LES FRANÇAIS, LES JEUX VIDÉO ET LA SORTIE DE GTA VI



Novembre 2026

Note méthodologique

Cette étude a été réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans à 75 ans constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.

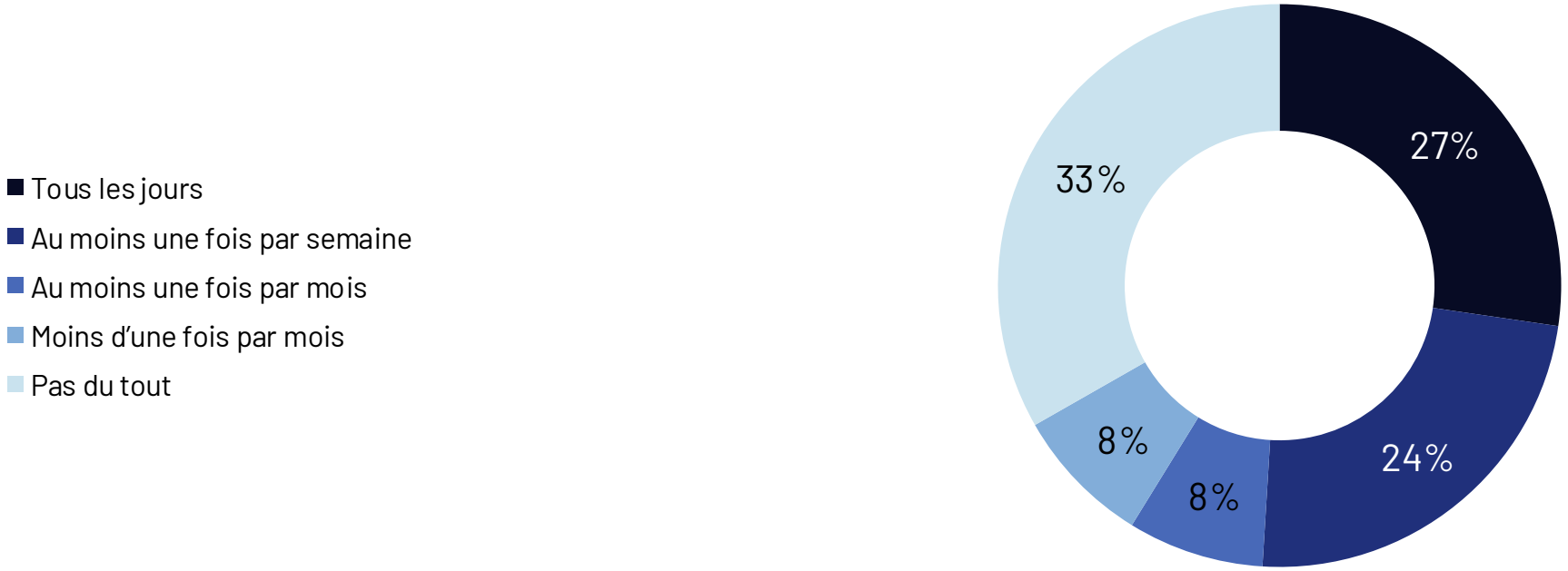
Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne via la plateforme Ipsos.Digital du 10 au 12 novembre 2026. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Etude Ipsos bva réalisée par l'omnibus Ipsos.Digital».

Ipsos rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 0,6 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Ipsos a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

Près de 7 Français sur 10 (67%) jouent aux jeux vidéo dont 51% au moins une fois par semaine

Au cours des 6 derniers mois, avez-vous joué à des jeux vidéo (au sens large, que ce soit sur console, pc, tablette ou téléphone) ?



NET joue aux jeux vidéo : **67%**

NET ne joue pas aux jeux vidéo **: 33%**

Base=1000
À tous les répondants

Parmi les Français jouant aux jeux vidéo, une majorité (51%) joue principalement via un smartphone ou une tablette, suivi des consoles de salon (23%) et de l'ordinateur (17%)

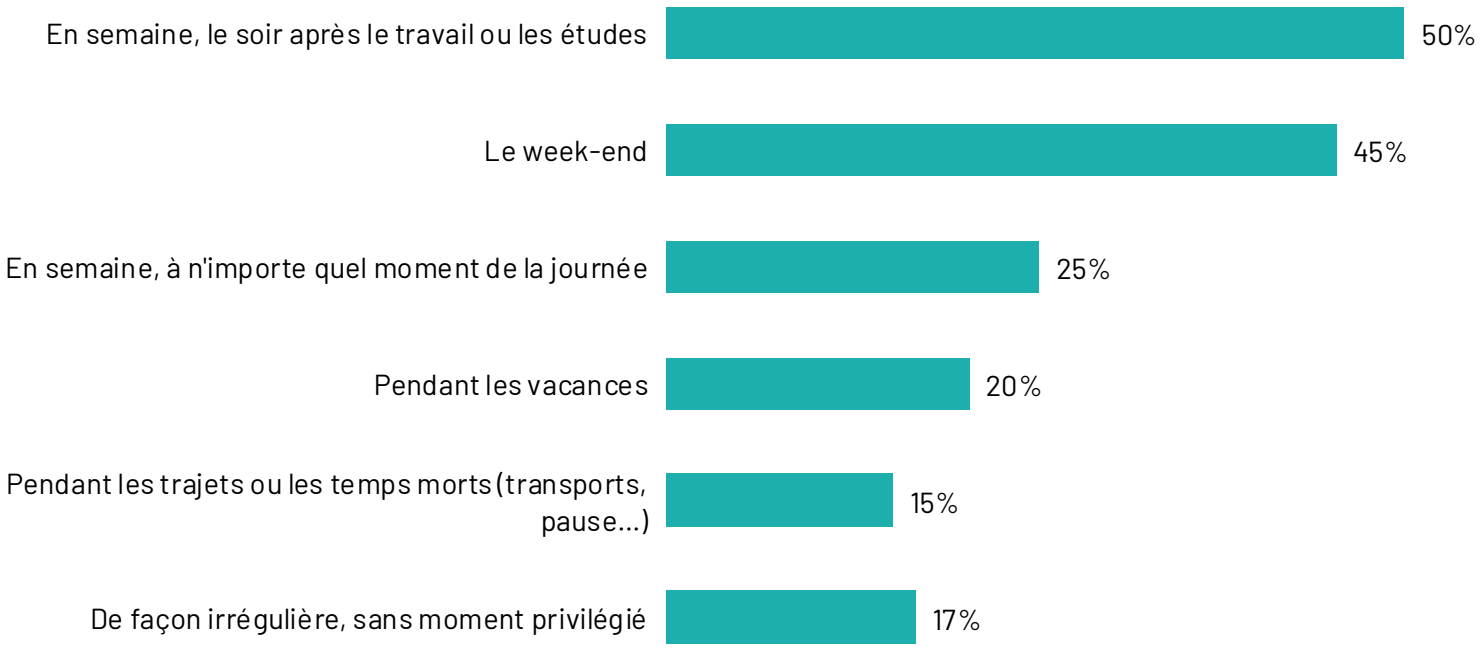
Sur quel support jouez-vous principalement ?



Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

Parmi les Français déclarant avoir joué au cours des 6 derniers mois, ceux-ci ont majoritairement joué en semaine le soir après le travail ou les études et le weekend

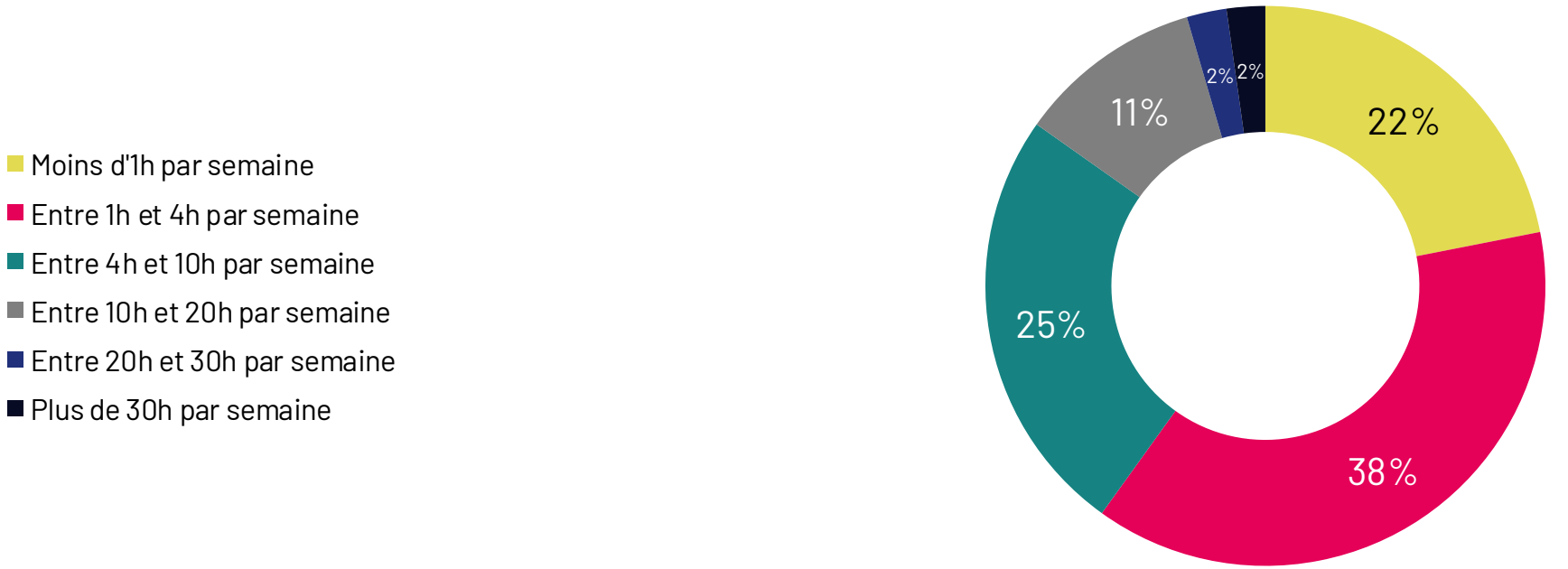
En règle générale, à quels moments jouez-vous ? Plusieurs réponses possibles



Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

La majorité des joueurs français affirme pratiquer de façon modérée avec 22% moins d'une heure par semaine, 38% entre 1h et 4h , 25% entre 4h et 10h et 15% plus de 10h

En moyenne combien de temps par semaine passez-vous à jouer ?

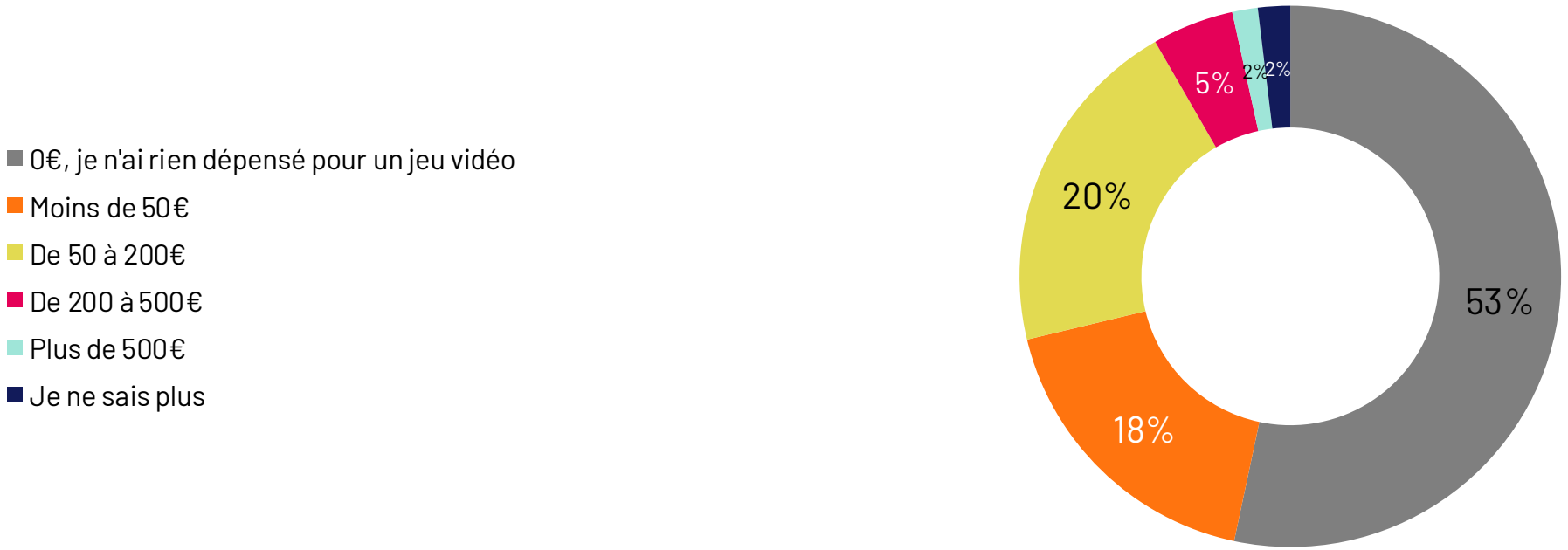


NET Plus de 10h par semaine: **15%**

Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

Une majorité des joueurs français (53%) n'a pas acheté de jeux vidéo au cours des 6 derniers mois

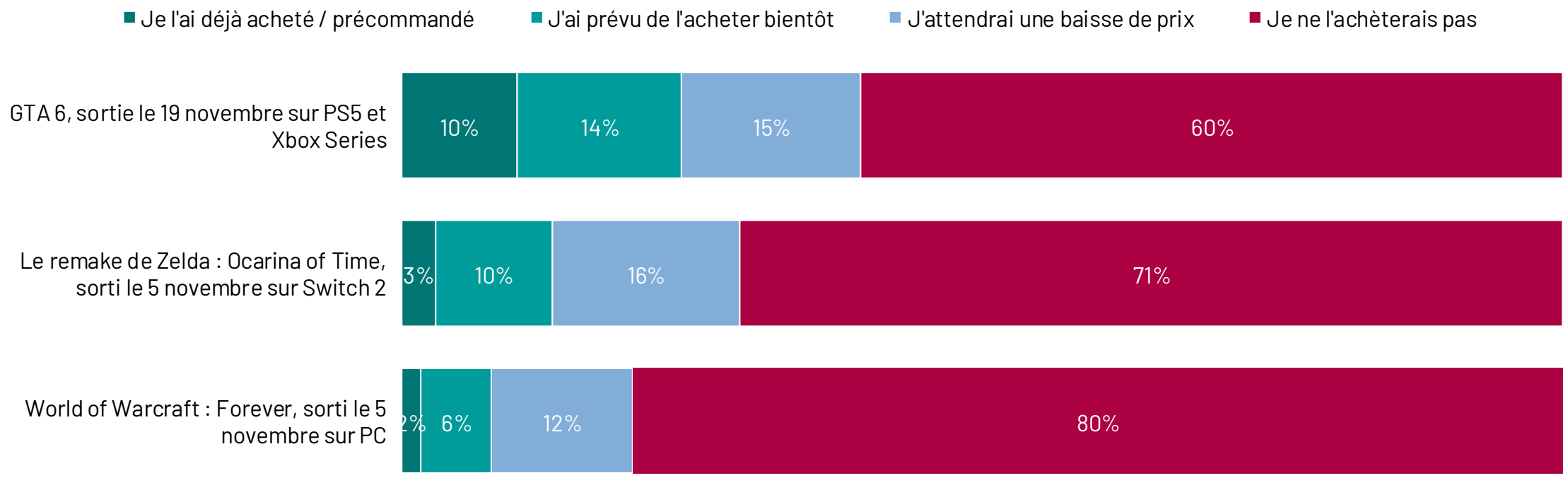
Au cours des 6 derniers mois, quel montant avez-vous consacré aux jeux vidéo (achats de jeux, abonnements, microtransactions incluses) ? Ne PAS prendre en compte l'achat de nouvelle console/ordinateur/manette/matériel/etc…



Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

GTA 6 suscite l'engouement parmi les Français jouant aux jeux vidéo, près de 1 sur 4 (24%) a déjà acheté ou compte acheter bientôt GTA 6.

L'automne 2026 est chargé en sorties majeures. Lesquels de ces jeux avez-vous acheté, précommandé ou prévoyez-vous d'acheter ? Plusieurs réponses possibles



Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

Un quart des joueurs français prévoyant d'acheter GTA 6 envisagent de poser des congés pour s'immerger dans l'univers du jeu dès sa sortie

Avez-vous prévu de poser des congés pour pouvoir jouer à GTA 6 à sa sortie ?



NET Oui : **25%**

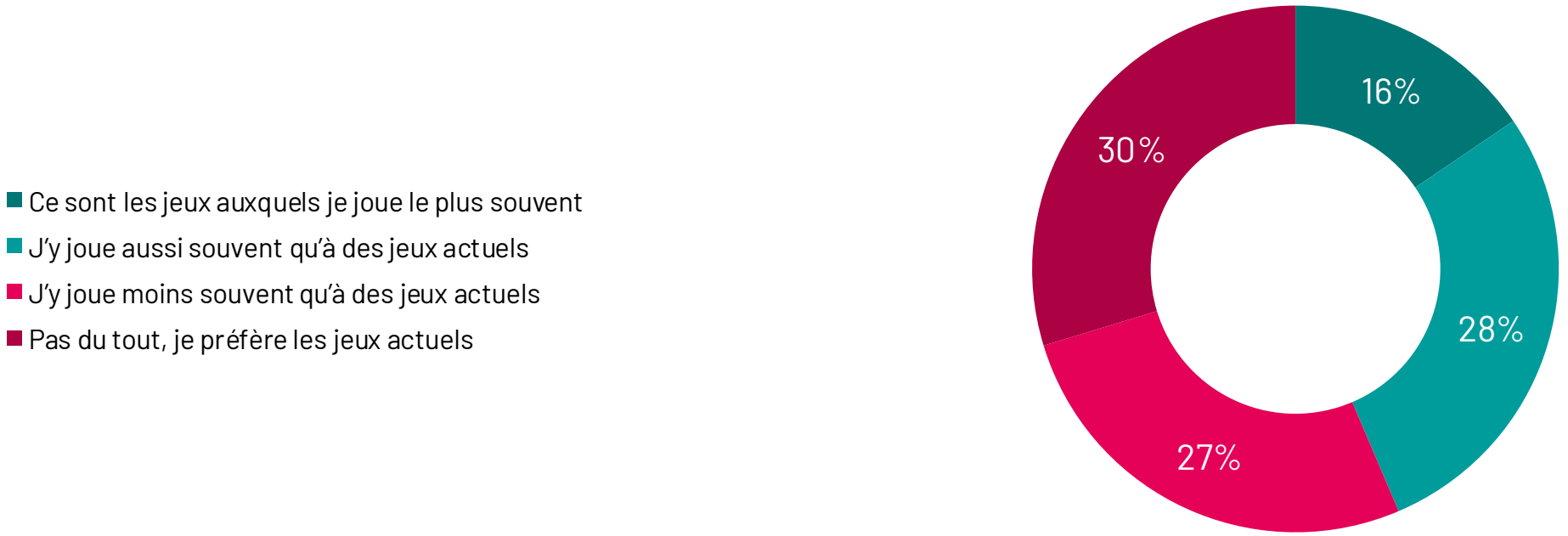
Base=154
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois et qui ont déjà acheté, précommandé ou prévoient d'acheter GTA 6 prochainement

Le rétro gaming s'impose comme une tendance importante chez les joueurs français, séduisant plus de 4 joueurs sur 10 (44%) autant, voire plus que les jeux modernes

Avec le succès des remakes et remasters, le rétro gaming (re)gagne du terrain. A quel point jouez-vous à des jeux anciens ou remastérisés par rapport aux jeux actuels ?

NET Autant ou plus souvent : **44%**

NET Moins souvent ou jamais : **56%**

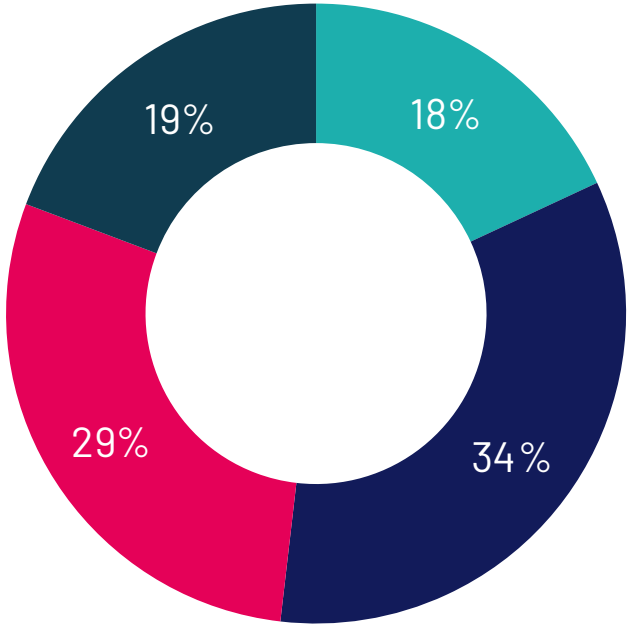


Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

Une grande majorité (81%) des gamers français connaissent la série GTA au moins de nom et ils sont plus de la moitié à y avoir déjà joué

Avant la sortie de GTA 6, quelle est votre expérience avec la série Grand Theft Auto ?

- J'ai joué à GTA ces derniers mois
- J'ai joué à la série par le passé mais je n'y joue plus aujourd'hui
- Je n'y ai jamais joué, mais je connais la série de nom
- Je ne connais pas du tout la série GTA



NET J'ai déjà joué à GTA : **52%**

NET Connaisseur de GTA : **81%**

Base=659
À ceux qui ont joué à des jeux vidéo au cours des six derniers mois

Près d’un connaisseur de GTA sur deux (46%) se dit indifférent à l'absence de GTA 6 sur PC

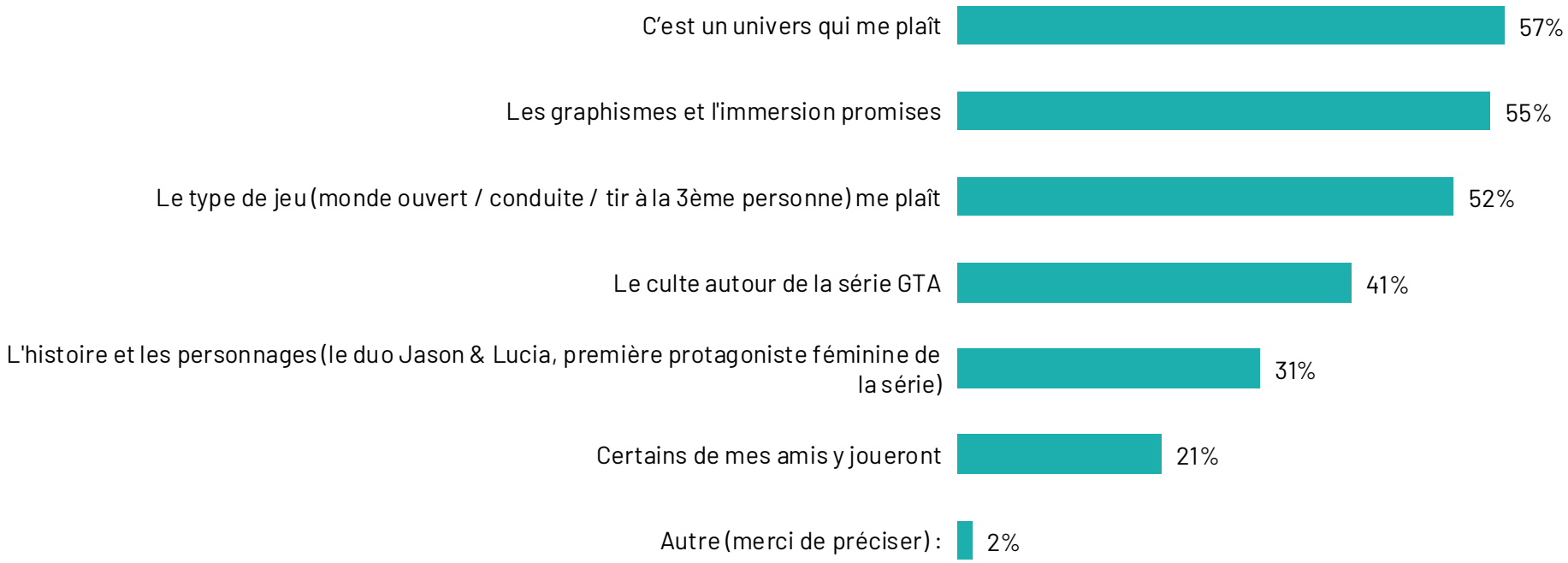
Pour l'instant aucune version PC n'est annoncée pour GTA 6. Quelle est votre situation par rapport à cette information ?



Base=533
A ceux qui connaissent GTA au moins de nom

Les joueurs français qui ont prévu de se procurer GTA 6 expliquent leur intérêt pour le jeu d'abord pour son univers, ses graphismes et le type de jeu.

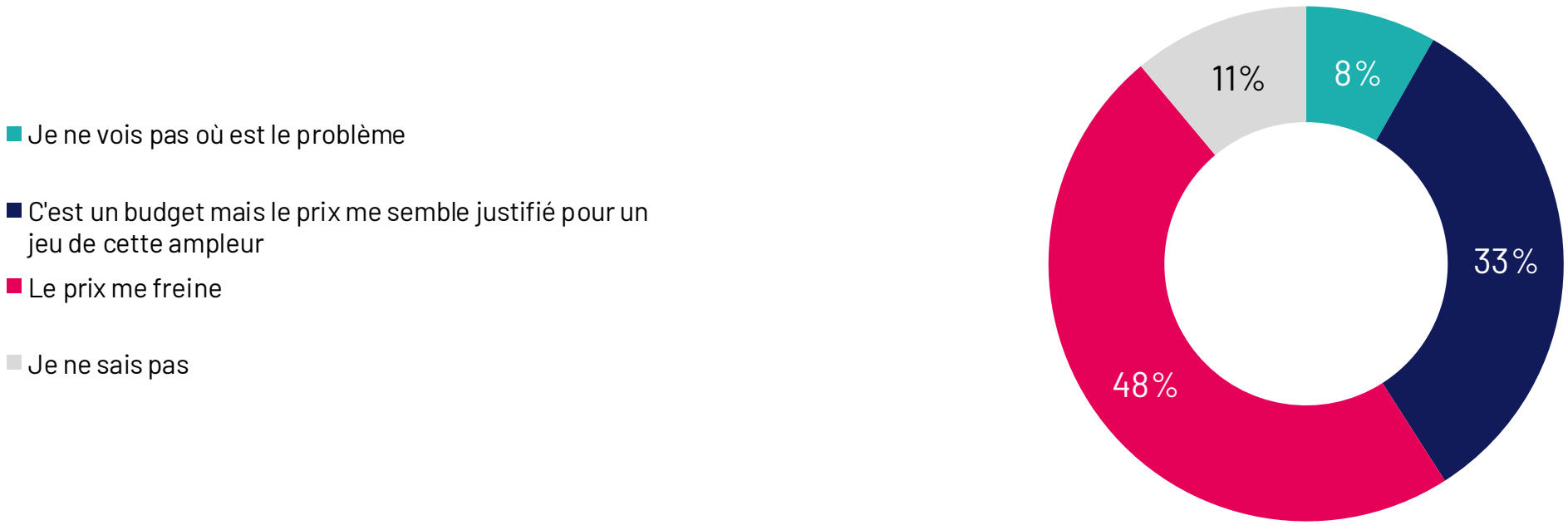
Parmi ces raisons, lesquelles expliquent votre intérêt pour GTA 6 ? 3 réponses maximum



Base=264
Ceux qui ont acheté ou pourraient acheter GTA 6

Pour près d'un connaisseur/acheteur de GTA sur deux (48%), le prix de GTA 6 constitue un véritable frein à l'achat quand un tiers d'entre eux estime que c'est un budget mais que celui-ci est justifié pour un tel jeu.

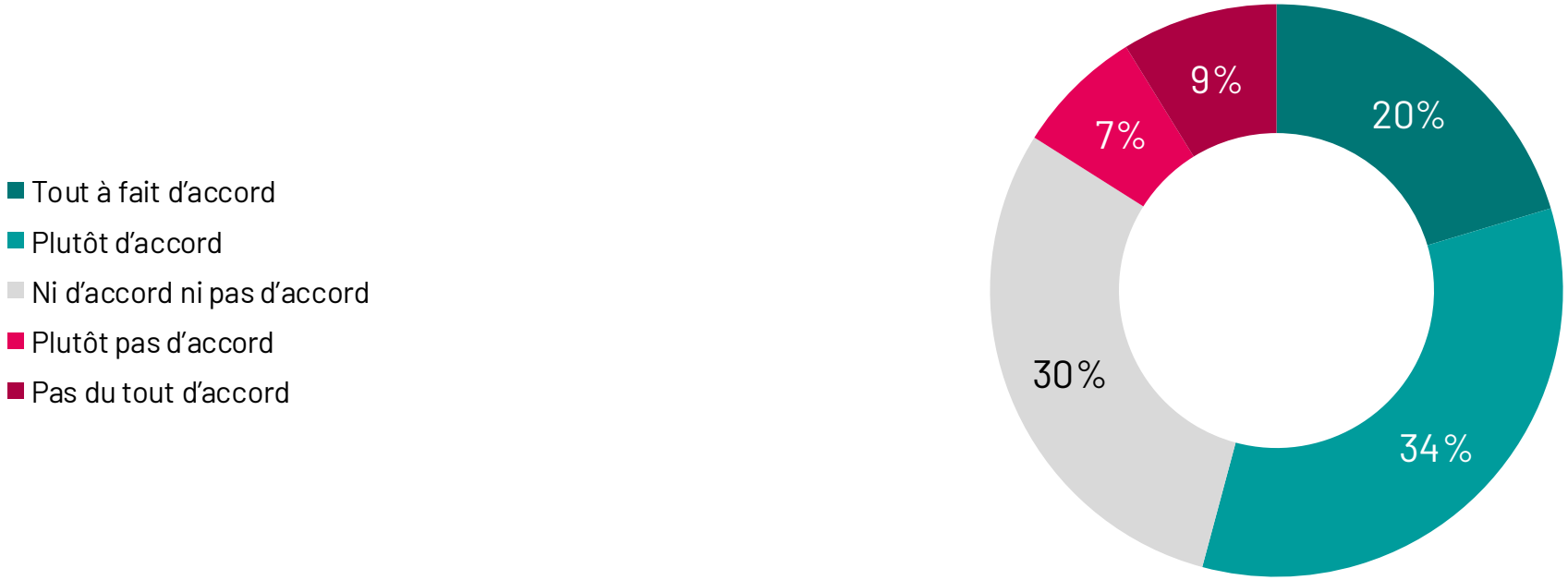
Le prix de GTA 6 à 79,99 € a fait polémique au moment des précommandes. Quel est votre ressenti ?



Base=537
A ceux qui connaissent GTA au moins de nom
ou qui l'ont déjà acheté / prévoient de l'acheter

Plus d’un connaisseur de GTA 6 sur deux considère la sortie de GTA 6 comme un véritable événement culturel de société.

Certains disent que la sortie de GTA 6 sera un événement culturel majeur. Qu’en pensez-vous ?



NET D’accord : **54%**

NET Pas s’accord : **16%**

Base=537
A ceux qui connaissent GTA au moins de nom
ou qui l'ont déjà acheté / prévoient de l'acheter



NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en france ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)

Ipsos France est certifiée ISO 20252 : Market Research - version 2019 par AFNOR CERTIFICATION

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

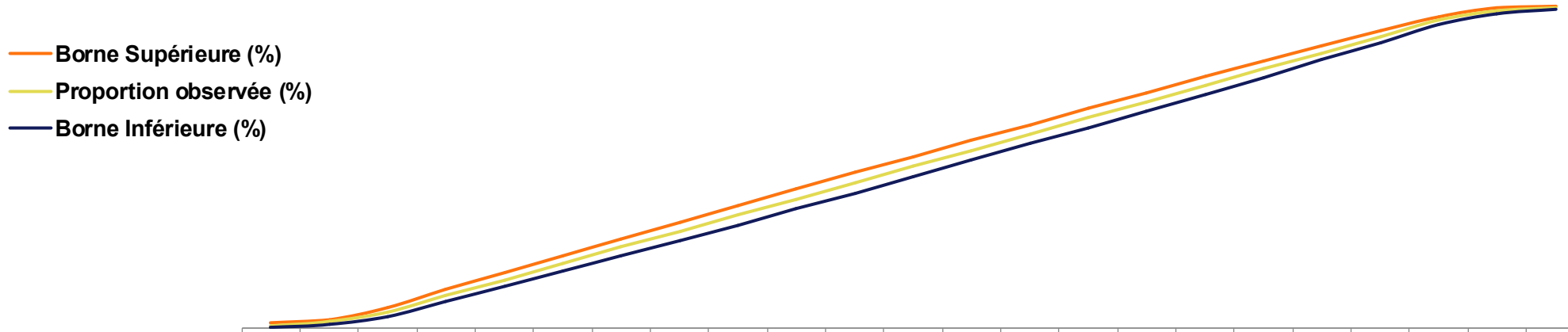
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :

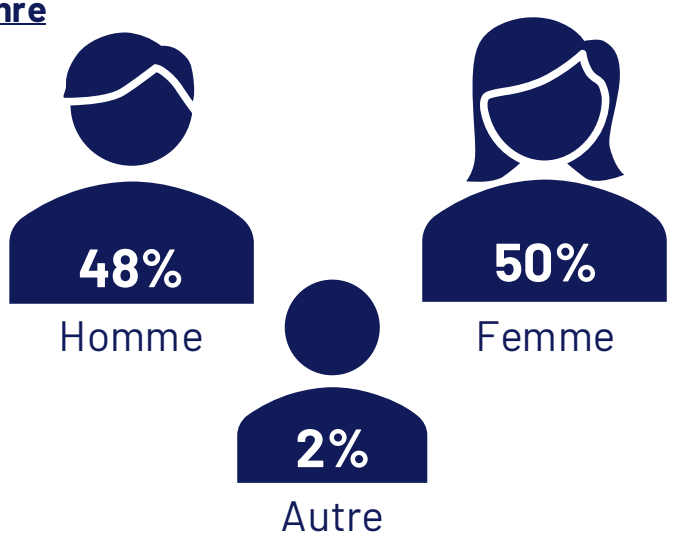


	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1.6%	2.9%	6.4%	11.9%	17.2%	22.5%	27.7%	32.8%	38.0%	43.0%	48.1%	53.1%	58.1%	63.0%	68.0%	72.8%	77.7%	82.5%	87.2%	91.9%	96.4%	98.9%	99.6%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0.4%	1.1%	3.6%	8.1%	12.8%	17.5%	22.3%	27.2%	32.0%	37.0%	41.9%	46.9%	51.9%	57.0%	62.0%	67.2%	72.3%	77.5%	82.8%	88.1%	93.6%	97.1%	98.4%

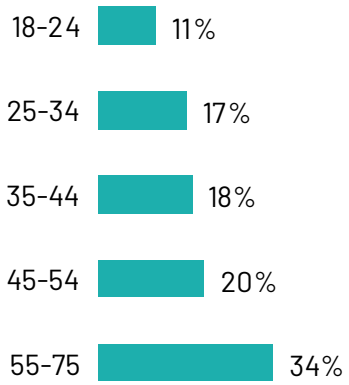
Structure de l'échantillon

Base=1000

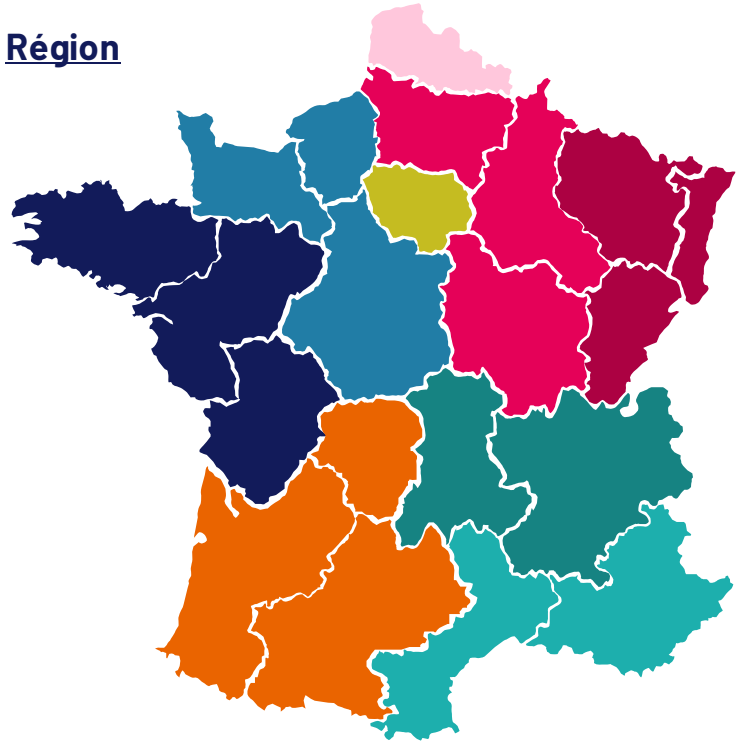
Genre



Âge

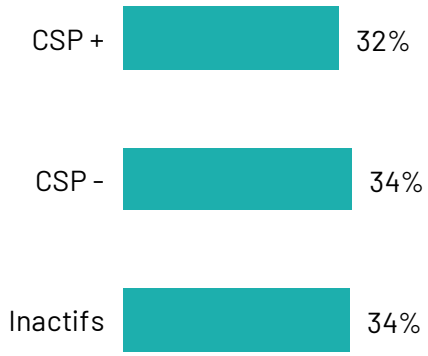


Région



Région Parisienne	19%
Bassin Parisien Ouest	9%
Bassin Parisien Est	7%
Nord	6%
Ouest	14%
Est	9%
Sud-Ouest	11%
Sud-Est	12%
Méditerranée	13%

CSP



FICHE TECHNIQUE
ÉTUDE IPSOS.DIGITAL

Fiche technique

Étude Ipsos.Digital

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1000 Français âgés de 18 ans à 75 ans représentatifs selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle de l'individu et de région de résidence
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA (données INSEE)

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 10 au 12 novembre 2026
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
  Détailler les boosts le cas échéant
- **Mode de recueil** : Recueil Online Panel Ipsos
- **Outil** : Omnibus Digital : plusieurs clients se partagent un même terrain)
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA

Compléments d'informations méthodologiques disponibles sur demande

FIABILITÉ DES RÉSULTATS :
Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon :** structure et représentativité
- **Questionnaire :** le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage :** Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible…
- **Suivi du terrain :** La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,…).
- **Suivi du terrain :** La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,…).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).
ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com
35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.
Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.

© Ipsos.Digital – Enquêtes sur les jeux vidéo-Novembre 2026