

Résumé Gaming IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Remarque : traduit automatiquement de l'allemand avec DeepL Pro

Nouveaux résultats de l'étude sur le gaming en Suisse :

Les jeux vidéo gagnent en popularité : 3,6 millions de personnes jouent, principalement sur smartphone. Les consoles gagnent toutefois du terrain.

57 pour cent de la population suisse joue à des jeux vidéo. Le jeu vidéo touche ainsi un public de 3,6 millions de personnes, soit 250 000 de plus que l'année précédente. 23 pour cent jouent quotidiennement, principalement des hommes jeunes et des femmes âgées. Le smartphone est l'appareil le plus populaire, mais les consoles de jeux et les ordinateurs portables gagnent également en importance. C'est ce que révèle l'étude Digimonitor, réalisée par le groupe d'intérêt pour les médias électroniques (IGEM) et la REMP Recherches et études des médias publicitaires. Les résultats de ce focus sur les jeux vidéo sont représentatifs de la population suisse âgée de 15 à 75 ans qui utilise Internet (6,3 millions de personnes).

- **Le jeu vidéo est un sport populaire** : avec 3,6 millions de personnes, il touche un public plus large que les plateformes de streaming telles que Spotify ou Netflix.
- **La Suisse alémanique joue le plus souvent** : dans la partie germanophone de la Suisse, le jeu quotidien est nettement plus répandu (24 %) qu'en Suisse romande (19 %) et au Tessin (15 %).
- **Un passe-temps pour les jeunes hommes et les femmes âgées** : les jeunes hommes sont de loin les plus grands joueurs, mais les femmes âgées s'adonnent aussi très souvent aux jeux vidéo
- **La majorité joue à des jeux gratuits** : 47 % jouent à des jeux gratuits, seuls 27 % achètent des jeux – les jeux de mémoire, de réflexion et d'apprentissage sont les plus populaires.
- **La Switch est la console la plus populaire** : par rapport à l'année précédente, les consoles ont progressé de 23 % à 26 % – l'appareil le plus populaire est la Nintendo Switch

La communauté des gamers s'agrandit de près d'un quart de million de personnes

3,6 millions de personnes jouent au moins occasionnellement à des jeux vidéo (57 % de la population). Cela représente 246 000 personnes de plus que l'année précédente (54 %). Le jeu vidéo touche ainsi un public plus large que les plateformes de streaming telles que Spotify (55 %) ou Netflix (54 %). L'utilisation quotidienne a également fortement augmenté : alors que 1,3 million de personnes (20 %) jouaient quotidiennement à des jeux l'année dernière, elles sont désormais 1,4 million (23 %). On observe toutefois des différences marquées entre les régions linguistiques : alors que 24 % de la population joue quotidiennement en Suisse alémanique, ce chiffre n'est que de 19 % en Suisse romande et de 15 % au Tessin.

Des différences considérables selon l'âge et le sexe

Environ deux tiers des hommes jouent occasionnellement à des jeux vidéo (64 %). Chez les femmes, ce chiffre n'atteint que la moitié (49 %). La structure d'âge des joueuses et des joueurs est toutefois complètement opposée. Chez les hommes, la consommation de jeux diminue progressivement avec l'âge : ce sont les 15-19 ans qui jouent le plus souvent (40 % quotidiennement), suivis des 20-29 ans (33 %) et des 40-49 ans (22 %). C'est l'inverse chez les femmes : alors que très peu de femmes âgées de 15 à 19 ans jouent quotidiennement (13 %), les femmes âgées de 60 à 75 ans sont les joueuses les plus actives (34 % quotidiennement).

Résumé Gaming

IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Le smartphone reste l'appareil le plus utilisé, mais les consoles et les ordinateurs portables rattrapent leur retard

Le smartphone est l'appareil de jeu le plus populaire : 2,7 millions de personnes (42 % de la population) jouent occasionnellement à des jeux sur leur téléphone portable. Les consoles de jeux arrivent en deuxième position avec 1,7 million (26 %), suivies des tablettes (20 %), des ordinateurs portables (17 %) et des PC (14 %). Par rapport à l'année précédente, ce sont les consoles qui ont connu la plus forte progression (plus 210 000 personnes, 2024 : 23 %). Alors que les personnes âgées utilisent presque exclusivement les smartphones et les tablettes pour jouer, la gamme d'appareils est nettement plus large chez les jeunes. L'âge moyen des utilisateurs est le plus bas pour les consoles portables.

Nintendo et Sony se livrent une course au coude à coude

La console la plus populaire est la Nintendo Switch (15 % de la population), suivie de près par la Sony Playstation (14 %). La Microsoft Xbox arrive loin derrière en troisième position (4 %). Avec le lancement de la nouvelle Switch 2 en juin 2025, la console a probablement encore gagné en popularité depuis la fin de l'enquête. Contrairement à ses concurrentes, la console Nintendo séduit davantage les femmes : la répartition entre les sexes est presque équilibrée, tandis que les hommes représentent près de 80 % des utilisateurs de Xbox et Playstation.

Les trois quarts des acheteurs de jeux sont des hommes

La majorité joue à des jeux gratuits : avec 3 millions de personnes, près de la moitié de la population (47 %) joue à des jeux gratuits – 35 % sans publicité et 38 % avec publicité (avec un chevauchement important : 27 % jouent à des jeux gratuits mixtes avec ou sans publicité, 12 % jouent uniquement avec publicité et 8 % uniquement sans publicité). 30 % de la population suisse est prête à payer pour des jeux. Environ la moitié des joueurs achètent occasionnellement un jeu, 73 % des acheteurs étant des hommes. Les jeux en ligne sont les plus populaires (36 %), suivis des supports physiques (28 %). Près d'un joueur sur cinq achète des améliorations de jeu et un sur dix des objets cosmétiques in-game. Ces extras payants sont particulièrement prisés par les jeunes joueurs. Pour les objets cosmétiques dans le jeu, tels que les « skins », la moyenne d'âge la plus basse est de 27 ans.

La plupart réfléchissent, seuls quelques-uns tirent

La forte diffusion des jeux gratuits se reflète dans le classement des genres : les plus populaires sont les jeux occasionnels, généralement gratuits, tels que les jeux de mémoire, de réflexion et d'apprentissage (31 % de la population), les jeux de cartes (24 %), les jeux de société (23 %) et les puzzles (21 %). Les jeux « core », qui s'adressent aux gamers invétérés, touchent quant à eux principalement un public jeune et majoritairement masculin. Les genres core les plus populaires sont les jeux « Jump'n'Run » et les jeux de course (19 % chacun), suivis par les jeux d'action et d'aventure (15 %). Les simulations ont fortement progressé par rapport à l'année dernière et sont désormais à égalité avec les jeux de stratégie et les jeux de tir (13 % chacun).

Plus de la moitié des joueurs jouent à des jeux multijoueurs

Le jeu vidéo n'est pas un loisir solitaire : plus de la moitié (53 %) des joueurs jouent au moins occasionnellement à des jeux multijoueurs avec des amis, leur famille ou la communauté en ligne. Chez les 15-34 ans, ce chiffre atteint même les trois quarts (75 %), une grande partie de cette tranche d'âge jouant à des jeux multijoueurs chaque semaine (41 %) voire chaque jour (12 %). L'intérêt pour le jeu collectif diminue avec l'âge. Parmi les 55-75 ans, seul un cinquième (21 %) joue occasionnellement à des jeux multijoueurs, et les femmes âgées en particulier se consacrent presque exclusivement aux jeux en solo.

Fast-food devant l'ordinateur : le cliché du gamer est souvent vrai

Les hommes âgés de 15 à 39 ans sont ceux qui jouent le plus souvent. La comparaison avec les non-joueurs du même groupe d'âge montre que leur profil correspond largement au cliché : les joueurs sont mieux équipés sur le plan technique et possèdent généralement un PC en plus d'un téléviseur. Ils commandent plus souvent des repas en ligne et passent beaucoup plus de temps sur des plateformes telles que YouTube, Discord ou Twitch, qui proposent de nombreux contenus liés aux jeux. Ils sont également moins souvent responsables des tâches ménagères et plus souvent sans emploi. Mais certaines choses sont tout de même

Résumé Gaming

IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



surprenantes : les joueurs vont plus souvent au cinéma et consultent davantage le télétexthe que les non-joueurs.

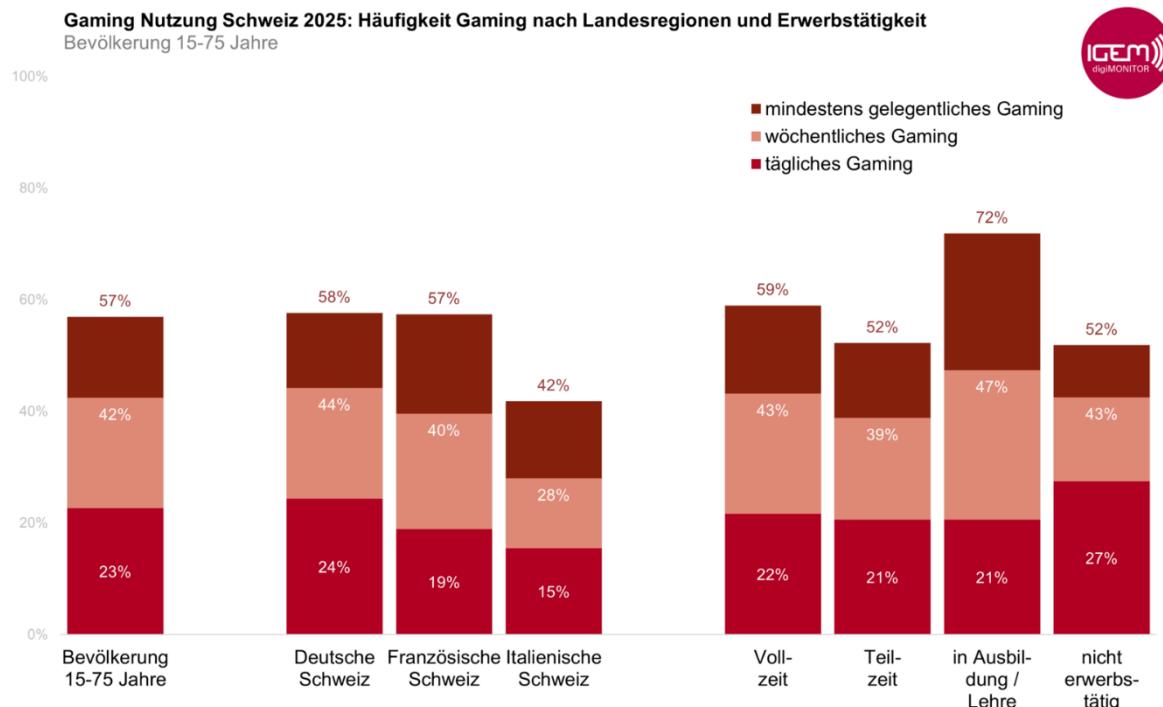
À propos de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

Depuis 2014, l'étude Digimonitor recense chaque année l'utilisation des médias et appareils électroniques en Suisse. Depuis 2024, les données sont représentatives de la population suisse âgée de 15 à 75 ans qui utilise Internet (6,3 millions de personnes). L'enquête se concentre notamment sur le thème du jeu vidéo. Le sondage en ligne a été réalisé en mars-avril 2025. À la demande du groupe d'intérêt pour les médias électroniques (IGEM) et de la REMP Recherches et études des médias publicitaires, Intervista a interrogé 1 959 personnes, dont 1 004 en Suisse alémanique, 756 en Suisse romande et 199 en Suisse italienne. L'intervalle de confiance est de +/- 2,2 points de pourcentage maximum. Les résultats sont mis gratuitement à la disposition des membres de l'IGEM. Les non-membres peuvent se procurer l'étude au prix de CHF 5 000.

Plus d'informations : www.igem.ch / **Contact :** Siri Fischer, directrice générale de l'IGEM, info@igem.ch, tél. 044 242 23 12

5 graphiques

Graphique 1



Résumé Gaming

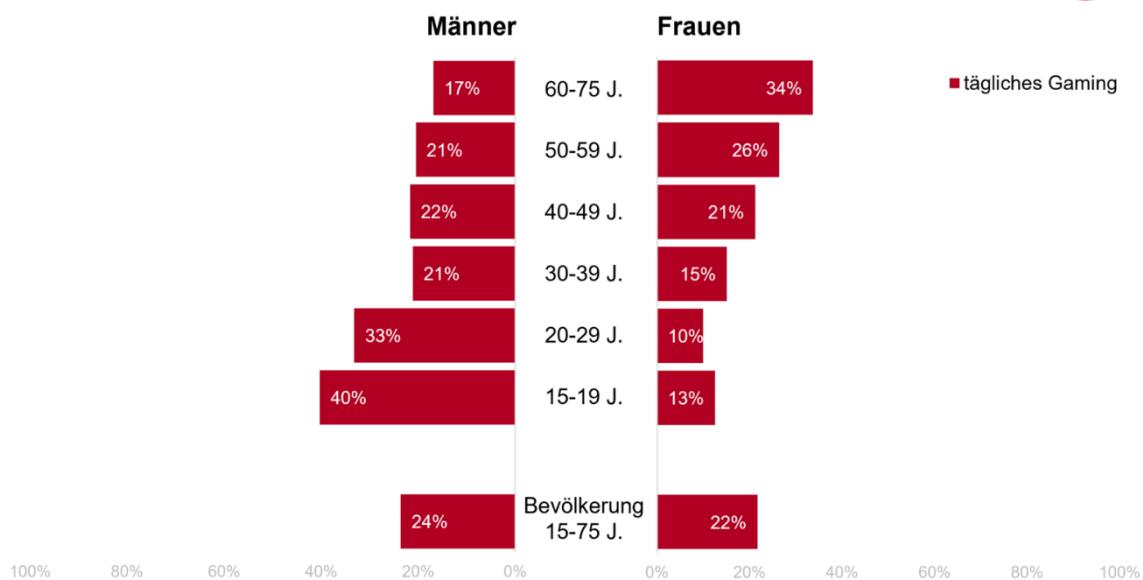
IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 2

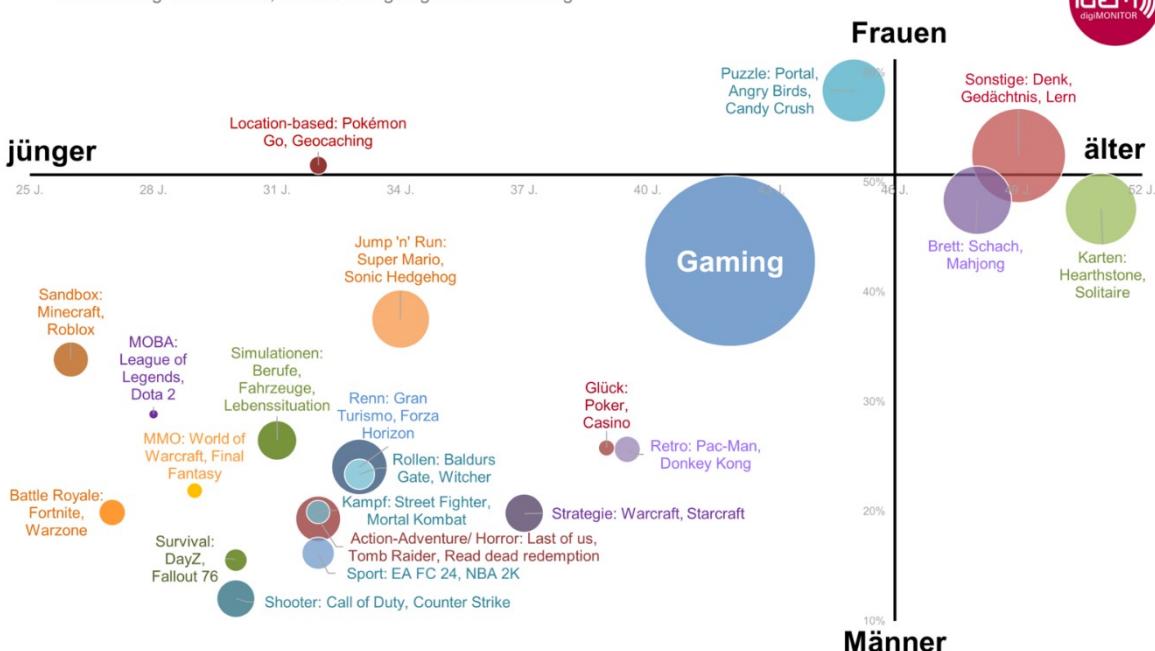
Gaming Nutzung Schweiz 2025: Tägliches Gaming nach Alter und Geschlecht
Bevölkerung 15-75 Jahre, tägliche Nutzung



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte „Wie häufig spielen Sie normalerweise Computerspiele, Onlinespiele oder Games, egal auf welchem Gerät?“

Graphique 3

Gaming-Genres Schweiz 2025: Positionierung nach Alter und Geschlecht der Gamer:innen
Bevölkerung 15-75 Jahre, mindestens gelegentliche Nutzung



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Bevölkerung = 46 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern. MMO = Massively Multiplayer Online Games, MOBA = Multiplayer Online Battle Arena

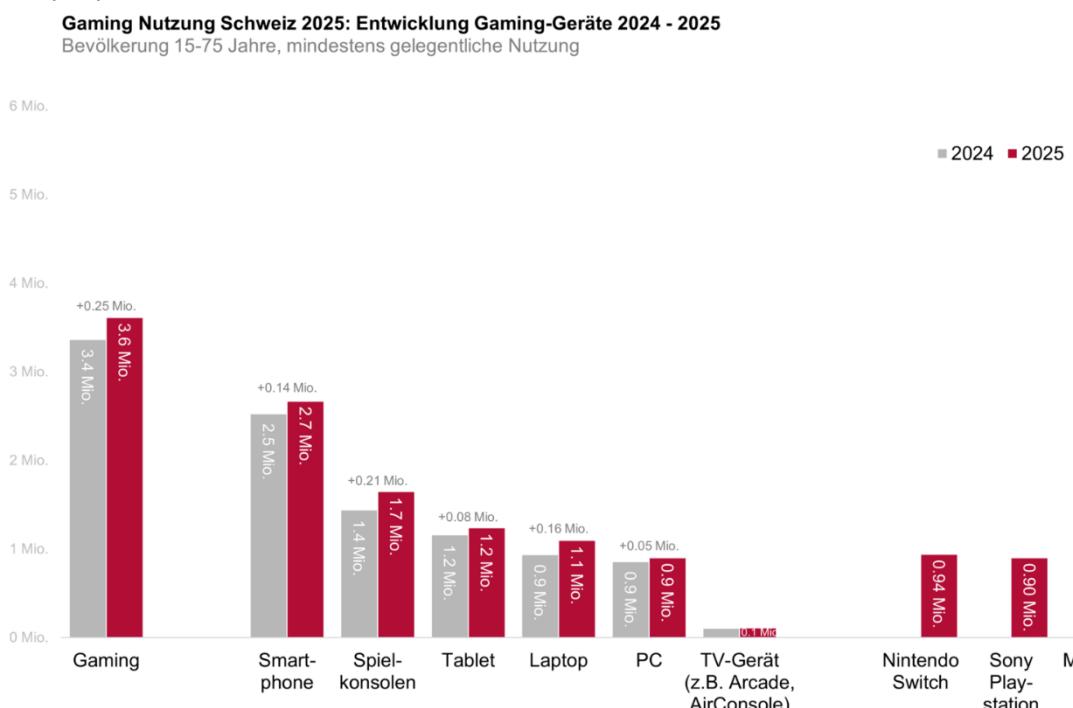
Résumé Gaming

IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique

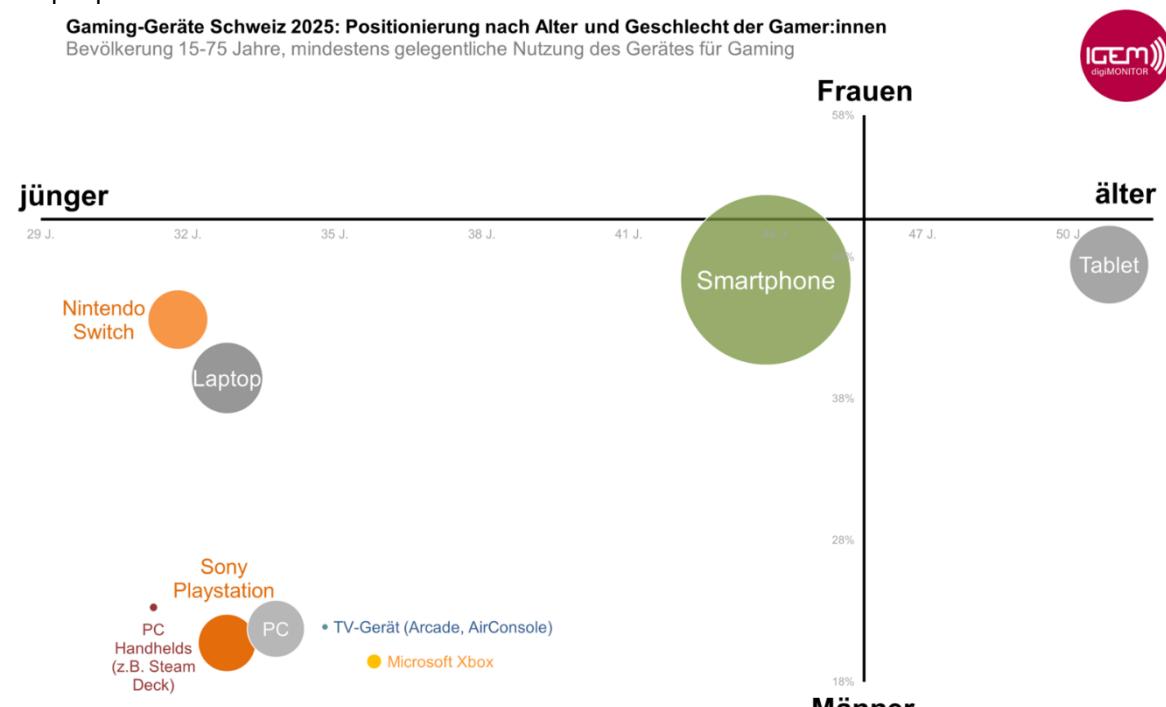


Graphique 4



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte.

Graphique 5



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbewohner; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Bevölkerung = 46 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.