

Zeitschrift: Générations
Herausgeber: Générations, société coopérative, sans but lucratif
Band: - (2016)
Heft: 82

Artikel: Le goût sucré et addictif de Candy Crush
Autor: Rein, Frédéric
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-830671>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Le goût sucré et addictif de Candy Crush

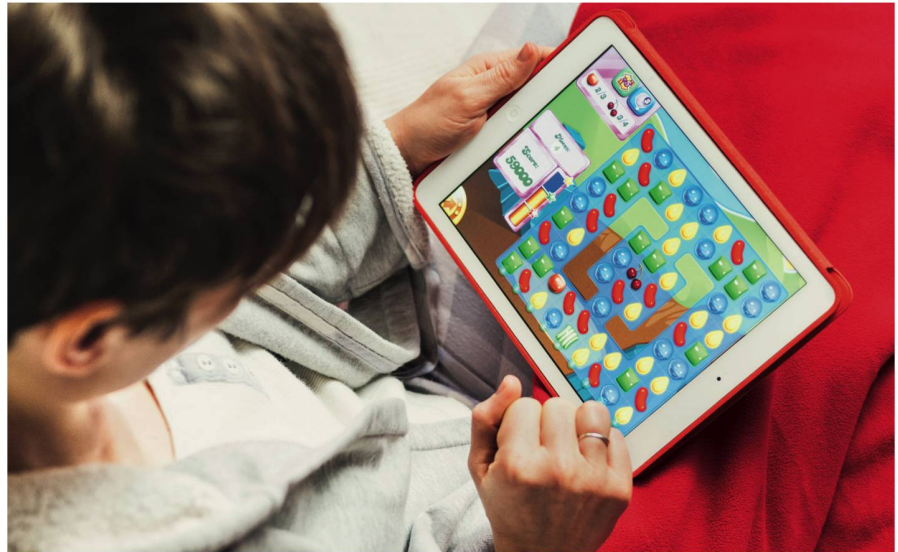
Véritable phénomène de société, ce jeu vidéo qui consiste à aligner des combinaisons de bonbons séduit les foules depuis 2012. Y compris les seniors.

Candy Crush possède les notes doucereuses et réconfortantes des bonbons qu'il met en scène, mais aussi leur côté addictif. Depuis 2012, date de la sortie de ce jeu vidéo gratuit (on peut toutefois acheter des vies), près de 318 millions de joueurs y ont pris goût. « Quand on commence, c'est difficile de ne pas se laisser prendre au jeu. Il a un côté jubilatoire », confie Béatrice, Neuchâteloise de 68 ans qui s'y adonne depuis bientôt trois ans. Inlassablement (c'est sans fin, car des niveaux sont sans cesse ajoutés par l'éditeur), ses adeptes alignent les combinaisons de bonbons, afin de passer au niveau suivant et de gagner des points. Un principe simple, mais viral, qui vaut à Candy Crush le titre de jeu vidéo le plus joué de par le monde !

Isabelle Muller, 59 ans, a commencé il y a près d'un an, sous l'impulsion de son compagnon. Depuis, Candy Crush a pris la place des sudokus dans le cœur de cette joueuse d'Etoy (VD) : « Comme le sudoku, cette activité ne prend pas trop la tête et passe le temps. Ce petit monde coloré est devenu ma petite échappatoire quand il n'y a rien à la télé et je n'ai pas d'invités à la maison. C'est mon moment de détente. » Mais elle se défend d'être accro... « Je passe, certes, près d'une heure par jour sur ce jeu, mais je ne fréquente pas les forums. C'est, en revanche, un sujet de discussion avec mes collègues et mes connaissances, qui sont souvent plus aguerris et me donnent des astuces pour aller de l'avant quand je suis bloquée. »

UN « DOUDOU SANS FIL »

Véritable phénomène de société, Candy Crush doit son succès, selon le psychologue et psychanalyste Yann Leroux, cité dans le magazine *Psychologies*, à sa fonction de « doudou sans



Un succès de taille pour Candy Crush. De 7 à 77 ans, ils sont près de 320 millions à jouer dans le monde.

fil, qui permet de pallier l'angoisse de la solitude, d'où son utilisation dans les transports, un espace social, mais sans relations sociales. Le jeu est aussi régressif en soi, puisqu'il nous fait quitter la réalité pour la puissance de l'imaginaire et du fantasme. »

Ce succès retentissant trouve évidemment un écho financier, puisque ce jeu génère beaucoup d'argent (1,9 milliard de dollars de chiffre d'affaires rien qu'en 2013). Hormis la publicité qui apparaît, les joueurs ont l'opportunité de se racheter des vies après avoir perdu celles gracieusement offertes, en début de partie. « Cela

m'est arrivé une ou deux fois, concède Isabelle Muller. Mais je préfère m'abs tenir et rester bloquée quelques heures que d'acheter des vies ou des bonus qui coûtent vite cher, puisque cela oscille entre 1 fr. et 15 fr., suivant la formule. »

Aujourd'hui, les joueurs de Candy Crush ne seraient plus que 6,6 millions à payer pour jouer (2,6%), contre 8,3 millions un an plus tôt. Le jeu serait-il en train de perdre de sa saveur ? La passion s'évanouirait-elle au gré du temps et de la difficulté des niveaux à passer, comme le pense Isabelle Muller ? Peut-être, mais c'est le risque du jeu (vidéo) !

FRÉDÉRIC REIN

COMMENT PRENDRE PART AU JEU ?

Que ce soit sur un ordinateur, un téléphone ou une tablette, sur Android ou Mac, le jeu Candy Crush se télécharge gratuitement en quelques clics. Il suffit d'entrer le nom Candy Crush dans la rubrique « Recherches » de la boutique des Applications et de le télécharger. L'icône du jeu s'affiche alors à l'écran et il ne reste plus qu'à appuyer dessus pour accéder au premier niveau et commencer la partie.