

JHAL

4ème Conférence des parties prenantes Stratégie Addictions & Rencontre du Réseau Santé Psychique Suisse

2021-09-16 | Stade du Wankdorf | Berne
Camille Robert (PILDJ) | Christophe Al Kurdi (GREA)

Contenu présentation

La recherche

Jeux d'argent sur Internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo

Le contexte

e-GAMES Electronic Gam(bl)ing: Multinational Empirical Surveys (FR, IT, DE, CH, PL, CA)

1er janvier 2019
Casino en ligne

JHAL T1

JHAL T2

Juin 18

Quantitatif

Qualitatif

Documentaire

Juin 21

Quantitatif

Qualitatif

COVID 19...

JHAL-T1 & -T2

T1

- Première recherche sur le jeu en ligne
- Quantitatif : avant 1^{er} janvier 19, comparabilité avec étude eGames
- Qualitatif: Focus Free-to-Play
- Financement: Cantons romands (PILDJ)

T2

- Quantitatif: après 1^{er} janvier 19, comparabilité avec étude eGames
- Qualitatif : Focus COVID
- Financement : PILDJ +
Nordwest- innerschweiz
Ostschweiz
Ticino, Schaffhausen
Zürich (in kind)

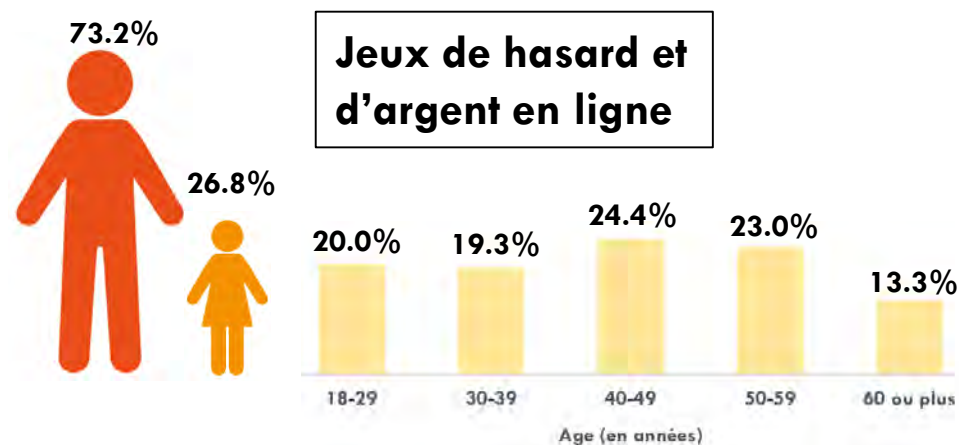
Principaux résultats JHAL-T1

Un Focus sur les Free-to-Play

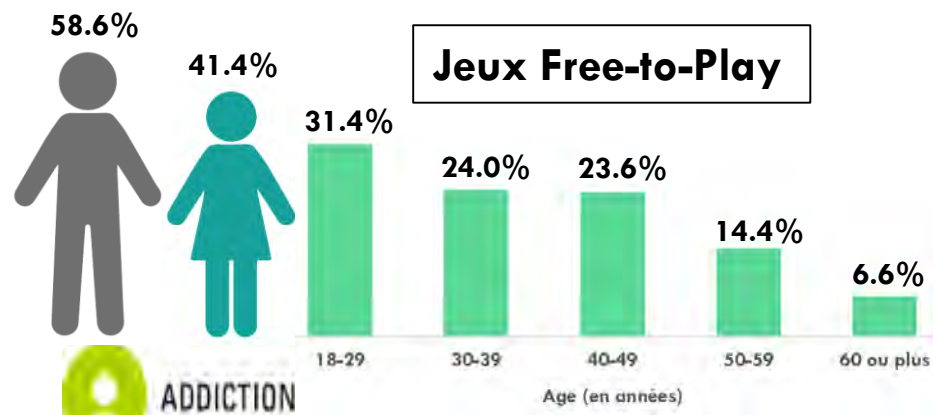
Quantitatif : échantillons

- LINK Internet Panel : population de 18 ans ou plus utilisant Internet au moins hebdomadairement
- Période d'enquête : mai-juin 2018

N¹ = 1'666
Joueurs de jeux de hasard et
d'argent en ligne (JHAL)

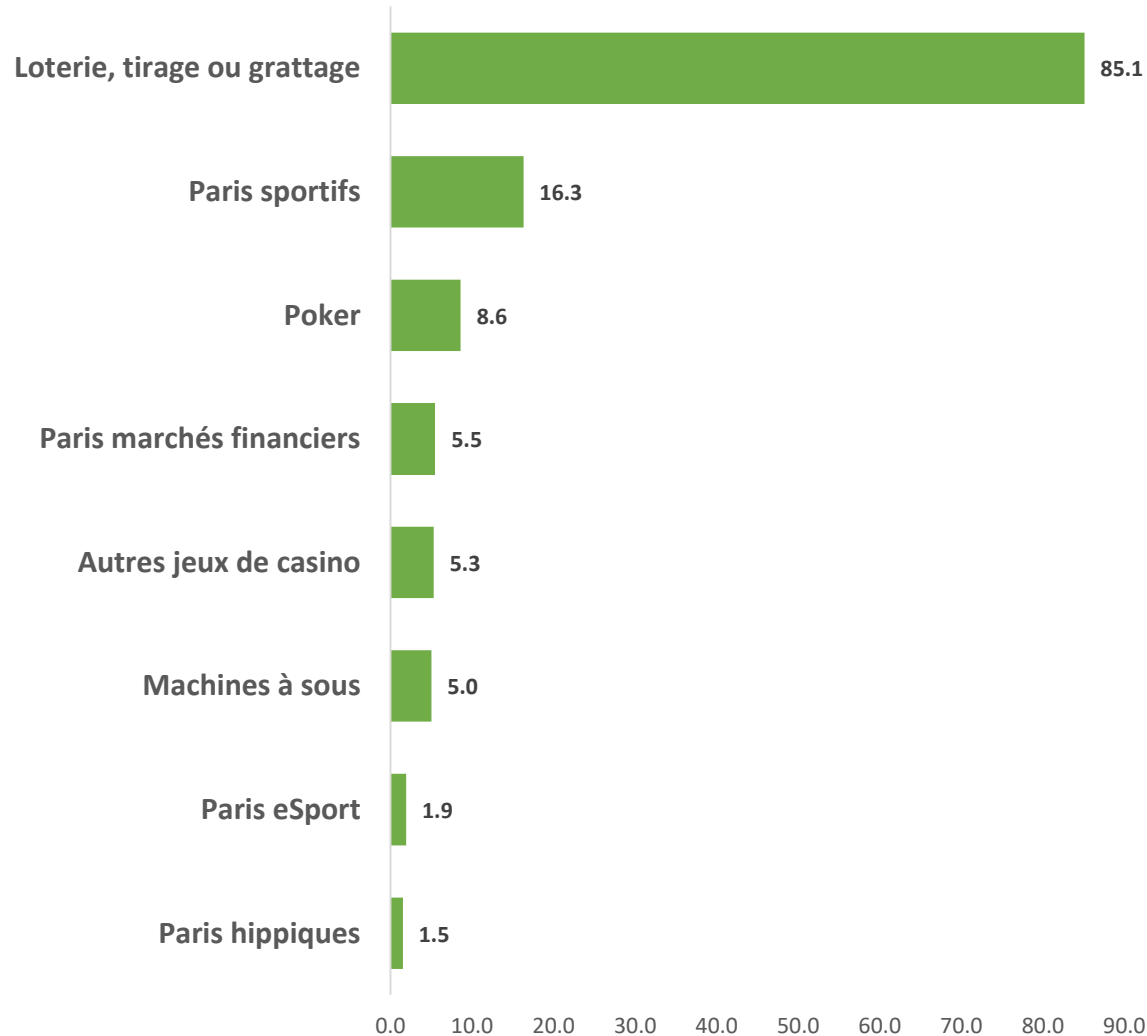


N² = 776
Joueurs de jeux vidéo





Prévalence et dépenses moyennes pour différents JHAL avant l'entrée en vigueur de la LJAr



Avant l'entrée en vigueur de la LJAr les joueurs de JHAL étaient surtout des joueurs de jeux de loteries, tirage ou grattage, mais ces joueurs ne sont de loin pas ceux qui dépensent le plus.

Exemples de dépenses moyennes :



Joueurs de Poker (8.6%) : 157 CHF/mois



Joueurs de Machines à sous (5.0%) : 121 CHF/mois

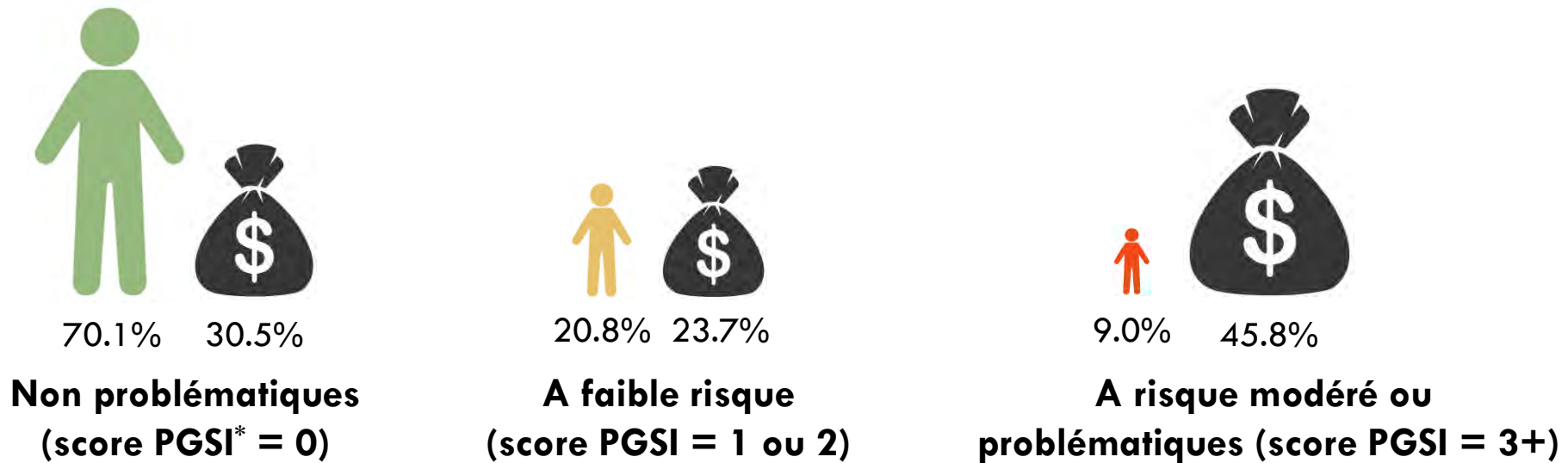


Joueurs de paris sportifs (16.3%) : 66 CHF/mois



Joueurs de jeux de loterie, tirage ou grattage (85.1%) : 60 CHF/mois

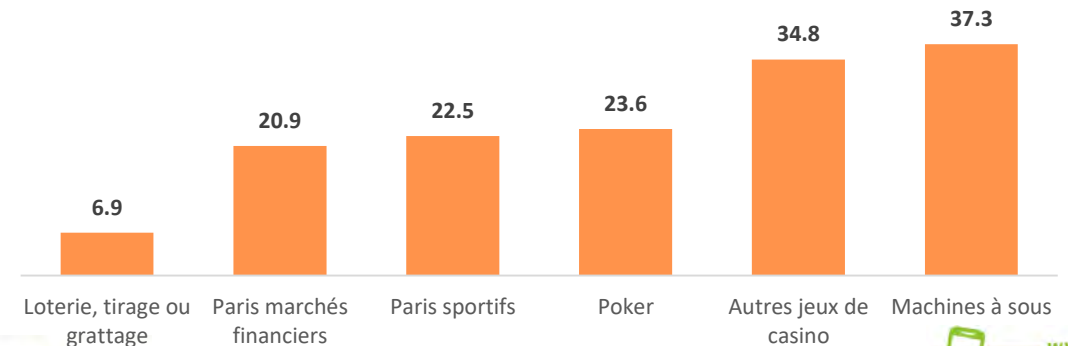
Profils de risques et répartition des dépenses totales



*PGSI : Problem Gambling Severity Index

Il y a des jeux plus problématiques que d'autres, mais même les jeux de loterie, tirage ou grattage ne sont pas sans risque (6.9% sont des joueurs à risque modéré ou problématiques) et en raison du grand nombre de joueurs pourraient générer une charge très importante pour la santé publique.

Prévalence de joueurs à risque modéré ou problématiques parmi les joueurs des différents jeux



Microtransactions dans les Free-to-Play

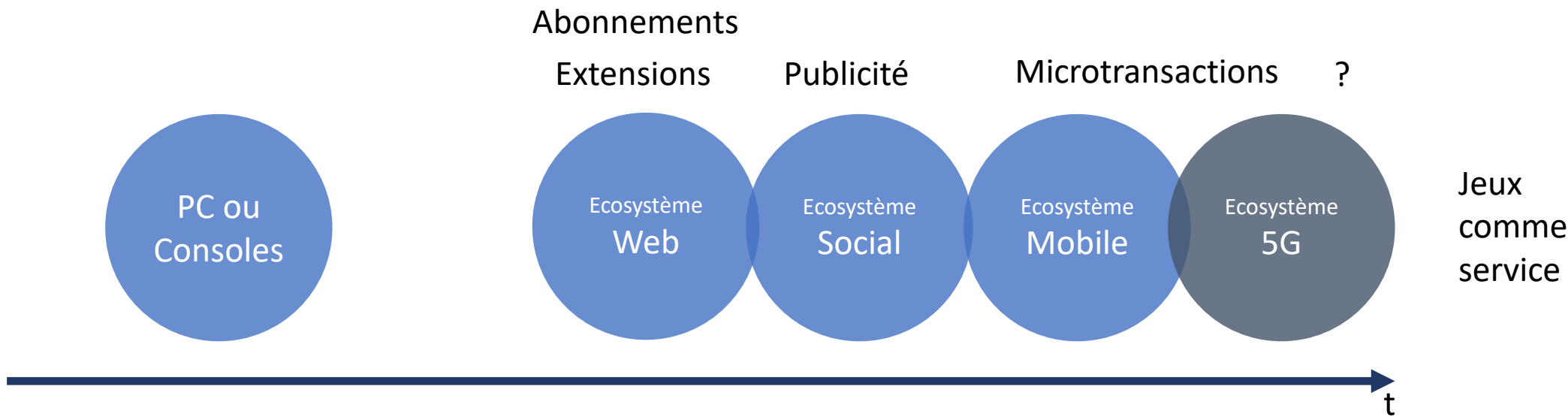
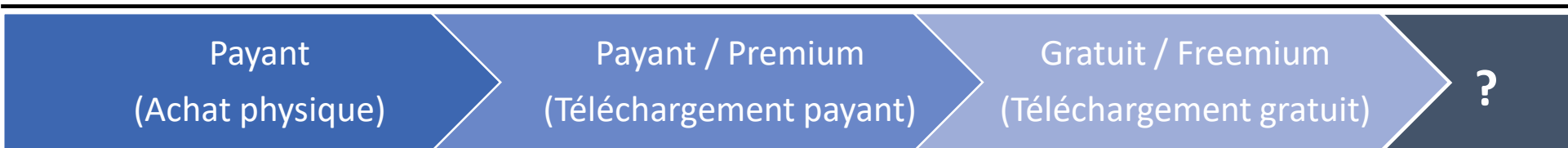


versus



- Les joueurs de JHAL dépensent **plus fréquemment** de l'argent dans des jeux gratuits
- Ils font des **microtransactions** plus importantes
- Ils **dépensent plus d'argent**.

Les joueurs de JHAL semblent être plus vulnérables face au phénomène des microtransactions et pourraient représenter une cible privilégiée pour l'industrie des jeux vidéos.



1980
Vente au détail de jeux pour consoles fixes ou portables

2003
Plateforme de téléchargement Steam

2004
Accès par abonnement à World of Warcraft

2006
Jeux de consoles en ligne (Xbox Live / Playstation Network)

2007
Facebook

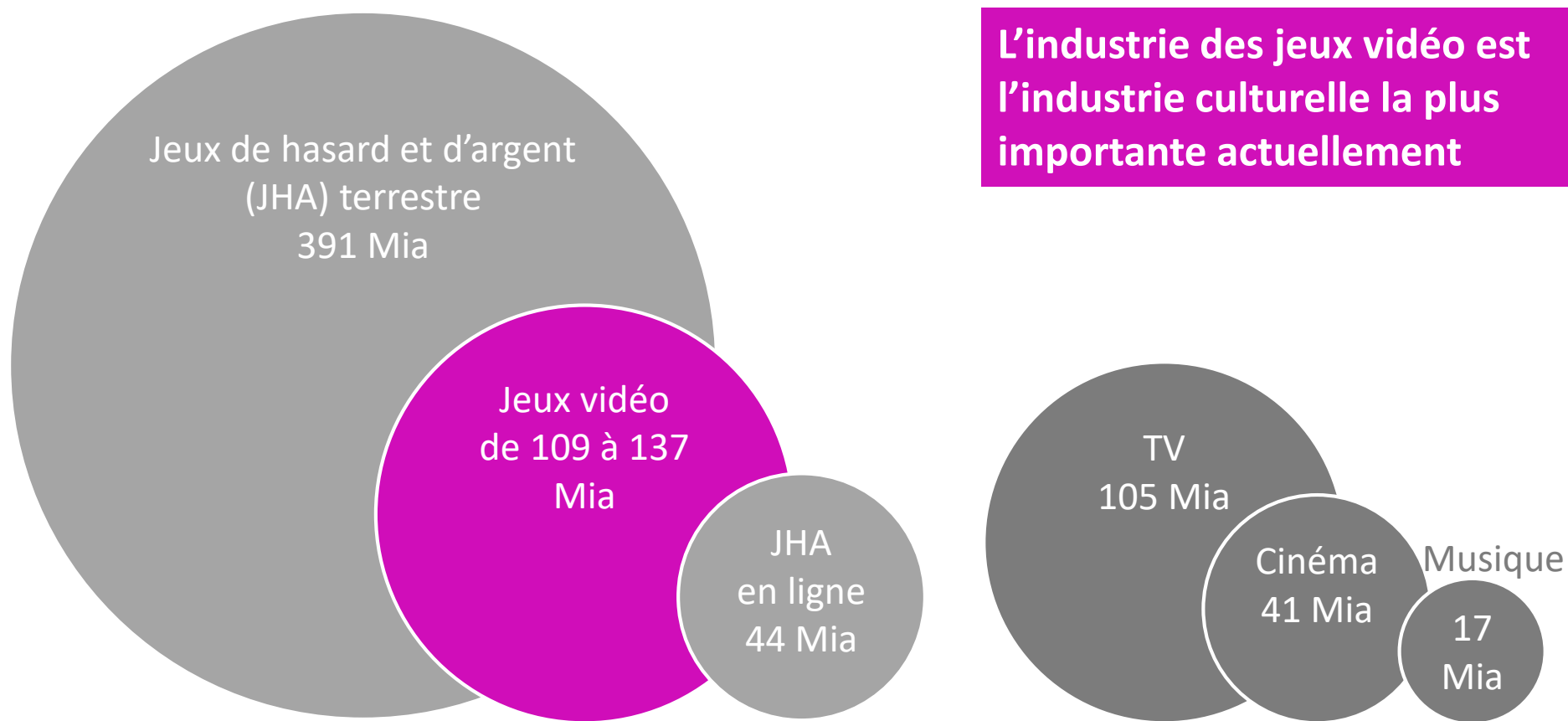
2008
App Store

2012
Google Play

2019
Google Stadia
Jeu vidéo en streaming (sans téléchargement)

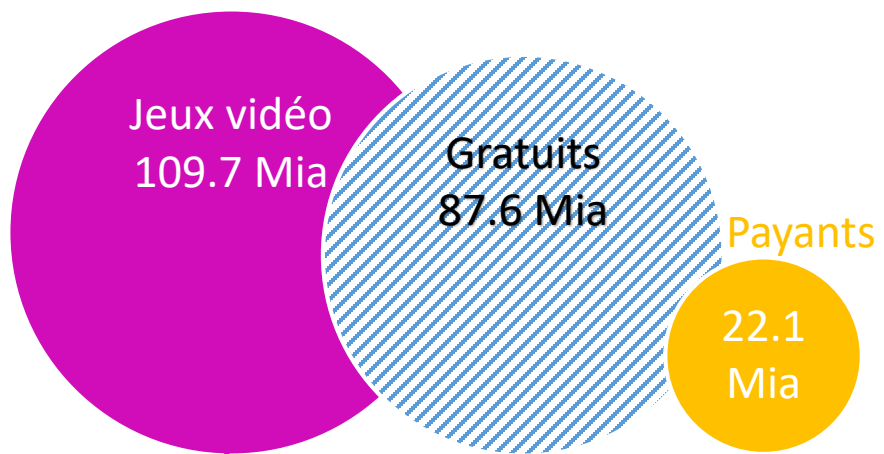
La place des jeux vidéo

Sur le **plan mondial**, l'ensemble des jeux d'argent (435 Mia) et des jeux vidéo (de 109 à 137 Mia) ont généré entre **544 et 572** milliards de dollars de revenus en 2018.

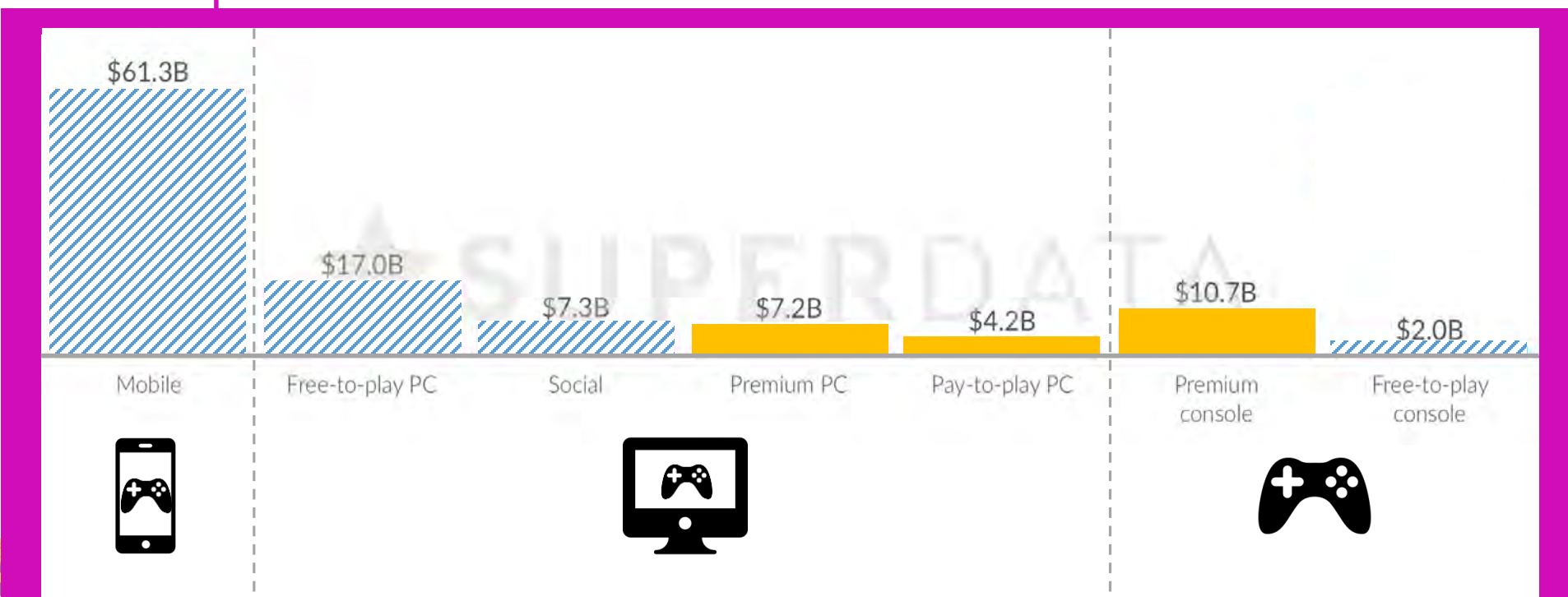


NB: La surface est proportionnelle aux valeurs indiquées

L'importance des Free-to-Play



En 2018, les jeux dits gratuits « **Free-to-Play** » généraient plus de **80% des revenus** du secteur des jeux vidéo



Gamblification

Place centrale de la monétisation des jeux au détriment de l'adresse

Incitation

Coercition

Manipulation

Stimuler la compétition

Multiplication des Rankings (nationaux, internationaux)

Système de ligues associé à de nouvelle modalité de jeu

Symboles de succès pour son avatar (médaille)

Financement d'équipes de eSport

Faciliter les interactions sociales

Modalité de jeu en équipe

Avatars et objets personnalisables (Skins)

Possibilité d'offrir des cadeaux

Bonus en contactant ses amis (Social Game)

Evénements VIP (systèmes de ligues)

Utiliser les ficelles du marketing

Monnaies virtuelles

Offres limitées dans le temps

Offres groupées (ex: trois pour le prix de deux)

Combinaisons masquant le coût réel des achats

Association de Stars aux biens virtuels

Créer des obstacles artificiels

Temps d'attente artificiellement long

Difficultés quasi insurmontables

Sessions qui s'arrêtent

Biens virtuels qui se dégradent avec le temps

Introduire de nouveaux contenus (Cartes, Mondes...)

Autres techniques prédatrices

Nature duale du jeu: A la fois d'adresse et d'argent

Biens qui donnent un avantage sur les autres (**P2W**)

Introduction de "loteries" (**Loot Boxes**)

Jeux simulant les jeux d'argent (**Free Money Gambling**)

Exploitation des **données personnelles** de jeu

Incitation

Coercition

Manipulation



Guildes (pression des pairs)

8 fois plus de chances de monétiser

Revenus 53 fois plus élevés

Pay or Wait

Le grand classique de la monétisation

Loot Boxes

La « loterie » qui questionne les régulateurs et /ou

Une manipulation des consommateurs

Rang	Question sur la pratique des jeux Free-to-Play (N=772)	[%]
1.	Avez-vous passé plus de temps à jouer qu'initialement prévu ?	65.3
2.	Vous-est-il arrivé d'arrêter ou d'écourter votre session de jeu par manque de temps ?	44.6
3.	Avez-vous ressenti une envie irrépressible de jouer ?	29.5
4.	Avez-vous joué plus longtemps pour récupérer votre position initiale perdue lors d'une session de jeu précédente ?	27.3
5.	Vous êtes-vous senti coupable de vos habitudes de jeu ou de ce qui vous arrive quand vous jouez ?	22.4
6.	Avez-vous eu besoin de jouer de plus en plus longtemps pour avoir la même excitation ?	19.6
7.	Avez-vous senti que vous aviez peut-être un problème avec le jeu ?	19.5
8.	Des personnes ont-elles critiqué vos habitudes de jeu ou dit que vous aviez un problème avec le jeu	18.9
9.	Avez-vous ressenti une défaite à une partie de jeu comme un échec personnel ?	12.6
10.	En jouant, avez-vous ressenti une excitation que vous ne pouviez pas contrôler ?	9.5
11.	Avez-vous augmenté votre pratique / temps de jeu suite à certains événements familiaux ou professionnels ?	8.9
12.	Le jeu a-t-il causé chez vous des problèmes de santé, y compris du stress ou de l'anxiété ?	8.1
13.	Avez-vous dépensé plus d'argent que vous pouviez vous permettre de dépenser ?	7.5
14.	Avez-vous déjà menti pour pouvoir jouer plus longtemps ?	7.1
15.	Vous est-il arrivé d'arrêter ou d'écourter votre session de jeu par manque d'argent ?	7.0
16.	Vos habitudes de jeu ont-elles causé des difficultés relationnelles avec votre famille/vos amis ?	6.6
17.	Vos habitudes de jeu ont-elles causé des difficultés dans vos études ou dans votre travail ?	6.2
18.	Vos habitudes de jeu ont-elles causé des difficultés financières, à vous ou à votre entourage ?	5.3
19.	Avez-vous vendu quelque chose ou emprunté pour obtenir de l'argent pour jouer ?	3.2
20.	Avez-vous menti pour obtenir de l'argent afin de pouvoir jouer ?	2.1

2/3 des Joueurs disent avoir passé plus de temps qu’initialement prévu.

Les entretiens ont montré que les joueurs passent énormément de temps pour ne pas payer :« T’as du temps ou de l’argent! »

7,5% des joueurs de « Free-to-Play » disent avoir **dépensé plus d’argent qu’ils pouvaient se le permettre**

Gamification

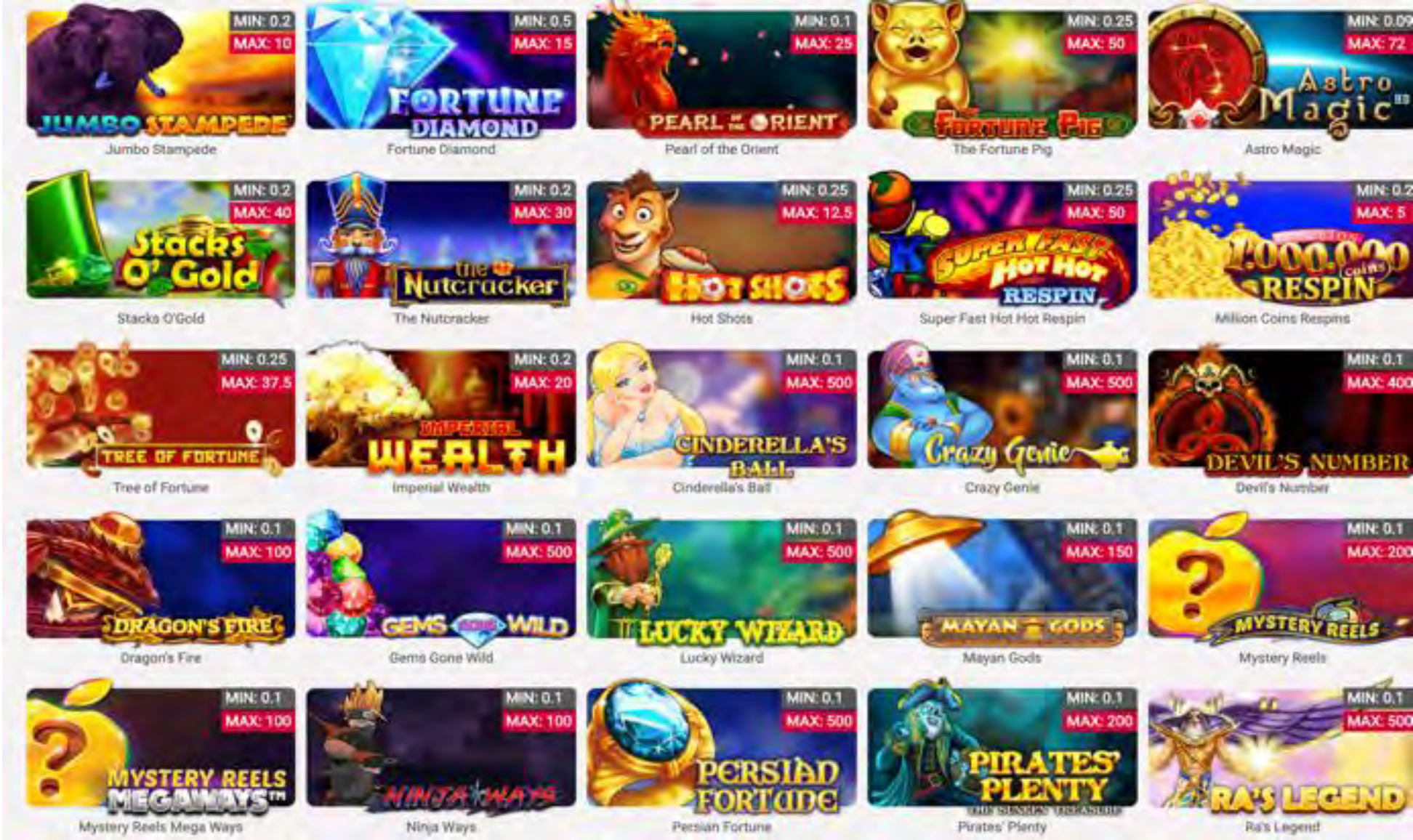
Deux définitions de la gamification

- **#1** La gamification fait habituellement référence à l'application du design et des mécaniques des jeux (vidéo) à d'autres contextes que celui du jeu – comme l'univers de l'entreprise, de l'éducation ou, plus récemment, des jeux d'argent sur internet.
- **#2** Plus récemment, sur la base des expériences menées dans le domaine de jeux gratuits (F2P), l'industrie des jeux d'argent a redéfinit la gamification comme « une méthodologie qui utilise des données afin d'identifier le moment et l'endroit opportuns pour l'interaction entre une marque et ses consommateurs, dans leur intérêt mutuel »

Exemples

- Utilisation du Big data et des données comportementales (F2P)
- Réalisation de mission (FPS Jeux de tir à la première personne et jeux d'aventure)
- Les points de fidélité (Point d'expérience (XP) et Game-play-currency)
- Utilisation de Leaderboards (F2P systèmes de classement)
- Jeux dans le jeu (Loot Boxes)
- Esthétique rappelant les jeux gratuits
- Jeux de démonstration sans mise (Play Money Gambling)
- Utilisation de comptes à rebours
- Le Live
- Intégration de la dimension sociale (Jeux sociaux comme Farmville)
- Les secondes chances

Galerie des jeux sur Jackpots.ch (Grand Casino Baden AG)




Esthétique



Capture d'écran: Séquence de Jeu « 3 Charms Crush » de iSoftBet (Jackpots.ch)

LoRo et compte à rebours



13

MILLION

NEXT DRAW IN

23 HOURS

CHF 2.50
per line

PLAY SWISS LOTO

>


EXPLORE SWISS LOTO


>


WIN UP TO

CHF 300'000


EVERY 5 MINUTES








+18





R5 C5 | PRIX HONORIA


ALLOCATION 18'000 Euros


DÉPART DANS

7 minutes

PARIEZ

>

 20:47 - R4 C8 : Les chevaux sont partis

 TROT ATTELÉ

17

PARTANTS

2100m

DISTANCE





+18





PROCHAIN TIRAGE

2 Min 33 Sec

Le live



18



GAGNEZ JUSQU'À
CHF 10'000.-

ESSAYEZ >

JOUEZ CHF 1.- >



GAGNEZ JUSQU'À
CHF 80'000.-

ESSAYEZ >

JOUEZ

CHF 8.-





GAGNEZ JUSQU'À
CHF 60'000.-


ESSAYEZ >



JOUEZ

CHF 6.-




18





MS CS VINCENNES
DÉPART IMMINENT

EQUIDIA PRO





18



LIVE

43 67 77 7 33

52

32

TIRAGE 860421

Communication (Tchat et média sociaux)

PRONOSTICS

COMMENTAIRES AVANT LA COURSE

1

ERNESTO DE LA CRUZ

2

WILD WON

3

BIG BLUE SKY

4

ANGELISSIME

Elle doit avoir les moyens de s'illustrer ici.

5

SWEET ZEN

Associ?e ? M. Guyon, elle peut tirer son ?pingle du jeu.

6

ASTRAL PATH

Bien n?e, elle peut vaincre d'entr?e de jeu.

COUP DE COEUR

1

ERNESTO DE LA CRUZ

L.BAILS

2 fois

2

WILD WON

F.VERON

2 fois

3

BIG BLUE SKY

M.PELLETAN

2 fois

4

ANGELISSIME

S.PASQUIER

3 fois

5

SWEET ZEN

M.GUYON

3 fois

6

ASTRAL PATH

M.BARZALONA

4 fois

GREAA

GRUPEMENT ROMAND D'ETUDES DES ADDICTIONS

ADDICTION SUISSE

www.sos-jeu.ch

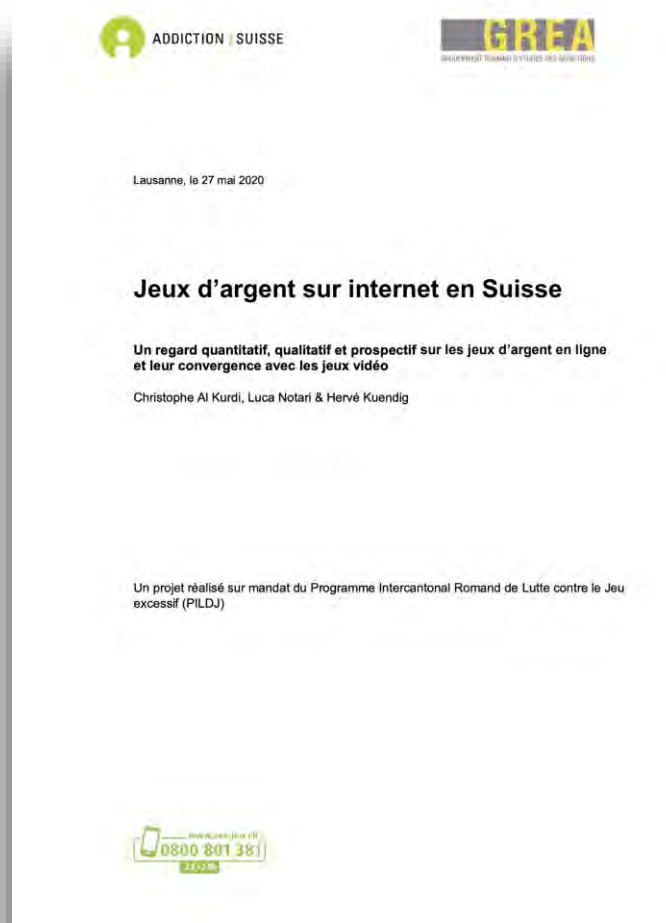
0800 801 381

24/24h

sur mandat de

Livrables JHAL-T1

Livrables



- [Rapport – Jeux d'argent sur internet en Suisse](#)
- [Résumé – Jeux d'argent sur internet en Suisse \(6p\)](#)
- [Zusammenfassung – Jeux d'argent sur internet en Suisse \(6p\)](#)
- [Factsheet – Free Money Gambling \(4p\)](#)
- [Factsheet – Gamblification des jeux vidéo \(6p\)](#)
- [Factsheet – Gamification des jeux d'argent \(10p\)](#)
- [Factsheet – Jeu excessif \(4p\)](#)
- [Factsheet – Loi sur les jeux d'argent - LJAr \(4p\)](#)
- [Factsheet – Loot Boxes \(4p\)](#)
- [Factsheet – Marché des jeux vidéo \(4p\)](#)
- [Factsheet – Pay-to-Win \(4p\)](#)
- [Factsheet – Utilisation du Big Data \(4p\)](#)
- [Le rapport et ses annexes \(archive.zip –11 Mo\)](#)
- [factsheet_de-bgs.pdf](#)
- [factsheet_de-exzessives_geldspiel.pdf](#)
- [factsheet_de-free_money_gambling_social_casino_games.pdf](#)
- [factsheet_de-gamblification_von_videospielen.pdf](#)
- [factsheet_de-gamification_des_geldspiels.pdf](#)
- [factsheet_de-lootboxen.pdf](#)
- [factsheet_de-pay-to-win.pdf](#)
- [factsheet_de-verwendung_von_big_data.pdf](#)
- [factsheet_de-videospielemarkt.pdf](#)

- ✓ **Meilleure connaissance de cette problématique par les réseaux professionnels addictions**
- ✓ **Rapprochement avec la Fédération romande de consommateurs (FRC) sur les questions de F2P**
- ✓ **Traduction et la diffusion en suisse alémanique de plusieurs factsheets**
- ✓ **Enrichissement de la réflexion autour de l'avant-projet de loi fédérale sur la protection des mineurs en matière de films et de jeux vidéo (LPMFJ)**

Al Kurdi, Christophe, Luca Notari, et Hervé Kuendig. 2020. « Jeux d'argent sur Internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo ». Lausanne: Groupement Romand d'Etudes des Addictions (GREA) & Addiction Suisse.

www.grea.ch/rapport-jhal

La suite: JHAL-T2

Un focus sur le COVID 19

Le contexte

e-GAMES Electronic Gam(bl)ing: Multinational Empirical Surveys (FR, IT, DE, CH, PL, CA)

1er janvier 2019
Casino en ligne

JHAL T1

JHAL T2

Juin 18

Quantitatif

Qualitatif

Documentaire

Juin 21

Quantitatif

Qualitatif

COVID 19...

Un nouveau contexte

- Nouvelle LJAr
 - 11 casinos suisses ont obtenu la concession d'exploitation de JHAL
 - Concurrence exacerbée
 - + de 10'000 personnes interdites de jeu en 2020 (+46%)
- Développement de l'offre depuis 2018
 - Jeux légaux : loteries (paris sportifs -> LoRo : 19 millions en 2019 et +25 millions en 2020), marchés financiers (par ex. Yuh)
 - Jeux illégaux : cryptocasinos
- Pandémie de Covid-19



Déroulement de JHAL-T2

Partie quantitative	Réplique de T1 - questionnaire	Été 2021
	Premier rapport	Décembre 2021
Partie qualitative	Workshop Covid (GREA et Radix ZH)	Dès novembre 2021
	Workshop Gaming	Dès mai 2022
	Rapport quali	Septembre 2022
	Publication du rapport final	Décembre 2022

Impacts de ces recherches

- Premières recherches sur le comportement de JHAL en Suisse
- Factsheets
- Campagnes de prévention (« Glücksspiele können abhängig machen. Auch Online. »).
- Impact politique : ajout des microtransactions dans le projet de Loi sur la protection des mineurs dans le secteur des films et des jeux vidéo.



Glücksspiele können abhängig machen. Auch online.

www.sos-spielsucht.ch