

# Rynek gier mobilnych w Polsce



## Kto gra w gry mobilne? Jak gracze spędzają swój czas?

Source: globalwebindex

W 2020 roku przemysł gier się znacznie zmienił. Gry ożywiają sposób, w jaki wchodzimy, w interakcje z ludźmi online - nie są już epizodycznymi, konsumpcyjnymi twórcami, ale stały się podstawą do budowania silnych społeczności. Ewolują w „trzecią przestrzeń” - miejsce, które nie jest domem ani pracą - gdzie gracze mogą nawiązywać kontakty towarzyskie na własnych warunkach.

Rozszerzenie zasięgu sieci 5G pozwala na silny rozwój jakości grania w gry mobile, co przyciągnie jeszcze większą ilość graczy. Poziom jakości gier mobilnych będzie coraz bardziej zbliżony do grania na konsolach używanych w domu. Już teraz gry pozwalają użytkownikom odstresować się i uciec od codziennego życia, a zaangażowanie będzie ciągle rosnąć!



Użytkownicy Internetu grający w ostatnim czasie, w gry na urządzeniu mobile:

# 84%

Przyjrzyjmy się dokładniej zachowaniom graczy mobilnych w Polsce!

### 59,9% dorosłych w Polsce gra w gry mobilne

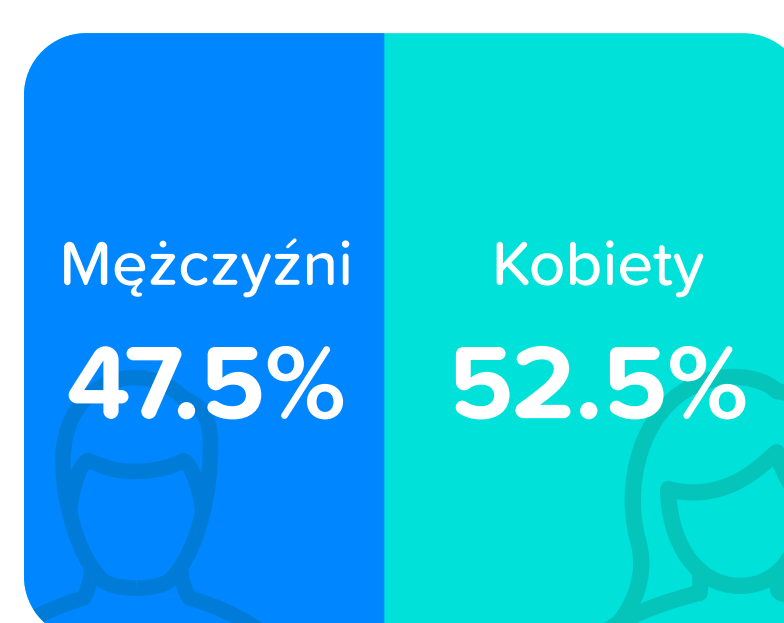
62.1% polskich kobiet



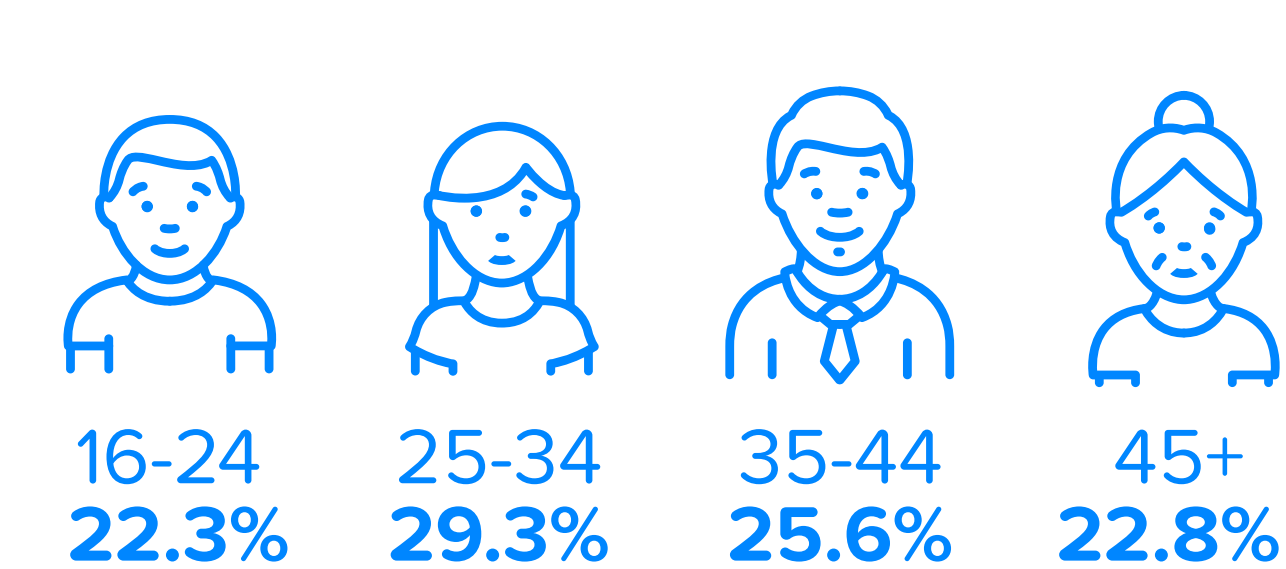
57.7% polskich mężczyzn



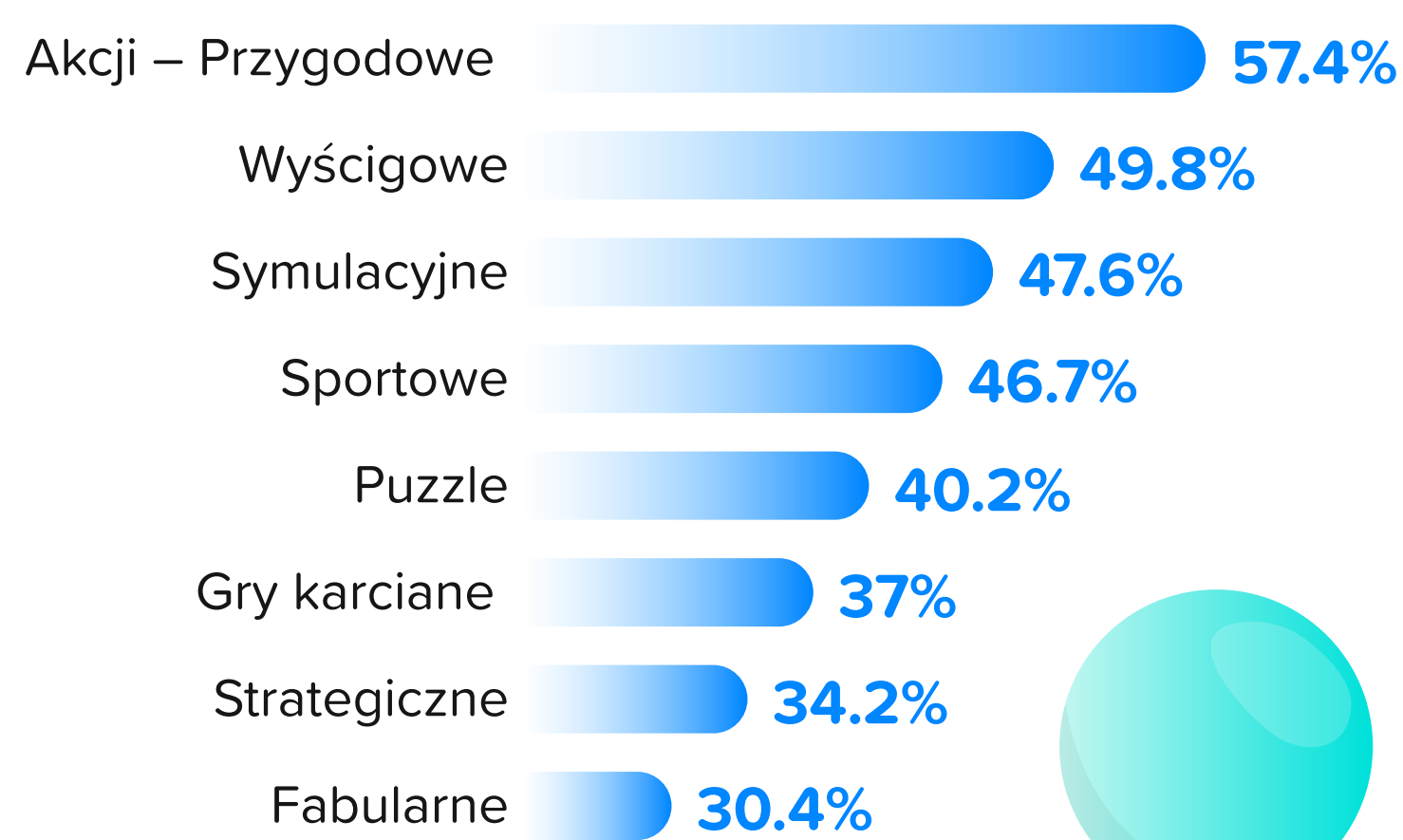
### Gracze mobilni w Polsce



### Ile mają lat?

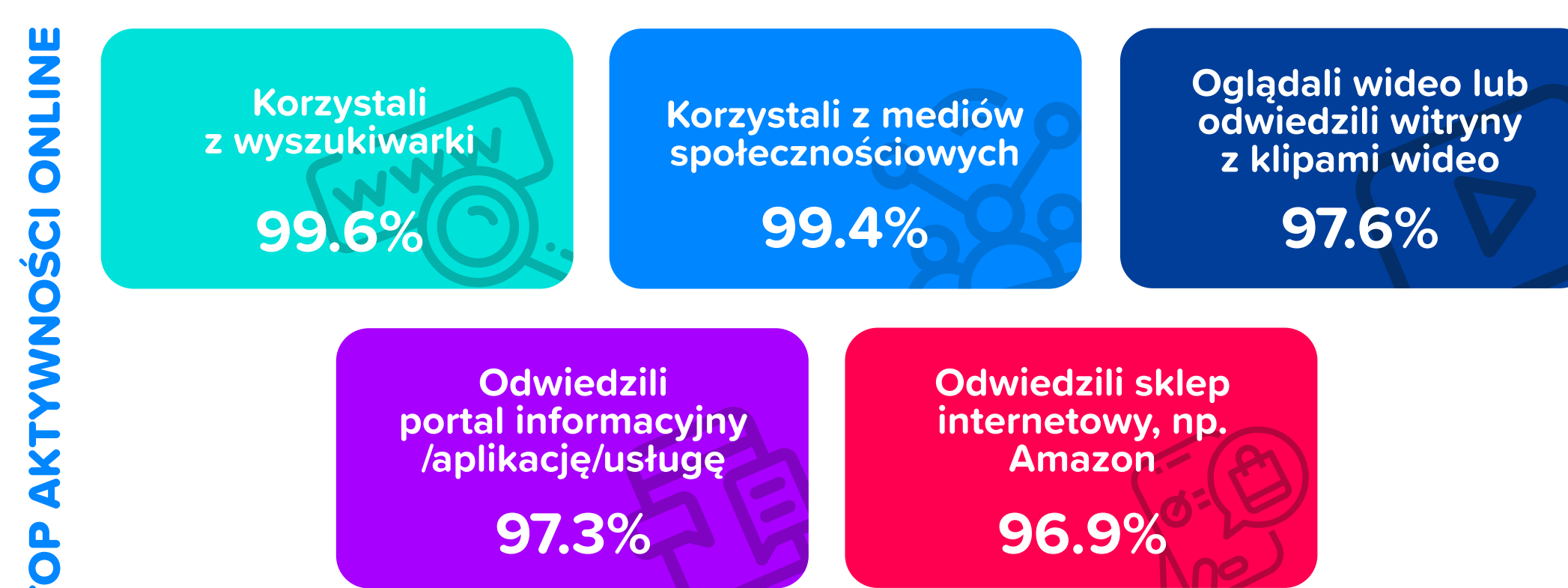


### Jaki jest ich ulubiony rodzaj gry?



### 5 najczęstszych czynności graczy mobile w Internecie (za ostatni miesiąc)

Co gracze mobilni są bardziej skłonni robić niż reszta społeczeństwa?

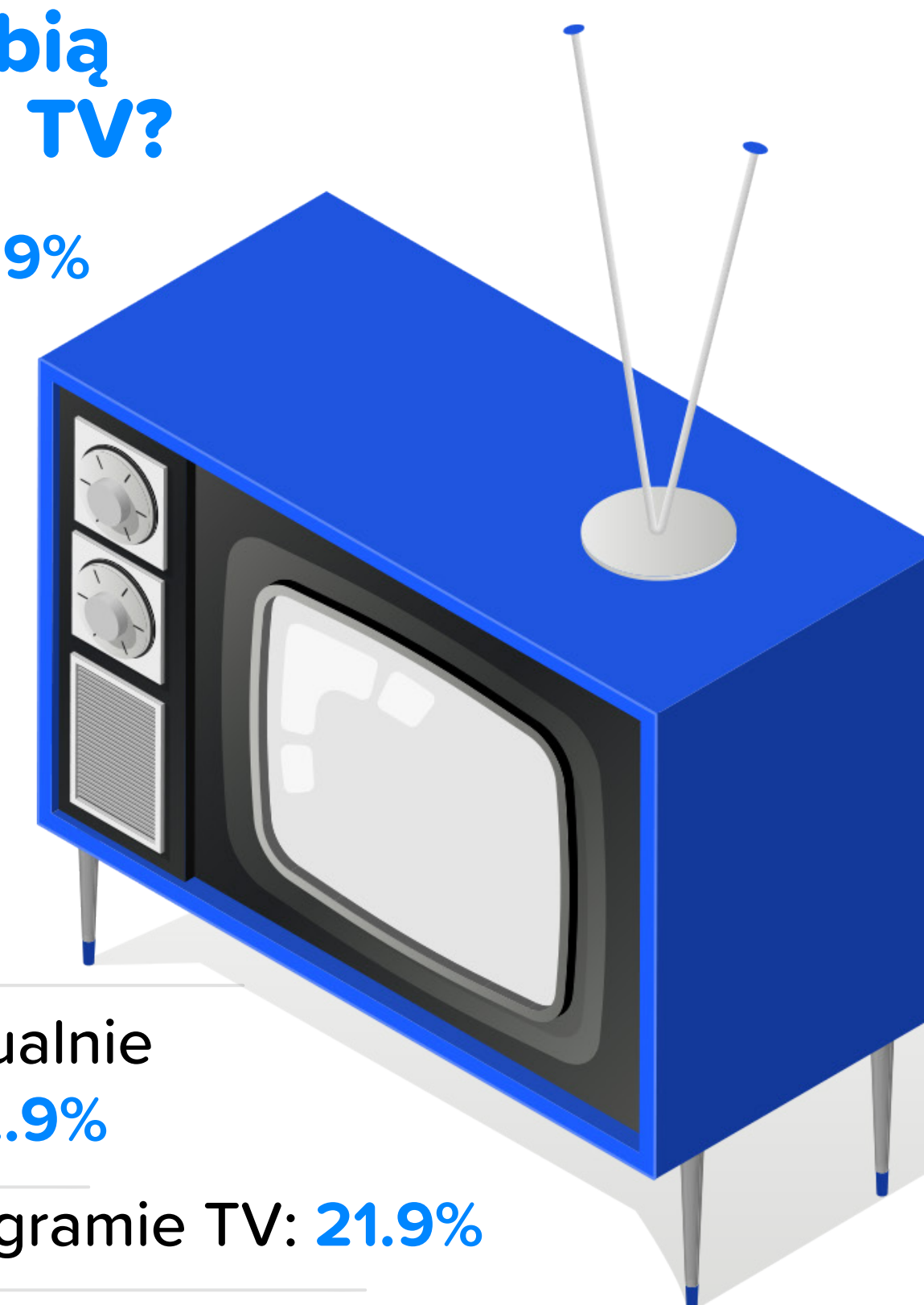


### Zainteresowania polskich graczy gier mobilnych



### Second Screen - Co użytkownicy robią podczas oglądania TV?

- Używają social media: **73.9%**
- Odczytują maile: **67.8%**
- Przeglądają newsy: **66%**
- Rozmowa / pisanie ze znajomymi: **64.1%**
- Szukanie produktów do zakupu: **52.4%**
- Grają w gry: **44.8%**
- Szukanie informacji o aktualnie oglądanym programie: **42.9%**
- Dzielenie się opinią o programie TV: **21.9%**
- Interakcja z treściami on-line programu TV: **20.7%**



### Gdzie spędzają czas wolny?

Godziny dziennie spędzone na różnych kanałach medialnych...

Polscy gracze gier mobilnych spędzają codziennie ponad 3 godziny na swoich telefonach!

Kanał medialny	mniej niż 1 godz.	1-3 godziny	3-5 godziny	Więcej niż 5 godz.
Telefon komórkowy	25.9%	36.6%	18.2%	19.3%
PC	17%	32%	23.2%	27.8%
Tradycyjna TV	29.5%	39.3%	19.4%	11.8%
Usługa OTT	67.3%	24.1%	4.9%	3.6%

Polscy gracze gier OTT są o 6% bardziej skłonni do spędzania czasu na płatnych usługach streamingowych niż reszta społeczeństwa.

