



Les impacts des gains marquants vécus sur Internet ENIGM 2023

Marie-Line Tovar, Bernadeta Lonenek-Kuleta, Jean-Michel Costes,
Emmanuel Benoit, Baptiste Lignier, Thierry Ventre, Lucia Romo, Armelle Achour

En bref

La dernière étape de la recherche *ENIGM* sur les impacts des gains marquants s'est focalisée en 2023 sur les gains valorisés par des communications sur Internet et la quête de gains sur une série d'activités en ligne dont les jeux d'argent et de hasard (JAH), les paris e-Sport et les paris financiers. Cette observation s'est volontairement concentrée sur une population plus jeune que dans les éditions précédentes (âgée de 15 à 45 ans), la plus concernée par une activité numérique (N = 5 367).

Les trois quarts des personnes interrogées déclarent avoir vu sur Internet des communications relatives à des gains, toutes activités confondues. Les conséquences de cette exposition viennent confirmer les résultats de l'étude précédente sur les gains marquants d'autrui vécus dans l'entourage proche ou lointain des joueurs : les croyances erronées s'amplifient au fur et à mesure que le niveau de prise de risque augmente et les parieurs problématiques sont plus nombreux à déclarer que le gain marquant d'autrui vécu en ligne a été le déclencheur de leur pratique de JAH.

Ce bilan permet d'enrichir la connaissance sur les facteurs prédictifs du jeu problématique et la nécessaire prise en compte de l'impact des gains marquants, que ce soient ceux du joueur ou de son cercle rapproché ou lointain, ceux vécus avant le démarrage d'une pratique de JAH ou ceux vécus en ligne (par des vécus en direct ou en différé ou encore lors d'expositions à des communications).

L'objet de *La Clé n°3* est de présenter les résultats de ces différentes analyses menées et de formuler les recommandations d'ARPEJ issues de l'ensemble de la recherche *ENIGM*. Elles permettront d'optimiser les outils et méthodes en termes de prévention et de réduction des risques et des dommages.

Historique du projet sur les impacts des gains marquants

L'Étude nationale sur les impacts des gains marquants (recherche *ENIGM*) démarrée en 2020 (SEDAP) a permis de caractériser la notion de gain marquant et de décrire ses impacts auprès de joueurs d'argent et de pur hasard âgés de 18 à 64 ans, c'est-à-dire ceux reposant uniquement sur le hasard : tirage, grattage, machine à sous et autres jeux de casinos hors poker.

Bien loin du concept de « gros gain » (*Big Win*) dont la définition et le périmètre varient selon les chercheurs, cette notion de gain marquant a donné lieu à une définition reposant sur plusieurs critères subjectifs : un niveau de pratique des jeux, un moment précis, des expériences de vie, un montant mais également une utilisation particulière de ce gain en fonction du statut du joueur en termes de prise de risque (Tovar et Costes,

2021, Lonenek-Kuleta et al., 2021). Les impacts de ces gains marquants sont multiples et constituent autant de facteurs d'intensification des pratiques et de croyances erronées surtout chez les joueurs qui rejouent leur gain de suite.

Un des enseignements majeurs de l'étude *ENIGM 2020* est le rôle significatif du « gain marquant de l'entourage » et ce, même avant le début de la pratique de JAH. Cette notion a été approfondie dans une étude qualitative (*ENIGM 2021*), et a montré que ce gain marquant d'autrui – réalisé par l'entourage proche ou lointain (dans un point de vente/casino) ou vu lors d'exposition à des messages publicitaires (en ligne, en affichage...) – semble affecter plus précisément les joueurs problématiques. Les conséquences se traduisent par divers ressentis (envie, espoir, esprit de compétition, erreurs cognitives...) et une augmentation de la pratique de JAH.

S'agissant de ces « gains marquants d'autrui », l'étude qualitative *ENIGM 2021* a également souligné l'importance de la mise en scène de gains et de gagnants dans l'environnement des jeux télévisés ou par des incitations directes à jouer sous forme de SMS surtaxés dans des émissions télévisées ou sur Internet.

La médiatisation de certains gagnants ainsi que la présentation des gains dans les médias (en affichage, en ligne, à la télévision ou sur les réseaux sociaux) ont un effet incitatif notamment chez les plus jeunes. Ce champ d'investigation a été exploré dans l'étude *ENIGM 2023*, sur la cible des plus jeunes (moins de 25 ans, dont des mineurs de 15 à 17 ans) et sur tous les types de jeux.

Cette nouvelle étude ARPEJ a interrogé un échantillon de 5367 individus âgés de 15 à 45 ans, tranche d'âge la plus concernée par les pratiques en ligne (cf. encadré méthodologique, page 10). Le questionnaire comportait différentes activités sur Internet susceptibles d'entraîner des gains (en monnaie ou cryptomonnaie) et a ainsi permis de tester plus largement l'impact de gains quelle que soit leur provenance.

L'étude s'est ensuite concentrée sur l'exposition de ces individus à des communications autour des gains et des gagnants et *in fine* sur la pratique des JAH, permettant de comparer les réactions et les ressentis entre joueurs et non-joueurs de JAH.

Principales activités pratiquées en ligne par les 15-45 ans

Parmi un ensemble d'activités sur Internet, les personnes interrogées déclarent qu'au cours des 12 derniers mois, elles ont prioritairement consulté les réseaux sociaux (90,1 %), fréquenté des sites qui rémunèrent leur participation à des sondages ou enquêtes, parrainages, jeux-concours, tests de produits ou de jeux vidéo (63,0 %), pratiqué des jeux vidéo (39,4 %) et des activités de jeux d'argent et de hasard sur les sites français (PMU,

Tableau 1 : Activités en ligne et gains réalisés par activité (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
N = 5367						
Activités sur Internet						
Consulter les réseaux sociaux	90,1	87,9	92,2 ***	90,9	90,5	89,0
Participer à des activités pour gagner de l'argent	63,0	62,2	63,8	50,8	71,4 ***	65,9
Jouer à des jeux vidéo	39,4	51,1 ***	27,9	48,3 ***	41,9 ***	30,0
Jouer à des JAH sur des sites Français	34,4	44,0 ***	25,0	25,0	44,2 ***	33,8
Suivre les compétitions sportive ou e-Sport	28,4	42,9 ***	14,2	36,9 ***	33,2 ***	17,2
Jouer à des JAH sur des sites étrangers	18,4	26,5 ***	10,5	14,6	26,3 ***	14,8
Jouer à des JAH simulés	18,3	24,9 ***	11,8	16,4	24,3 ***	14,7
Investir sur les produits financiers	17,0	26,0 ***	8,1	14,7	25,2 ***	11,8
Expérience de gains sur les activités Internet						
En participant à des activités pour gagner de l'argent	37,7	40,9 ***	34,6	29,0	46,4 ***	37,5 ***
Jouer à des JAH sur des sites Français	25,4	34,0 ***	17,0	17,2	34,7 ***	24,2 ***
En investissant sur les produits financiers	12,8	20,4 ***	5,5	10,9 ***	20,6 ***	7,7
Jouer à des JAH sur des sites étrangers	10,0	15,8 ***	4,4	7,7	15,9 ***	7,0
En consultant des réseaux sociaux	8,6	13,2 ***	4,1	7,7	14,2 ***	4,6
En jouant à des JAH simulés	8,5	13,1 ***	3,9	6,2	13,9 ***	5,7
En jouant à des jeux vidéo	8,3	13,6 ***	3,3	8,1 ***	13,0 ***	4,7
En suivant des compétitions sportives ou e-sport	8,2	13,7 ***	2,8	7,3	13,7 ***	4,2
Effet du confinement sur les activités financières en ligne						
Plus souvent qu'en 2020	55,2	54,9	55,6	60,7 ***	59,2 ***	46,8
Autant qu'en 2020	36,7	38,3	34,5	30,2	33,9	44,4 ***
Moins souvent qu'en 2020	8,1	6,8	9,9	9,1	6,9	8,8

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1 ; **p ≤ 0,05 ; ***p ≤ 0,01

Winamax, Unibet...) (34,4 %). Ces habitudes sont en grande partie masculines, à l'exception de la consultation des réseaux sociaux qui est significativement plus le fait des femmes (92,2 % vs 87,9 % pour les hommes). Elles concernent avant tout les 25-34 ans, sauf sur deux activités (les jeux vidéo et le suivi des compétitions sportives ou de e-Sport) qui intéressent aussi les plus jeunes (< 25 ans) (Tableau 1).

Compte tenu des différences de cadres réglementaires, la part des personnes déclarant avoir une activité sur les sites de jeux d'argent à l'étranger (18,4 %) est un élément important dans la mesure de la pratique illégale de JAH. En France, seuls les sites de JAH agréés par l'Autorité nationale des jeux (ANJ) sont légaux.

Sur l'ensemble des personnes impliquées dans ces activités en ligne, la moitié (53,9 %) déclare y avoir gagné de l'argent ou de la cryptomonnaie au cours des 12 derniers mois (dont 79,0 % en monnaie et 21,0 % en cryptomonnaie). Elles ont surtout obtenu ces gains sur les sites sur lesquels on peut participer à des activités pour gagner de l'argent (37,7 %), en liquidité pour une majorité d'entre elles (neuf internautes sur dix).

Un quart de ces internautes indiquent avoir remporté des gains sur les sites de JAH français (25,4 %) dont 93,8 % en monnaie. En troisième position, les répondants citent des gains sur le résultat d'investissements financiers (12,8 %), ceux-ci sont déclarés prioritairement par les hommes et les 25-34 ans (Tableau 1).

Il a été demandé aux interviewés s'ils avaient l'impression de consulter plus souvent, autant ou moins souvent qu'avant 2020 (année du début de la pandémie de Covid 19), les sites offrant la possibilité de gagner de l'argent en ligne. Parmi l'ensemble des répondants, plus de la moitié déclarent y aller désormais plus souvent (55,2 %), notamment les moins de 35 ans.

À l'inverse, les 35-45 ans sont significativement plus nombreux à déclarer une fréquentation inchangée de ces activités financières en ligne (Tableau 1).

Les jeux d'argent et de hasard (JAH) des 15 à 45 ans

Les activités de JAH au cours des 12 derniers mois précédant l'enquête concernent six individus sur dix âgés de 15 à 45 ans (59,7 %). Comme cela est observé dans les enquêtes qui interrogent l'ensemble des joueurs de 18 à 75 ans, les jeux d'argent les plus courants sont le grattage (49,8 %), le tirage (45,7 %), les paris sportifs (24,4 %) et les machines à sous (18,0 %). Alors qu'on n'observe pas de différence significative pour le grattage entre hommes et femmes, toutes les autres pratiques de jeux sont significativement plus masculines. Elles sont par ailleurs davantage le fait des 25-34 ans (Tableau 2, page 3). Ces activités de jeux d'argent et de hasard sont réalisées en priorité de façon exclusive dans les points de vente (38,1 %) ou selon un usage mixte en points de vente et sur Internet (35,4 %). La pratique exclusive des JAH en ligne concerne un quart de ces joueurs (26,5 %) (Tableau 2, page 3).

Tous jeux confondus, l'analyse met en évidence que 16,6 % des hommes jouent au moins une fois par semaine (contre 5,8 % pour les femmes). La classe d'âge intermédiaire (25-34 ans) se distingue aussi par une pratique hebdomadaire plus élevée (17,7 % vs 11,0 % pour les moins de 25 ans et 8,8 % pour les 35-45 ans).

Les points de vente sont significativement plus fréquentés par les femmes (53,3 % vs 24,0 % pour les hommes). Les joueurs les plus jeunes (15-34 ans) sont de façon significative ceux qui combinent le plus l'usage d'Internet et celui des points de vente. Les joueurs de la classe d'âge 35-45 ans sont plus nombreux à ne fréquenter que les points de vente.

La part des mineurs de 15 à 17 ans pratiquant des JAH dans cet échantillon (N=537) n'est pas suffisamment robuste pour être analysée distinctement. Il semble néanmoins que la part de jeunes joueurs d'argent sur des activités en points de vente et sur Internet – auxquelles ils n'ont légalement pas accès – est en baisse par rapport à 2021 (enquête *Enjeu-Mineurs* 2021), venant s'établir à 22,5 % contre 34,8 % en 2021.

Tableau 2 : Activités de JAH des 15 - 45 ans (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
Activités de JAH (N = 5367)						
Tirage	45,7	49,9 ***	41,7	27,8	56,8 ***	51,1
Grattage	49,8	50,6	48,9	33,6	60,1 ***	54,2
Paris hippiques	15,7	23,5 ***	8,1	13,6	22,5 ***	11,8
Paris sportifs	24,4	38,3 ***	10,9	21,5	34,8 ***	18,1
Poker	15,3	23,9 ***	6,7	13,7	23,3 ***	9,7
Machines à sous	18,0	23,9 ***	12,2	15,6	26,1 ***	13,0
Autres jeux de casinos	15,5	22,9 ***	8,2	14,3	23,3 ***	9,8
Paris financiers	14,8	23,9 ***	5,9	14,5	22,7 ***	8,3
Paris e-Sport	6,8	11,3 ***	2,4	6,9	11,0 ***	3,2
Autres JAH	1,0	2,0	0,1	1,2	1,7 ***	0,3
Support de jeu (tous jeux confondus) (N = 5367)						
PdV exclusif	38,1	24,0	53,3 ***	33,6	32,6	45,6 ***
Internet exclusif	26,5	33,8 ***	18,5	23,6	30,3 ***	24,5
Internet et PdV	35,4	42,1 ***	28,2	42,8 ***	37,2 ***	29,9

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1 ; **p ≤ 0,05 ; ***p ≤ 0,01

Tableau 3 : Caractéristiques des JAH des 15 - 45 ans (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
Ancienneté (moyenne année) (N = 3190)						
Moyenne	7,9	7,0	8,9 ***	2,8	6,7	11,9
Motivations pour jouer (N = 3190)						
Social	10,4	10,0	10,9	10,2	10,2	10,9 ***
Faire face / Adaptation à la situation	13,8	13,2	14,3	13,6	13,4	14,2 ***
Renforcement des émotions positives	11,4	11,0	11,8	11,2	11,1	11,8 ***
Financière	9,6	9,8	9,3	10,3 ***	9,6	9,3
Indice canadien du jeu excessif (ICJE)						
Joueurs sans risque	30,1	21,3	44,0 ***	26,0	23,5	41,9 ***
Joueurs à risque faible	17,9	15,9	21,1 ***	15,9	17,9	19,7
Joueurs à risque modéré	16,5	18,3 ***	13,5	16,9 **	17,8 **	14,5
Joueurs excessifs	35,5	44,4 ***	21,3	41,3 ***	40,8 ***	23,9

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1 ; **p ≤ 0,05 ; ***p ≤ 0,01

Relativement aux non-joueurs, les joueurs de jeux d'argent et de hasard ont une forte propension à se retrouver dans toutes les activités permettant de gagner en ligne de l'argent ou des cryptomonnaies. Par exemple, trois quarts des joueurs participent à des activités en ligne rapportant des gains directement par une action (74,6 %) contre quatre non-joueurs sur dix (44,2 %).

Parmi les quatre motivations à jouer à des jeux d'argent¹, la principale citée est la nécessité de faire face à l'adversité suivie du renforcement des émotions positives. La motivation financière dont le score est supérieur chez les 15-24 ans, vient encore une fois confirmer qu'il s'agit de l'objectif premier des plus jeunes.

Les 35-45 ans affichent en contrepartie les moyennes les plus élevées sur le volet social, l'adaptation à la situation et la participation au renforcement des émotions positives (Tableau 3).

En termes de prise de risque, mesurée avec l'Indice canadien du jeu excessif (ICJE)², trois joueurs sur dix de cette population sont classés comme joueurs à risque modéré (16,5 %) et un tiers comme joueurs excessifs (35,5 %). Cette pratique problématique est aussi plus marquée chez les hommes et parmi les plus jeunes (15-34 ans). Ces résultats issus d'une étude en ligne comportent cependant des biais de surestimation de l'intensité des pratiques. (cf. encadré méthodologique, page 10)

L'exposition aux communications et le vécu de gains

Dans l'ensemble de l'échantillon, six individus sur dix (63,7 %) déclarent avoir été sollicités sur les réseaux sociaux par des communications sur les gains et les gagnants dans les activités proposées. Plus de la moitié l'ont été sur des plateformes de vidéo en ligne (54,7 %) ou sur des sites de jeux d'argent français (51,1 %). Mis à part les réseaux sociaux, les hommes semblent les plus exposés à ces communications. En termes de groupes d'âge, l'exposition concerne en priorité les moins de 35 ans. Ils sont plus nombreux à déclarer avoir vu/reçu des communications sur tous les sites proposés à l'exception de celles présentes sur les plateformes de vidéos en ligne, qui ne concernent que les 25-34 ans (Tableau 4, page 4).

Parmi les jeux d'argent et de hasard, les communications sous forme d'images, de photos et de vidéos portent surtout sur les jeux de loterie (grattage, tirage : respectivement 83,1 % et 76,5 %), les paris sportifs (44,5 %) et les machines à sous (32,5 %) et sont plus souvent mentionnées par des hommes. Les moins de 35 ans déclarent avoir été exposés à ces communications sur tous les JAH. Les jeux de loterie (grattage et tirage) sont ceux qui sont majoritairement signalés par les 25-34 ans (Tableau 4, page 4).

1 Echelle de motivation de 12 items, validée en France en 2017 (Gambling motives Questionnaire-Financial, Devos et al., 2017) attribue un score de 3 à 16 selon quatre différents types de motivations : d'ordre social, d'adaptation à la situation, de renforcement des émotions positives et de nature financière.

2 L'Indice canadien du jeu excessif, ICJE, est un auto-questionnaire qui comprend 9 items mesurant la fréquence de problèmes causés par les pratiques de jeu (Ferris et al., 2001)

Tableau 4 : Exposition aux communications autour des gains et des gagnants (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
N = 5367	100	100	100	100	100	100
Sites d'expositions aux communications						
Réseaux sociaux	63,7	63,5	62,5	34,3 ***	33,8 ***	21,3
Plateformes de vidéos en ligne	54,7	59,3 ***	48,9	47,3	58,2 ***	48,3
Sites de jeux d'argent français	51,1	57,3 ***	43,9	34,1 ***	38,5 ***	29,5
Sites des influenceurs	41,3	43,3 ***	38,5	32,6 ***	36,3 ***	25,9
Sites de paris e-Sport	40,3	46,9 ***	32,8	69,1 ***	66,9 ***	56,6
Sites de jeux d'argent étrangers	33,8	39,1 ***	27,7	42,8 ***	45,5 ***	33,8
Sites pour optimiser le budget	31,2	36,6 ***	25,2	29,4 ***	34,5 ***	20,9
Sites de jeux vidéos	29,3	38,3 ***	20,4	62,2 ***	59,8 ***	44,2
Sites de gains financiers	27,8	37,1 ***	17,9	49,7 ***	44,3 ***	31,9
Réception vidéos/images/photos - Joueurs (N = 2790)						
Tirage	76,5	79,1 ***	73,4	64,9	81,3 ***	79,0 ***
Grattage	83,1	80,4	86,4 ***	77,6	85,4 ***	84,5 ***
Paris hippiques	29,1	39,1 ***	16,9	32,6 ***	34,6 ***	21,3
Paris sportifs	44,5	63,0 ***	22,2	51,5 ***	52,4 ***	32,2
Poker	28,4	40,4 ***	13,9	32,9 ***	35,5 ***	18,5
Machines à sous	32,5	39,5 ***	24,1	37,2 ***	39,1 ***	23,0
Autres jeux de casinos	28,8	38,7 ***	16,8	35,0 ***	35,9 ***	17,8
Paris financiers	27,6	40,2 ***	12,4	34,9 ***	35,1 ***	15,5
Paris e-Sport	24,2	34,8 ***	11,4	33,3 ***	29,8 ***	12,9
Autres JAH	5,5	8,0	2,6	6,6	6,9	3,5
Vécus en direct ou en différé de compétitions - Joueurs (N = 2790)						
Tirage	31,4	41,0 ***	16,1	34,8 ***	39,2 ***	21,0
Grattage	88,1	84,8 ***	91,1	80,2	90,1 ***	91,3 ***
Paris hippiques	30,8	41,3 ***	14,7	33,6 ***	36,6 ***	23,0
Paris sportifs	30,0	40,6 ***	14,0	34,8 ***	32,2 ***	24,6
Poker	30,1	42,6 ***	12,2	34,0 ***	37,5 ***	20,0
Machines à sous	34,5	41,7 ***	21,0	38,4 ***	41,3 ***	24,9
Autres jeux de casinos	30,5	40,8 ***	14,7	36,1 ***	37,9 ***	19,2
Paris financiers	29,3	42,4 ***	10,8	36,0 ***	37,1 ***	16,7
Paris e-Sport	25,7	36,7 ***	10,0	34,4 ***	31,5 ***	13,9
Contexte de l'exposition (N = 1873)						
Reçus sur boîte mail	30,3	29,5	31,6	27,7	31,9 ***	30,6 ***
Après une recherche personnelle sur Internet	27,7	29,6 ***	24,8	24,5	30,8 ***	26,6 ***
Reçus sur son écran lors de pratiques de JAH	25,8	29,1 ***	20,6	22,9	30,1 ***	22,8
Reçus durant le JAH simulé	24,3	25,2 *	22,8	25,8 ***	24,4 ***	22,8
Reçus sur des sites de jeux vidéos / e-Sport	18,1	23,2 ***	10,0	22,2 ***	19,9 ***	12,4
Est abonné à des sites pour assister en direct à un JAH	14,6	18,3 ***	8,9	17,5 ***	17,5 ***	8,6
Est sur des sites de formation sur les paris ou le poker	13,6	17,8 ***	7,0	14,0 ***	15,1 ***	11,5
Sur les réseaux sociaux / vidéos en ligne	3,1	1,8	5,2 ***	3,4	2,3	3,8

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

Il a été demandé aux personnes ayant été exposées à des valorisations de gains ou de gagnants, par quels biais leur sont parvenues ces communications (Tableau 4). Un joueur sur trois déclare les avoir reçues sur sa boîte mail (30,3 %) ou après une recherche personnelle sur Internet (27,7 %), plus particulièrement la classe d'âge 25-45 ans. Un quart (25,8 %) les a reçues sur son écran lors de pratiques de JAH (significatif pour les 25-34 ans). L'élément le plus instructif de ces résultats est la part de joueurs déclarant avoir reçu des communications sur les gains de JAH lors de jeux d'argent « simulés ». En effet, un quart de ces joueurs (24,3 %) confirme la réception de communications sur les sites de jeux « simulés » visant à les faire basculer dans des jeux d'argent « réels » surtout parmi les plus jeunes. Des chercheurs ont apporté des arguments sur le rôle des jeux « simulés » en tant que facteur de risque augmentant la probabilité que les adolescents jouent avec de l'argent réel. Son potentiel d'incitation à jouer ou à développer un intérêt pour le jeu d'argent sont des facteurs de développement de problèmes de jeu Griffiths, 2015 ; Arbarbanel & al., 2017 ; Costes et al., 2022 ; Hing & al., 2022).

En plus de l'exposition aux communications sur les gains et les gagnants, il a été demandé aux joueurs s'ils avaient au cours des 12 derniers mois, assisté en ligne à une compétition avec

des gains sur un jeu d'argent et de hasard, sur un pari financier ou une compétition e-Sport, que ce soit en direct ou en différé.

Près de neuf joueurs sur dix (88,1 %) déclarent avoir vu en direct ou en différé des séances de grattage et pour un joueur sur trois, des compétitions/des événements sur tous les autres jeux. En termes d'âge, le vécu en direct ou en différé concerne significativement davantage les 25-45 ans pour le grattage et les 15-34 ans pour tous les autres JAH (Tableau 4). Parmi ceux qui ont vécu en direct ou en différé des valorisations de gains ou de gagnants, 14,6 % déclarent s'être, au préalable, abonnés pour pouvoir assister en direct à une activité de JAH (poker, paris sportifs...). Ce comportement est plus marqué chez les 15-34 ans et chez les hommes (Tableau 4).

L'exposition à un gain en direct ou en différé varie selon les jeux. Il existe une différence significative selon certains JAH : les paris sportifs, le poker et les machines à sous sont significativement davantage vécus en direct tandis que les paris financiers et les paris e-Sport sont plus regardés en rediffusion (Tableau 5, page 5).

Les types de médias ou de supports vecteurs des communications sur les gains diffèrent selon les différents jeux d'argent et de hasard. Les vidéos sur les réseaux sociaux (40,0 %) et celles de

Tableau 5 : **Vécu des gains (en %)**

	En direct	En replay
Tirage	72,3	74,9
Grattage	71,9	69,4
Paris hippiques	46,6	51,4
Paris sportifs	65,8 ***	54,1
Poker	45,0 ***	41,8
Machines à sous	48,6 ***	39,5
Autres jeux de casinos	41,2	42,9
Paris financiers	38,3	47,9 ***
Paris e-Sport	39,9	49,3 ***
Autres JAH	10,9 **	7,3

Source : **Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ**
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

YouTube (37,9 %) sont les plus regardées. Le support « vidéo » est le mode de visionnage prépondérant pour les gains des jeux de loterie et dans les paris sportifs. Ainsi, les vidéos YouTube sont très fortement citées concernant les jeux de tirage (58,3 %), grattage (33,5 %) et les paris sportifs (32,4 %). Elles sont suivies de celles issues des réseaux sociaux (respectivement 47,4 %, 39,6 % et 28,3 %) et d'autres sites (Dailymotion, sites d'influenceurs, sportifs, stars, pronostiqueurs, joueurs célèbres...) (42,3 %, 38,3 % et 34,6 %) (Tableau 6). Les images ou photos et les flyers ou bandeaux sont surtout utilisés pour la loterie.

Deux méthodes de diffusion semblent concerner tous les types de JAH : la plateforme de streaming en direct Twitch et les sites des opérateurs de JAH. Ces supports sont ceux qui consacrent le plus de communications aux paris hippiques (respectivement 28,9 % et 25,3 %) et aux jeux de casinos (24,3 % et 23,5 % pour le poker ; 25,7 % et 23,4 % pour les machines à sous) (Tableau 6). Dans l'étude qualitative (Tovar et al. 2022), le réseau Twitch avait été cité par les plus jeunes comme étant celui où ils peuvent suivre en direct un « joueur professionnel » jouant aux

jeux de casino et le voir cumuler des gains de plusieurs dizaines à centaines de milliers d'euros.

Comparaison des impacts des gains entre non-joueurs et joueurs

À la suite de leur exposition à des communications sur les gains, les non-joueurs ont surtout perçu le côté négatif de ces messages qu'ils considèrent comme « de la mise en scène pour montrer que l'on peut gagner » (43,7 %) et ils précisent que le « côté négatif n'est pas mis en avant » (39,0 %). Ils sont plus d'un quart (27,4 %) à déclarer être « content de voir gagner quelqu'un » et 14,5 % à « être admiratifs de la compétence/maîtrise du gagnant ». Les conséquences ou impacts de ces messages touchent un non-joueur sur dix : 12,3 % se déclarent « envieux et jaloux de ces gagnants » et 10,4 % déclarent avoir vécu en direct des émotions fortes. Cependant, ces messages atteignent quand même leur objectif en réussissant à influencer une part des non-joueurs dans la recherche de gains en ligne : 7,6 % ont prévu de s'inscrire sur les sites concernés (Tableau 7).

L'impact en termes de croyances erronées touche surtout les plus jeunes des non-joueurs de JAH (15-24 ans) : ils sont significativement deux fois plus nombreux que les 35-45 ans à penser que « gagner de l'argent c'est facile » (22,5 % vs 13,5 % pour les 25-34 ans et 11,5 % pour les 35-45 ans). Les émotions négatives sont quant à elles plus souvent signalées par les 15-34 ans qui déclarent avoir été « envieux, jaloux de ces gagnants » et avoir « vécu des émotions fortes ».

Les joueurs de JAH sont plus nombreux que les non-joueurs à déclarer des réactions/ressentis et des croyances à la suite de ces communications. Six sur dix (64,4 %) placent l'obtention d'un gain sur le compte de la chance : « le gagnant avait beaucoup de chance » et la moitié sur le hasard (53,5 %) : le « gain était seulement le résultat du hasard », positionnement significatif chez

Tableau 6 : **Moyens de communication selon les jeux d'argent (en %)**

	Vidéo YouTube	Vidéo Twitch	Vidéos sites opérateurs	Vidéos autres sites	Vidéos réseaux sociaux	Images/photos	Flyers/bandeaux
N = 2790							
Tirage	58,3	36,4	34,1	42,3	47,4	39,0	37,5
Grattage	33,5	38,3	38,0	38,3	39,6	32,8	34,9
Paris hippiques	19,8	28,9	25,3	19,0	13,8	14,8	12,8
Paris sportifs	32,4	34,1	34,1	34,6	28,3	24,0	19,8
Poker	22,3	24,3	23,5	19,6	15,0	13,9	11,8
Machines à sous	18,3	25,7	23,4	15,6	14,6	13,1	11,4
Autres jeux de casino	17,5	25,9	21,1	15,6	12,6	14,3	14,6
Paris financiers	21,5	25,5	24,1	14,7	16,0	13,3	13,0
Autres JAH	5,2	7,1	6,7	4,5	3,9	2,4	4,6
Total tous jeux confondus	37,9	24,6	25,8	33,9	40,0	28,3	17,9

Source : **Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ**
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

Tableau 7 : **Réactions et ressentis des NON-JOUEURS (en %)**

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
Sous total : Beaucoup ou assez présent (N = 951)						
C'est de la mise en scène d'acteurs pour montrer que l'on peut gagner	43,7	39,9	45,8 *	46,3	39,5	44,0
Le côté négatif n'est pas mis en avant	39,0	33,5	42,0 **	45,7 ***	35,0	34,7
Content de voir quelqu'un gagner	27,4	24,9	28,8	26,4	30,2	26,5
Gagner de l'argent c'est facile	16,2	15,0	16,8	22,5 ***	13,5	11,5
Être admiratif de la compétence/maîtrise du gagnant	14,5	16,3	13,4	14,6	16,6	12,8
Envieux, jaloux de ces gagnants	12,3	12,4	12,2	13,4 **	16,6 **	8,1
Vivre en direct des émotions fortes	10,4	11,4	9,8	12,3 **	11,6 **	7,6
A prévu de s'inscrire sur les sites concernés	7,6	7,5	7,6	8,3	9,0	5,7

Source : **Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ**
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

Tableau 8 : Réactions et ressentis des JOUEURS (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
Sous-total : Très ou assez présent (N = 1911)						
Le gagnant avait beaucoup de chance	64,4	61,7	68,7 ***	58,3	66,3 ***	67,1 ***
Pouvoir essayer de gagner aussi un jour	55,5	55,8	55,1	54,0	56,0	56,2
Le gain était seulement le résultat du hasard	53,5	51,5	56,7 **	50,4	53,4	56,3 **
Le côté négatif n'est pas mis en avant	49,6	51,0	47,5	49,2	53,3	45,4
Se mettre à la place du gagnant et se dire que tout est possible	48,5	48,0	49,4	43,9	52,2 ***	48,0
Se projeter en pensant que ce sera un jour son tour	48,1	50,1 ***	45,1	46,7	50,1	46,9
C'est de la mise en scène d'acteurs pour montrer que l'on peut gagner	44,9	47,3 ***	41,0	42,2	48,4 **	42,7
Envie de joueur pour égaler / dépasser ce gain	41,3	45,3 ***	35,1	38,6	46,8 **	36,0
Vivre en direct des émotions fortes	37,3	42,9 ***	28,5	37,9 ***	41,0 ***	31,1
Être admiratif de la compétence / maîtrise du gagnant et convaincu que cela a aidé le joueur à gagner	35,7	41,0 ***	27,4	39,1 ***	40,3 ***	27,2
Considérer le gagnant comme un professionnel qui gagne et qui montre comment gagner	34,9	40,9 ***	25,5	37,4 ***	39,4 ***	27,3
Gagner de l'argent c'est facile	32,8	39,2 ***	22,7	35,6 ***	37,3 ***	24,7
Éprouver un sentiment de frustration, d'injustice (« c'était à moi de gagner »)	31,8	37,5 ***	22,9	31,1 ***	39,7 ***	22,6
Avoir augmenté sa prise de risque	29,2	36,0 ***	18,6	31,3 ***	35,3 ***	19,9
Se retrouver / Avoir déjà vécu cette scène	26,4	33,1 ***	15,8	25,7 **	33,3 ***	18,5
Éprouver des sensations de malaise physique	24,6	31,8 ***	13,3	25,8 ***	30,4 ***	16,4

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

les femmes. Cependant ils ne sont pas dupes du montage de ces communications et de leurs objectifs. La moitié d'entre eux (49,6 %) pensent que le « côté négatif n'est pas mis en avant » et ils sont 44,9 % à penser que « c'est de la mise en scène d'acteurs pour montrer que l'on peut gagner ».

Les pensées irrationnelles sont néanmoins plus conséquentes : à la suite de ces communications, 55,5 % des joueurs de JAH espèrent « pouvoir essayer de gagner un jour » tandis que près de la moitié voudraient « se mettre à la place du gagnant, se dire que tout est possible » (48,5 %) et ils se projettent en pensant que « ce sera un jour leur tour » (48,1 %). Quatre joueurs sur dix (41,3 %) ont envie de jouer pour égaler/dépasser ce gain. Ce désir de faire « mieux » qu'autrui est aussi une raison qui induit le maintien dans des conduites de JAH. Ces perceptions erronées sont des facteurs qui contribuent à augmenter la prise de risque, d'où les réactions d'un tiers des joueurs convaincus de l'existence de stratégies pour gagner : 35,7 % sont « admiratifs de la compétence/maîtrise du gagnant » et sont persuadés que cela l'a aidé à gagner et 34,9 % considèrent « le gagnant comme un professionnel qui gagne et qui montre comment gagner » (Tableau 8).

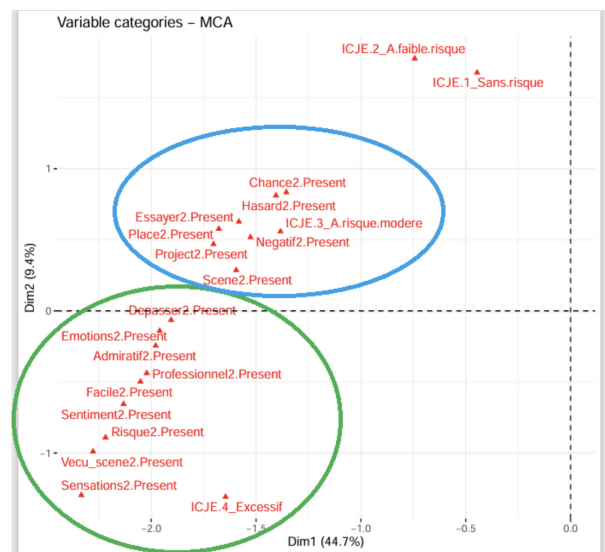
Un tiers des joueurs (32,8 %) pense que « gagner de l'argent c'est facile ». Cette croyance est plus présente chez les 15-34 ans et ce sont eux qui déclarent le plus de croyances erronées : persistance à jouer (dans l'espoir de se refaire, de gagner à nouveau, d'avoir enfin de la chance) et utilisation de stratégies.

Les résultats d'une analyse des correspondances multiples (ACM)³ sur les joueurs problématiques (joueurs à risque modéré et joueurs excessifs), mettent en évidence une forte corrélation entre des impacts (réactions et ressentis) et les deux types de joueurs (Graphique 1). Selon les résultats de l'étude qualitative (Tovar, Lelonek et Costes, 2022), les joueurs problématiques constituent le groupe au sein duquel on rencontre le plus de croyances irrationnelles enracinées autour de la chance et fondées sur l'interprétation de signes, visions et la certitude de gagner un jour. Les résultats de cette analyse des correspondances multiples permettent d'affiner cet impact plus précisément chez les joueurs à risque modéré.

Ainsi, ces derniers apparaissent plus sensibles à la notion de chance mais aussi à celle de hasard, pensent que c'est de la mise en scène et que le côté négatif n'est pas mis en avant. Ils se projettent dans la croyance que ce sera un jour leur tour et qu'ils pourraient gagner. Ils s'identifient au gagnant et se disent que « tout est possible ». Le gain marquant d'autrui est donc un déclencheur d'espoir chez certains joueurs à risque modéré qui va modifier leur comportement de jeu.

Les joueurs excessifs quant à eux, déclarent s'être retrouvés dans la scène présentée ou avoir déjà vécu cette scène. Ils considèrent le gagnant comme un professionnel qui leur montre comment gagner et sont admiratifs de sa maîtrise/compétence. Ils sont convaincus que cela a aidé le joueur à gagner et ont ainsi l'impression que « gagner de l'argent c'est facile ». Ils ressentent à la fois des émotions positives et négatives : ils déclarent avoir vécu

Graphique 1 : Réactions des joueurs problématiques



Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ

³ L'analyse en composantes multiples permet de résumer l'information qui est contenue dans une large base de données en un certain nombre de variables synthétiques appelées composantes principales, visant à les présenter de manière simple sur deux ou trois axes.

des émotions fortes (plaisir, admiration, stress et soulagement) et avoir éprouvé des sensations de malaise physique (tremblement, souffle court, besoin de s'asseoir).

Ces joueurs décrivent des répercussions sur leur pratique de JAH comme avoir envie de jouer « pour égaler/dépasser » le gain obtenu dans la communication et pour cela ils sont prêts à augmenter leur prise de risque. Des chercheurs démontrent que la connaissance d'un gain d'autrui semble augmenter le niveau d'attente de réussite personnelle, engendrant alors une hausse de la prise de risque (Martinez et Floch, 2007 ; Taillefer et Ladouceur, 2002). De même, plus le montant du gain d'autrui est élevé, plus les joueurs confrontés à ce résultat choisissent des paris risqués (Le Floch, Martinez, & Gaffié, 2005).

Le gain marquant et ses impacts

Quand il a été demandé aux joueurs de préciser si, à la suite de ces communications, des changements ou de nouveaux comportements étaient intervenus dans leur activité de JAH, un tiers d'entre eux citent une hausse de leur pratique de jeux : une intensification de leur « désir de continuer à jouer » (36,6 %), un accroissement de leur pratique de JAH en ligne (32,8 %) et une hausse de leur fréquence de jeu (31,6 %). Ces impacts sont plus marqués chez les hommes et les personnes âgées de 15 à 34 ans.

La définition des gains présents dans les communications en ligne en tant que « marquants » a été posée à l'ensemble des joueurs, selon deux niveaux (Tableau 9) : ils ont été interrogés sur les éléments permettant de déterminer qu'il s'agit d'un gain marquant et sur les impacts de ces gains marquants.

L'élément le plus important qui permet de définir en quoi un gain d'autrui est marquant concerne son montant et le fait qu'il soit supérieur à ce que le joueur gagne habituellement. Ce point est plus déterminant que dans les résultats de l'étude portant sur les gains marquants du joueur (ENIGM, 2020). Des différences significatives par sexe sont observées sur ce critère cité par respectivement 46,9 % des femmes et 38,9 % des hommes. Comme l'étude qualitative l'avait montré, les gains marquants d'autrui se caractérisent surtout par un montant très élevé,

d'une valeur bien supérieure à ceux vécus personnellement (Tovar et al., 2022). D'autres auteurs ont mis en évidence que le résultat d'autrui fixe un point de référence, permettant aux joueurs d'évaluer leur satisfaction envers leurs propres scores, avec un désir plus ou moins intense de battre ou d'égalier autrui (Boles and Messick, 1995). Un deuxième point de référence est le rapprochement déclaré par un joueur sur cinq (23,5 %) entre le niveau du gain et celui de son salaire/ses revenus habituels, sans différence significative selon le sexe et l'âge.

Dans cette définition des gains marquants, les composants de la pratique des JAH – c'est-à-dire le type de jeu concerné et le montant de la mise de départ – arrivent en troisième position, validés par respectivement 21,2 % et 20,5 % des joueurs. Pour tout ce qui concerne le gagnant, ses réactions, son profil, ce sont les hommes et les 15-34 ans qui y sont plus sensibles.

En termes d'impacts de ces gains marquants vécus en ligne, un sixième des joueurs (16,4 %) déclare que cela les a incités à faire des changements dans leur vie (recherche de compléments financiers). Ils s'en « souviennent encore » ou « y pensent souvent », confortant cet impact mémoriel du gain marquant d'autrui sur lequel le temps n'a pas de prise. Une part presque équivalente (15,7 %) déclare que ce gain marquant vécu dans une communication en ligne, a été le déclencheur de leur activité de JAH ou que cela a intensifié leur pratique (13,6 %).

Selon les scores obtenus à l'Indice canadien du jeu excessif (cf. note 2), les joueurs problématiques sont plus nombreux à déclarer des impacts à la suite d'expositions en ligne à des communications sur les gains. De même, la part de ceux qui déclarent ces impacts comme déterminants du gain marquant est toujours supérieure chez les joueurs excessifs, quels que soient les critères.

Parmi les autres éléments déterminants qui ont marqué les joueurs excessifs lors de l'exposition à ce gain marquant figurent la prise en compte de leur contexte personnel (moment du gain, situation personnelle...), le profil et les conseils prodigués par le gagnant. Les joueurs excessifs sont aussi plus nombreux à déclarer que ce gain marquant a été le déclencheur de leur JAH ou a intensifié leur pratique.

Tableau 9 : Exposition aux gains marquants (en %)

	Total	Homme	Femme	<25 ans	25-34 ans	35-45 ans
N = 1911						
Gain marquant : éléments déterminants						
Le montant du gain	42,0	38,9	46,9 ***	35,3	44,4 ***	43,9 ***
Un gain supérieur à mon salaire/mes revenus	23,5	23,4	23,8	23,6	25,8	20,8
Un gain supérieur à mes gains habituels	22,5	23,4	21,1	22,6	24,3	20,2
Le type de jeu concerné	21,2	22,4	19,5	19,6	22,5 **	20,9
Le montant de la mise de départ	20,5	22,3 **	17,5	23,0 *	20,9 *	18,1
Mon contexte personnel	18,7	18,1	19,6	17,7	20,9 **	16,8
Les réactions/l'émotion du gagnant	16,4	18,4 ***	13,2	18,5 ***	19,2 ***	11,5
L'exploit du joueur	13,6	17,2 ***	7,9	16,2 ***	16,0 ***	8,8
Le profil du gagnant	13,0	15,7 ***	8,8	14,3 ***	15,8 ***	8,8
La technique du joueur qui a gagné	12,9	16,7 ***	6,9	16,0 ***	14,8 ***	8,0
La mise en scène (couleur, sons, cadre...)	11,1	13,8 ***	6,7	12,6 **	13,2 **	7,9
Les conseils du gagnant (vidéo...)	9,7	12,4 ***	5,4	11,1 **	11,5 **	6,5
Gain marquant : impacts						
Oui, cela m'a incité à faire des changements dans ma vie (recherche de compléments financiers par les jeux)	16,4	19,7 ***	11,2	17,0	20,8 *	10,4
Oui, car je m'en souviens encore, j'y pense souvent	16,4	19,9 ***	10,8	19,1 ***	18,4 ***	11,4
Oui, cela a été le déclencheur de mes jeux d'argent	15,7	19,5 ***	9,8	15,4	19,8 **	10,9
Oui, cela a intensifié ma pratique de jeu d'argent	13,6	17,4 ***	7,6	13,8	15,8	10,8

Source : Enquête ENIGM 2023 - ARPEJ
Niveau de signification : *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01

Conclusion et recommandations

Dans la continuité des deux premières études, cette ultime observation affine les informations relatives aux impacts des gains d'autrui. Elle montre que, même à distance (sur Internet, en direct ou en différé, par le biais de communications), les gains marquants génèrent des croyances erronées, influencent le démarrage et l'intensification de la pratique des JAH, constituent une référence dans le parcours d'un joueur et un facteur de bascule dans le jeu excessif.

Le fait que cette recherche *ENIGM 2023* ait porté sur différentes activités en ligne des 15-45 ans confirme que les impacts de tous types de gains sont conséquents pour toutes les classes d'âge et qu'en plus ils génèrent chez les plus jeunes la croyance que « gagner de l'argent c'est facile ».

Principaux enseignements de l'étude ENIGM 2023

Cette étude a mis en exergue, pour une majorité d'individus, une pratique de recherche de gains sur Internet. La plus commune s'effectue sur les sites qui rémunèrent la participation à des actions (réponses aux sondages ou enquêtes rémunérées, parrainage, participation à des jeux-concours, tests de produits ou tests de vidéo...); en deuxième position la pratique de jeux d'argent sur les sites de JAH établis en France.

Au sein de la population des 15-45 ans, les joueurs de jeux d'argent et de hasard sont majoritairement âgés de 25 à 34 ans, usagers d'Internet et jouent significativement à tous les types de JAH. Ces résultats viennent également confirmer que c'est dans ce groupe que la proportion de joueurs excessifs est la plus élevée.

En termes d'exposition en ligne aux communications sur les gains, six individus sur dix sont concernés. Parmi les joueurs d'argent et de hasard, huit sur dix déclarent cette exposition et le vécu en direct ou en différé d'événements valorisant un gain ou un gagnant. Ce sont prioritairement les réseaux sociaux et les vidéos qui véhiculent le plus de messages sur les gains concernant les jeux de loterie et les paris sportifs. Un tiers de ces joueurs déclare des sollicitations reçues sur leur boîte mail, un autre tiers après une recherche sur Internet et un dernier tiers lors de pratiques de JAH.

L'utilisation des JAH « simulés » comme moyen de diffusion de communications sur les gains et les gagnants, visant à faire basculer le joueur sur des JAH réels, est confirmée. Ce qui peut aussi interroger quant à la possibilité ouverte pour des mineurs de réaliser des paris sportifs sur des plateformes qui n'offrent pas de gain d'argent possible. Ce type d'offre simulée contribue à une initiation précoce qu'il conviendrait de réguler.

Cette étude révèle des différences notables entre joueurs et non-joueurs sur leurs ressentis et réactions à la suite de leur exposition aux gains sur Internet. Les plus jeunes non-joueurs sont nombreux à penser que « gagner de l'argent c'est facile » tandis qu'une part des non-joueurs prévoit de s'inscrire sur les sites décrits. Les joueurs qui ont une pratique problématique sont les plus concernés par une empreinte mémorielle forte et des intensifications dans leur pratique de JAH.

Cette étude démontre que le gain marquant d'autrui vécu en ligne se définit avant tout en fonction de son volet financier. Le montant très élevé qui fixe un point de référence, la comparaison entre le montant du gain et ses propres revenus, le montant de la mise sont déterminants. De plus, cette recherche vient confirmer que la motivation pour jouer à des JAH chez les plus jeunes est surtout financière.

Préconisations issues de l'ensemble du projet ENIGM en termes de prévention et de prise en charge des joueurs

Les résultats de ce projet national sur les impacts des gains marquants viennent compléter les connaissances sur les fac-

teurs de risque du jeu problématique à travers la survenue et les effets des gains marquants de jeux d'argent et de hasard réalisés dans des contextes particuliers et lors de rencontres avec une offre de jeu spécifique.

L'ARPEJ formule à partir de cette recherche un certain nombre de recommandations. Il s'agit de prendre en compte la réalité de ces gains marquants et de leurs impacts sur les joueurs en termes de prévention, de réduction des risques et des dommages et dans la prise en charge des joueurs problématiques.

Quel que soit son montant, le gain constitue une réussite. La notion de « gain marquant » est un facteur prédictif du démarrage et de l'intensification de la pratique de jeux d'argent.

Il convient d'être particulièrement attentif à plusieurs paramètres :

› La présence d'un ou de plusieurs gains marquants de l'entourage avant la première expérience de jeux d'argent

Un impact fort de gains marquants de l'entourage avant le premier jeu d'argent ainsi qu'une mémorisation définitive de cet événement sont décrits dans cette recherche, même si cela a eu lieu durant l'enfance. Les joueurs impliqués par plusieurs gains sont plus nombreux à déclarer un gain marquant dans leur entourage avant leur premier jeu.

Il est nécessaire de sensibiliser le joueur à l'impact de ses pratiques de JAH sur son entourage et surtout sur les enfants présents dans le foyer. Cette situation souligne également le rôle de la prévention universelle (par exemple en termes de rôle du hasard dans les jeux, des distorsions cognitives) avant que les jeunes n'aient recours au jeu.

En France, l'outil de prévention éducationnelle sur les risques liés aux jeux d'argent (*OPÉRA*) développé par ARPEJ, répond à ces enjeux.

› La présence d'un ou de plusieurs gains marquants dans la vie du joueur

Le fait d'avoir expérimenté au moins un gain marquant (gain qui a marqué le joueur par son montant, sa mise faible de départ, la circonstance de sa survenue, le moment de sa réalisation, un gain considéré comme supérieur à son niveau de vie, un gain qui a permis de se « refaire ») est considéré comme un facteur prédictif de comportements excessifs de jeu.

Les messages dans les outils/méthodes de réduction des risques devraient inciter à d'autres utilisations possibles des gains et travailler sur la valeur de l'argent : établir un lien entre ce qui est misé et ce que cela représente, peut être un exercice utile.

› Le gain de l'entourage proche ou lointain

Le gain de l'entourage est pareillement un facteur prédictif du jeu problématique. Il peut aussi bien s'agir du gain marquant de proches (famille, amis, voisins...) que du gain marquant d'un autre joueur vécu en point de vente, au casino ou sur Internet. Le gain d'autrui est une référence qui pousse le joueur à vouloir égaliser ou dépasser le montant obtenu. Il peut être également vécu comme un préjudice subi poussant le joueur à chercher réparation. Cela génère une hausse des prises de risque, des sessions de jeu et des montants misés plus élevés.

Le projet *ENIGM* a permis de mettre en évidence que la combinaison entre le gain marquant de l'entourage et le gain marquant du joueur génère une intensification des pratiques (fréquence et pratique plus élevées), augmente le désir de continuer à jouer, accentue la prise de risque et renforce les croyances erronées.

Il faudrait réduire l'exposition des joueurs problématiques aux gains et aux expériences de gagnants de jeux d'argent, en évitant les sollicitations publicitaires ayant pour objectif de présenter le résultat de tels événements.

› **Le fait de rejouer immédiatement tout ou partie de son gain**

Le fait de rejouer la totalité ou une partie du gain marquant rapidement est considéré comme un facteur prédictif conséquent du jeu problématique (Tovar et al. 2022).

Il est donc important que le joueur puisse différer l'utilisation de ce gain. Conseiller au joueur de faire une pause à la suite d'un gain, quel qu'il soit, et ne pas le rejouer immédiatement peut être un élément essentiel pour ne pas perdre le contrôle. La mise à disposition du gain par l'opérateur devrait être échelonnée dans le temps en fonction de son niveau. Plus le gain est élevé, plus il est souhaitable que sa mise à disposition ne soit pas immédiatement accessible et qu'elle soit différée.

› **La concentration sur les gains et le fait de ne pas faire le bilan de ses pertes et de ses gains**

Les joueurs déclarent ne pas faire « le bilan entre leurs pertes et leurs gains ». Ils se font une opinion globale de leur expérience de jeu car ils se concentrent sur les expériences les plus agréables (les gains les plus importants). Leurs propres expériences positives et celles des autres peuvent encourager la poursuite de l'activité de jeu.

Intégrer dans la prise en charge des personnes vulnérables, une formation sur la gestion budgétaire apparaît souhaitable. En effet, une étude menée au Canada a montré que les individus qui ont un budget sont moins susceptibles de manquer à leurs obligations financières⁴. Ces personnes responsables d'un budget gèrent leurs finances mensuelles plus efficacement que celles qui n'en ont pas : elles sont moins susceptibles de vivre au-dessus de leurs moyens (18 % contre 29 %) ou de manquer d'argent et de devoir emprunter pour régler des dépenses courantes (31 % vs 42 %).

De plus, il faut encourager le joueur à tenir un journal de jeu, véritable tableau de bord de ses mises, gains et pertes avec des possibilités de paramétrage du temps passé.

› **La perte de contrôle émotionnel à la suite de gains d'autrui**

La mise en valeur de l'émotion des « gagnants » dans les jeux télévisés ou le vécu en direct d'un gain marquant d'autrui, génèrent une expérience émotionnelle personnelle forte et un souvenir « cristallisé » avec des images très précises de la réaction du gagnant. Certains joueurs problématiques se déclarent

« hantés » par ces images, favorisant projection, identification et modification de leurs croyances.

Il faut renforcer la prévention spécifique en travaillant sur les compétences psychosociales notamment l'esprit d'analyse critique face aux mises en scène des gagnants et des gains pour favoriser une prise de recul par rapport aux objectifs de ces programmes, émissions ou messages diffusés autour du gain sur Internet.

Un travail éducatif et de prévention est à réaliser sur les croyances erronées. Plus précisément, il s'agit de déterminer des actions sur les distorsions cognitives. Les pensées erronées modifient la perception du joueur, surtout s'il a commencé ses premières parties par une série de gains ou un gain marquant.

› **Le fait d'attribuer le gain à ses capacités**

Un des biais cognitifs les plus fréquents est d'attribuer les gains à ses capacités, sa stratégie, son expertise et les pertes à la malchance, à des circonstances externes ou de considérer qu'il s'agit d'un investissement nécessaire. Ce sentiment de contrôle, même si le résultat final est déterminé par le hasard, constitue un des socles des croyances erronées dans les activités de jeu d'argent et de hasard.

L'exposition à un gain marquant est un déclencheur d'évolution du comportement de jeu vers la perte de contrôle à la fois puissant et universel, adaptable selon différents modèles de construction psychique.

Il est souhaitable de rappeler au joueur la notion du hasard et l'importance donnée aux probabilités, la notion de taux de retour aux joueurs (TRJ) doit être comprise dans son entièreté, sans raccourci qui consisterait à penser qu'un TRJ à 85 % donne 85 % de chances de gagner.

› **La croyance en la « chance » et la persistance dans le jeu**

La notion de « chance » est décrite comme influant sur le ressenti du joueur et sur sa façon de jouer. À la suite d'un gain marquant, le sentiment d'avoir enfin de la chance crée des distorsions qui vont jusqu'à la croyance d'être un « élu ». La persistance dans le jeu, avec la pensée magique que la chance finira par tomber ou par se renouveler, deuxième socle des croyances erronées, pourra se déconstruire par la sensibilisation à l'indépendance des tours, à « l'espérance de gain négative » du fait du TRJ. Un travail sur les croyances issues de la superstition est aussi nécessaire.

⁴ « Les Canadiens et leur argent : principales constatations de l'enquête canadienne sur les capacités financières de 2019 ». Agence de la consommation en matière financière du Canada. www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere.

Bibliographie

Abarbanel B., Gainsbury S.-M., King D., Hing N. & Delfabbro P.-H. (2017). Gambling games on social platforms: How do advertisements for social casino games target young adults? *Policy & Internet*, 9(2), 184–209. <https://doi.org/10.1002/poi3.135>.

Boles, T. L., & Messick, D. M. (1995). A reverse outcome bias: The influence of multiple reference points on the evaluation of outcomes and decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 61(3), 262-275.

Costes J.-M., Tovar M.-L., Jeux d'argent et de hasard des mineurs en 2021 ; Pratiques problématiques et facteurs de risque. *Zoom 'Recherches n°9, SEDAP, Novembre 2022, 22 p.*, https://arpej.eu/content/files/2024/12/2022_ZoomRecherche_ENJEU_mineurs-n-9.pdf

Griffiths, Mark D. 2015. « Adolescent gambling and gambling-type games on social networking sites: Issues, concerns, and recommendations. *Aloma: revista de psicologia, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna* 33 (2): 31-37.

Hing N., Dittman C.K., Russell Alex M. T., King D. L., Rockloff M., Browne M., Newall P. & Greer N., 2022. «Adolescents Who Play and Spend Money in Simulated Gambling Games Are at Heightened Risk of Gambling Problems » *IJERPH, MDPI, vol. 19(17), pages 1-15, August.*

Lelonek-Kuleta, B., Bartczuk, R. P., Tovar, M.-L., Benoit, E., & Costes, J.-M. (2022). Experiencing a significant win and its sociodemographic and motivational predictors: A comparative analysis of pure-chance gamblers from Poland and France. *Plos one*, 17(11), e0277972.

Martinez F. (2007). Référence au gain d'autrui, perception subjective de réussite et intention de prise de risque dans un jeu de hasard. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 3, 133-139.

Martinez F., Le Floch V. & Gaffié B. (2005). Lien entre perception de contrôle et prise de risque dans un jeu de hasard : Quand l'annonce d'un gain d'autrui intervient. *Revue internationale de psychologie sociale*.

Taillefer A. & Ladouceur R. (2002). Les loteries télévisées, leur contenu et la notion de hasard [Televised lottery games, their content, and the notion of chance]. *Revue Québécoise de Psychologie*, 23(1), 5-16

Tovar M.L., Lelonek-Kuleta B., Costes J.-M. Les impacts des gains marquants d'autrui. *Zoom 'Recherches n°6, SEDAP, mai 2022*, https://arpej.eu/content/files/2024/11/2022---ZoomRecherche-n--6_ENIGM.pdf

Tovar M.L., Costes J.-M., Benoit E. Les impacts des gains marquants chez les joueurs d'argent et de pur hasard. *Zoom 'Recherches n°1, SEDAP, 2021*, https://arpej.eu/content/files/2024/03/2022_ZoomRecherche_ENJEU_mineurs-n-1.pdf

Encadré 1 - Repères méthodologiques

L'enquête auto-administrée *ENIGM 2023*, réalisée en ligne en novembre 2023, a interrogé un échantillon national représentatif de 5 367 personnes âgées de 15 à 45 ans à propos de différents types d'activités générant des gains en ligne et pour lesquelles elles ont été exposées à des communications sur les gains et les gagnants.

Cet échantillon a été sélectionné selon la méthode des quotas : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, catégorie d'agglomération, région - INSEE, Recensement Général de la population 2019 - via l'Access Panel de Bilendi & Respondi, partenaire de l'institut d'études BVA. Cette enquête a permis de mesurer les pratiques des mineurs de 15 à 17 ans et de s'intéresser aux pratiques de paris sur les compétitions e-Sport. Cet échantillon de 15 à 45 ans est le plus concerné par les pratiques en ligne (la part des internautes fréquentant les réseaux sociaux et les plateformes vidéo sont plus conséquents chez les moins de 40 ans - Étude *Crédoc*, baromètre numérique 2023). Dans l'étude *ENIGM 2023*, il se répartit en 30,8 % de 15-24 ans, 31,7 % de 25-34 ans et 37,5 % de 35-45 ans.

Le questionnaire administré est constitué de cinq parties, posées à l'ensemble de l'échantillon : les activités sur Internet, les expositions aux communications sur les gains selon ces activités, la pratique des jeux d'argent et les impacts de ces gains sur les joueurs et les non-joueurs. Deux échelles validées ont complété la compréhension des joueurs : motivations à jouer et indice canadien du jeu excessif.

Dans les enquêtes, tous les modes de recueil comportent des biais. Entre filtrage des appels ou refus de participer aux enquêtes, le taux de non-réponses peut être conséquent dans les enquêtes téléphoniques et les échantillons construits en ligne comportent de nombreux avantages (moindre coût, rapidité des réponses, pression moindre pour répondre dans un délai imparti...) mais aussi des limites. Ils sont moins rigoureusement représentatifs et ont tendance à surestimer l'intensité des pratiques sur Internet. Les individus des panels étant ainsi plus actifs sur Internet que la moyenne des internautes.



ARPEJ
11 rue Tronchet, 75008 Paris
www.arpej.eu
contact@arpej.eu
+33 (0)1 53 05 92 37

Directeur de la publication
Emmanuel Benoit

Rédaction en chef
Marie-Line Tovar

Création graphique
Antoine Bied

Remerciements

Au Fonds de dotation pour la recherche et la prévention des excès du jeu, pour le financement de l'étude

À l'institut d'études BVA et aux joueurs, pour leur participation à l'étude

Au Comité consultatif et scientifique du Fonds de dotation RPEJ

