

swiss  
interactive  
entertainment  
association



# Conférence de Presse

29. Janvier 2013

Zürich

# Agenda

swiss  
interactive  
entertainment  
association



Inhalt	Sprecher
1. Etude des consommateurs <b>Qui, Quoi, Comment ?</b>	<b>Peter Züger</b> Président SIEA
2. <b>Absatz im Handel 2012</b>	
3. Etude des consommateurs <b>Perception du jeu vidéo</b> <b>Jeu vidéo dans la famille</b> <b>Système PEGI</b>	
4. Programme „Jeunes et Médias“ de l'OFAS <b>Etat des lieux et points principaux 2013.</b>	<b>Thomas Vollmer</b> Programme Jeunes & Médias OFAS
<b>Questions / réponses</b>	
<b>Interviews personnelles</b>	

# 1. Etude des consommateurs

## Qui, quoi et comment?

# Etude des consommateurs

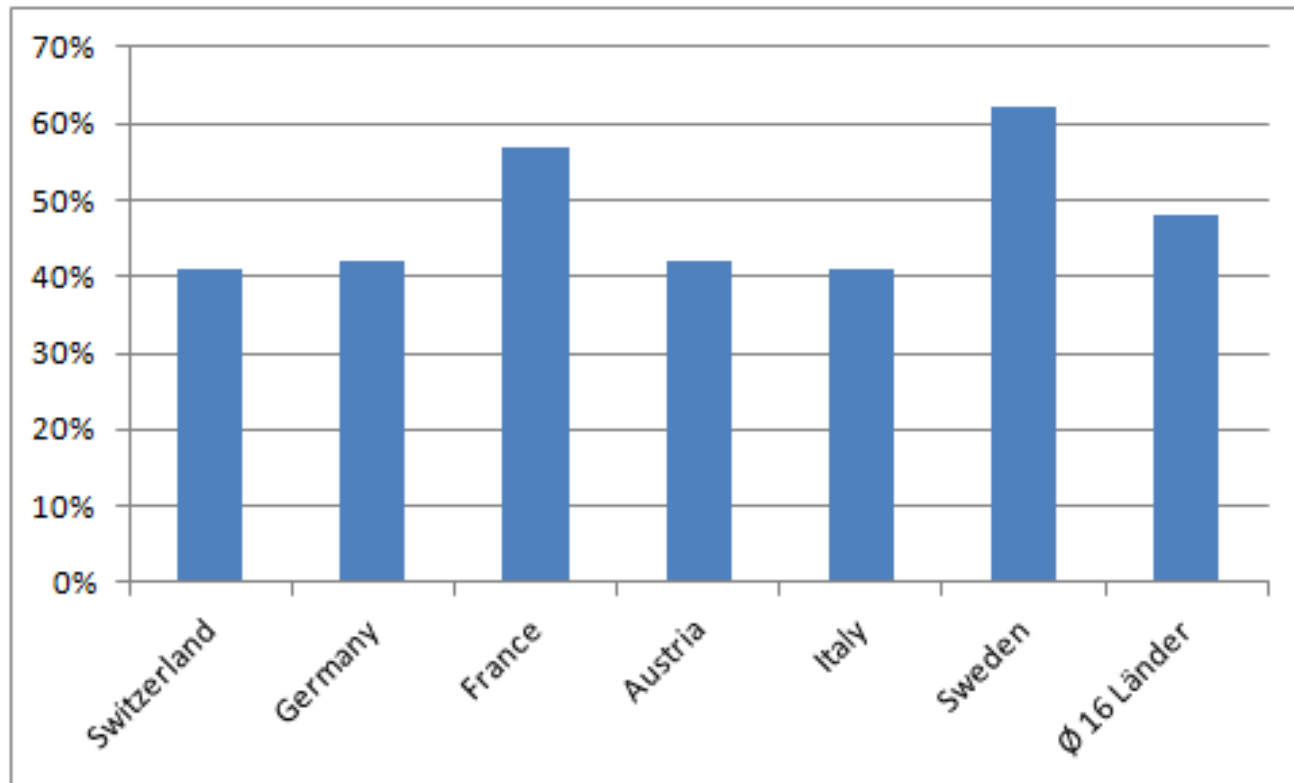
swiss  
interactive  
entertainment  
association



- Ipsos Media CT/ISFE
- 16 pays en Europe
- Age de 16-64 ans
- Interviews en ligne
- Gamer = a joué au cours des 12 derniers mois
- Octobre 2012, 15'142 réponses
- > 650 réponses pour la Suisse
- Ecart type +/-4.4%

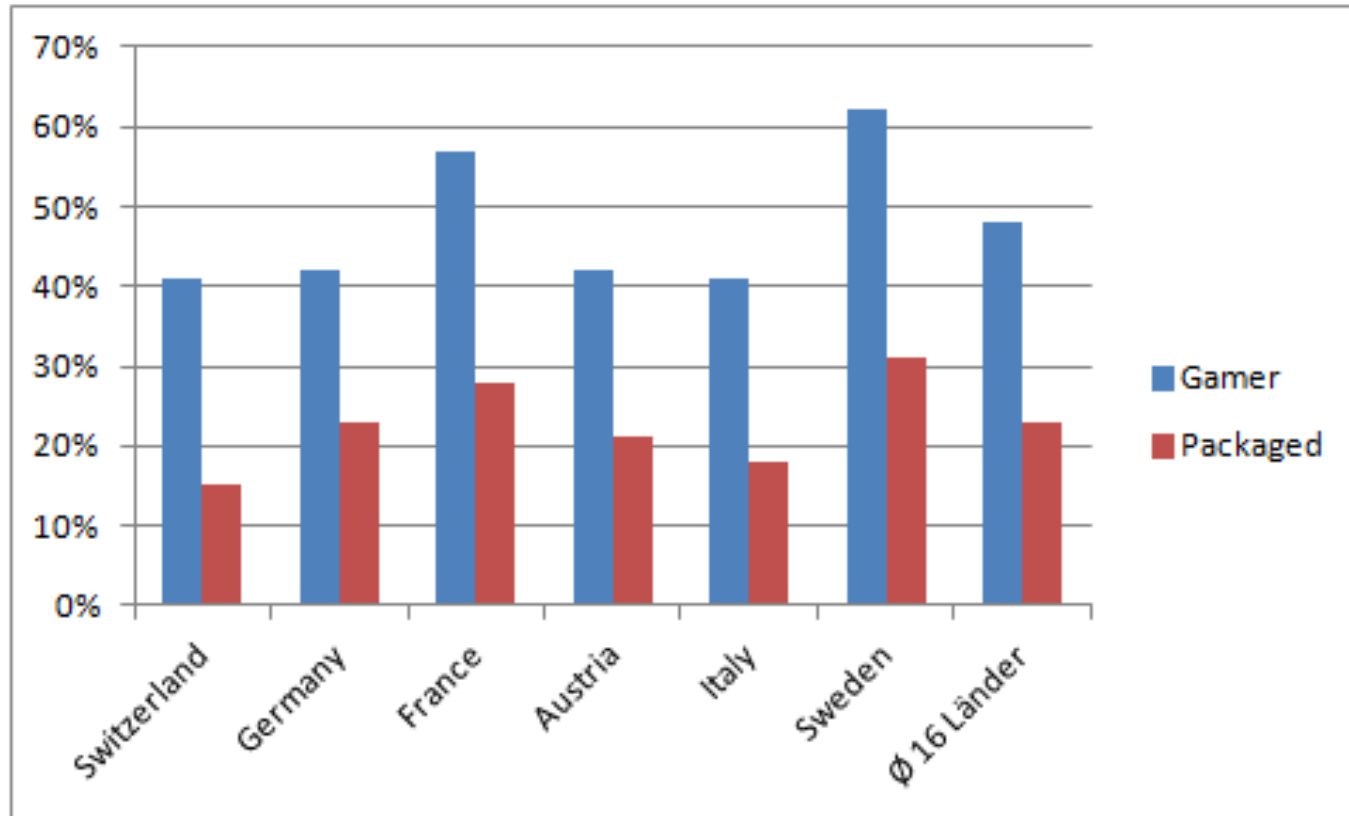
# Qui joue?

swiss  
interactive  
entertainment  
association



41 % des Suisses sont des ,Gamers' (> 2.2 Mio)

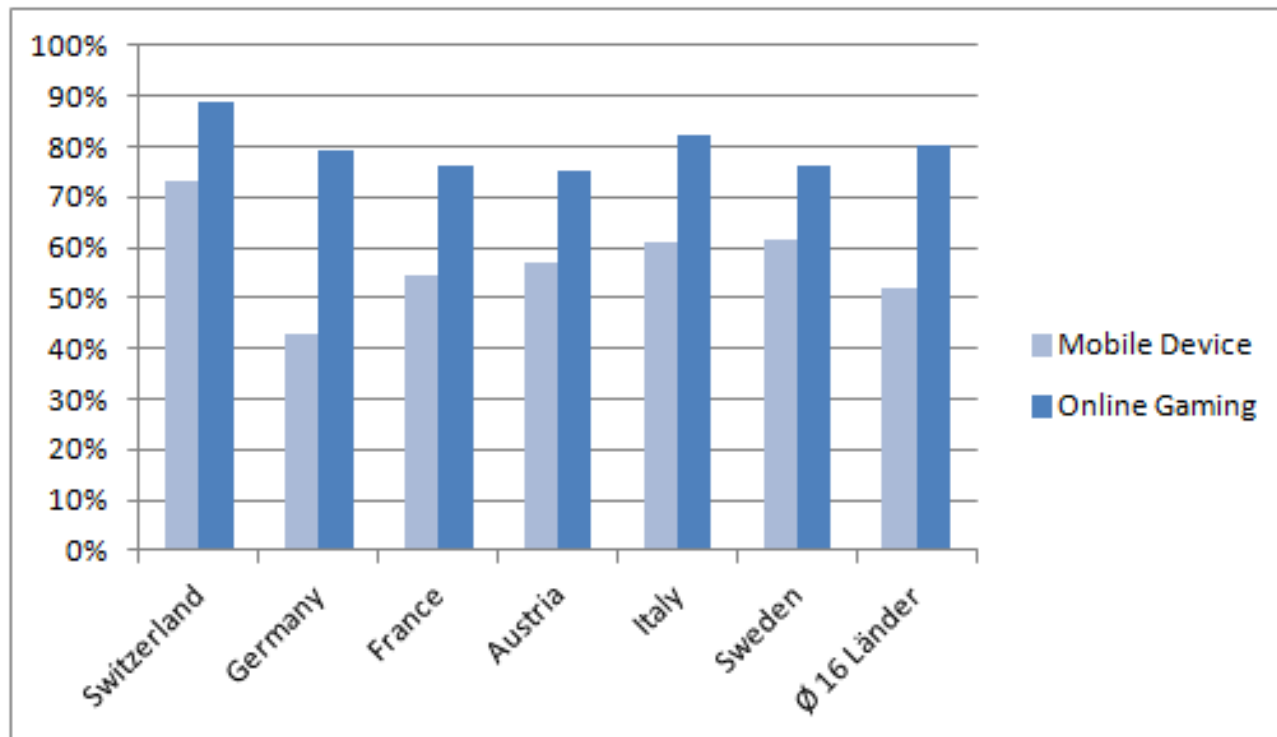
# A quoi joue-t-on?



15 % jouent aux jeux en boîte (,Packaged,)

# Part du Mobile & en ligne

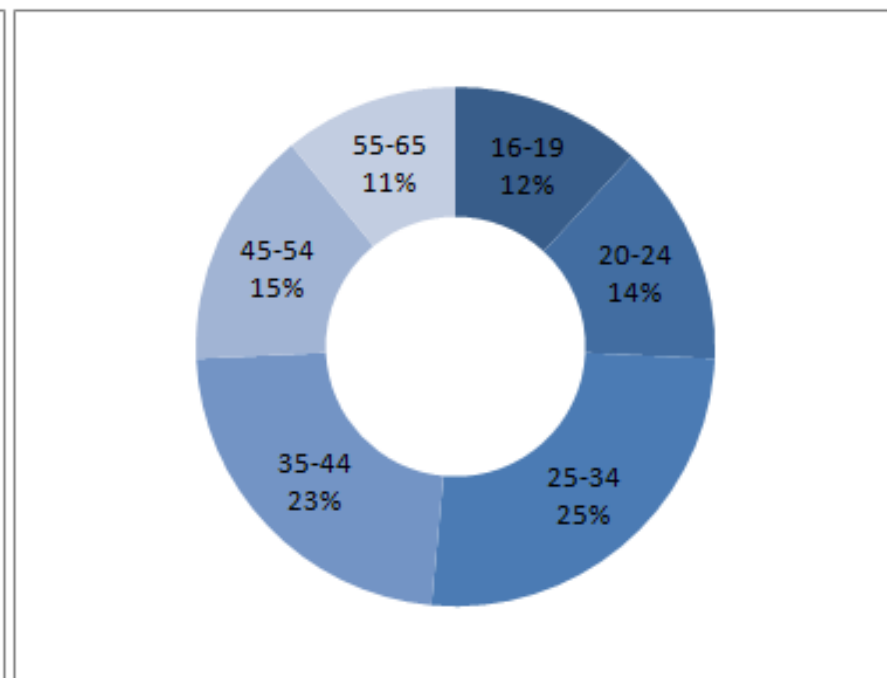
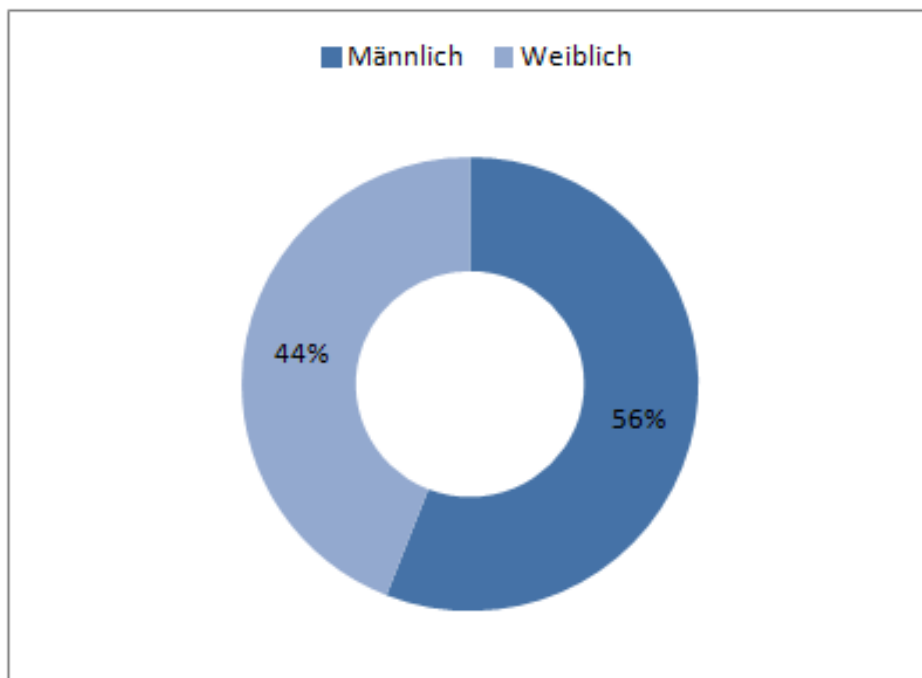
swiss  
interactive  
entertainment  
association



72 % de tous les gamers jouent sur Mobile  
89 % jouent en ligne

# Selon Genre et âge

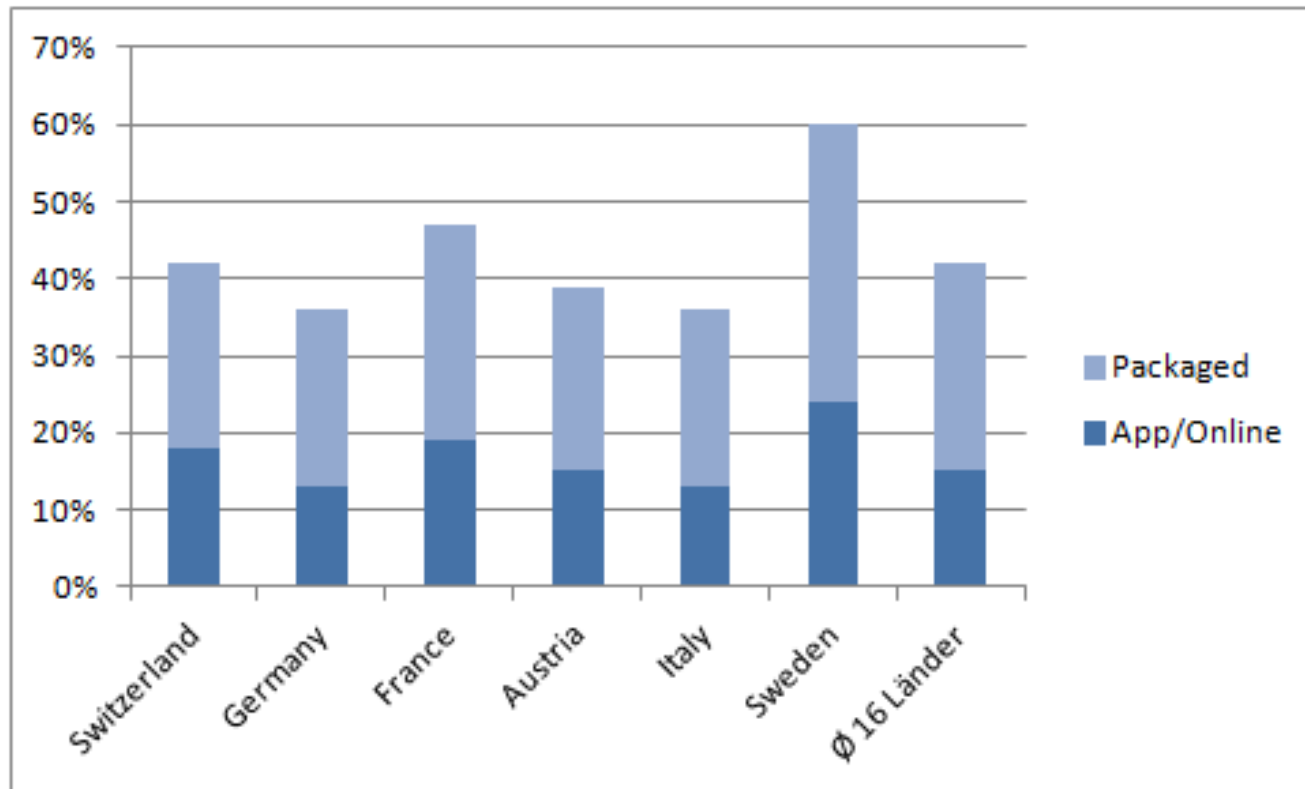
swiss  
interactive  
entertainment  
association



## Egalité Digitale



# Achats



Presque chaque 2ème achat est un jeu pour mobile (app) ou en ligne.

## 2. Ventes dans le commerce 2012

swiss  
interactive  
entertainment  
association



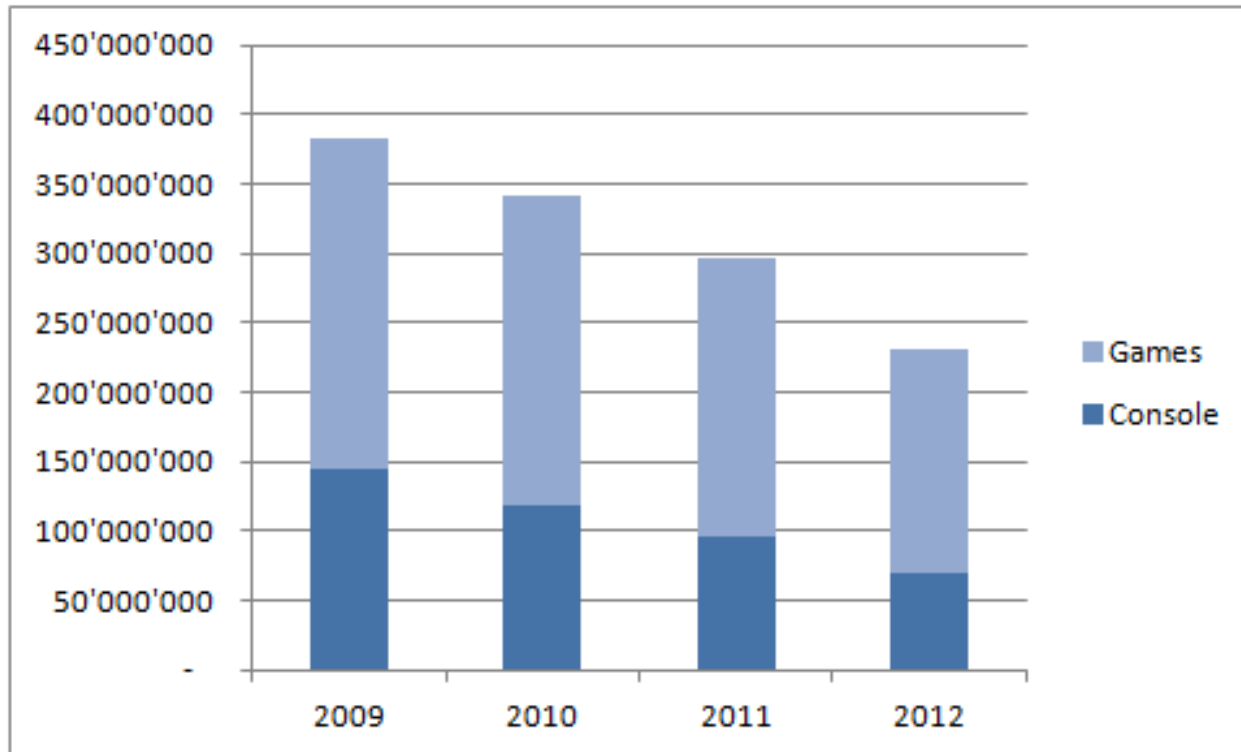
# Ventes dans le commerce

swiss  
interactive  
entertainment  
association



- Sondage hebdomadaire de MediaControl
- Commerce Suisse
- „Jeux en boîte“ (packaged) pas online / mobile.
- Consoles et jeux, pas les accessoires
- Taux de couverture du marché: 85 %

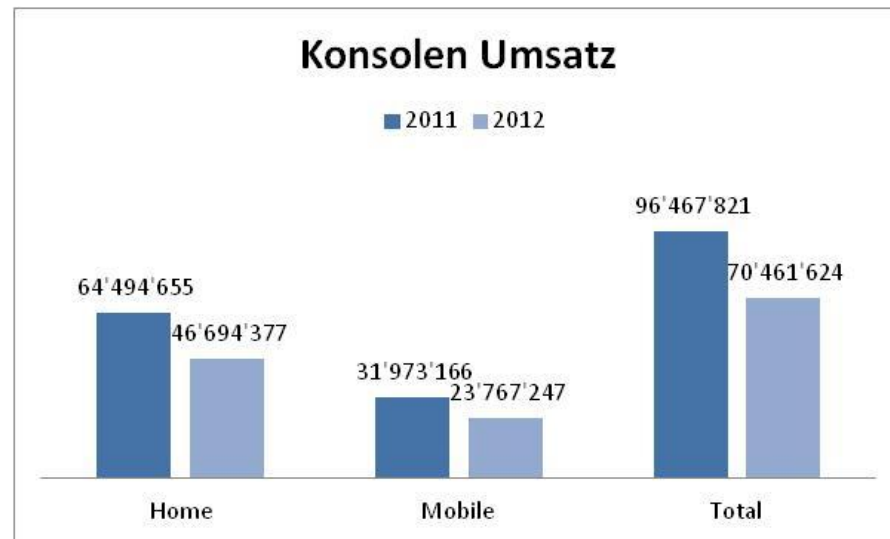
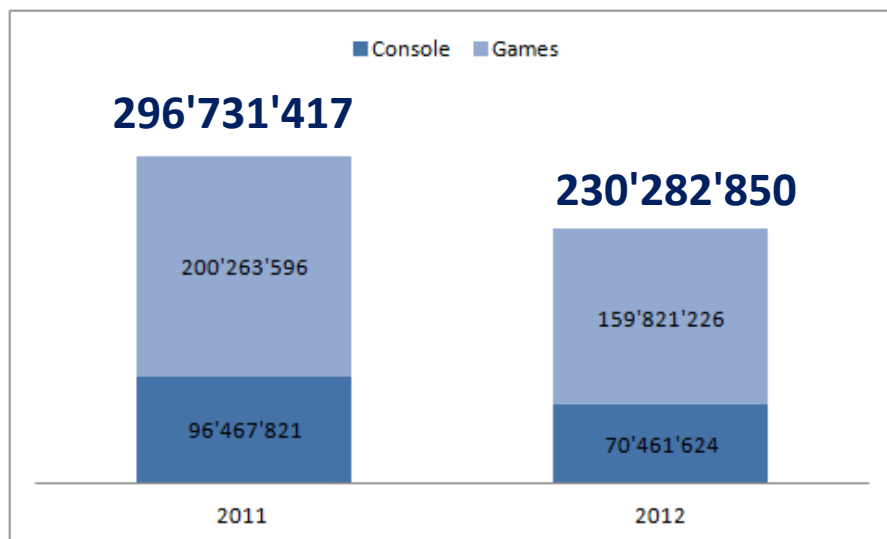
# Evolution 2009 - 2012



Chiffre d'affaires 2012: - 40 % par rapport à 2009  
Incidence sur la structure du commerce local

# Evolution Chiffre d'affaire 2012 (en CHF)

swiss  
interactive  
entertainment  
association



- 22 % par rapport à 2011

Prix moyen - 6 % par rapport à 2011

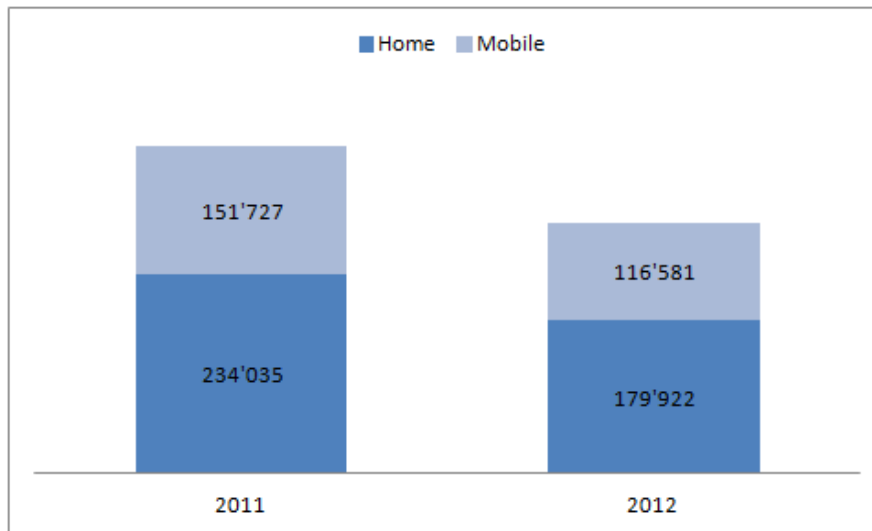
# Evolution 2012

(en pièces)

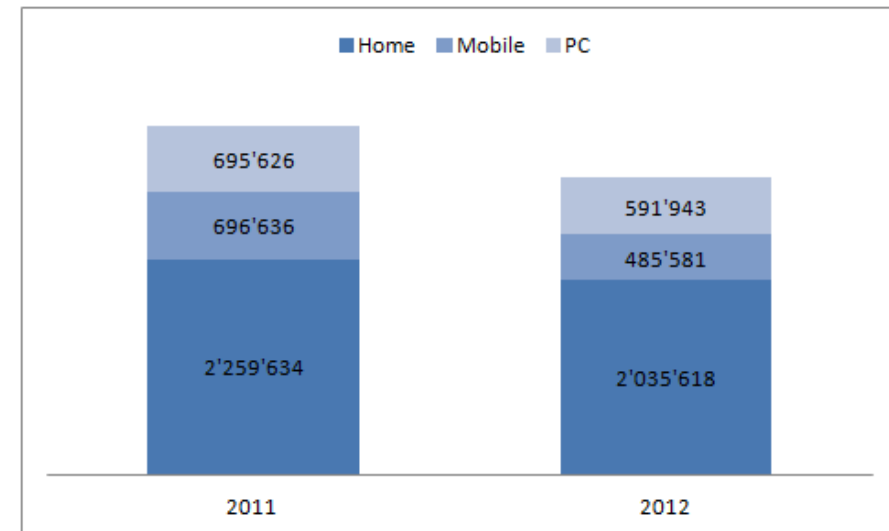
swiss  
interactive  
entertainment  
association



## Konsolen



## Games



Consoles: -23 %,

Games – 15 %: Home – 10%, Mobile – 30 %, PC – 15 %

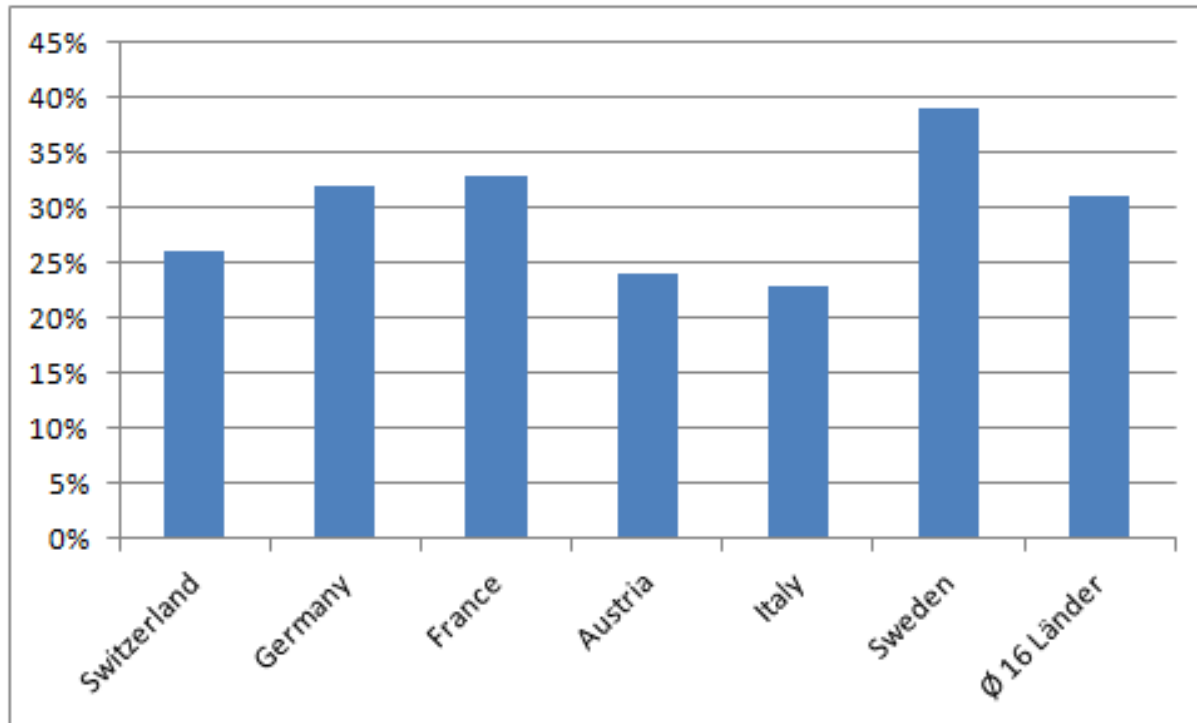
## 3. Etude des consommateurs

# **Perception du jeu vidéo**

# **Jeu vidéo dans la famille**

# **Système PEGI**

# Perception

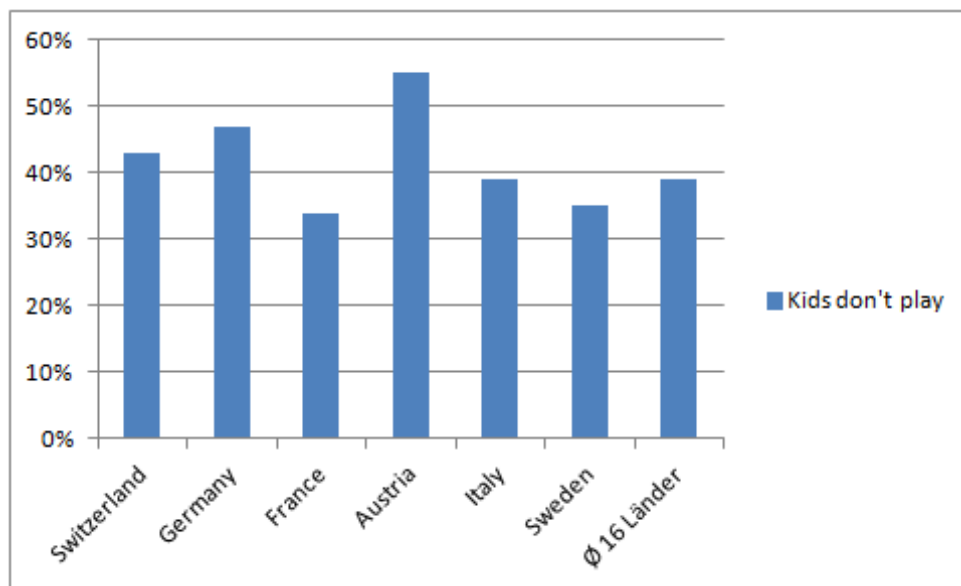
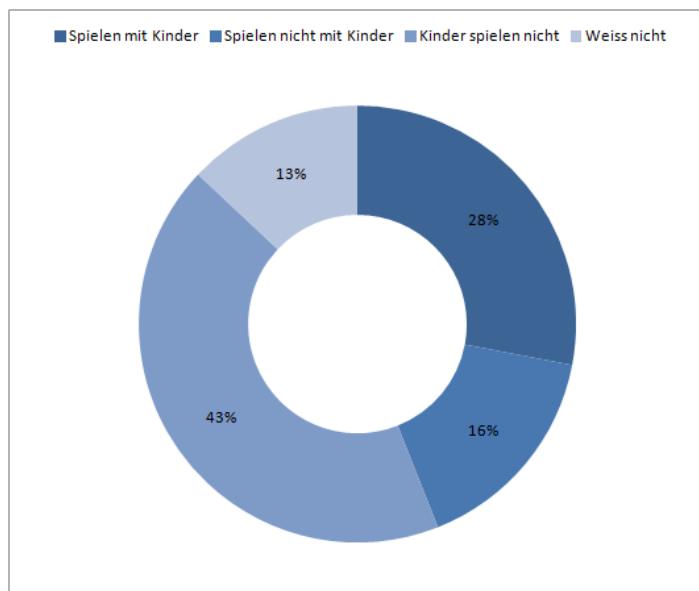


26 % sont intéressés par les jeux vidéo  
Les Gamers ont souvent plus d'activités annexes.



# Jeu vidéo dans la famille

swiss  
interactive  
entertainment  
association

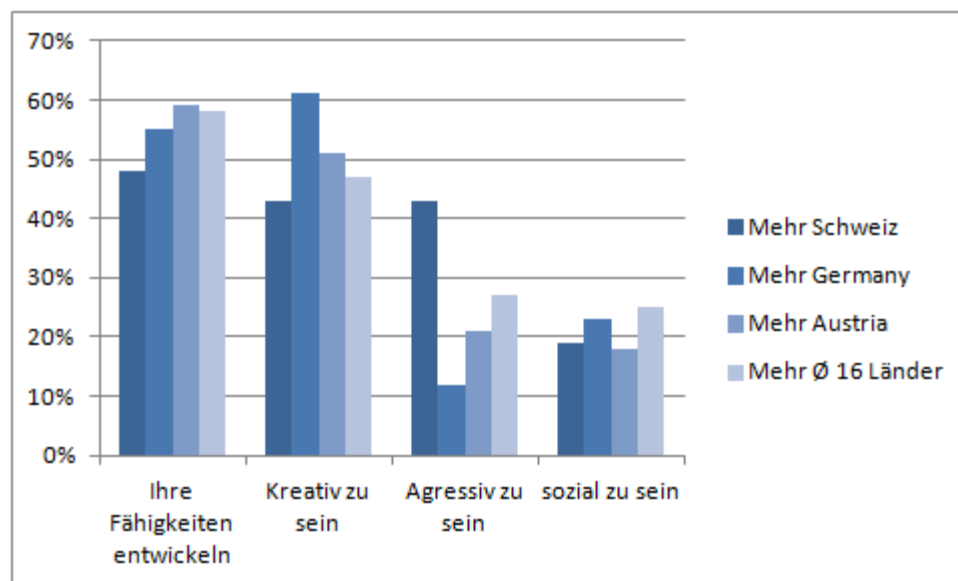


43 % ont des enfants qui ne jouent pas aux jeux vidéo

2/3 des parents jouent avec leurs enfants

# Effet sur les enfants

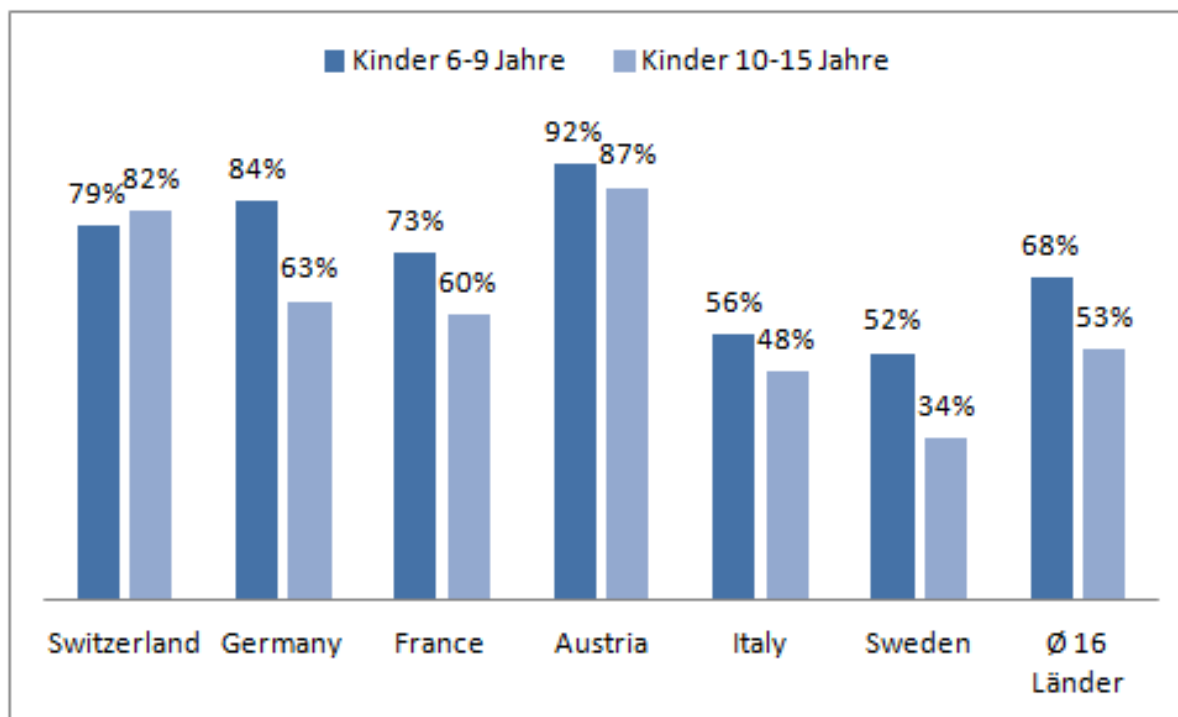
(selon réponses des parents)



Videogames ermutigen Kinder .....	Mehr				Weniger			
	Schweiz	Germany	Austria	Ø 16 Länd	Schweiz	Germany	Austria	Ø 16 Länd
Ihre Fähigkeiten entwick	48%	55%	59%	58%	13%	21%	20%	16%
Kreativ zu sein	43%	61%	51%	47%	13%	17%	7%	20%
Agressiv zu sein	43%	12%	21%	27%	26%	58%	45%	23%
sozial zu sein	19%	23%	18%	25%	59%	47%	36%	40%

La perception du public en Suisse est plus critique

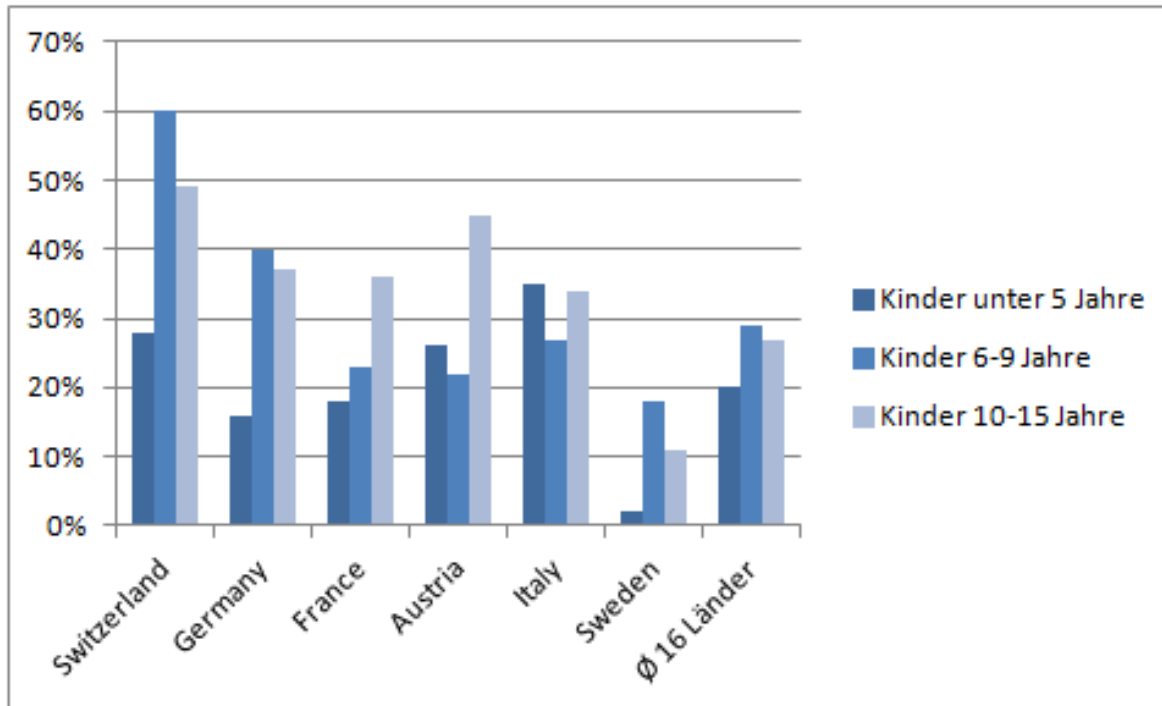
# Les enfants ne jouent jamais / rarement à des jeux qui ne sont pas pour leur âge (réponses des parents)



Bonnes valeurs en CH en comparaison internationale

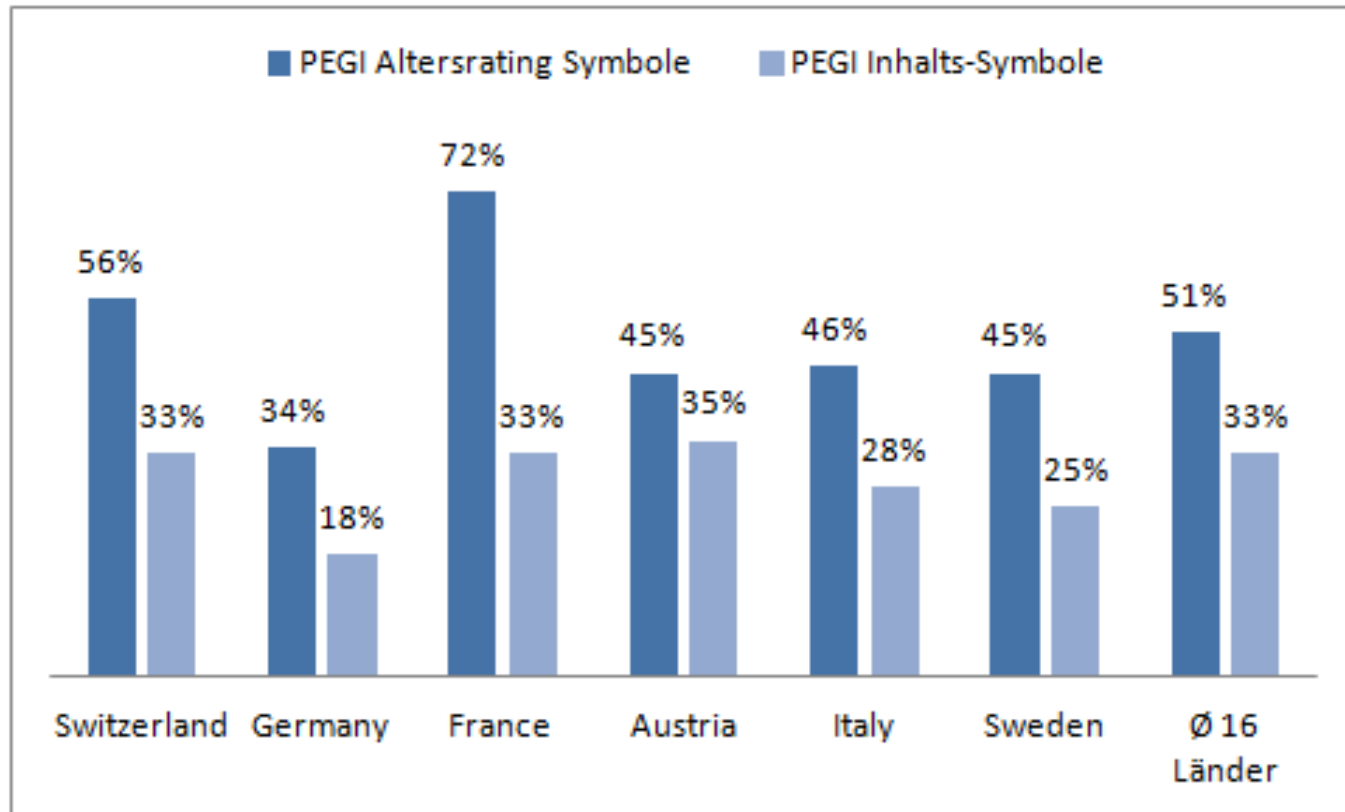
# Utilisation du contrôle parental (réponses des parents)

swiss  
interactive  
entertainment  
association



## Largement répandue en Suisse

# Connaissance de PEGI



La Suisse obtient le 4ème meilleur résultat  
86 % ,clair et compréhensible' - 89 % ,utile'

## 4. OFAS - Programme ,Jeunes et Médias‘

swiss  
interactive  
entertainment  
association



## Etat des lieux et événements principaux 2013

