

Media In Life 2018

Le nouveau visage des gamers

La consommation quotidienne de médias classiques se stabilise ces deux dernières années : TV, radio ou presse occupent toujours une place de choix dans le quotidien des Français. **« En moyenne, près de 9 Français sur 10 sont en contact avec au moins deux médias quotidiennement, télévision et radio en tête. Cependant, dans un univers de plus en plus connecté, les loisirs numériques séduisent toujours plus, en parallèle des pratiques médias plus traditionnelles »**, déclare Xavier Lemuët, Directeur de pôle Digital & Médias de Médiamétrie.

En 2018, plus des trois-quarts des Français (**77%**) pratiquent chaque jour au moins un loisir numérique, soit **5 points** de plus qu'il y a deux ans. Cette progression est principalement portée par l'utilisation du téléphone mobile, la musique ou encore les jeux vidéo qui enregistrent un bond de **4,5 points** cette année.

Pour analyser cette tendance, l'étude **Media In Life 2018** fait le point, entre autres, sur les gamers* : qui sont-ils ? Sur quels supports jouent-ils ? Comment s'articule leur consommation média tout au long de la journée ?

Des gamers millennials, mais pas uniquement...

En 10 ans, le nombre de joueurs quotidiens de jeux vidéo** a fortement augmenté : **+13,5 points** versus 2008. Ainsi en 2018, plus d'**un quart des Français** de 13 ans et plus (**25,2%**) ont au moins un contact avec un jeu vidéo chaque jour. Si les hommes et les jeunes de 13 à 24 ans sont les plus amateurs, la pratique évolue et se généralise à l'ensemble de la population. Aujourd'hui, **23%** des femmes sont des gamers du quotidien, contre **18%** en 2016.

En outre, **61%** des 35 ans et plus s'adonnent à cette pratique tous les jours, soit une progression de **15 points** en deux ans.

« Le jeu vidéo n'est plus réservé à une tranche d'âge ou à un certain genre. Il devient accessible à tous grâce au téléphone mobile et à son expansion. Les 13-24 ans se démarquent surtout car leur consommation de jeux vidéo est à la fois plus importante et surtout plus intensive », constate Xavier Lemuët.

*Toute personne ayant au moins un contact avec les jeux vidéo sur ordinateur, téléviseur, console de jeu portable, téléphone mobile ou tablette tactile sur un jour moyen.

** Tous jeux, tous supports

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Media In Life 2018, le nouveau visage des gamers



Le mobile, nouvel écran préféré des gamers

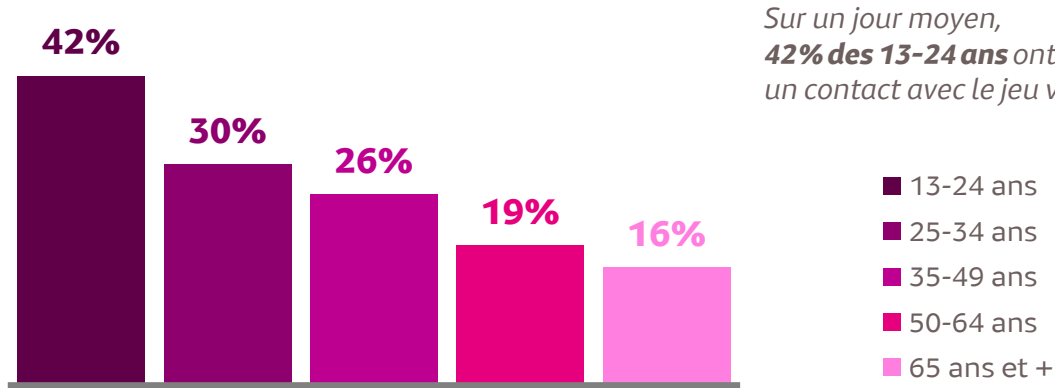
Tandis que les pratiques sur téléviseur et sur console portable ont diminué ces dix dernières années, le jeu sur téléphone mobile s'est imposé, devenant ainsi l'écran préféré des gamers. Chaque jour, **39%** des joueurs privilégient leur téléphone pour cette activité ; c'est **34 points** de plus qu'en 2008. De plus, grâce au caractère nomade de ce support, le jeu sur téléphone mobile se pratique tout au long de la journée sans qu'aucun réel temps fort ne se démarque.

Malgré cette montée en puissance du mobile, l'ordinateur reste un écran incontournable du jeu pour **34%** des gamers avec un nombre de contacts moyen par jour plus important (**3,9 versus 2,1**), démontrant une consommation plus intense du jeu sur ce support, principalement dans l'après-midi et jusque tard dans la nuit.

Le gamer, adepte de médias classiques

Bien que passionné de jeux vidéo, le gamer est aussi un amateur de médias classiques : sa pratique quotidienne du jeu ne modifie pas ses rendez-vous médias habituels. Au contraire, sa journée est marquée par une forte consommation de ces médias le matin, le midi et le soir, en alternance avec les loisirs numériques qui l'accompagnent tout au long de la journée, avec un temps fort de la consommation du jeu vidéo, tous écrans confondus, principalement le soir.

Des millennials mais pas uniquement...



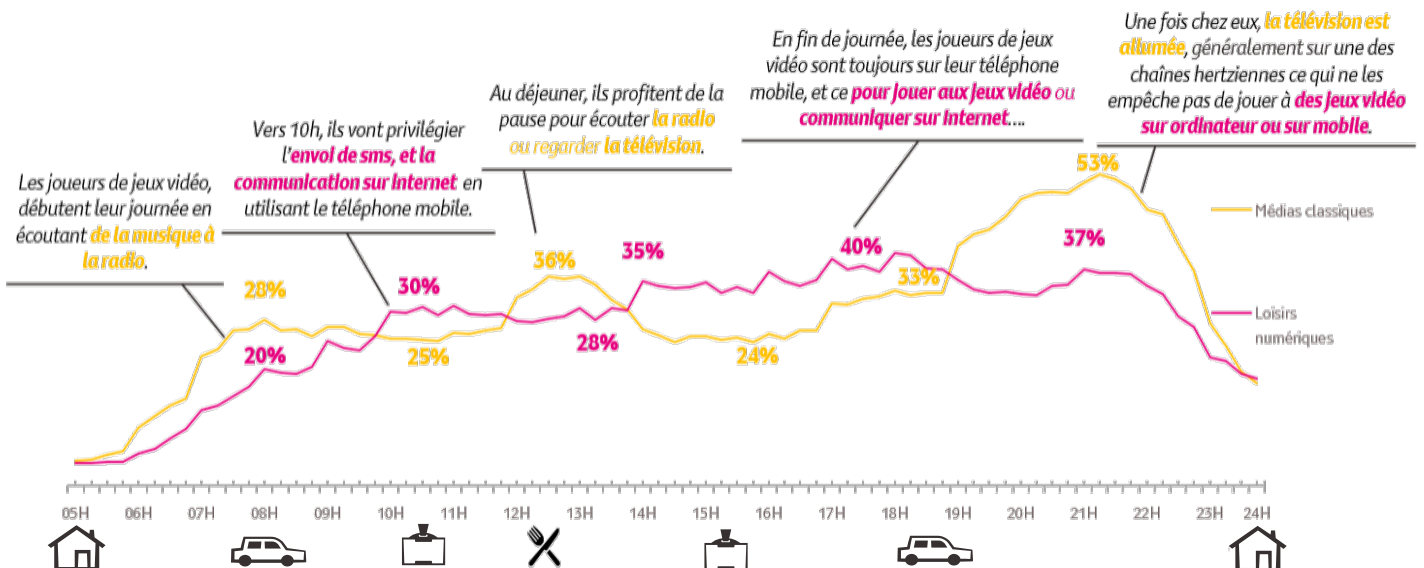
Sur un jour moyen, **42% des 13-24 ans** ont au moins un contact avec le jeu vidéo.

Pénétration des joueurs de jeux vidéo par âge

Des adeptes d'activités en dehors de chez eux



Des amateurs de médias traditionnels



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Media In Life 2018, le nouveau visage des gamers



Méthodologie

L'étude Media In Life mesure et analyse les pratiques médias et multimédias ainsi que les activités courantes au cours d'une journée de la population de 13 ans et plus résidant en France Métropolitaine. Pour réaliser cette étude, 8 851 personnes ont rempli un journal d'activités quotidien recensant quart d'heure par quart d'heure des informations telles que leur localisation, leur pratique des médias et des loisirs numériques, leurs activités etc

Définitions

Contact média : indicateur permettant de comparer l'ensemble des activités médias et multimédias mais aussi les activités courantes. Il s'agit d'un « contact par quart d'heure ». Celui-ci peut donc durer entre quelques secondes et 15 minutes.

Médias classiques : TV + Radio + Presse + Cinéma

Loisirs numériques : Jeux vidéo + Vidéo + Musique + Téléphone (mobile et sur Internet)

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Lison Besnard

Tél : 01 80 04 71 44

lbesnard@mediametrie.fr