

COMMUNIQUE

Paris, le 22 avril 2010



LudoScan™ - Les jeux à 360°

L'enquête comportementale et attitudinale 2010

Athlane explore les comportements et attitudes globales des joueurs, quelles que soient les catégories de jeu auxquelles ils s'adonnent

- ↪ Les jeux font couramment l'objet d'études, mais sur la base d'une catégorie de jeu précise (jeux vidéos, jeux de sociétés, paris en ligne, jeux sur téléphone mobile, jeux concours, jeux TV...), le plus souvent sous un angle quantitatif, sans tenir compte des univers connexes
- ↪ Athlane a donc décidé de mener une étude qualitative, sous l'angle du joueur, quelles que soient les catégories de jeu auxquelles il s'adonne

Cette étude permet ainsi :

- ↪ D'IDENTIFIER et de COMPRENDRE finement les motivations et les freins, les comportements, les attitudes, les ressentis, les styles de pratique, les opinions vis-à-vis de la réglementation et de l'évolution de l'univers des jeux, les attentes des joueurs, AU GLOBAL ET PAR CATEGORIE DE JEUX
- ↪ D'avoir une LISIBILITE globale du SECTEUR DES JEUX

Entre autres constats issus de cette étude :

- ↪ Un secteur du jeu dont le poids économique est un peu plus important que celui du sport
- ↪ Deux catégories de jeu leaders en terme de taux de pénétration, mais avec un fort écart en terme de poids économique
- ↪ Un secteur du jeu qui n'appartient que pour partie au secteur des loisirs, certains jeux étant parfois très utilitaires
- ↪ Un des rares loisirs ayant des dimensions très ambivalentes, tant au niveau des motivations que du vécu (estime de soi)
- ↪ Des joueurs dont les comportements sont encore très typés selon leur âge et leur sexe
- ↪ Un univers d'efficacité, plus de flânerie

- ↪ Un des loisirs :
 - ✓ Le plus dématérialisé, cette tendance continuant à s'accroître
 - ✓ Parmi les plus individuels
- ↪ Des univers de jeux ayant chacun de fortes spécificités (immersion, partage, tension, ambiance, réflexion...), les jeux de société ayant un positionnement tout à fait à part
- ↪ Une addiction qui fonctionne un peu comme celle associée au tabac : plus on joue et plus on a envie (besoin) de jouer, notamment pour les jeux les plus compétitifs ou ceux basés sur des probabilités
- ↪ Une certaine marge de développement pour les serious games
- ↪ Des attentes de thématiques plus variées au global, de scénarios plus solides et originaux pour les jeux vidéos, d'accès à des communautés de joueurs pour les jeux de société, de davantage de jeux de connaissance pour les jeux concours...
- ↪ Des possibilités importantes de diversification de l'offre de jeux pour chaque type d'acteur du secteur des jeux
- ↪ Des problèmes techniques et d'ergonomie qui freinent encore le développement des jeux sur téléphone mobile
- ↪ Une insuffisance valorisation des bénéfices du jeu en terme de développement personnel
- ↪ Une loi Hadopi qui est plus perçue comme ciblant la musique plutôt que les jeux

Pour tous renseignements complémentaires sur l'étude, pour toute demande d'interview, contacter :

Florence DERONCE - Directrice Etudes - Athlane Consult
01.44.88.16.49 - 06.63.80.62.55 - fderonce@athlane.net

A propos de l'Etude : Etude qualitative multi-clients, réalisée via une recherche documentaire, une analyse netographique et 30 entretiens qualitatifs en face à face d 1H30 en moyenne, auprès de personnes françaises âgées de 15 à 60 ans, dont les profils ont été panachés selon l'âge, le sexe, la CSP, la situation familiale, la zone d'habitation. Commercialisée auprès de tous les Acteurs du monde des Jeux, sa fiche de présentation détaillée est fournie sur demande

A propos d'Athlane : Créé en 2002, Athlane est un Cabinet de Conseil et d'Etudes Marketing, spécialisé dans le domaine des Loisirs, membre du GEFIL, Syndicat de l'ingénierie Loisirs-Culture-Tourisme. Forte de son capital humain, de son expertise méthodologique et technique, Athlane met en œuvre des Etudes innovantes et opérationnelles, qualitatives et/ou quantitatives, parfaitement adaptées aux problématiques Marketing qui lui sont soumises.

Ses principaux clients sont : Agospace, ASO, Canal +, Club Med, Compagnie des Alpes, Décathlon, Diffazur, Fédération Française de Tennis, Française des Jeux, France Télévisions, France Montagnes, Futuroscope, Groupe Lucien Barrière, Gymnova, Helly Hansen, La Redoute, Office National des Forêts, Mercury Marine Power, Reebok, Samsung, SFR, The Athlete's Foot, Ubisoft, UCPA, Vodemotion...



S.A.R.L. au capital de 7500 € RCS Paris B 445 058 779 APE : 7320Z
N° de TVA intracommunautaire : Fr 61 445.058779

23/25, Rue Jean-Jacques Rousseau
75001 PARIS contact@athlane.net

Tél : 01.44.88.16.49
www.athlane.net