



# DÉCODER LES STRATÉGIES DES OPÉRATEURS DE JEUX À TRAVERS LE MARKETING-MIX DES 4P

## INTRODUCTION

En Suisse, la loi sur les jeux d'argent fixe à 18 ans la limite d'âge pour s'y adonner. Cependant, les études démontrent que c'est à 16 ans déjà que les jeunes misent pour la première fois au jeu. Il faut dire que les campagnes marketing de l'industrie du jeu sont très agressives.

En abordant cette thématique avec vos élèves sous l'angle de la publicité, vous augmenterez leurs connaissances et développerez leur esprit critique, ce qui leur permettra d'être mieux armé-e-s pour résister aux messages convaincants de l'industrie du jeu.

## CHIFFRES CLÉS

**220'000** Le nombre de personnes touchées par le jeu excessif en Suisse \*

**16** L'âge moyen de la première mise

**2** Le facteur de multiplication, entre 2014 et 2018, de la part de jeunes au comportement à risque et problématique (0,4 à 4,5%)



## OBJECTIF

Cette fiche propose des thèmes et des exercices en lien avec le marketing-mix<sup>1</sup> des 4P (*product, price, place, promotion*). Différents objectifs sont poursuivis:

- Sensibiliser aux stratégies mises en œuvre pour séduire les jeunes et les pousser à jouer
- Faire prendre conscience des véritables espérances de gain lorsqu'on joue
- Réfléchir à la notion de travail et d'argent gagné



## PUBLIC

Cette fiche est destinée aux enseignant-e-s qui ont la possibilité de traiter d'aspects marketing dans leurs cours, en particulier:

- Les enseignant-e-s de culture générale
- Les enseignant-e-s d'économie et société
- Les enseignant-e-s d'économie
- Les enseignant-e-s de marketing et de vente

<sup>1</sup>Ensemble des outils dont une entreprise dispose pour atteindre ses objectifs auprès du marché-cible (Kotler & Dubois).

\* Voir les chiffres complets à ce sujet sur le site du GREA

Site du GREA: [grea.ch/dossiers/jeux](http://grea.ch/dossiers/jeux)

## IDÉES DE QUESTIONS-QUIZ POUR INTRODUIRE LE THÈME

**Le grigri dans ta poche, tu gagneras forcément ta partie de poker.**

**Faux.** La superstition incite le joueur à jouer, mais n'augmente en rien ses chances de gagner.

**L'âge moyen de la première mise aux jeux de hasard et d'argent est de 16 ans.**

**Vrai.**

**Un mineur peut pratiquer des jeux de hasard et d'argent en ligne.**

**Faux.** En Suisse, seules les personnes majeures (+18 ans) sont autorisées à jouer à des jeux d'argent en ligne.

**Entre 2018 et 2021, la part de jeunes au comportement à risque modéré ou problématique a été multipliée par 2.**

**Vrai.**

**La dépendance aux jeux de hasard et d'argent a toujours existé.**

**Vrai.** Les effets néfastes se sont développés dès l'apparition des jeux et ont fait l'objet d'alertes. (Voir la fiche « Histoire »)

## PRODUCT / LE PRODUIT

Les opérateurs de jeux développent des produits qui ciblent les jeunes. Or, nous savons que les 15-19 ans ont 3 à 4 fois plus de risque de développer des problèmes de jeu d'argent sur le long terme.

Réflexion sur l'étude « [Jeux d'argent sur Internet en Suisse](#) »

**Tableau 22, p. 70:** Le taux de joueurs à risque modéré ou problématique est significativement plus élevé chez les jeunes : environ 19,8% chez les 18-29 ans, contre 4,4% chez les 50-59 ans.

## RÉFLEXION

### Comment font les opérateurs pour cibler les jeunes?

Initier un échange avec toute la classe, proposer aux élèves de répondre à tour de rôle, ou répartir les élèves par petits groupes et leur demander de lister leurs idées. Faire ensuite une mise en commun.

#### Quelques pistes

- Utilisation d'un design dynamique dans les lieux dédiés au jeu et dans les campagnes publicitaires.
- Utilisation de photos de jeunes personnes.
- Publicités ciblant les jeunes sur les réseaux sociaux.
- Appâts à l'inscription, tels que bonus, parties gratuites, concours attrayants, etc.
- Développement de jeux spécialement dédiés aux jeunes : paris sportifs, poker en ligne.
- Idéalisation de la vie des jeunes disposant d'un important pouvoir d'achat.

#### Exemples concrets

- Les sites sont colorés, le design des jeux est proche de celui des dessins animés ou des jeux vidéo.
- Prix affichés lors de concours : nouvel iPhone, console Nintendo, écran plat, voyage de rêve, voiture, etc.
- Bonus : les conditions sont souvent difficiles à atteindre pour obtenir les bonus promis (ex. : bonus valable une fois pour le troisième dépôt si le montant est d'au moins 100 francs).
- Montants colossaux : « 193 millions à gagner ».
- Mise en scène orientée vers le rêve.

#### Exemples de sites en ligne

|                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| <a href="#">jackpots.ch</a>  | Grand casino Baden        |
| <a href="#">mycasino.ch</a>  | Grand casino Lucerne      |
| <a href="#">casino777.ch</a> | Casino Davos              |
| <a href="#">starvegas.ch</a> | Casino Interlaken         |
| <a href="#">7melons.ch</a>   | Grand casino Kursaal Bern |
| <a href="#">jeux.loro.ch</a> | Loterie Romande           |

## PRICE / LE PRIX

Jouer coûte cher. Quatre joueurs réguliers sur cinq sont des apprenti-e-s, et c'est souvent l'endettement qui incite les jeunes à jouer. Alors que la plupart des jeux sont réservés aux adultes, l'âge moyen de la première mise se situe à 16 ans. Quelques pistes d'explications :

- Dans les jeux en ligne, les clics sont faciles et les incitations nombreuses. L'argent file rapidement.
- Le gain est présenté comme facilement réalisable.
- Une fois la carte de crédit enregistrée, l'argent est misé sans que le joueur ne s'en rende vraiment compte.
- Les méthodes de paiement sur les casinos en ligne sont multiples : cartes, Twint, etc.

## RÉFLEXION

### Réfléchir aux besoins avec la pyramide de Maslow.

Visionner une vidéo (5 min 33) qui en parle : [Accéder](#)

La hiérarchie des besoins change selon la situation dans laquelle un joueur se trouve :

- s'il ne peut plus payer son loyer,
- s'il ment à sa famille,
- s'il emprunte de l'argent.

Le jeu problématique entraîne un certain nombre de conséquences négatives de nature financière, familiale, professionnelle, sociale et psychologique.

### Exercices

- Faire un exercice sur la gestion du budget (faire ressortir les frais fixes et les frais variables [tujoues.ch](http://tujoues.ch)).
- Enumérer les loisirs et parler du budget loisirs. Le jeu s'inscrit dans ce montant.

### Réflexion sur l'étude « Jeux d'argent sur Internet en Suisse »

#### Accéder

- **Tableau 21, p. 69** : Les jeunes (18-29 ans) dépensent en moyenne 159 francs par mois dans les jeux en ligne, mais valeur médiane se situe à 15 francs. Comment expliquez-vous cela? (On voit qu'il faut faire attention avec la notion de moyenne, car il suffit qu'un jeune joue une somme énorme pour que la moyenne soit tirée vers le haut. La valeur de médiane permet de corriger cela.)
- **Figure 10, p. 72** : La proportion de dépenses effectuées par les joueurs à risque modéré/problématique varie très fortement selon les jeux. Tandis qu'ils ne représentent que 16,7% de la clientèle des jeux de grattage, ils constituent 75,2% des joueurs de poker, 74% des adeptes d'autres jeux de casino et 51,7% des parieurs sportifs.

## PLACE / LA DISTRIBUTION, LA VENTE

La Suisse compte 21 maisons de jeu (casinos). Depuis 2019, les casinos suisses développent leurs propres plateformes internet de casino en ligne. En Suisse romande, la Loterie Romande propose des jeux à gratter dans les kiosques, certains magasins et également en ligne sur son site web. Elle gère aussi des appareils de loterie électronique installés dans les cafés et bars.

### EXERCICE

**Demander aux élèves de lister les lieux de jeux qu'ils connaissent.**

Jouer est très facile et accessible en tout temps, 24h/24 et 7j/7, à travers les différents supports numériques ou les établissements.

#### Les casinos en ligne

- Les pages d'accueil des sites web valorisent l'appât du gain facile, mais il n'en est rien.
- Tout va plus vite que dans un casino traditionnel, car c'est automatisé. Ici, aucun croupier ne distribue les cartes.
- On perd facilement la notion du temps.
- Pas besoin de s'apprêter pour sortir, ni de se déplacer (en voiture, en transports publics, etc.).

#### Le jeu en ligne, en direct

Les casinos en ligne proposent de jouer en direct, pour un large choix de jeux, sur tous les supports (tablette, téléphone, ordinateur, etc.):

- Cela rend la partie plus réelle avec le croupier, les autres joueurs, etc.
- Les participants vivent une expérience totalement immersive.

#### Les paris sportifs

- 50% des joueurs et joueuses de paris sportifs déclarent passer moins de 15 minutes par session de jeu<sup>3</sup>. Néanmoins, les risques sont bien présents, du fait d'un accès au jeu facilité et d'une disponibilité en tout temps à travers les supports numériques.

#### A garder en tête à propos des jeux de hasard et d'argent

- Nous sommes le plus souvent perdants.
- Le résultat dépend du hasard, il est incontrôlable.
- Les probabilités de gain sont toujours en notre défaveur.

<sup>3</sup> Al Kurdi C, Notari L, Kuendig H. Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo, 2019.

## PROMOTION / COMMUNICATION

De plus en plus de campagnes ciblent les jeunes dans le domaine des jeux de hasard et d'argent. Entre 2014 et 2018, la part de jeunes au comportement à risque modéré ou problématique a été multipliée par 10, passant de 0,4% à 4,5%. L'industrie du jeu investit de gros moyens dans la communication. En revanche, les moyens dévolus à la prévention sont dérisoires et il est donc difficile pour les milieux de la prévention de rivaliser. De plus, les messages de l'industrie du jeu sont plus accrocheurs qu'une campagne de marketing social (exemple: une publicité de l'industrie du jeu pour gagner 192 millions sera plus attrayante qu'une campagne de sensibilisation d'une institution de prévention de la dépendance).

### RÉFLEXION – EXERCICES

#### Montrer des publicités d'opérateurs de jeux et ouvrir la discussion.

Qu'est-ce qui attire l'attention des jeunes? Quels sont les canaux utilisés pour diffuser les messages des opérateurs? Pourquoi ceux-là?

#### Campagne de la Loterie Romande pour promouvoir les paris sportifs:

##### Accéder

- Le clip s'adresse à un public jeune. On le voit par son univers, par la musique et par la manière dont il est filmé.
- Le spectateur est invité à rejoindre « le monde des parieurs », notamment « ceux pour qui prédire le futur devient une seconde nature ». Il y a un sentiment d'appartenance à un groupe, et cela est important lorsqu'on est jeune et lorsqu'on est déjà joueur.
- Le message indique que la communauté peut gagner de l'argent grâce à ses compétences. Ce n'est pas la réalité. Une étude réalisée en 2012 a démontré que la connaissance du sport ne permet pas à ceux qui la détiennent de faire de meilleurs pronostics que les novices. Il s'agit d'un jeu de hasard et d'argent.

#### Exercice : tableau SWOT\*

Fournir un tableau SWOT vide aux élèves et leur demander de le remplir avec pour sujet le développement d'une campagne de prévention destinée à sensibiliser les jeunes aux dangers des jeux de hasard et d'argent.

\* Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités), Threats (Menaces)

#### • Campagne «jouer, c'est aussi soutenir»

##### Pause café au bureau - Accéder

##### Brunch entre filles - Accéder

##### Saint-Valentin - Accéder

- Le clip s'adresse à un public jeune. On le voit par son univers, ses acteurs et actrices, et la situation dans laquelle ils ou elles se trouvent.
- Le fait de soutenir des organisations de bienfaisance via l'achat d'un billet à gratter est trompeur. La part revenant à ces organisations est infime.
- Les personnes sont induites en erreur, car le message transmis fait croire que jouer revient à faire un don.

#### Forces

- Liberté de création des messages à diffuser.
- Promotion de la santé et prévention auprès des jeunes.
- Etc.

#### Opportunités

- Le marché du jeu croît: de plus en plus de jeux en ligne.
- Nouveaux supports numériques: possibilité de jouer en ligne, sur smartphone, tablette, laptop, etc.
- Etc.

#### En général, de quoi faut-il avoir conscience?

- Les influenceurs et les influenceuses sont payé-e-s pour faire la promotion des jeux sur les réseaux sociaux, sur Youtube, etc.
- Les pronostics dans les paris sportifs véhiculent la promesse de gagner de l'argent facilement.
- Des stratégies de communication convaincantes font miroiter des gains, des bonus ou des jeux supplémentaires.
- Les opérateurs utilisent un système agressif de notifications qui poussent au jeu.
- Les publicités insistent sur le côté plaisir, convivialité, argent facile, et utilisent souvent des célébrités (exemple: Cristiano Ronaldo et Neymar pour PokerStars).

#### Pourquoi pensez-vous que les cartes de membre existent dans les casinos?

- Elles permettent aux clients de se sentir privilégiés.
- Le casino joue sur un système de récompense avec des points de fidélité.
- Le casino peut obtenir des informations sur les habitudes des clients.

#### Faiblesses

- Faible notoriété (les institutions de prévention sont moins connues que les opérateurs comme la Loterie Romande ou les casinos).
- Faible capacité financière par rapport à l'industrie du jeu.
- Dépendance au jeu moins mise en avant que d'autres dépendances, comme celles liées à l'alcool, à la drogue ou au tabac.
- Etc.

#### Menaces

- La loi sur les jeux de hasard et d'argent: le joueur est-il suffisamment protégé ?
- Etc.

## POURQUOI JOUE-T-ON?

- Pour se divertir, pour gagner de l'argent, pour échapper à ses problèmes, pour combler l'ennui, etc.
- Les jeux de hasard et d'argent sont vus comme un divertissement et perçus comme peu addictifs par les adolescent-e-s.

### Quelques questions ouvertes pour poursuivre la discussion :

- Avez-vous déjà vu une publicité pour les jeux de hasard et d'argent? Qu'en avez-vous pensé? Comment ces publicités sont-elles conçues?
- Pour quelles raisons pourriez-vous être tenté-e par les jeux de hasard et d'argent?
- Quelles expériences avez-vous de ce type de jeux impliquant de l'argent?
- Pensez-vous que les jeux de hasard et d'argent peuvent être dangereux? Quels risques comportent-ils?
- A quelle(s) occasion(s) seriez-vous le plus susceptible de jouer?

### Campagnes de marketing social

Valais : [tujoues.ch](http://tujoues.ch) (en allemand : [duspielst.ch](http://duspielst.ch))

Genève : [leclidetrop.ch](http://leclidetrop.ch)

### Spot vidéo pédagogique : Lootbox

Vidéo pédagogique : [Accéder](#)

Vidéo interview d'experts : [Accéder 1](#) , [Accéder 2](#)

## REVUE DE PRESSE

### Télévision

Les casinos suisses misent sur les jeux en ligne depuis la nouvelle loi (4 min 21) : [Accéder](#)

Jeux de hasard et d'argent séduisent 40% des jeunes Fribourgeois selon une étude (1 min 36) : [Accéder](#)

### Radio

Les jeunes Valaisans sensibilisés aux risques des jeux d'argent en ligne : [Accéder](#)

### Presse écrite

Dépendance aux jeux d'argent : une nouvelle campagne cible les joueurs : [Accéder](#)