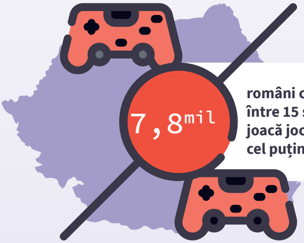
RGDA
ROMANIAN GAME DEVELOPERS ASSOCIATION

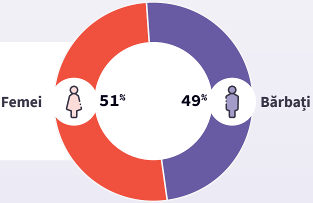
Jocurile video în România

Profilare şi segmentare utilizatori de jocuri video în România în 2022

Utilizatorii de jocuri video*



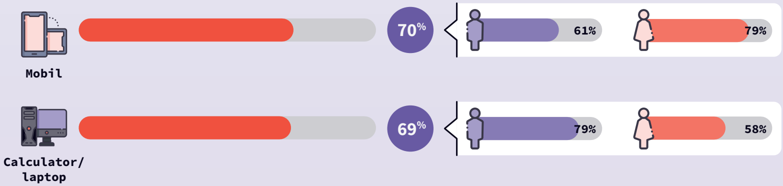
români cu vârste între 15 şi 64 de ani joacă jocuri video cel puţin o dată pe lună

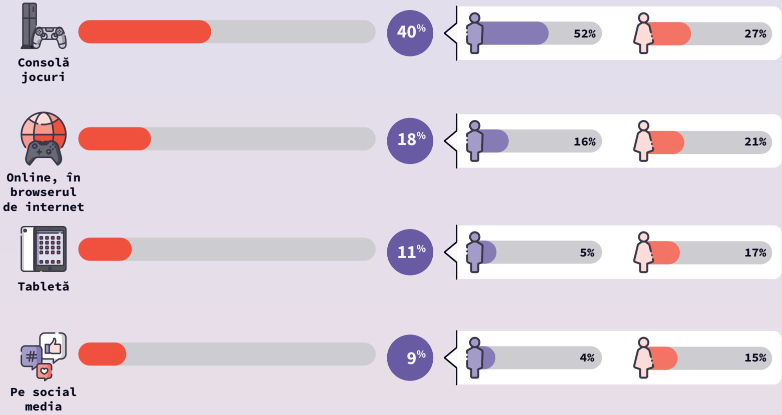


Comportamentul jucatorilor**

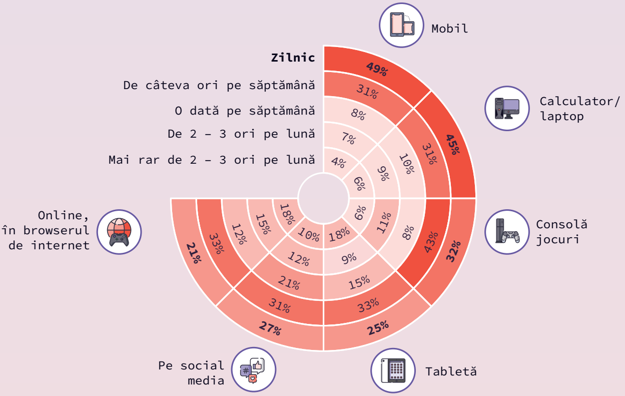
Pe care dintre urmatoarele platforme obisnuiesti sa te joci?

Există diferenţe semnificative între genuri, **bărbaţii** preferând să folosească PC/laptop, sau consolele, în timp ce **femeile** preferă să folosească telefonul mobil pentru a se juca.





Cu ce frecvență obișnuiești să te joci?



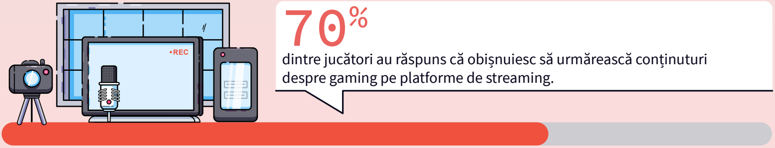
62%

dintre jucători declară că plătesc lunar pe cel puțin unul dintre deviceurile folosite pentru a se juca.

	Consolă	Computer	Tabletă	Mobil	Social media	Online, în browserul de internet
Peste 500 lei lunar	1%	1%	0%	0%	0%	0%

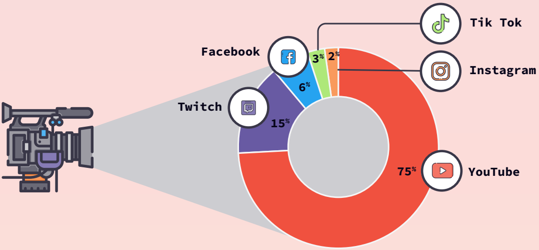
Între 250 – 500 lei lunar	9%	5%	1%	1%	0%	0%
Între 100 – 250 lei lunar	19%	9%	2%	2%	2%	3%
Între 50 – 100 lei lunar	25%	20%	6%	6%	3%	6%
Sub 50 lei lunar	19%	22%	22%	16%	8%	11%
Nu plătesc pentru jocuri sau upgrade-uri	19%	39%	65%	72%	82%	78%

Video streaming și evenimente

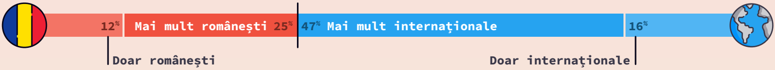


70%
dintre jucători au răspuns că obișnuiesc să urmărească conținuturi despre gaming pe platforme de streaming.

În ceea ce privește platformele de streaming urmărite, **75%** dintre jucători plasează **Youtube** pe primul loc, **Twitch** urmându-l pe **locul 2** și **Facebook pe 3**.



În ceea ce privește naționalitatea creatorilor de conținut, **47%** dintre jucători urmăresc **mai mult streamuri internaționale**, în timp ce **25%** urmăresc streamuri **mai mult românești**.



70%
dintre jucători menționează că nu participă la evenimente destinate gamingului

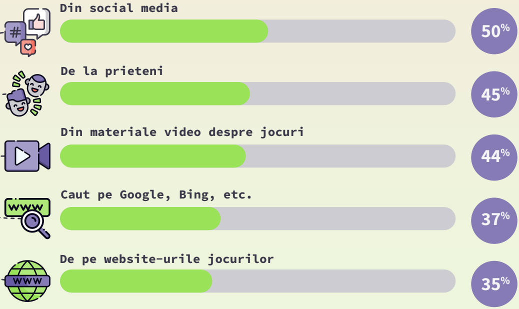
Totuși, dintre evenimentele destinate gamingului la care au participat jucătorii, cea mai ridicată participare are loc la:

East European Comic Con

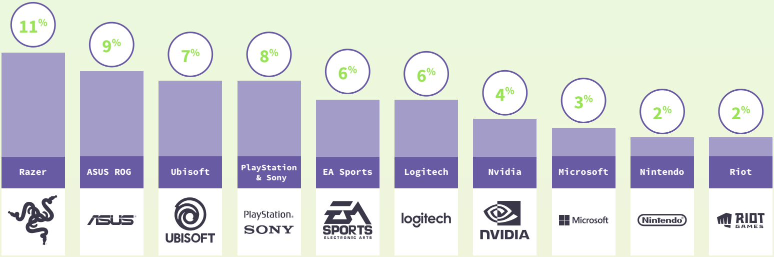
Bucharest Gaming Week

Surse de informare și branduri

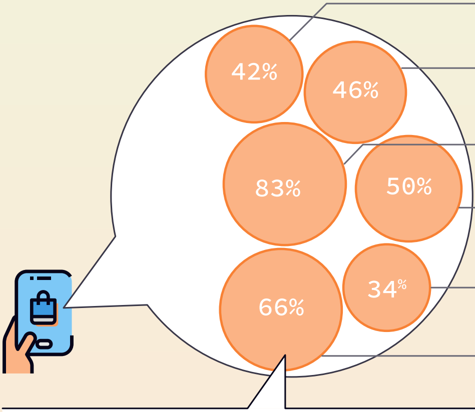
sursele de informare folosite de jucători când vine vorba de jocuri video



Printre brandurile menționate spontan a fi cele mai active în gaming, se află :



Achiziție jocuri video



42% le cumpără noi, din magazin

46% fac schimb de jocuri sau împrumută de la prieteni

83% downloadează de la sau se joacă direct pe site-ul sau platforma dezvoltatorilor

50% downloadează jocuri gratuit de pe site-uri cu torrents

34% cumpără second hand

66% cumpără online din magazinele digitale

În rândul celor care cumpără online din magazine digitale, printre cele mai menționate magazine digitale se numără:

75% **Steam**

46% **Epic Store**

38% **PlayStation Store**

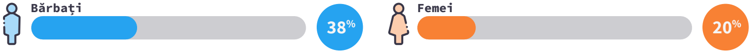
Printre principalele motive pentru care jucătorii evită plata jocurilor video se numără:

48% **prețurile prea ridicate ale acestora**

27% **posibilitatea de a le obține în mod gratuit**

22% **absența jocurilor dorite din magazinul digital**

Bărbații (38%) afirmă într-o mai mare măsură decât **femeile (20%)** că plătesc pentru jocurile care nu sunt disponibile gratuit.

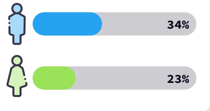


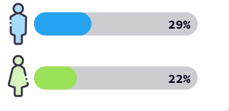
Utilizare și motivații

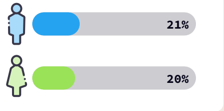
28% Apreciază jocurile video, dar nu sunt interesați chiar de toate aspectele lor

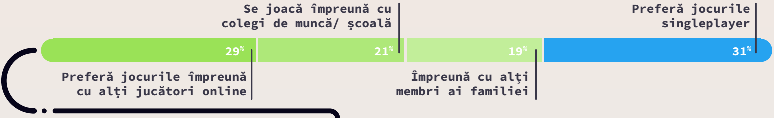
26% Preferă să cucerească obiective de toate felurile

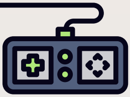
21% Preferă să joace mai multe jocuri, nu doar unul singur







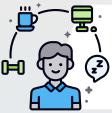




69%
jucători preferă să joace cu cineva.

Principalele motivațiile aduse de joc:

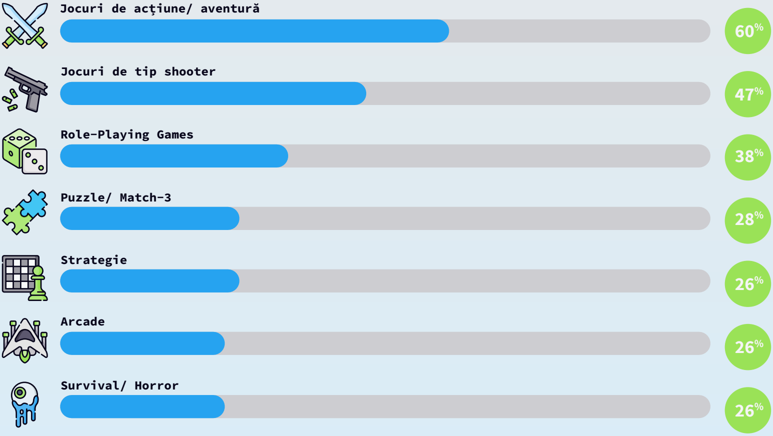
62%
relaxarea după o zi



52%
caracterul de hobby al jocurilor

35%
atenuarea plictiselii

Cele mai apreciate tipuri de jocuri:



Preferinte legate de tipul productiei:

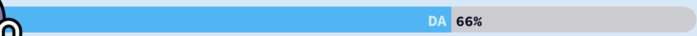
52% nu au vreo preferinţă anume

17% preferă cu precădere jocurile de tip "AAA", dar care joacă şi jocuri de tip Indie

11% preferă jocurile exlusiv "AAA"

O industrie responsabilă

Foloseşti opţiunile de acord parental pentru copii oferite de platformele unde descarci jocuri dacă este cazul?



RGDA recomandă utilizatorilor şi / sau părinţilor lor informarea cu privire la ratingului de vârstă al jocurilor, după standardele PEGI.

3 www.pegi.info
7 www.pegi.info
12 www.pegi.info
16 www.pegi.info
18 www.pegi.info

www.rgda.ro | www.desprejocurivideo.ro

Metodologie

***Metologie studiu incidenţă:** 1083 chestionare CAWI, reprezentativ naţional în funcţie de gen, vârstă, regiune şi medii de rezidenţă, bărbaţi şi femei cu vârsta între 15 şi 64 ani, utilizatori de internet, populaţie generală

****Metodologie studiu targetat:** 1047 chestionare CAWI, bărbaţi şi femei, cu vârsta între 15 şi 64 ani care se joacă pe cel puţin una dintre platformele PC/laptop, consolă, mobil/tabletă. Respondenţii acestui studiu se identifică fiind jucători de jocuri video, ¾ dintre ei jucându-se de cel puţin câteva ori pe săptămână.

Perioadă colectare: iulie – august 2022

Un studiu initiat de:
RGDA
ROMANIAN GAME DEVELOPERS ASSOCIATION

Cercetare:
iZi data

Design:
INTERROBANG