsos a conduit une étude annuelle pour l'ESA. Cette étude aggrège les données d'environ 4,000 américains concernant leurs habitudes de jeux et leurs comportements. *2020 Données essentielles issues de l'industrie du jeu vidéo* inclut également des données fournies par l'ESRB Entertainment Software Rating Board et par The AbleGamers Charity.

Traduction amateur par Florian B



Introduction

La publication de ce dossier « 2020 Données essentielles issues de l'industrie du jeu vidéo » arrive au milieu d'une pandémie mondiale qui exige de chacun d'entre nous un changement dans notre façon d'interagir les uns avec les autres. Nos salutations quotidiennes ont laissé la place à une "distanciation sociale" et à une obligation de "confinement". Pourtant et malgré tout cela, les jeux vidéo sont devenus une des pierres angulaires du maintien du lien social entre les différents publics, sans même avoir à sortir de chez soi. Maintenant plus que jamais, il est devenu clair que le jeu vidéo influence la vie des gens en des façons qui vont au-delà de la simple joie provoquée par le fait de jouer.

Des joueurs de tout âge et de tout horizons adoptent le jeu vidéo. Il y a plus de 214 millions de joueurs à travers les Etats-Unis, les trois quarts des foyers américains ayant au moins une personne jouant aux jeux vidéo en leur sein, et 64% des adultes aux Etats-Unis ainsi que 70% des moins de 18 ans jouent régulièrement. Une large majorité des joueurs affirment que les jeux vidéo leur offre une stimulation mentale (80%) et un moyen de se relaxer (79%).

Les jeux vidéo nous aident à nous connecter et 65% des sondés disent jouer avec d'autres joueurs en ligne ou en personne. Plus de la moitié des parents (55%) affirment jouer avec leur enfants et 92% sont attentifs aux jeux auxquels ils jouent.

Comme ces données essentielles de 2020 le démontrent, le jeu vidéo est devenu une forme majeure du divertissement en nous apportant joie, connexion et un sentiment d'appartenance à un groupe au moment où nous en avons le plus besoin. Leur valeur pour la société n'a jamais été aussi élevée.

- *Stanley Pierre-Louis*

President & Directeur général, Entertainment Software Association

UNE NATION DE JOUEURS : QUI SOMMES NOUS ?

Nous sommes une nation qui croit au pouvoir du jeu. Peu importe qui vous êtes et d'où vous venez, il existe un jeu pour chacun.



35-44 ANS

C'est la fourchette
moyenne de l'âge des
joueurs



75% des américains possèdent au moins
un joueur dans leur foyer



Il y a approximativement
46 MILLIONS de joueurs
ayant un
handicap*

* Source: The AbleGamers Charity



70% des enfants (moins de 18 ans)
sont des joueurs
51.1 MILLIONS

64% des adultes (18 et plus)
sont des joueurs
163.3 MILLION

Tout joueur confondus

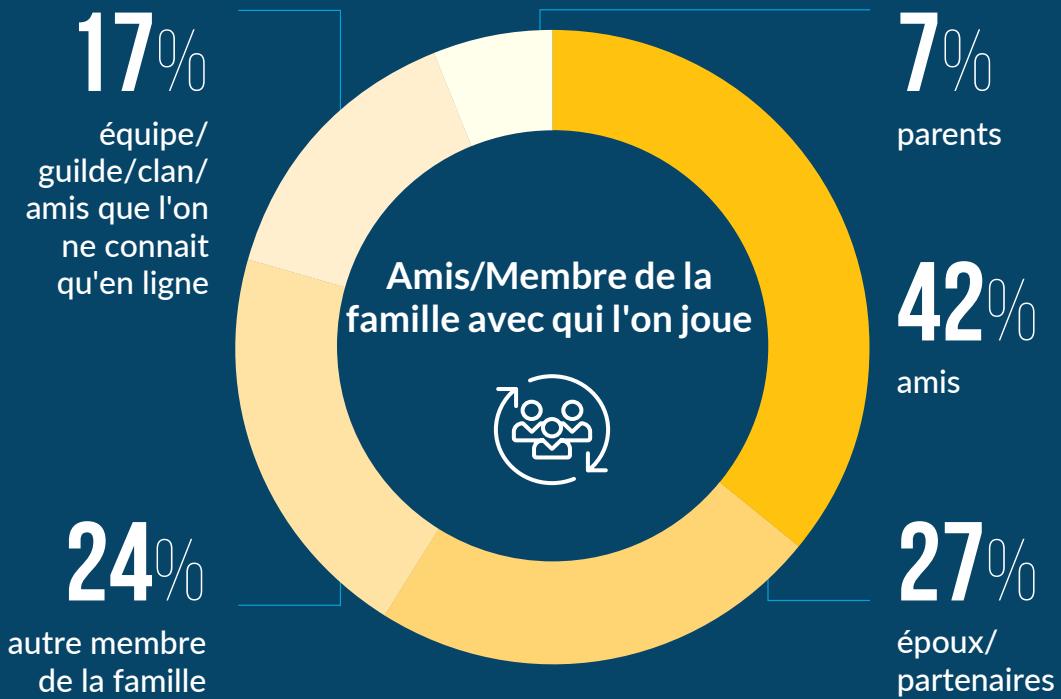
	59%	masculins
	41%	feminins

POURQUOI JOUE-T-ON ?

Seuls les jeux sont capables de nous relier de cette façon, de nous divertir tout en amenant au travail en équipe, à la coopération et parfois à un peu de compétition. Il n'est pas question de savoir qui vous êtes, mais comment vous jouez - et tout le monde peut jouer.



65% des joueurs jouent à plusieurs



Les joueurs adultes passent...

6.6 HEURES
par semaine à jouer
avec d'autres, en ligne

4.3 HEURES
par semaine à jouer avec
d'autres, en personne



30%

des joueurs ont rencontrés un bon ami ou un conjoint par le jeu vidéo



40%

ont rencontré des gens par le jeu vidéo qu'ils n'auraient jamais rencontré autrement



Les joueurs pensent que le jeu vidéo a une influence positive sur leur vie

80%

disent être stimulés mentalement par le jeu.

63%

disent que le jeu améliore leur compétence de résolution de problèmes

55%

disent que le jeu les aide à rester en contact avec des amis

79%

disent que les jeux offrent un échappatoire contre le stress

57%

disent ressentir de la joie provoquée par le jeu

50%

disent que le jeu permet à la famille de passer du temps tous ensemble

COMMENT JOUE-T-ON ?

Une génération entière d'adultes a grandi entourée d'ordinateurs et de smartphones. Même pour les autres, le jeu vidéo est devenu une partie de leur vie et de la vie de leurs enfants.



Périphériques possédés par les joueurs

73%

Possède une console de jeu

43%

Possède une console portable

29%

Possède un appareil de réalité virtuelle

25%

Possède un appareil de réalité virtuelle mobile



Périphérique le plus souvent utilisé pour jouer aux jeux vidéo parmi les adultes

61%

smartphone

52%

console de jeu

49%

ordinateur fixe



Genre de jeu le plus populaire

71%

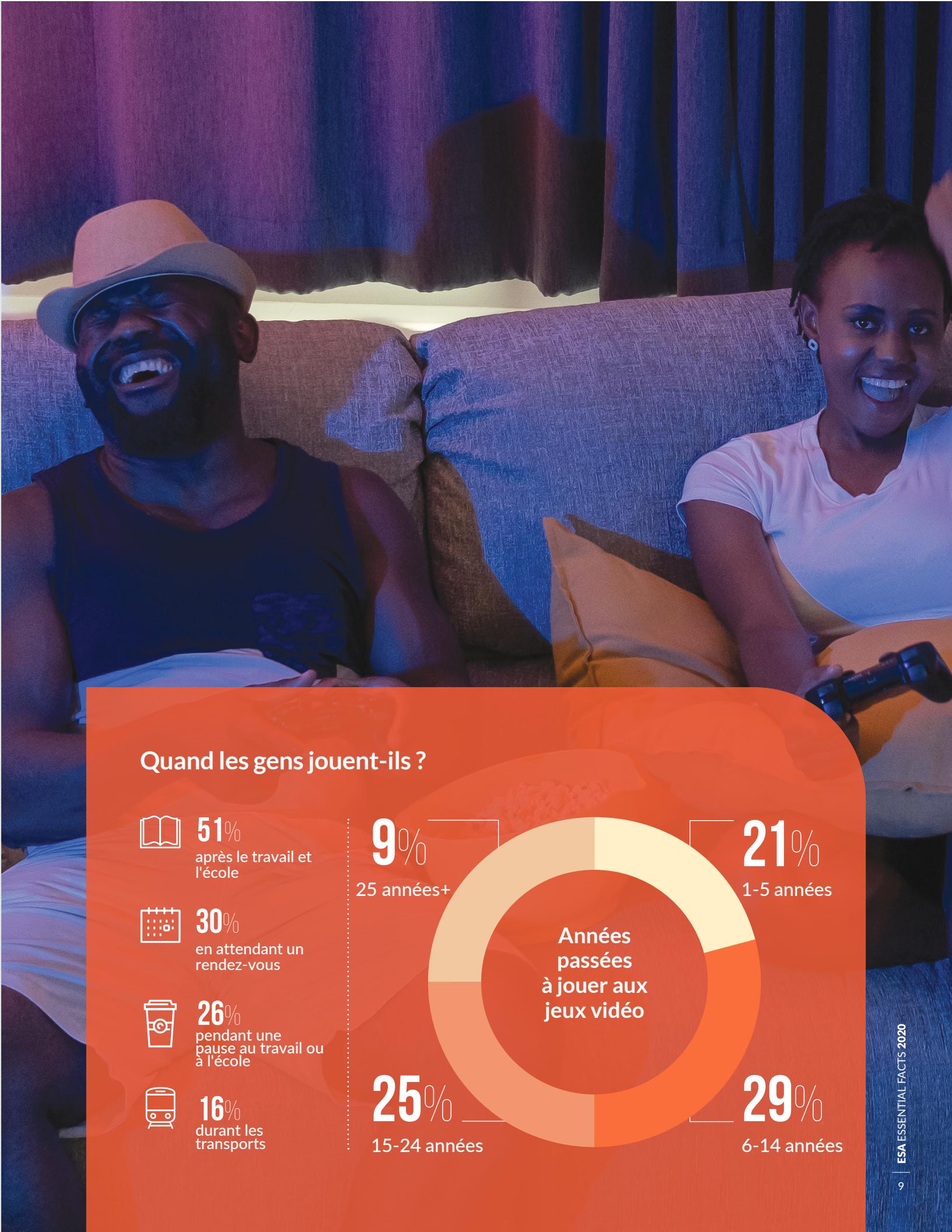
jeux casual

53%

jeux d'action

48%

jeux de tirs

A photograph of a man and a woman sitting on a couch, laughing and holding video game controllers. The man is wearing a fedora and a dark t-shirt, while the woman is in a white t-shirt. They are in a room with blue and purple lighting.

Quand les gens jouent-ils ?

 **51%**
après le travail et
l'école

 **30%**
en attendant un
rendez-vous

 **26%**
pendant une
pause au travail ou
à l'école

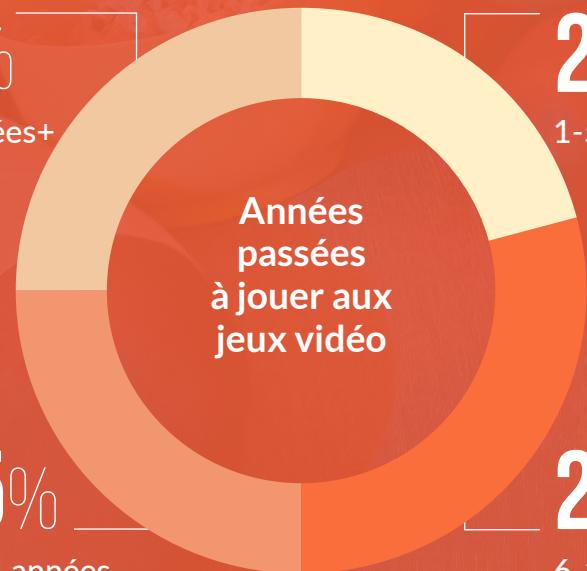
 **16%**
durant les
transports

9%
25 années+

25%
15-24 années

21%
1-5 années

29%
6-14 années



A donut chart divided into four segments. The inner circle is orange and labeled "Années passées à jouer aux jeux vidéo". The outer ring is divided into four segments: light orange (top), medium orange (right), dark orange (bottom), and yellow (left). Each segment has a percentage value and an age range label.

Années passées à jouer aux jeux vidéo



A close-up photograph of a young woman with dark hair, wearing a white and blue striped shirt, laughing heartily. She is holding a small child in her arms. The background is blurred green foliage.

UN PROFIL DES JOUEURS

Le joueur typique n'est probablement pas tel que vous vous l'imaginez. Les jeux vidéo attirent le joueur en nous, peu importe ce à quoi nous jouons ou avec qui nous jouons. Tout le monde peut jouer... Et tout le monde joue.

FAMILLES

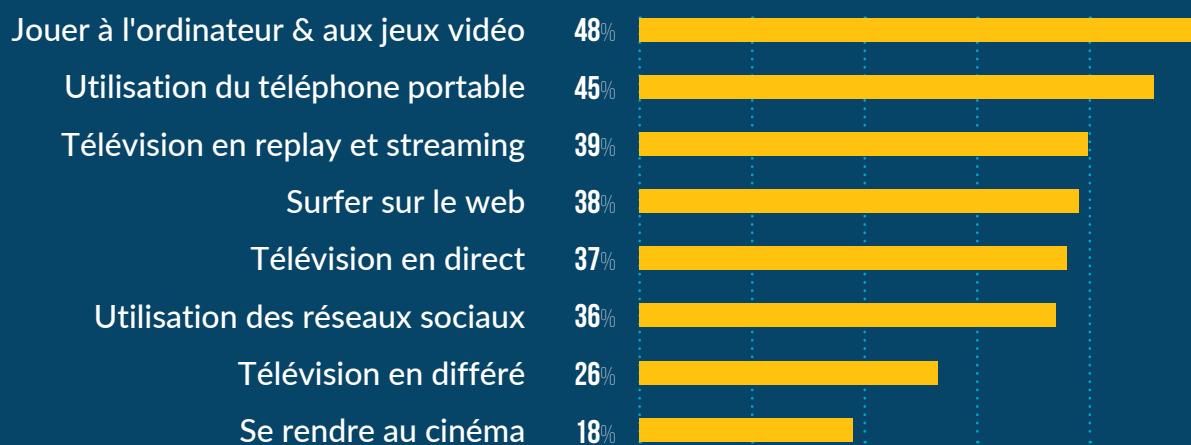
TROUVER L'ÉQUILIBRE

De l'éducation aux soirées jeux familiales, les parents connaissent l'impact positif que les jeux peuvent avoir sur leurs vies et sur leurs familles.

Parmi les parents dont les enfants jouent régulièrement



Pourcentage des parents qui fixent une durée d'utilisation sur les activités suivantes :



* Source: ESRB

** Des parents qui connaissent le système PEGI/ESRBs

*** Des parents dont les enfants jouent et qui connaissent l'existence de ces contrôles parentaux



Parmi les parents de joueurs

95%

Des parents sont présents lorsque l'enfant se procure le jeu

86%

Des enfants doivent demander l'accord parental pour tout nouvel achat

73%

Des parents pensent que les jeux sont éducatifs

66%

Jouent avec leur enfant, parce que c'est amusant en famille

65%

Jouent car ils y voient une bonne opportunité de former un lien avec leur enfant

55%

Des parents jouent au moins une fois par semaine avec leur enfant



Données sur les notes ESRB*

Sur les 4,034 notes assignées par l'ESRB aux jeux physiques et dématérialisés en 2019:



45%

furent notés
E for Everyone
Jeux familiaux



14%

furent notés
E10+
10 ans et plus



28%

furent notés
T for teen
Public ado



13%

furent notés
M for mature
17 ans et plus

* Source: ESRB



18-34 ANS

Plus que du plaisir

Pour beaucoup de jeunes adultes, le divertissement est la plus grande récompense qu'offre le jeu. Mais dans notre société d'aujourd'hui où il est difficile d'échapper au quotidien, le jeu offre également un moyen de stimuler l'imagination et de se sentir entouré.

HOMMES 18-34



75%

jouent sur console



51%

jouent surtout aux jeux d'action



68%

préfèrent jouer avec des amis

JEUX PRÉFÉRÉS



80%

Jeux de tirs
(e.g., *Call of Duty*, *Fortnite*)



68%

Jeux d'aventure
(e.g., *Tomb Raider*, *Uncharted*)



65%

Jeux de rôles
(e.g., *World of Warcraft*, *The Witcher*)



70% disent que le jeu aide à rester connecté aux amis et à la famille



FEMMES 18-34



77%

jouent sur smartphone



46%

jouent surtout aux casual games



48%

préfèrent jouer avec des amis

FAVORITE GAMES



59%

Jeux familiaux
(e.g., *Super Mario Party*, *Just Dance*)



52%

Jeux d'action
(e.g., *Grand Theft Auto*, *Super Mario Odyssey*, *God of War*)



50%

Jeux de course
(e.g., *Need for Speed*, *Mario Kart*)



55% disent que le jeu aide à rester connecté aux amis et à la famille



HOMMES 35-54



70%

jouent sur console



38%

jouent surtout aux jeux d'action



44%

préfèrent jouer avec des amis

JEUX PRÉFÉRÉS



67%

Casual games
(e.g., *Tetris*,
Solitaire)



61%

Jeux de tirs
(e.g., *Call of Duty*,
Fortnite)



54%

Jeux d'aventure
(e.g., *Tomb Raider*,
Uncharted)



83%

disent que le jeu aide à décompresser



78%

jouent sur smartphone



67%

jouent surtout aux casual games



58%

préfèrent jouer avec des amis

JEUX PRÉFÉRÉS



40%

Jeux d'Arcade
(e.g., *Pac-Man*,
Pinball FX3)



37%

Jeux familiaux
(e.g., *Super Mario Party*, *Just Dance*)



30%

Jeux d'action
(e.g., *Grand Theft Auto*,
Super Mario Odyssey,
God of War)



77%

disent que le jeu aide à décompresser

A close-up photograph of a smiling man with a beard and short hair, wearing a light-colored plaid shirt. He is holding a black video game controller in his hands. The background is a blurred brick wall.

35-54 ANS

Le jeu dans nos vies

Pour la génération ayant grandi avec les jeux vidéo, le bienfait qu'apporte le jeu n'a jamais été aussi important, reliant les gens ensemble à travers des affinités communes, permettant de se relaxer et de s'amuser.



55-64 ANS

Le plaisir de jouer est universel

Les jeux vidéo vont aux delà de l'âge et du genre. Jouer fait de nous une communauté, nous reliant à nos amis et à notre famille par le biais d'une expérience partagée.



HOMMES 55-64



56%
jouent sur
smartphone



48%
jouent surtout
aux **casual
games**



42%
préfèrent jouer
avec des amis

JEUX PRÉFÉRÉS



32%
Jeux de tir,
d'aventure,
et d'action



31%
Jeux de rôle
et d'arcade



26%
Jeux de courses
(e.g., *Need for
Speed, Mario Kart*)



87% disent être stimulés mentalement par les jeux



FEMMES 55-64



63%
jouent sur
smartphone



74%
jouent surtout
aux **casual
games**



37%
préfèrent jouer
avec des amis

JEUX PRÉFÉRÉS



25%
Jeux familiaux
et d'arcade



16%
Jeux d'action
(e.g., *Grand Theft
Auto, Super Mario
Odyssey, God of War*)



14%
Jeux d'aventure
(e.g., *Tomb Raider,
Uncharted*)



82% disent être stimulés mentalement par les jeux



HOMMES 65+



68%
jouent sur
PC



58%
Jouent surtout
aux jeux de
cartes



77%
préfèrent jouer seul

JEUX PRÉFÉRÉS



86%
Casual games
(e.g., *Tetris*,
Solitaire)



41%
Jeux d'Arcade
(e.g., *Pac-Man*,
Pinball FX3)



26%
Action,
aventure, et
jeux de courses



46% jouent depuis 10 ans ou moins



60%
jouent sur
PC



76%
Jouent surtout
aux jeux de
cartes



81%
préfèrent jouer seul

JEUX PRÉFÉRÉS



95%
Casual games
(e.g., *Tetris*, *Solitaire*)



24%
Jeux d'Arcade
(e.g., *Pac-Man*,
Pinball FX3)



13%
Jeux familiaux
(e.g., *Super Mario Party*, *Just Dance*)



63% jouent depuis 10 ans ou moins

65 ANS ET +

Le jeu ne s'arrête jamais

Qui a dit que les jeux étaient réservés aux jeunes ? Les seniors sont de plus en plus à s'interessser au jeu comme d'un moyen pour rester lié aux autres et rester mentalement affuté.



PARTENAIRES DE L'ESA

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION | THEESA.COM • @THEESA

ESA offers a wide range of services to interactive entertainment software companies, including: conducting business and consumer research; providing legal and policy analysis and advocacy on First Amendment, intellectual property, and technology/e-commerce issues; managing a global content protection program; owning and operating E3; and representing video game industry interests before federal and state governments.

ESA FOUNDATION | ESAFOUNDATION.COM • @ESA_FOUNDATION

Created by the American entertainment software industry, the ESA Foundation works to make a positive difference in the lives of America's youth by providing scholarships to the next generation of industry innovators and supporting charitable organizations and schools that leverage entertainment software and technology. The ESA Foundation receives its primary funding proceeds from the signature annual fundraiser Nite to Unite and other charitable initiatives.

ENTERTAINMENT SOFTWARE RATING BOARD | ESRB.ORG • @ESRBRATINGS

The ESRB is a non-profit, self-regulatory body that assigns age and content ratings for video games and mobile apps so parents can make informed choices. It also enforces advertising guidelines adopted by the video game industry and helps companies implement responsible online and mobile privacy practices under its Privacy Certified program.

To learn more, visit theESA.com, email at info@theESA.com, and follow us on Twitter [@theESA](#)

MEMBRES DE L'ESA

Activision Blizzard, Inc.

BANDAI NAMCO Entertainment America, Inc.

Bethesda Softworks, LLC

Capcom U.S.A., Inc.

Deep Silver

Disney

Electronic Arts, Inc.

Epic Games, Inc.

Focus Home Interactive

Gearbox Publishing, LLC

GungHo Entertainment America, Inc.

Intellivision Entertainment, LLC

Kalypso Media Group

Konami Digital Entertainment, Inc.

Legends of Learning

Magic Leap, Inc.

Marvelous USA (XSEED Games)

Microsoft Corporation

Nacon Gaming USA

Natsume, Inc.

NCSOFT

NEXON America, Inc.

Nintendo of America, Inc.

NVIDIA Corporation

Paracosma, Inc.

Rebellion Developments, Ltd.

Riot Games

Sega of America

Sony Interactive Entertainment, Inc.

Square Enix, Ltd.

Take-Two Interactive Software, Inc.

Tencent America

THQ Nordic

Ubisoft, Inc.

Warner Bros. Interactive Entertainment, Inc.

Wizards of the Coast

To learn more, visit the ESA.com,
email at info@theESA.com and
follow us on Twitter @theESA.

www.theESA.com

@E3

@theESA

@ESA_Foundation

@ESRB Ratings

