

## **Une nouvelle enquête révèle le phénomène des jeux sociaux aux Etats-Unis et au Royaume-Uni.**

*Près d'un quart des consommateurs jouent maintenant régulièrement à des jeux sociaux ; les femmes dominant la dernière tendance des jeux vidéo loin devant les hommes*

PopCap Games a dévoilé aujourd'hui les résultats d'un sondage sur les « joueurs sociaux » – c'est-à-dire les consommateurs aux Etats-Unis et au Royaume-Uni qui jouent à des jeux sur des plateformes de réseaux sociaux tels que Facebook(R) et MySpace(R). Plus de 24 % des internautes dans leur ensemble ont déclaré jouer régulièrement à des jeux sociaux, représentant une population de joueurs d'approximativement 100 millions de personnes rien qu'en Amérique et au Royaume-Uni. Et contrairement aux stéréotypes les plus répandus, **le joueur social type est une femme de 43 ans.**

Le sondage a déterminé un certain nombre de différences entre les Etats-Unis et le Royaume-Uni et a révélé que, bien qu'encore à ses débuts par rapport au monde traditionnel des jeux vidéo, le secteur des jeux sociaux représente une opportunité considérable pour atteindre des centaines de milliers de consommateurs qui ne jouent pas à l'origine aux jeux vidéo. Les analystes et les chercheurs de l'industrie estiment que le secteur des jeux sociaux rapportera plus d'un milliard de dollars US de bénéfices en 2010.

Deux tiers de tous les « joueurs sociaux » – définis par le fait qu'ils jouent à des jeux sur des sites et des plateformes de réseaux sociaux au moins une fois par semaine – se trouvent aux Etats-Unis. 55 % de tous les joueurs sociaux sont des femmes et 45 % des hommes ; la disparité est encore plus grande parmi les consommateurs britanniques (58 % contre 42 %). L'âge moyen des joueurs sociaux est de 43 ans, mais les joueurs sociaux vivant aux Etats-Unis ont une moyenne d'âge de 48 ans comparé aux 38 ans des joueurs résidant au Royaume-Uni. En outre, 46 % des joueurs sociaux américains ont 50 ans et plus, par rapport aux 23 % du Royaume-Uni. Seulement 6 % de tous les joueurs sociaux ont 21 ans ou moins.

Les résultats plus détaillés de l'enquête sont disponibles sur :

[http://www.infosolutionsgroup.com/2010\\_PopCap\\_Social\\_Gaming\\_Research\\_Results.pdf](http://www.infosolutionsgroup.com/2010_PopCap_Social_Gaming_Research_Results.pdf)

(En raison de la longueur de cette adresse URL, il peut être nécessaire de copier et coller cet hyperlien dans le champ d'adresses de votre navigateur Internet. Enlevez les espaces si vous en trouvez.)

## Sexe

- Les femmes ont plus tendance que les hommes à jouer à des jeux sociaux avec des amis réels (68 % contre 56 %).
- Les hommes sont plus enclins que les femmes à jouer avec des étrangers (41 % contre 33 %) ; presque deux fois plus de femmes disent jouer à des jeux sociaux avec des membres de leur famille (46 % contre 29 %).

## Fréquence

- Les joueurs américains ont tendance à jouer plus fréquemment, 68 % d'entre eux disent jouer tous les jours par rapport aux 55 % de joueurs sociaux résidant au Royaume-Uni
- 61 % des joueurs sociaux disent ne pas jouer en moyenne plus d'une demi-heure ; un sur dix joue en moyenne pendant trois heures ou plus !

## Social

- Les joueurs sociaux passent 39 % de leur temps sur des sites/services de réseaux sociaux pour jouer. Les deuxième et troisième activités de réseaux sociaux les populaires parmi les joueurs sont les cyber- bavardages avec/les messages entre amis (17 %) et les jeux non sociaux (en solo) (15 %)
- Seuls 17 % des joueurs sociaux basés au Royaume-Uni ont choisi de se connecter avec autrui » comme raison de jouer, par rapport à 28 % chez leurs homologues américains.
- 62% des sondés qualifiés disent jouer à des jeux sociaux avec de vrais amis, alors que 56 % jouent avec des amis qu'ils se sont faits en ligne et 37 % avouent jouer avec des étrangers.
- Les joueurs sociaux vivant aux Etats-Unis sont bien plus susceptibles de jouer avec des étrangers que leurs homologues britanniques (41 % contre 29 %).

- Près de la moitié (43 %) des joueurs sociaux disent jouer aussi à des jeux sociaux avec leurs parents, leurs enfants, et/ou d'autres membres de leur famille.

## Méthodologie du sondage

Cette recherche internationale a été réalisée par Information Solutions Group (ISG ; <http://www.infosolutionsgroup.com>) exclusivement pour PopCap Games. Les résultats sont basés sur 1 202 sondages en ligne effectués entre le 7 et le 12 janvier 2010 par les membres du panel virtuel Toluna/Greenfield aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Sur 1 202 personnes interrogées, 800 (67 %) proviennent des Etats-Unis, tandis que 402 (33 %) résident au Royaume-Uni. Pour se qualifier et pour pouvoir participer, les personnes doivent jouer à des jeux sociaux plus de 15 minutes par semaine.

## À propos de PopCap

PopCap Games (<http://www.popcap.com>) est le plus important fournisseur multiplateforme de jeux grand public, c'est-à-dire des jeux sur ordinateur amusants, simples et captivants pour le public de 6 à 106 ans. Basée à Seattle, Washington, PopCap a été fondée en 2000 et dispose de plus de 200 employés à l'échelle mondiale, soit à Seattle, San Francisco, Chicago, Vancouver, en Colombie-Britannique, à Dublin et Shanghai. Les jeux de PopCap ont été téléchargés plus d'un milliard de fois par des consommateurs du monde entier, et son jeu vedette, Bejeweled(R), s'est vendu à plus de 50 millions d'unités, toutes plateformes confondues. Continuellement portés aux nues par les consommateurs et la critique, les jeux de PopCap se jouent en ligne, sur les plateformes sociales, les ordinateurs de bureau, sur une multitude d'appareils mobiles (portables, smartphones, PDA, ordinateurs de poche, iPod, iPhone et plus encore), sur des [consoles de jeux](#) populaires (comme la Xbox et la DS), et sur des systèmes de divertissement embarqués. PopCap est le seul concepteur de jeux grand public détenant la plus grande part du marché dans tous les principaux canaux de vente, y compris les portails Web et les portails sociaux, les boutiques de vente au détail, les téléphones mobiles, les lecteurs MP3 et les fabricants de dispositifs de jeu.



Le logo PopCap et toutes les autres marques commerciales utilisées dans le présent communiqué et inscrits à l'adresse [www.popcap.com/trademarks](http://www.popcap.com/trademarks) sont la propriété de PopCap Games, Inc. ou de ses parties concédantes, et peuvent être enregistrées dans certains pays. Facebook(R) est une marque déposée de Facebook Inc. Les autres noms de sociétés et de produits mentionnés dans le présent communiqué peuvent être des marques de commerce de leurs propriétaires respectifs utilisées dans l'intérêt desdits propriétaires.