Communiqué de presse

PARIS, LE 12 NOVEMBRE 2026



GTA VI : 4 joueurs sur 10 prêts à veiller tard ou à poser un jour de congé pour profiter de sa sortie

Télécharger l'étude

Nouvelle console, accessoires gaming… La sortie de GTA VI, prévue le 19 novembre, pourrait bien dépasser le simple achat d'un jeu vidéo. Au-delà des achats liés au jeu, les joueurs sont prêts à bousculer leurs habitudes pour en profiter pleinement. Selon un sondage Bonial réalisé auprès des utilisateurs de son application, les répondants qui comptent acheter le jeu sont prêts à changer leurs habitudes : 40 % comptent consacrer davantage de temps au jeu pendant le week-end, tandis que certains sont même prêts à poser un jour de congé ! Une sortie événement qui pourrait faire grimper les dépenses gaming de fin d'année, mais aussi bouleverser le quotidien des joueurs.

Un lancement qui pourrait faire grimper les achats gaming

Treize ans après le précédent opus, GTA VI s'apprête à faire son arrivée sur le marché. Un lancement particulièrement attendu dans de nombreux foyers. Les joueurs semblent vouloir être au rendez-vous dès sa sortie : parmi les répondants qui déclarent que l'achat de GTA VI est prévu chez eux, 55 % comptent se le procurer avant ou dès sa commercialisation, dont 34 % en précommande et 21 % le jour de sa sortie.

Mais au-delà de l'achat du jeu lui-même, cette sortie pourrait entraîner une série de dépenses complémentaires. Pour en profiter pleinement, certains pourraient être tentés de compléter leur équipement gaming :

- 23% envisagent ainsi d'acheter des accessoires, comme un casque ou une manette.
- 20 % pourraient même investir dans une nouvelle console

D'autres achats sont également envisagés : 19 % prévoient d'acheter d'autres jeux vidéo, tandis que 15 % pourraient s'équiper d'un nouvel écran ou d'une télévision.

La sortie de GTA VI pourrait ainsi constituer une occasion de renouveler son matériel, d'améliorer son expérience de jeu ou de compléter sa collection.

Des dépenses qui dépassent le prix du jeu

L'achat du jeu vidéo pourrait également s'accompagner de dépenses plus spontanées. 19 % envisagent ainsi d'acheter des snacks, boissons ou repas pour accompagner les sessions de jeu.

Au total, près de la moitié des foyers (46 %) prévoient un budget inférieur à 100 euros pour le jeu et les éventuels achats associés. 22 % envisagent de consacrer entre 100 et 199 euros à cette sortie, tandis que 16 % prévoient un budget de 200 euros ou plus.

Un événement qui pourrait donc peser dans les arbitrages de consommation de fin d'année, entre achat du jeu, équipement et dépenses d'accompagnement.

Des soirées et des week-ends placés sous le signe du gaming

Un rendez-vous particulièrement attendu par les amateurs de jeux vidéo, qui semblent déjà prêts à adapter leur quotidien pour profiter de cette sortie. Parmi les répondants qui comptent personnellement acheter GTA VI, 40% comptent consacrer davantage de temps au jeu pendant le week-end. Plus d'un sur quatre (28 %) compte jouer davantage le soir ou la nuit, quitte à prolonger leurs sessions de jeu.

Certains sont même prêts à revoir leur organisation quotidienne : 17 % envisagent de réduire ou de reporter certaines autres activités pour jouer davantage. Si la majorité semble privilégier les soirées et les week-ends, 10 % envisagent même de poser un jour de congé à l'occasion de cette sortie.

De quoi illustrer l'ampleur de l'attente autour de GTA VI : au-delà de l'achat du jeu, son lancement pourrait bien s'imposer comme un véritable rendez-vous de consommation et de loisir.

Méthodologie

Sondage réalisé par Bonial auprès de 1 025 utilisateurs de l'application Bonial.

Les interviews ont été réalisées du 22 au 27 octobre 2026.

Pour les questions autorisant plusieurs réponses, les pourcentages correspondent aux répondants ayant sélectionné chaque proposition et leur somme peut dépasser 100%

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : «**Sondage Bonial**» et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 6 69 38 35 37

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroitre leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site