

UN STUDIU COORDONAT DE:



CU SPRIJINUL:



JOCURILE VIDEO ÎN ROMÂNIA

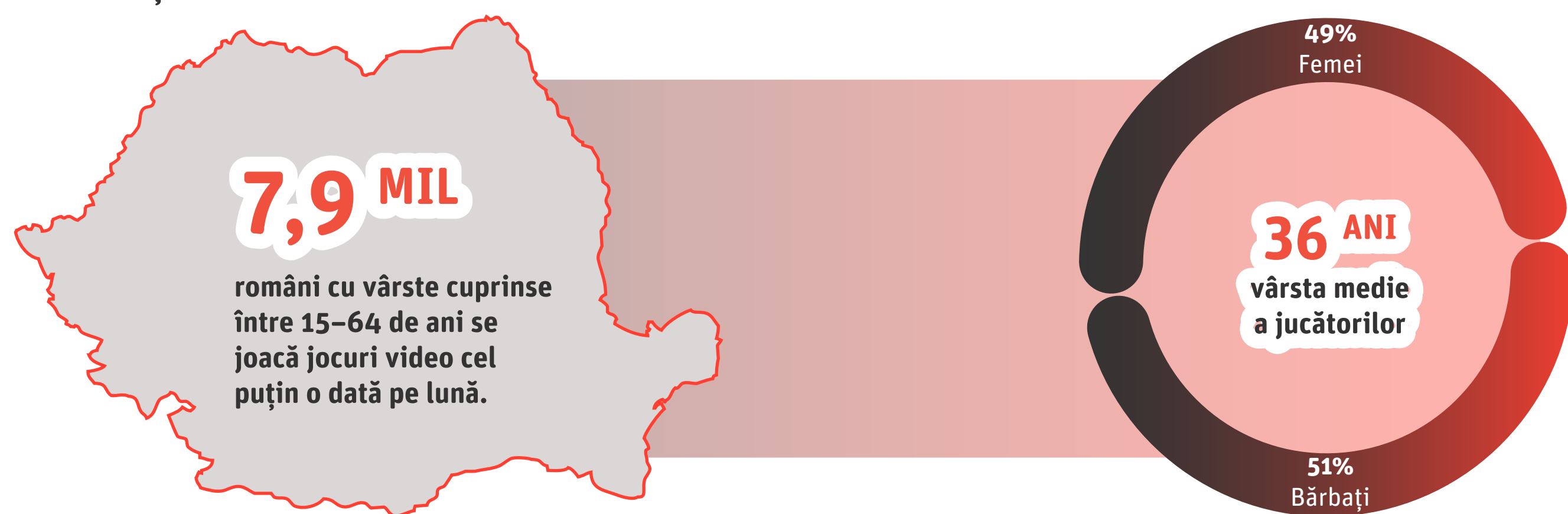
Profilare și segmentare utilizatori de jocuri video în 2025



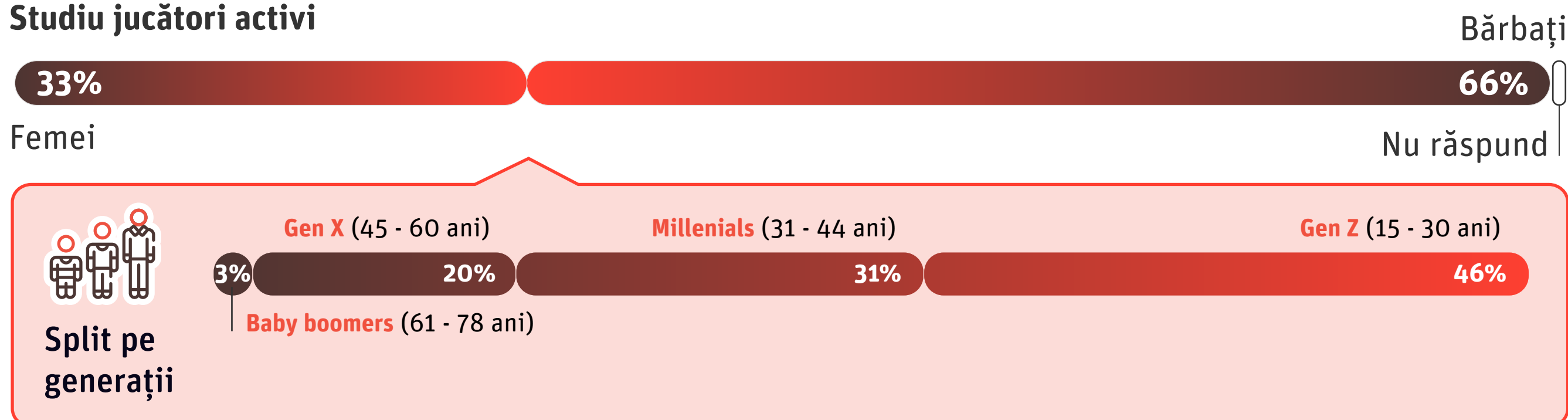
UTILIZATORII DE JOCURI VIDEO

RGDA a realizat în iulie 2025 două studii pentru a defini profilul jucătorilor din România: unul reprezentativ la nivel național, care arată cât de răspândit este gamingul în rândul utilizatorilor de internet 15-64, și unul dedicat jucătorilor activi (game enthusiasts) care se joacă frecvent pe PC, consolă sau mobil. Împreună, ele oferă o imagine completă a pieței locale de gaming și a modului în care românii se raportează la jocurile video.

Studiu național

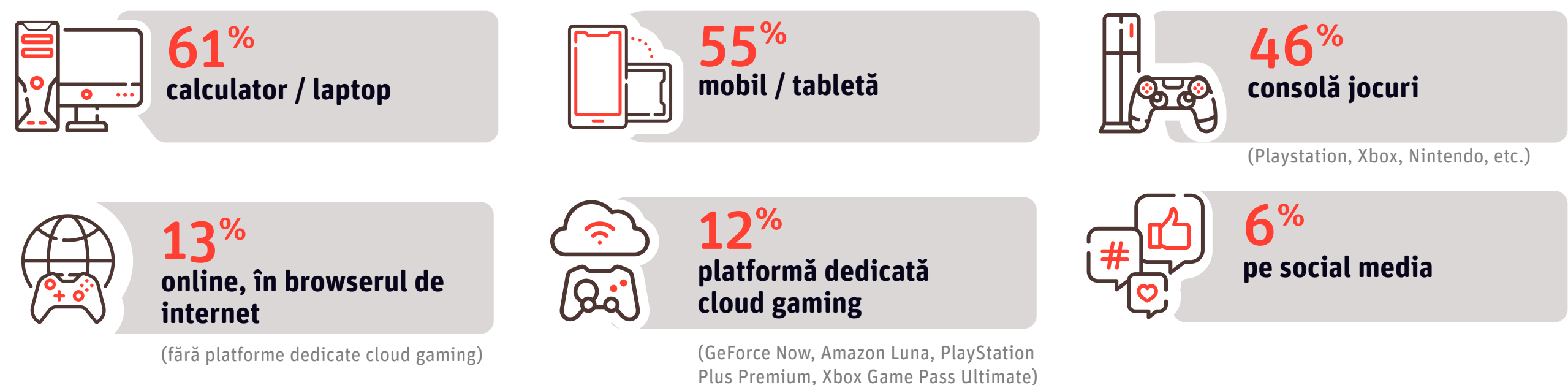


Studiu jucători activi

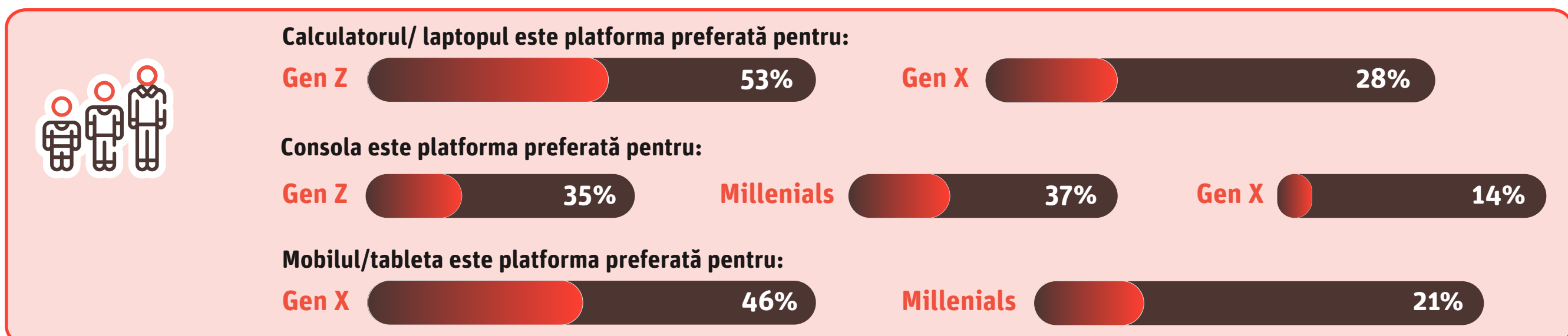
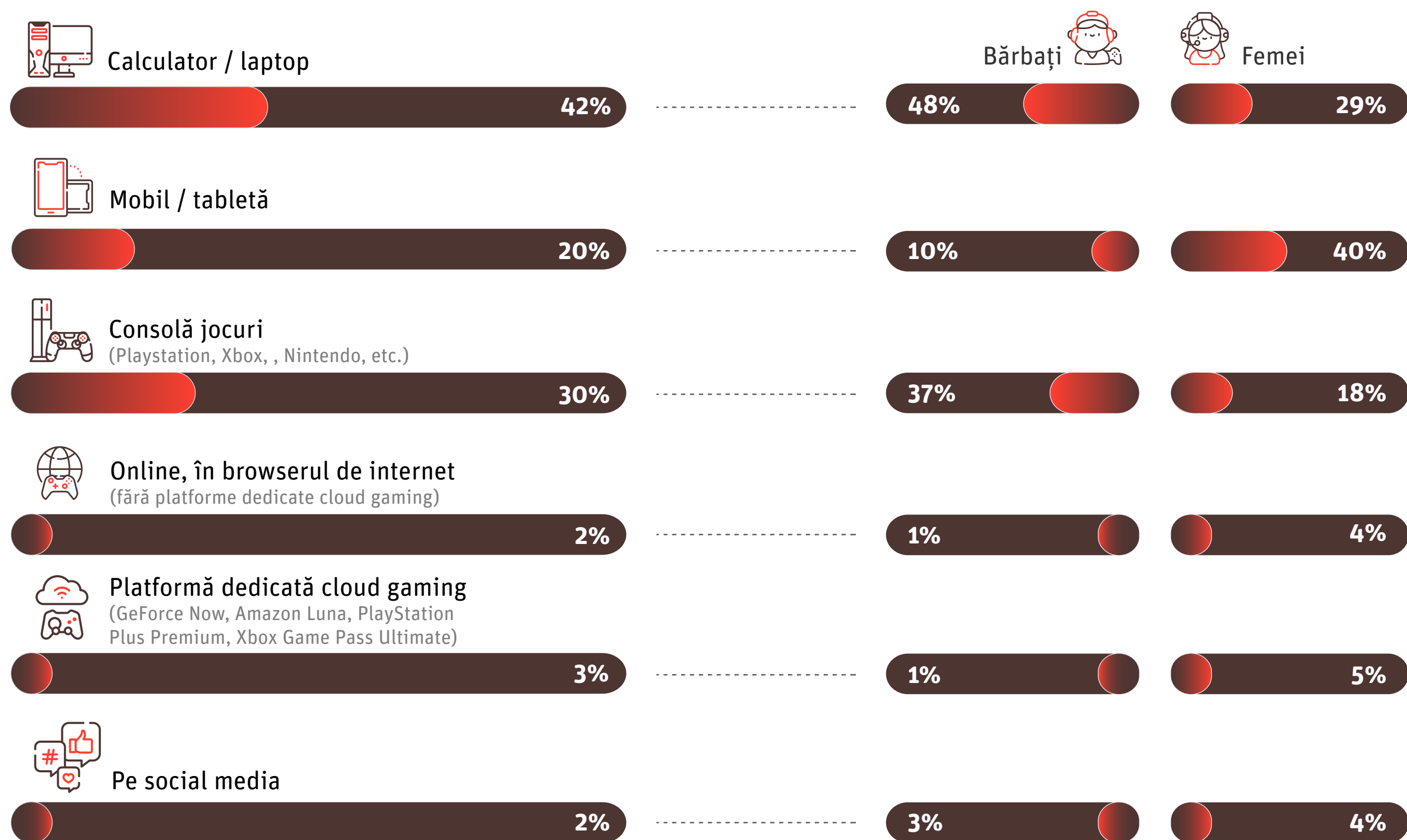


DISPOZITIVE PREFERATE ȘI FRECVENȚA DE UTILIZARE

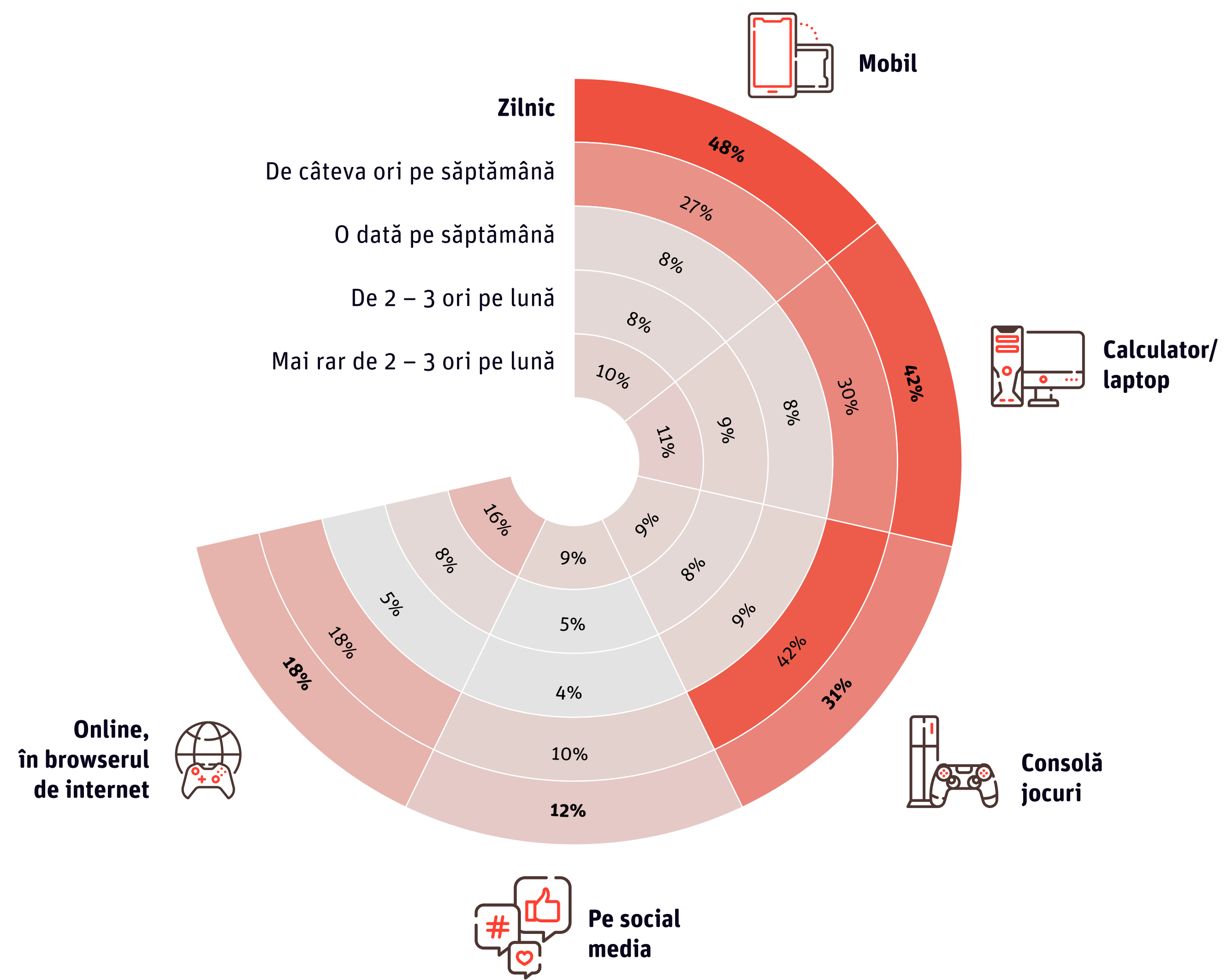
Calculatorul și dispozitivele mobile sunt **cele mai folosite dispozitive** pentru jocuri.



Totuși, în ceea ce privește **dispozitivele preferate** pentru jocuri, bărbații și femeile au comportament diferit.

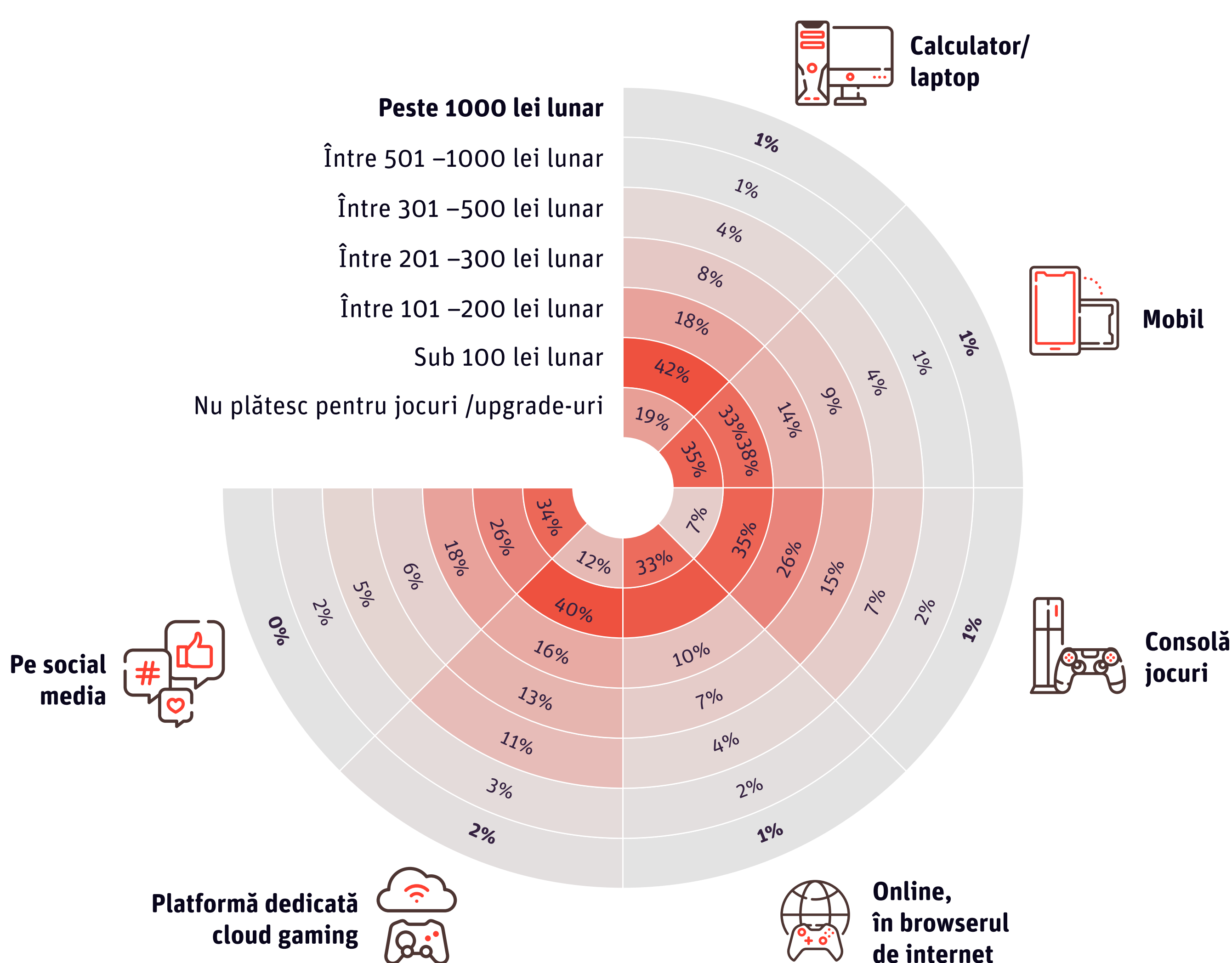


Aproape jumătate dintre jucători se joacă cel puțin de câteva ori pe săptămână.



ACHIZIȚIONAREA DE JOCURI VIDEO

74% dintre jucători declară că plătesc lunar pe cel puțin unul dintre deviceurile folosite pentru a se juca.



Nu plătesc pentru jocuri / upgrade-uri

Gen X 54%

Plătesc o suma de sub 100 lei lunar

Gen Z 43%

Magazinele digitale sunt principala sursă pentru achiziția de jocuri video.



30%

Le cumpără noi, din magazin



61%

Cumpără online din magazinele digitale



32%

Downloadează de la sau se joacă direct pe site-ul sau platforma dezvoltatorilor



16%

Fac schimb de jocuri sau împrumută de la prieteni



28%

Downloadează jocuri gratuit de pe site-uri cu torrents



19%

Cumpără second hand

5% Altele



Fac achiziții din magazine digitale

Gen Z 83%

Millenials

58%

Fac achiziții din magazine

Gen Z 35%

Millenials

34%

TOP 3 principale motive pentru care jucătorii evită plata jocurilor video:



33%

prețurile prea ridicate ale acestora



27%

posibilitatea de a le obține în mod gratuit



20%

absența jocurilor dorite din magazinul digital

Bărbații (32%) afirmă într-o mai mare măsură decât **femeile (19%)** că plătesc pentru jocurile care nu sunt disponibile gratuit.



Bărbați

32%

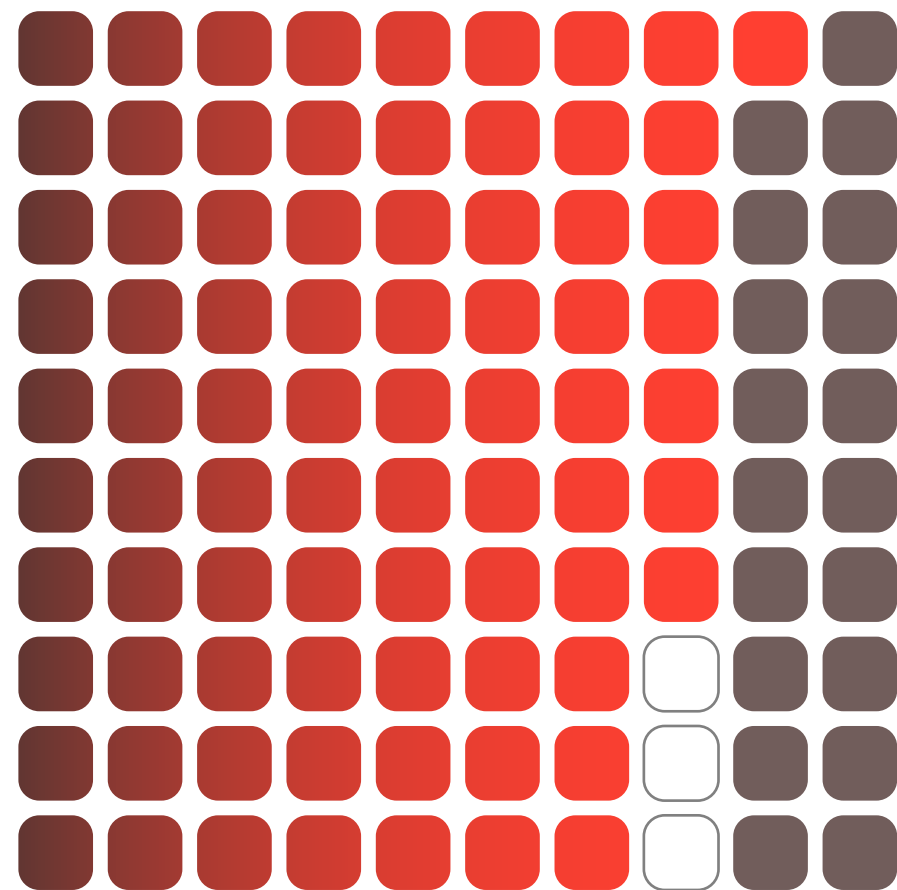


Femei

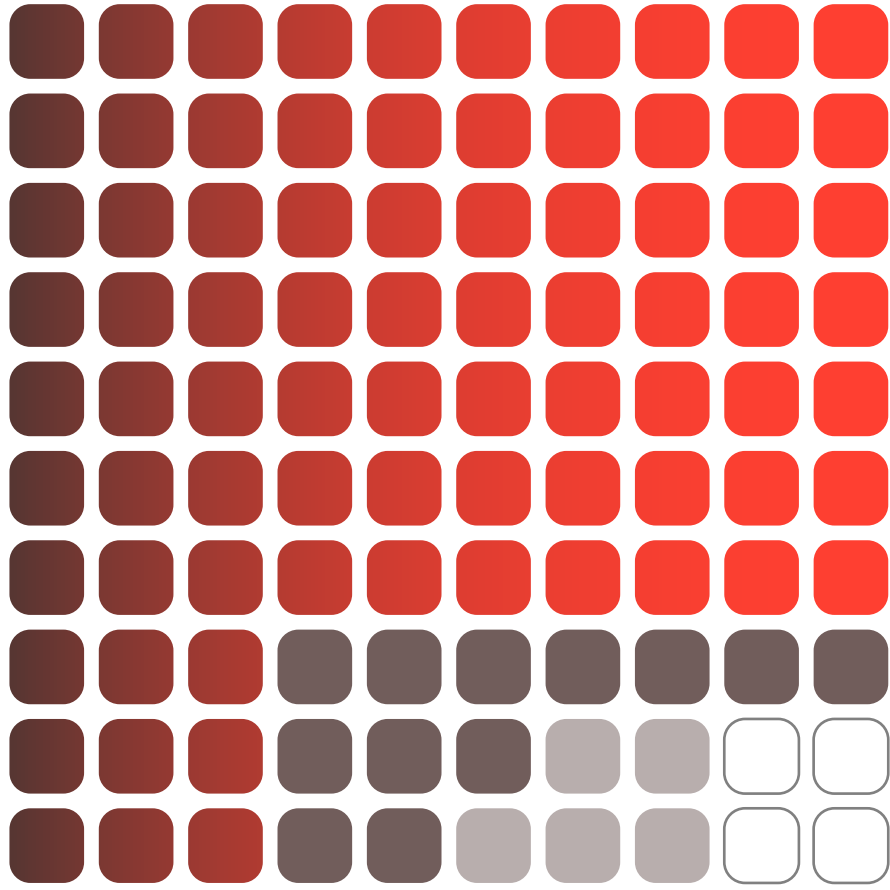
19%

Siguranța în jocuri rămâne o temă importantă pentru jucători și părinți.

Ți s-a întâmplat să descoperi că fiul/ fiica ta a cheltuit bani pe jocuri fără să știi? Răspuns unic.

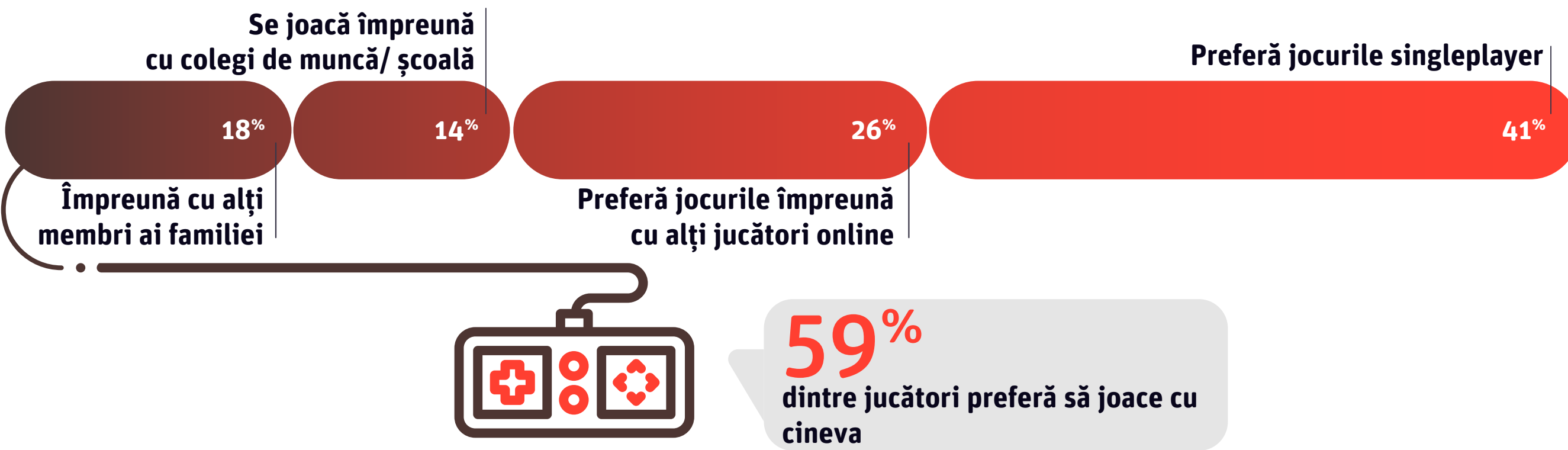


Ți s-a întâmplat vreodată să pierzi bani sau să fii păcălit într-un joc (ex: oferte false, conturi furate, taxe ascunse)?

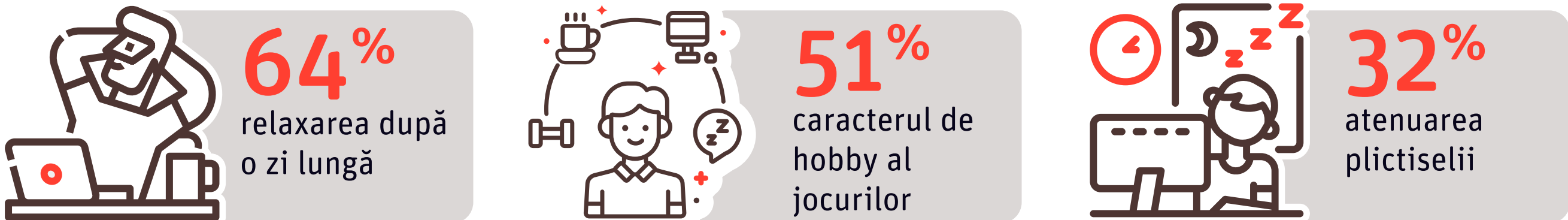


PREFERINȚE ȘI COMPORTAMENTE LEGATE DE GAMING

Jucătorii români preferă experiențele multiplayer – jocurile sunt o interacțiune socială.



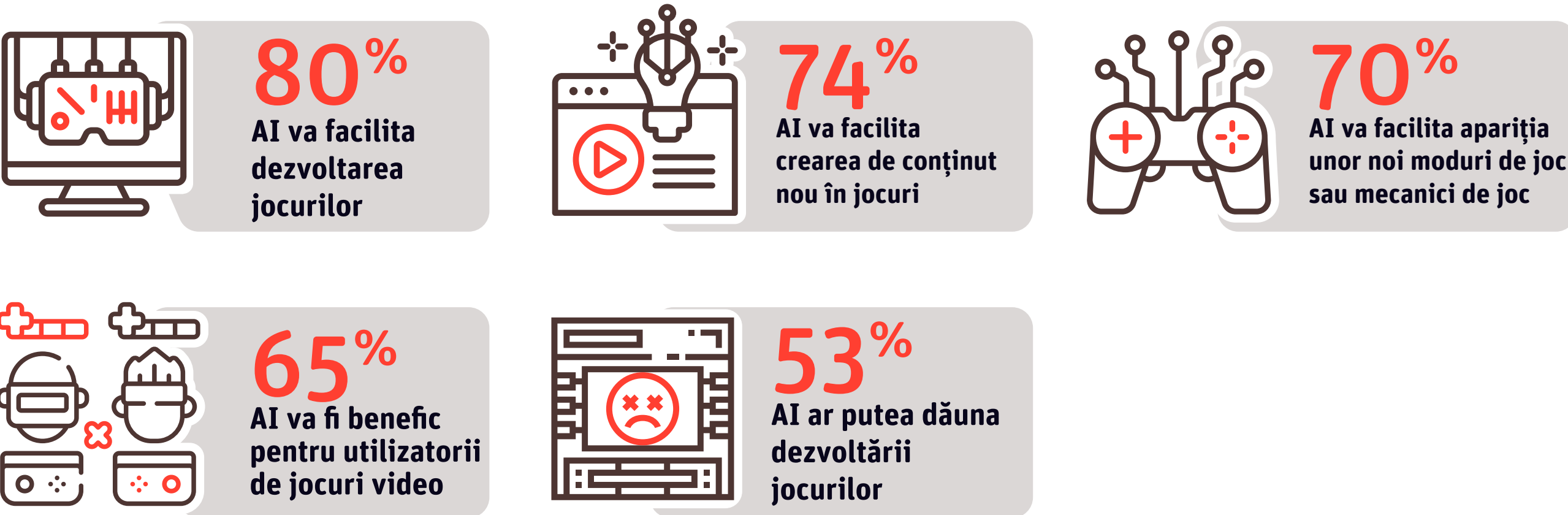
TOP 3 motivații de joc:



TOP 10 cele mai apreciate tipuri de jocuri:

		Bărbați	Femei
Jocuri de acțiune/aventură	54%	62%	40%
Jocuri de tip shooter	45%	56%	23%
Role-Playing Games	34%	40%	22%
Survival/Horror	28%	31%	22%
Simulatoare auto / moto	22%	28%	12%
Puzzle/Match-3	21%	10%	42%
Strategie	20%	24%	11%
Sporturi	18%	22%	10%
Arcade	16%	14%	21%
Jocuri „Sandbox”	15%	17%	11%

Majoritatea jucătorilor cred că AI va revoluționa dezvoltarea și conținutul jocurilor.



PARTICIPAREA JUCĂTORILOR LA EVENIMENTE DE GAMING

1 din 3

jucători urmăresc sau
participă la evenimente
de gaming, în persoană
sau online.

67%

nu participă la
evenimente de gaming

East European Comic Con

38%

Bucharest Gaming Week

35%

Gaming Marathon

17%

Esports Kings

13%

Alte evenimente de profil în afara României

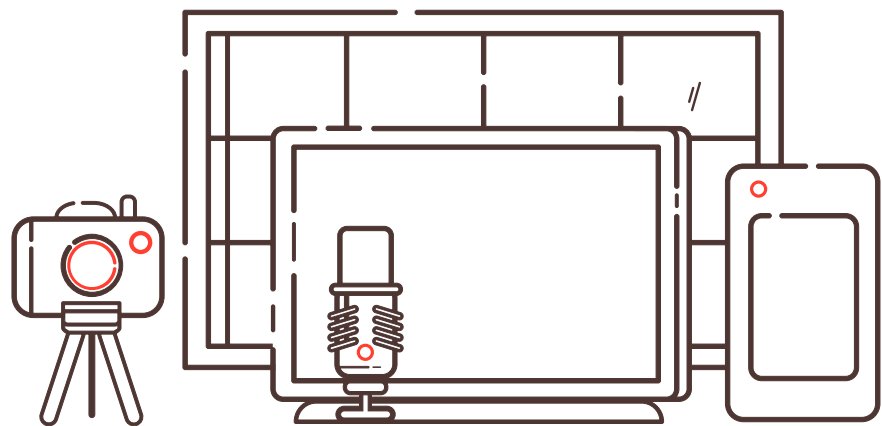
36%



SOCIAL MEDIA ȘI VIDEO STREAMING

3 din 4

jucători urmăresc conținut de gaming online, în special pe YouTube.

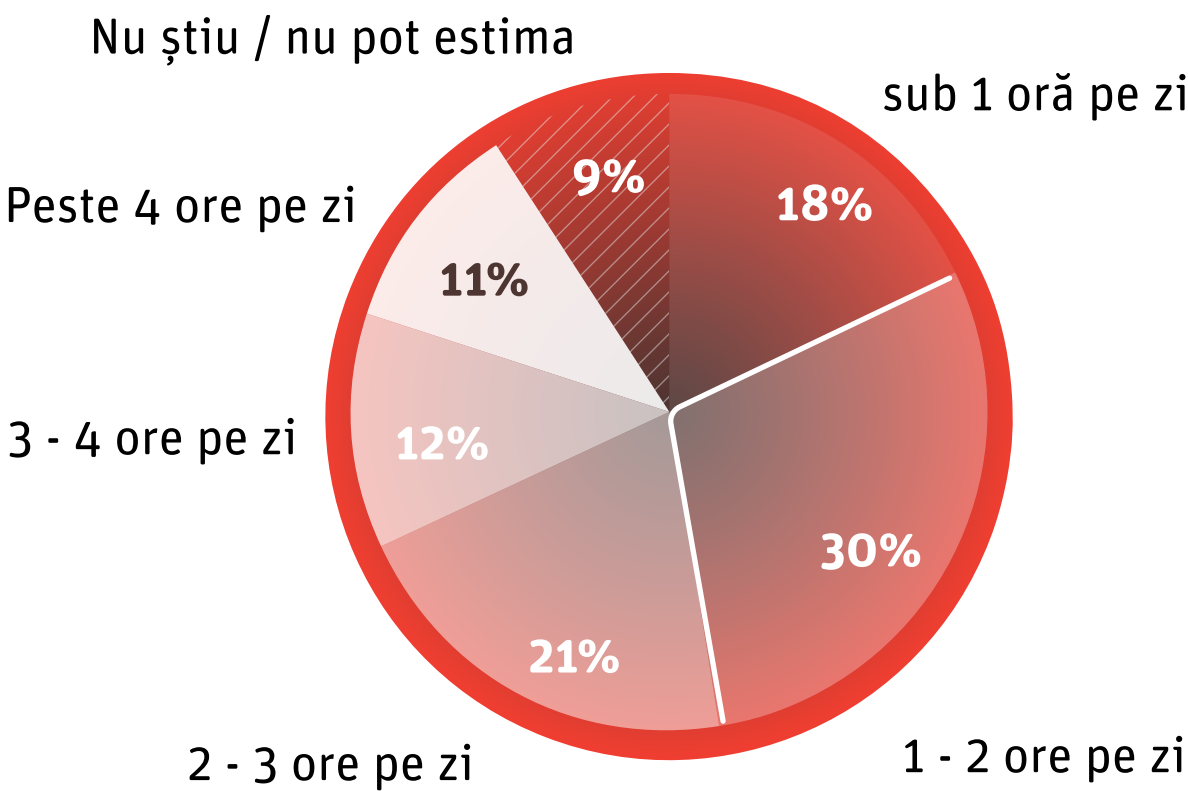


73%

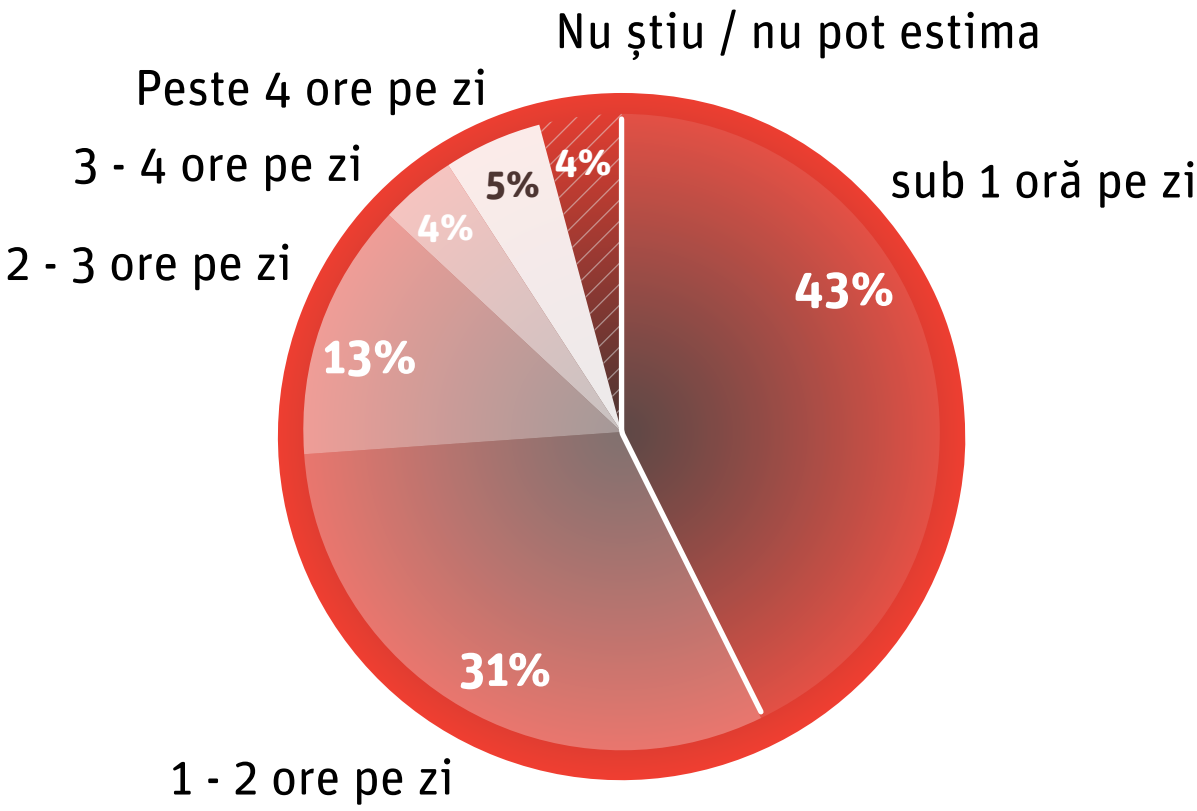
dintre jucători au răspuns că obișnuiesc să urmărească conținuturi despre gaming pe platforme de streaming, dintre care:



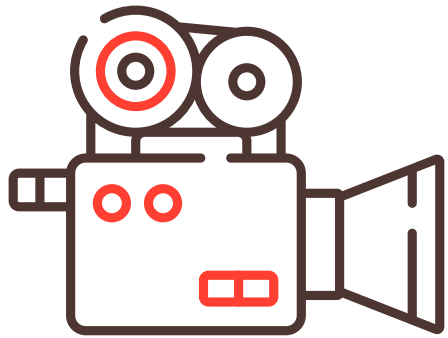
În general, câte ore pe zi, în medie, petreci pe social media, în afara jocurilor?



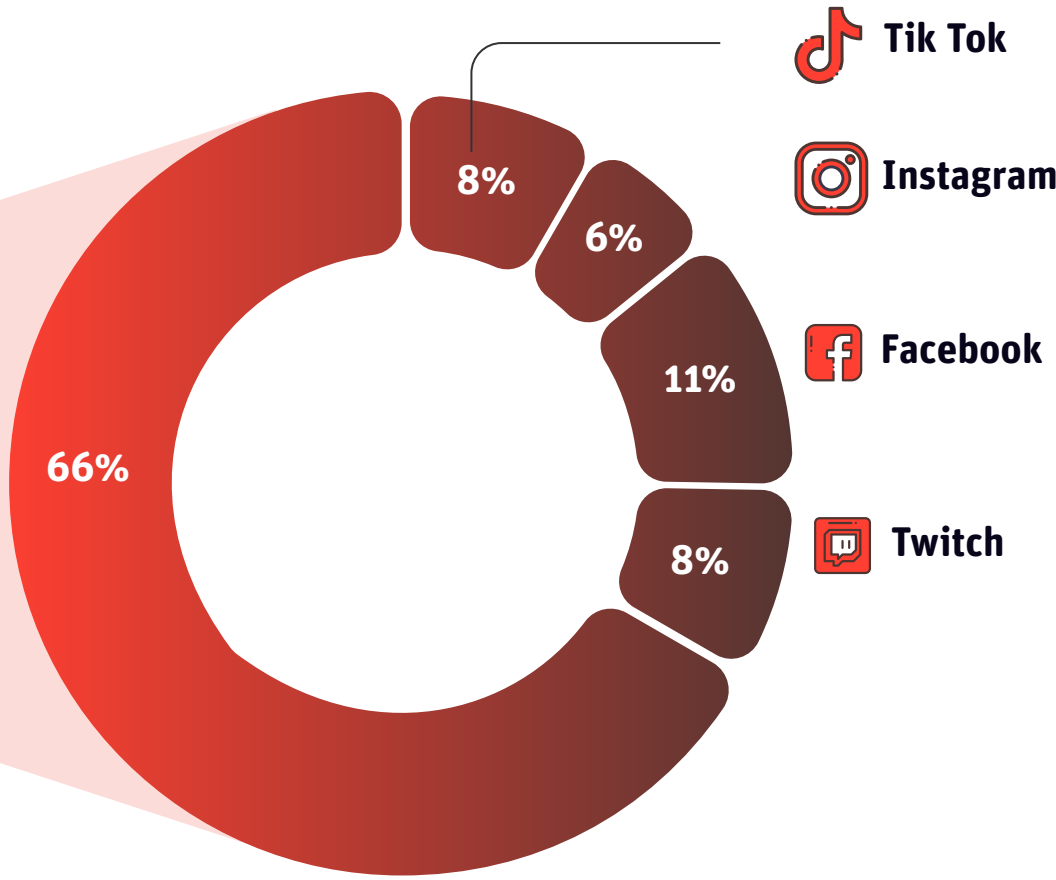
În medie, câte ore pe zi aloci conținuturilor video despre gaming?



YouTube este cea mai utilizată platformă pe care jucătorii urmăresc conținut de gaming.



YouTube



O INDUSTRIE RESPONSABILĂ

64% din jucători folosesc opțiunile de acord parental disponibile pe platformele de jocuri.



64%

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



www.rgda.ro | www.desprejocurivideo.ro

METODOLOGIE

Studiu targetat: 1038 chestionare CAWI, bărbați și femei, cu vârsta între 15 și 64 ani care se joacă pe cel puțin una dintre platformele PC/laptop, consolă, mobil/tabletă. Respondenții acestui studiu se identifică fiind jucători de jocuri video, $\frac{3}{4}$ dintre ei jucându-se de cel puțin câteva ori pe săptămână. Aceștia vor fi denumiți în continuare jucători (game enthusiasts).

Studiu incidență: 1043 chestionare CAWI, reprezentativ național, bărbați și femei cu vârsta între 15 și 64 ani, utilizatori de internet, populație generală din rândul căreia 68% se joacă cel puțin o dată pe lună și 32% nu se joacă deloc sau mai rar. Aceștia vor fi numiți în continuare populație generală.

Perioadă colectare: iulie 2025

Incidența jucătorilor în România este de 68% jucători (definiți ca cei care se joacă de cel puțin o dată pe lună pe una dintre platformele mobil, tabletă, laptop/ PC, consola, online în browser sau pe social media)

*Deși numărul utilizatorilor de internet din rural crește, scăderea în cifre absolute provine din scăderea populației, iar în 2025 crește numărul utilizatorilor de internet.

UN STUDIU COORDONAT DE:



CU SPRIJINUL:



CERCETARE:



DESIGN:



COMUNICARE:

