UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'INTÉRÊT DES 18-34 ANS POUR LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD AU QUÉBEC : UNE APPROCHE COMPORTEMENTALE

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION

PAR
VALENTIN SALES

MARS 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.05-2011). Cette autorisation stipule que « conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fin pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire ».

REMERCIEMENTS

En premier lieu, j'aimerais remercier Monsieur Raoul GRAF, professeur au département de Marketing de l'ESG-UQAM. Tout au long de la rédaction de ce mémoire, il a su se rendre disponible pour répondre à mes questions et me prodiguer de précieux conseils. Au-delà, il m'a motivé à me surpasser afin de présenter un travail rigoureux et précis.

De manière plus générale, j'aimerais remercier l'ensemble des professeurs de l'ESG-UQAM qui m'ont délivré les cours nécessaires à l'obtention de ma maîtrise. Tous ont fait preuve d'un grand professionnalisme et ont toujours été à l'écoute. Je remercie tout particulièrement Monsieur Fabien DURIF et Madame Amélie GUÈVREMONT pour m'avoir convaincu de poursuivre mes études en doctorat à leurs côtés.

À mes proches, j'aimerais dire à quel point ils ont été importants dans les nombreux moments de doute et de faiblesse. Maxime, j'ai une chance inouïe de t'avoir rencontré et tu as été un véritable pilier dans la dernière ligne droite.

Enfin, merci à vous qui me lisez. J'espère que ce travail vous permettra de trouver les réponses à vos questions, et que vous en apprendrez davantage sur l'univers singulier des jeux d'argent et de hasard.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS III

TABLE DES MATIÈRES IV

LISTE DES FIGURES IX

LISTE DES TABLEAUX X

RÉSUMÉ XII

INTRODUCTION 1

CHAPITRE 1 : CONTEXTE ENVIRONNEMENTAL 4

1.1. UNE BRÈVE HISTOIRE DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD 4

DE L'ANTIQUITÉ AU XVIIÈME SIÈCLE : DÉS, CARTES ET PREMIÈRES MISES 4

DEPUIS LA RENAISSANCE : INTENSIFICATION ET DIVERSIFICATION DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD 7

1.2. LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD AUJOURD'HUI : UN SECTEUR FLORISSANT ? 9

CHAPITRE 2 : REVUE DE LITTÉRATURE 18

2.1. JEUX GÉNÉRIQUES ET JEUX D'ARGENT ET DE HASARD : DES DÉFINITIONS DE BASE AMBIVALENTES 18

LE FLOU SÉMANTIQUE ENTOURANT LE JEU 18

LA PLACE CENTRALE DU PLAISIR 21

2.2. L'IMPORTANCE DU JEU DANS NOS VIES : LE REGARD DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES 23

LA PSYCHOLOGIE 23

LA SOCIOLOGIE 24

L'ETHNOLOGIE 25

La psychanalyse 26
La philosophie 28
2.3. Les motivations aux jeux d'argent et de hasard 32
Quête d'émotions et dérives addictives 33
Imaginaire de gains rapides et faciles 35
De nombreuses autres motivations : désir de compétition, rupture avec la routine, socialisation 36
2.4. Les freins motivationnels des jeunes à consommer des jeux d'argent et de hasard 40
La question du prix... 40
... ou la question du choix des dépenses de loisirs 41
Défaillance au niveau de l'apprentissage et méconnaissance des jeux d'argent et de hasard 43
La connaissance d'un risque 45
2.5. Le manque d'éthique comme possible autre frein motivationnel des jeunes 49
L'image médiocre de l'industrie du jeu 49
Une industrie sans éthique ? 52
Le décalage entre l'attente d'éthique de la part des jeunes et l'activité de Loto-Québec 53

CHAPITRE 3 : CADRE CONCEPTUEL 56

CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE 59

4.1 Design de recherche 59
4.2 Questionnaire original 59
4.3 Échelles utilisées 60
Attitude favorable au jeu 61
Intérêt pour le jeu 62
Quête d'émotions 63
Seconde échelle pour la quête d'émotions : 64
Quête d'argent rapide 65
Quête d'argent facile 66

QUÊTE DE COMPÉTITION....67
VOLONTÉ DE ROMPRE AVEC LA ROUTINE....68
QUÊTE DE SOCIALISATION....68
PRIX TROP ÉLEVÉ....69
DÉPENSES DE LOISIRS RÉFLÉCHIES....70
MÉCONNAISSANCE DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD....71
VOLONTÉ DE S'ÉCARTER DES PRATIQUES À RISQUES....72
MANQUE D'ÉTHIQUE LIÉ À L'ACTION DE JOUER....73
MANQUE D'ÉTHIQUE DE L'INDUSTRIE DU JEU....73
4.4 PRÉ-TEST....74
4.5 QUESTIONNAIRE FINAL....75
4.6 ÉCHANTILLONNAGE ET TECHNIQUE DE COLLECTE....76
4.7 COLLECTE DES DONNÉES....77
4.8 MÉTHODE D'ANALYSE ENVISAGÉE....77

CHAPITRE 5 : RÉSULTATS....78

5.1 ÉPURATION DE L'ECHANTILLON....78
5.2 PROFIL DES REPONDANTS ET POUVOIR DE GENERALISATION....79
ÂGE....79
GENRE....82
REGION DE RESIDENCE....82
LANGUE D'USAGE PRINCIPALE....84
RELIGION....85
OCCUPATION ACTUELLE....86
NIVEAU D'EDUCATION....88
REVENUS BRUTS ANNUELS....89
POUVOIR DE GENERALISATION....91
5.3 FIABILITE DES ECHELLES DE MESURE : ALPHAS DE CRONBACH....91
5.4 VALIDITE DES CONSTRUITS : L'ANALYSE FACTORIELLE EN COMPOSANTE PRINCIPALE....95

DEFINITION 95
ANALYSE FACTORIELLE POUR L'APPROBATION AU JEU 96
ANALYSE FACTORIELLE POUR LES FREINS ET MOTIVATIONS 98
5.4 MISE A JOUR DU MODELE ANALYTIQUE GRAPHIQUE ET DES HYPOTHESES 107
5.5. VALIDATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE 109
HYPOTHESE 1 109
HYPOTHESES 2 A 4 111
5.6. INFLUENCE DE L'INTENTION DE JOUER A DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD SUR LES SOMMES DEPENSEES 116

CHAPITRE 6 : DISCUSSION, LIMITES, ET AVENUES DE RECHERCHE 119

6.1 DISCUSSION DES RÉSULTATS 119
6.2 IMPLICATIONS MANAGÉRIALES 121
6.3 IMPLICATIONS THÉORIQUES 124
6.4 LIMITES DE LA RECHERCHE 126
6.5 AVENUES DE RECHERCHE 128

CHAPITRE 7 : CONCLUSION 130

ANNEXE A : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT 133

ANNEXE B : QUESTIONNAIRE FINAL 136

ANNEXE C : CONDITIONS D'UTILISATION DE L'ANALYSE FACTORIELLE 151

1. ANALYSE FACTORIELLE POUR L'APPROBATION AU JEU 151
2. ANALYSE FACTORIELLE POUR LES MOTIVATIONS ET LES FREINS 151

ANNEXE D : CONDITIONS D'UTILISATION DE LA RÉGRÉSSION LINÉAIRE MULTIPLE, UTILISÉE POUR VALIDER LES HYPOTHÈSES 2 À 4 153

1. NORMALITE 154

2. ABSENCE DE MULTICOLINEARITE 155

3. LINEARITE 155

4. L'HOMOSCEDASTICITE 156

ANNEXE E : CONDITIONS D'UTILISATION DE LA RÉGRÉSSION LINÉAIRE SIMPLE 157

BIBLIOGRAPHIE 161

ARTICLES DE PRESSE : 161

ARTICLES SCIENTIFIQUES : 161

ARTICLES NON SCIENTIFIQUES : 165

COURS : 165

DICTIONNAIRES : 165

OUVRAGES : 165

MEMOIRE : 167

RAPPORTS : 167

PAGES INTERNET : 168

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1.1 : CHIFFRES D'AFFAIRES EN MILLIARDS DE DOLLARS CANADIENS DES TROIS SECTEURS D'ACTIVITÉS PRINCIPAUX DE LOTO-QUÉBEC EN 2017 (RAPPORT ANNUEL LOTO-QUÉBEC, 2016-2017) 13
FIGURE 3.1 : MODÈLE ANALYTIQUE GRAPHIQUE 56
FIGURE 5.1 : TRANSITIONS ENTRE LA FREQUENTATION SCOLAIRE ET LE MILIEU DE TRAVAIL, 2015-2016 (INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUEBEC, ENQUETE SUR LA POPULATION ACTIVE, 2016) 88
FIGURE 5.2 : NOUVEAU MODELE ANALYTIQUE GRAPHIQUE 107

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1.1 : DATES ET LIEUX D'APPARITION DES PRINCIPAUX JEUX DE CASINO 8
TABLEAU 1.2 : DÉPENSES ANNUELLES DES MÉNAGES CANADIENS EN JEUX D'ARGENT ET DE HASARD, PAR PROVINCE (STATISTIQUES CANADA, 2016) 10
TABLEAU 1.3 : SEGMENTATION DES JOUEURS DE LOTERIES SELON LOTO-QUÉBEC (2015), REFLÉTANT LE DÉSINTÉRÊT DES JEUNES POUR CES JEUX DE HASARD 16
TABLEAU 2.1 : RÉSUMÉ DE L'APPORT DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES DANS LA PRÉCISION DE LA DÉFINITION DU JEU 31
TABLEAU 2.2 : MOTIVATIONS AUX JEUX D'ARGENT ET DE HASARD IDENTIFIÉS DANS LA LITTÉRATURE SCIENTIFIQUE 38
TABLEAU 2.3 : PISTES DE FREINS MOTIVATIONNELS À CONSOMMER DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD IDENTIFIÉS DANS LA LITTÉRATURE SCIENTIFIQUE 47
TABLEAU 4.1 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR L'ATTITUDE FAVORABLE AU JEU 61
TABLEAU 4.2 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR L'INTERET POUR LE JEU (EN GENERAL) 62
TABLEAU 4.3 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE D'EMOTIONS 63
TABLEAU 4.4 : SECONDE ECHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE D'EMOTIONS 64
TABLEAU 4.5 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE D'ARGENT RAPIDE 65
TABLEAU 4.6 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE D'ARGENT FACILE 66
TABLEAU 4.7 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE DE COMPETITION 67
TABLEAU 4.8 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA VOLONTE DE ROMPRE AVEC LA ROUTINE ... 68
TABLEAU 4.9 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA QUETE DE SOCIALISATION 68
TABLEAU 4.10 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA PERCEPTION DU PRIX 69
TABLEAU 4.11 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA REFLEXION RELATIVE AUX DEPENSES DE LOISIRS 70
TABLEAU 4.12 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LA MECONNAISSANCE DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD 71
TABLEAU 4.13 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR L'AVERSION AU RISQUE 72
TABLEAU 4.14 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LE MANQUE D'ETHIQUE PERÇU (RELATIVE AUX JEUX D'ARGENT ET DE HASARD) 73
TABLEAU 4.15 : ÉCHELLE DE MESURE RETENUE POUR LE MANQUE D'ETHIQUE PERÇU (RELATIVE A L'INDUSTRIE DU JEU) 73

TABLEAU 5.1 : ÂGE DES REPONDANTS 79
TABLEAU 5.2 : POPULATION QUEBECOISE AGEE DE 18 A 34 ANS SELON STATISTIQUE CANADA, ESTIMATION AU 1ER JUILLET 2017 81
TABLEAU 5.3 : GENRE DES REPONDANTS 82
TABLEAU 5.4 : REGION DE RESIDENCE DES REPONDANTS 82
TABLEAU 5.5 : LANGUE D'USAGE PRINCIPALE DES REPONDANTS 84
TABLEAU 5.6 : RELIGION DES REPONDANTS 85
TABLEAU 5.7 : OCCUPATION ACTUELLE DES REPONDANTS 86
TABLEAU 5.8 : NIVEAU D'EDUCATION DES REPONDANTS 88
TABLEAU 5.9 : REVENUS DES REPONDANTS 89
TABLEAU 5.10 : FIABILITE INITIALE DES CONSTRUITS 92
TABLEAU 5.11 : FIABILITE FINALE DES CONSTRUITS 93
TABLEAU 5.12 : MATRICE DES COMPOSANTES POUR LE FACTEUR « APPROBATION AU JEU (EN GENERAL) » 97
TABLEAU 5.13 : FIABILITE DES NOUVEAUX CONSTRUITS (APRES ANALYSE FACTORIELLE) 99
TABLEAU 5.14 : MATRICE DES COMPOSANTES POUR LES FACTEURS RELATIFS AUX FREINS ET AUX MOTIVATIONS 101
TABLEAU 5.15 : ANALYSE DESCRIPTIVE POUR LES ITEMS DE L'INTERET AU JEU (EN GENERAL) 109
TABLEAU 5.16 : ANALYSE DESCRIPTIVE POUR LE FACTEUR « INTERET AU JEU (EN GENERAL) » 110
TABLEAU 5.17 : VALIDATION DES HYPOTHESES 2 A 4 : ANOVA 111
TABLEAU 5.18 : VALIDATION DES HYPOTHESES 2 A 4 : RECAPITULATIF DES MODELES 112
TABLEAU 5.19 : VALIDATION DES HYPOTHESES 2 A 4 : COEFFICIENTS 114
TABLEAU 5.20 : RECAPITULATIF DE LA VALIDATION DES HYPOTHESES 115
TABLEAU 5.21 : INFLUENCE DE L'INTENTION DE JOUER SUR LES DEPENSES : ANOVA 117
TABLEAU 5.22 : INFLUENCE DE L'INTENTION DE JOUER SUR LES DEPENSES : RECAPITULATIF DES MODELES 117
TABLEAU 5.23 : INFLUENCE DE L'INTENTION DE JOUER SUR LES DEPENSES : COEFFICIENTS 118

RÉSUMÉ

Existant depuis l'Antiquité, les jeux d'argent et de hasard connaissent aujourd'hui une importante croissance dans la plupart des pays occidentaux. Loteries, bingos, casinos ou encore paris en ligne, l'industrie du jeu a généré 27 milliards de dollars en 2016, rien qu'aux États-Unis. Au Canada, l'engouement est également réel, puisqu'en 2016, chaque habitant a dépensé en moyenne 217 CAD$ pour ces jeux, en hausse de 37 CAD$ par rapport à l'année précédente.

De nombreuses études ont essayé de comprendre les comportements des joueurs afin d'en prédire les mises. Néanmoins, beaucoup se focalisent sur des facteurs sociodémographiques au détriment de facteurs comportementaux. De plus, les dérives addictives sont trop souvent au cœur des études, alors que la plupart des joueurs envisagent le jeu comme un loisir et n'ont pas de problèmes de dépendance. Enfin et surtout, peu s'intéressent au cas particulier des jeunes qui semblent pourtant se détourner de ces jeux, au risque de mettre en péril la pérennité de l'industrie. Comprendre ce qui les pousse à jouer, mais surtout ce qui les freine, pourrait permettre la mise en place de stratégies adaptées afin de renouer avec ce segment.

La présente recherche a donc pour objectif spécifique de comprendre les motivations et les freins des Québécois âgés de 18 à 34 ans à consommer des jeux d'argent et de hasard, en se basant uniquement sur des facteurs comportementaux et sans jamais faire intervenir la dimension addictive. À l'issue de la revue de littérature, il a été émis l'hypothèse que si l'ensemble des jeunes Québécois approuve le jeu de manière générale, il coexiste plusieurs motivations et freins qui pourraient impacter l'intérêt pour les jeux d'argent et de hasard spécifiquement ; et donc les sommes dépensées dans ces jeux. Afin de valider nos propos, une étude confirmatoire descriptive a été menée, via un questionnaire en ligne pour lequel 410 réponses ont été analysées.

Les résultats de l'étude ont validé le fait que les Québécois de 18 à 34 ans approuvent le jeu de manière générale. Lorsque l'on s'intéresse au cas particulier des jeux d'argent, plusieurs motivations expliquent l'intérêt pour ces jeux et *in fine* les dépenses : la quête d'émotions, le désir de compétition, un intérêt pragmatique et un intérêt affectif. À l'inverse, l'aversion au risque et la méconnaissance de ces jeux limitent l'intérêt et les dépenses. Enfin, le manque d'éthique perçu par les jeunes vis-à-vis de ces jeux et de l'industrie du jeu plus généralement agit également comme un frein : preuve que l'industrie doit se doter de nouvelles façons plus éthiques et responsables de fonctionner.

Mots clés : jeux d'argent et de hasard, jeunes québécois, freins, motivations, intérêt, dépenses, comportement du consommateur.

INTRODUCTION

Les jeux d'argent et de hasard, souvent résumés par l'appellation « jeux d'argent », renvoient à de multiples loisirs et passe-temps dans lesquels des individus font des mises dans l'espoir de remporter un lot, qu'il soit physique ou monétaire : le fameux *jackpot*. Ce type de jeux a toujours existé et les historiens sont par exemple en mesure de retracer leur présence jusqu'à l'Antiquité, que ce soit en Grèce, à Rome, ou encore du côté de la Chine. Avec le temps, ces jeux se sont complexifiés et modernisés. Au-delà des cartes et des dés qui constituaient jadis les seuls moyens de miser de l'argent, l'apparition des casinos a permis l'essor de nouveaux jeux, et, plus tard, l'émergence des fameuses machines à sous. En parallèle durant la seconde moitié du XXème siècle, le jeu est devenu réglementé : se résumant autrefois aux salles de jeux privées et autres *saloons* américains, le hasard est désormais entre les mains d'institutions le plus souvent nationalisées, à l'instar de Loto-Québec dans la Belle Province. Ces dernières encadrent et réglementent le jeu, tout en versant des dividendes colossaux aux différents gouvernements qui ont un mot à dire quant à leurs stratégies de croissance. Toujours à l'affut de nouveautés pour séduire une clientèle en quête de divertissement et de sensations fortes, ces organismes publics se réinventent sans cesse afin de proposer une expérience de jeu différente. Après l'invention des loteries nationales dans les années 1970 en France ou au Canada, l'avènement du numérique plus récemment a encore concouru à démocratiser le jeu et à en donner l'accès au plus grand nombre. Tout un chacun peut désormais s'adonner à des paris sportifs, hippiques, ou encore jouer au Poker depuis son téléphone intelligent.

En toute logique, le secteur du jeu génère des revenus en hausse constante dans la plupart des pays développés. Ainsi, ce secteur représente 27 milliards de dollars américains rien qu'en France. Au Canada, le constat est similaire puisque l'industrie a vu ses revenus passer de 2,7 milliards à 10,7 milliards de dollars canadiens entre 1992

et 2010. En 2016, chaque ménage canadien a en outre dépensé 217 dollars en moyenne dans ces jeux. Pour le cas plus spécifique du Québec, les jeux d'argent et de hasard sont gérés par la société d'État « Loto-Québec », créée en 1969. En 2017, ses revenus se sont élevés à 3,6 milliards de dollars canadiens, en hausse de 2,1 % par rapport à l'année précédente.

Le secteur des jeux d'argent et de hasard, un secteur qui ne connaît pas la crise au Québec ? Pour l'instant en tous cas, car il semble y avoir une ombre au tableau... En effet, les jeunes québécois semblent se détourner de plus en plus de ce type de loisirs. Alors que le profil type du joueur de Loto-Québec est une femme au niveau d'éducation faible et âgée de 40 ans ou plus, la compagnie doit logiquement faire face à un problème de renouvellement de sa clientèle, ce qui pourrait bien mettre à mal ses activités dans les années à venir. Ainsi, la firme se demande **comment développer des campagnes marketing efficaces afin d'augmenter durablement ses revenus auprès des moins de 34 ans ?** Notre présente recherche aura pour objectif de répondre à la problématique de recherche marketing suivante : **Quelles sont les motivations et les freins des 18 - 34 ans à consommer des jeux d'argent et de hasard au Québec ?**

Avant de mettre en place notre étude, une revue de littérature articulée autour de plusieurs thématiques nous a permis de mettre en lumière certains faits. Après avoir défini le jeu, nous nous sommes posé la question de recherche suivante : **« de manière générale, les Québécois de 18 à 34 ans approuvent-ils le jeu ? »** Pour couvrir cette question, nous avons eu recours à diverses disciplines issues des sciences humaines et sociales, afin de mieux comprendre la place singulière du jeu dans nos vies.

Par la suite, nous avons voulu savoir « **quelles sont les motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement ?** », ce qui constituait là notre seconde question de recherche. Si les articles scientifiques relatifs à cette question sont assez nombreux, peu abordent le jeu sans faire intervenir la dimension addictive de

certains joueurs. De plus, beaucoup tentent d'expliquer l'intérêt au jeu par de simples explications démographiques. Dès lors, nous avons tenté de surmonter ces problèmes majeurs.

A l'inverse, nous avons aussi voulu comprendre **« pourquoi certains consommateurs, et notamment les plus jeunes, ne consomment pas des jeux d'argent et de hasard ? ».**

Enfin, conscients que notre problématique faisait intervenir des notions d'éthique, nous avons présenté les travaux les plus significatifs quant à ce qu'est l'éthique en marketing, mais aussi sur l'importance nouvelle que les jeunes lui accordent. *In fine*, nous nous sommes posé l'ultime question de recherche **« le manque d'éthique associé au jeu et à l'industrie du jeu plus généralement peut-il constituer un frein motivationnel supplémentaire auprès des jeunes ? ».**

La présente recherche se déroulera en plusieurs temps. Tout d'abord, nous reviendrons sur le contexte environnemental et les problématiques de manière plus détaillée. Puis, nous présenterons une revue de littérature construite en entonnoir et qui montrera ce qui a déjà été traité, mais aussi nos hypothèses de recherche et notre cadre conceptuel. Notre étude commencera alors avec une explication de la méthodologie utilisée puis nos résultats. Finalement, notre conclusion résumera nos apports et identifiera certaines limites qu'il conviendra de mettre en avant, mais aussi les contributions managériales et théoriques de ce travail.

CHAPITRE 1 :

CONTEXTE ENVIRONNEMENTAL

1.1. Une brève histoire des jeux d'argent et de hasard

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, les jeux d'argent et de hasard ne se sont pas développés avec l'essor des casinos et autres salles de jeu. En effet, les chercheurs sont parvenus à démontrer que leur existence est bien plus ancienne. Nous allons ici dresser un bref aperçu de l'Histoire de ces jeux en remontant jusqu'à l'Antiquité, en voyant comment ils sont peu à peu devenus incontournables dans nos sociétés.

De l'Antiquité au XVIIème siècle : dés, cartes et premières mises

Commençons tout d'abord par évoquer les jeux de hasard de manière générale. Objet incontournable de nombreux jeux, **le dé** (utilisé par exemple au Craps) aurait une origine ancienne, probablement aux alentours de 6000 ans avant Jésus Christ. Bien que sa région d'origine ne fasse pas consensus auprès des scientifiques, les plus anciens dés retrouvés à ce jour proviennent de Mésopotamie ou de la Vallée de l'Indus, plus à l'est (Deshayes, 1969). Au départ de simples osselets à quatre faces, la numérotation et la forme cubique n'interviennent que plus tard. En Grèce Antique, ces osselets, devenus dès, rencontrent un franc succès et sont présents dans de nombreux foyers. Le caractère hasardeux de l'issue des jeux de dés se reflètent dans les noms que les Grecs lui donnent : *kybos, astragaloi*, mais surtout *alea*, qui servira plus tard à la construction du mot français « aléatoire » (Nikulina & Schmölcke, 1999) : « soumis au hasard, dont le résultat est incertain » (Larousse, 2018). Dans les cités grecques, le jeu le plus populaire est sans conteste le lancer de dés, très prisé des enfants et qui nécessite habituellement cinq dés. En fonction des faces sur lesquels ils retombent, un nombre de points est attribué au lanceur (Nikulina & Schmölcke, 1999). Au-delà des objets retrouvés, la littérature de l'Antiquité évoque aussi ces jeux de hasard. Ainsi, le dramaturge

Alexandre d'Étolie (IIIème siècle avant Jésus Christ), a par exemple écrit *Les Joueurs de Dés,* dans lequel il narre les conséquences tragiques d'un perdant à un jeu de dés qui décide de commettre un meurtre dans le but de se venger (Nikulina & Schmölcke, 1999). La dimension néfaste des jeux de hasard est donc souvent mise en avant par la littérature, et ce jusqu'à l'époque contemporaine. Plus encore, ces jeux de hasard sont largement condamnés, notamment par l'Église au Moyen-âge. La Bible en fait même référence, lorsqu'est évoquée la suite de la crucifixion de Jésus : « Les soldats, après avoir crucifié Jésus, prirent ses vêtements, et ils en firent quatre parts, une pour chacun d'eux. Ils prirent aussi sa tunique : c'était une tunique sans couture, d'un seul tissu depuis le haut jusqu'en bas. Ils se dirent donc entre eux : « Ne la déchirons pas, mais tirons au sort à qui elle sera. » » (Évangile selon Saint-Jean, XIX, 22-24). Ce qui est en réalité critiqué par les détracteurs des jeux de hasard est le fait que pour gagner, aucune habileté n'est requise, ce qui sous-entend deux choses : premièrement, le vainqueur n'a pas à recevoir de mérite particulier. Secondement, tricher à ces jeux est plus facile : Nikulina & Schmölcke (1999) évoquent par exemple la pratique ancienne et répandue de piper des dés à l'aide de mercure.

Après la Mésopotamie et l'Europe, voyageons désormais vers une autre région du globe : l'Asie. Autre élément incontournable des jeux de hasard, les premières **cartes à jouer** y seraient apparues entre le VIIème et le Xème siècle en Chine. Leur existence est donc postérieure à celle des dés, mais il est intéressant de noter que les premières cartes auraient été fabriquées sur des dés originaires d'Inde, avant que la technique de la xylographie ne permette d'en produire à plus grande échelle (Needham, 1985). Dans une culture fascinée par le jeu (l'anthropologue Georges Edward Mauger (1915) avait tenté de classer la multitude de jeux chinois en quatre catégories), l'arrivée des cartes permet la réinvention de certains jeux comme les dominos ou les échecs, qui sont désormais disponibles en version cartes. Ils se répandent donc plus facilement, devenant plus transportables et moins onéreux. En Europe, le succès des jeux de cartes est moins ancien. S'il est impossible de dater l'apparition des cartes sur ce continent,

certains auteurs, à l'instar de Jean-Pierre Étienvre (1980), évoquent la possibilité d'une introduction en Europe aux alentours du XIVème siècle, probablement en Catalogne. Par la suite, les jeux de cartes connaissent une grande popularité. En France, le métier de cartier se développe ainsi rapidement et les premiers statuts de cette profession sont rédigés dès 1614 à Lyon. Ils permettent d'encadrer la profession, de protéger la propriété intellectuelle ou encore de réglementer la qualité des cartes (Musée Gadagnes, 2017).

Nous venons d'illustrer brièvement l'importance ancienne des jeux de hasard à travers l'exemple des dés et des cartes à jouer, mais qu'en est-il plus spécifiquement des jeux de hasard faisant intervenir l'**argent** ? En réalité, les jeux de hasard ont été intimement liés à l'argent (ou tout du moins à des mises) dès leur émergence. Par exemple en Grèce Antique, les jeux d'osselets, puis de dés, engagent rapidement des paris entre les joueurs qui s'affrontent. Plus encore, des maisons de jeu existent à Athènes, sous le nom de *Sciraphies* (Guiraud, 1894). Bien souvent, l'on s'adonne aux dés à travers des événements festifs et très arrosés : il n'est alors pas rare que quelques joueurs trop éméchés y perdent rapidement leurs biens. Dans l'Empire Romain, l'engouement pour les jeux de dés est également bien présent. Afin d'en prévenir les dérives, une loi est même votée, la *lex aleatoria* (ou « loi des dès »), qui interdit de miser ses biens, excepté lors de la période restreinte des Saturnales (Nikulina & Schmölcke, 1999). Se déroulant durant la semaine précédant le solstice d'hiver, les saturnales sont une période de fêtes et célébrations dédiées à Saturne, Dieu du temps et de l'agriculture (Haudry, 1987). Outre les jeux de dés, les cartes sont également devenues très vite des moyens de miser. En Chine, les jeux de cartes dits « monétaires » se sont développés à partir du XVIIème siècle, à l'instar du *Ma Diao* (« cheval pendu ») dont le succès est important sous la dynastie chinoise des Qing (1644-1912). Ce célèbre jeu se joue en équipe de trois personnes unies pour affronter un banquier, justement désigné par un tirage au sort réalisé au moyen de dés. Les quarante cartes que possède le jeu n'ont pas une valeur

nominale mais monétaire, et l'objectif est bien entendu la victoire de l'équipe contre le banquier (Lo, 2000).

Depuis la Renaissance : intensification et diversification des jeux d'argent et de hasard

La fin de la Renaissance marque en Europe le début d'une nouvelle ère pour les jeux d'argent et de hasard. En effet, c'est à cette période que les salles de jeux se multiplient sur le continent tout en se démocratisant. Ouvert en 1638 à Venise dans une aile du Palais Dandolo, *Il Ridotto* est même considéré comme le premier **casino** moderne, et cela pour deux raisons. Tout d'abord, à l'inverse des salles de jeux plus anciennes, *Il Ridotto* jouit d'un statut légal et est ouvert à tous, sans distinction. De plus, il est géré publiquement par le Conseil de Venise (*Maggior Consiglio*), à l'instar de la plupart des casinos canadiens aujourd'hui. En activité pendant plus d'un siècle, *Il Ridotto* ferme finalement ses portes en 1774, lorsque des voix s'élèvent pour critiquer la paupérisation progressive d'une partie de la population locale alors devenue dépendante (Thomassen, 2016). Pour autant, cette fermeture ne marque pas la fin des casinos en Europe, qui fleurissent dès la fin du XVIIIème siècle avec par exemple l'ouverture du Casino *La Redoute* de Spa, en Belgique (Joanne, 1856). Sur le Continent américain, les *saloons* laissent place aux casinos de manière accélérée au XXème siècle, avec la création notamment de Las Vegas dans les années 1930. Alors que la construction du barrage Hoover nécessite le déploiement d'une main d'œuvre masculine nombreuse dans la région, les casinos sont perçus comme un moyen de divertir ces ouvriers, tout en permettant à la municipalité de se développer en amassant de forts revenus (Stevens, 2014).

Si les salles de jeux ou casinos sont aussi importants, c'est parce qu'ils ont permis l'apparition d'une multitude de nouveaux jeux d'argent et de hasard qui trouvent en ces lieux un public large concourant à leur succès. Le tableau ci-dessous présente

quelques-uns de ces **jeux de casino** parmi les plus célèbres, avec leurs dates approximatives d'apparition :

Tableau 1.1 : Dates et lieux d'apparition des principaux jeux de casino

Jeu	Date d'apparition	Lieu d'apparition	Source
Roulette	XVIIIème siècle	France	*Giol, 2011*
Black-Jack	XVIIIème siècle	France (sous le nom de « 21 »)	*Marchel, 1998*
Craps moderne	Début XIXème siècle	États-Unis	*Chin, 2012*
Baccara	XIXème siècle	Probablement Espagne	*Whiting, 2010*
Poker	XIXème siècle	États-Unis	*Depaulis, 2008*
Machines à sous	Années 1890	États-Unis	*Lemaître, 1997*

En parallèle à ces jeux que l'on retrouve exclusivement dans les casinos, **les loteries nationales** émergent en proposant des jackpots toujours plus colossaux. Bien qu'existant en Chine depuis l'Antiquité et en Europe depuis le Moyen-âge (Schneider & Roberts, 2014), l'encadrement des loteries n'intervient que durant la seconde moitié du XXème siècle dans la plupart des pays Occidentaux, lorsque ces loteries dépassent le cadre local pour devenir nationales. À titre d'exemple, le « loto » apparaît en 1975 en France (Martignoni-Hutin, 1993), et le premier tirage d'un loto québécois a lieu une année plus tard, en proposant un jackpot d'un million de dollars canadiens (Loto-Québec, 2018). Que dire aussi des **tickets à gratter**, des **courses hippiques**, ou encore des **paris sportifs** qui, eux aussi, ont connu une ascension fulgurante ces dernières années. Enfin, l'émergence d'internet et des applications pour téléphones intelligents a

plus que jamais permis de donner accès à ces jeux à une grande partie de la population, qui n'a désormais plus besoin de se déplacer dans des casinos ou salles de jeux pour s'y adonner.

1.2. Les jeux d'argent et de hasard aujourd'hui : un secteur florissant ?

Dans la plupart des États Occidentaux, l'engouement pour les jeux de hasard est en hausse constante, avec une croissance particulièrement surprenante en France : alors qu'en 1997 le chiffre d'affaires de l'industrie représentait 9,5 milliards de dollars US, ce chiffre dépasse la barre des 27 milliards en 2016. Surtout, le marché ne semble pas avoir atteint sa phase de maturité puisque les experts estiment que ces revenus colossaux vont encore augmenter dans les années à venir, avec un potentiel chiffre d'affaires estimé à 35 milliards pour 2025, autant qu'aux États-Unis pour un pays cinq fois moins peuplé (Euromonitor International, 2017). De manière générale, Chan Boon et Patrick Lee (2008) ont souligné qu'il existe une corrélation entre la richesse d'un pays et l'importance des revenus générés par l'industrie du jeu. Pour le dire autrement, plus un pays est riche, plus les dépenses moyennes par habitant en jeux d'argent et de hasard sont importantes. Rien d'étonnant alors si les Australiens, suivis des Norvégiens et des Américains constituent le podium des plus gros joueurs, toujours selon ces mêmes auteurs.

Qu'en est-il plus spécifiquement pour le Canada ? Les chiffres disponibles et émis par Statistique Canada dénotent une réalité similaire : l'industrie des loteries et jeux de hasard a en effet connu une hausse spectaculaire entre 1992 et 2010 dans ce pays, avec des recettes passant de 2,7 milliards de dollars Canadiens à 13,7 milliards. En 2016, chaque ménage canadien dépensait en moyenne 217 dollars par an dans ces jeux, soit une hausse de 37 dollars par rapport à l'année précédente. Dans le détail, les plus gros joueurs se trouvaient en Ontario, où ce chiffre atteignait 303 dollars ; alors que les

Québécois seraient les moins friands de ce type de jeux avec une moyenne de 127 dollars par ménage (Statistiques Canada, 2016).

Tableau 1.2 : Dépenses annuelles des ménages canadiens en jeux d'argent et de hasard, par Province (Statistiques Canada, 2016)

Rang	Province	Dépenses annuelles par ménage (CADS)
1	Ontario	303
2	Terre Neuve et Labrador	281
3	Nouveau-Brunswick	245
4	Manitoba	215
5	Saskatchewan	207
6	Alberta	180
7	Nouvelle-Écosse	174
8	Colombie-Britannique	168
9	Ile du Prince Édouard	142
10	Québec	127

En outre, soulignons qu'entre 1992 et 2006, le nombre d'emplois dans ce secteur fructueux est passé de 11 000 à 40 000. Notons ici une remarque importante : ces chiffres ne prennent en compte que les sociétés de jeux de hasard gérées par les différents organes publics. En effet, selon le Règlement fédéral sur les jeux de hasard (1990), chaque Province ou Territoire dispose d'une société de loterie unique et rattachée aux gouvernements fédéraux, qui gère l'ensemble des jeux de hasard comme

les casinos, les machines à sous, les tickets à gratter ou encore les paris. À titre d'exemple, la British Columbia Lottery Corporation distribue et gère ces jeux en Colombie Britannique ; Loto Atlantique jouit des mêmes prérogatives en Nouvelle Écosse, au Nouveau Brunswick, à Terre-Neuve-et-Labrador et sur l'île du Prince Édouard. Aux cinq sociétés d'État administrant les jeux de hasard au Canada, s'ajoute la Société de loterie interprovinciale qui gère exclusivement les deux loteries nationales, disponibles en tous points du pays : Lotto 6/49 et Lotto Max. Nonobstant, il est erroné de penser que ces six sociétés d'État disposent d'un monopole des jeux de hasard, puisque des salles de jeux ou des casinos détenus et gérés par les populations autochtones coexistent en parallèle. Si leurs parts de marchés restent largement en deçà des espaces de jeux détenus publiquement (aucun chiffre précis n'est donné par Statistique Canada), cette concurrence est prisée par certains joueurs qui pensent souvent avoir de meilleures chances d'y gagner, ou d'y obtenir des meilleurs rapports de gain. Au Saskatchewan, le Casino Bear Claw, détenu par le chef Bryan Standingready, est ainsi devenu rapidement une attraction majeure de la Province. Surtout, il a permis à la population autochtone locale de baisser son taux de chômage de manière significative (radiocanada.ca, 2012). Même réalité au Québec, où la salle de poker de Kahnawake est détenue par des Amérindiens et rencontre un franc succès auprès des adeptes de ce jeu.

La présente recherche ayant pour cadre géographique le Québec, il convient désormais de présenter plus spécifiquement l'industrie des jeux d'argent et de hasard dans cette Province. Comme souligné précédemment, le Québec dispose d'une société d'État, Loto-Québec, qui s'occupe de créer, distribuer, et encadrer les jeux de hasard. C'est en 1969 qu'est créée cette compagnie, profitant du vote du Bill omnibus au niveau fédéral. Cette loi, ayant pour vocation d'adapter le droit pénal aux valeurs du Canada de l'époque, décriminalisa l'homosexualité ainsi que l'avortement. En outre, elle permit la légalisation des loteries. Dans ce contexte, le gouvernement québécois réalisa que l'instauration d'une société de loterie pouvait générer des revenus complémentaires

non négligeables : c'est ainsi que Loto-Québec vit le jour. Il fallut attendre 1970 pour que le premier tirage eut lieu, avec la promesse d'un jackpot à 125 000 dollars, pour une mise de deux dollars par grille. En 1972, Loto-Québec eut même l'idée d'utiliser sa loterie afin de financer une partie des Jeux Olympique d'été, prévus quatre années plus tard (Cosgrave & Klassen, 2009). Depuis les années 1970, la Société d'État n'a cessé de développer ses activités et de réaffirmer son importance dans le développement de l'économie provinciale. À ce titre, le rapport d'activité annuel pour l'exercice 2016-2017 stipule que la mission du groupe est toujours de « gérer l'offre de jeux de hasard et d'argent de façon efficiente et responsable en favorisant l'ordre, la mesure, et l'intérêt de la société québécoise ». Au fur et à mesure que l'offre s'est élargie, le groupe a affiné ses orientations stratégiques autour de trois valeurs principales : la proposition d'une offre de jeux attrayante, novatrice, et compétitive (Rapport annuel Loto-Québec, 2016-2017). Mais alors que propose aujourd'hui concrètement Loto-Québec à ses joueurs ? Le temps où l'activité du groupe se limitait seulement aux tirages semble bel et bien révolu puisqu'aujourd'hui Loto-Québec organise son activité autour de quatre activités principales, pour un chiffre d'affaires total de 3,6 milliards de dollars canadiens en 2017, en hausse de 2,1 % par rapport à l'exercice précédent. Toujours d'après le rapport annuel du groupe, ces activités sont réparties en 2017 comme suit :

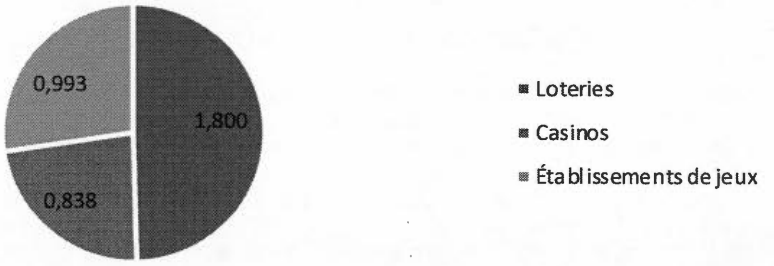
- Les loteries : elles constituent toujours le cœur de l'activité de Loto-Québec, avec un chiffre d'affaires s'établissant pour la période 2016-2017 à 1,8 milliards de dollars, en hausse de 1,7 %. Les loteries englobent également les jeux à gratter ainsi que les différents paris sportifs.
- Les casinos : le groupe en possède quatre à travers le Québec (Montréal, Lac Leamy, Mont Tremblant et Charlevoix). En 2017, ils ont généré un revenu de 838 millions de dollars, soit une hausse plus importante de 4 %. Soulignons ici que le Casino de Montréal est le plus grand du Canada, avec un parc de 5000 machines à sous et plus de vingt jeux de tables. Au total chaque année, ce

ne sont pas moins de neuf millions de joueurs qui visitent l'un de ces établissements.

- Les établissements de jeu, qui diffèrent des casinos par leur taille (plus petite), et l'offre de jeux disponibles (beaucoup plus restreinte). Pour autant, ils représentent 993 millions de dollars, en hausse de 1,3 %.

Le site de jeu en ligne, Espacejeux.com a quant à lui enregistré des revenus de 66 millions de dollars en 2016, en hausse spectaculaire de 35,2 % en un an seulement (les données pour l'année 2017 ne sont pas encore disponibles).

Figure 1.1 : Chiffres d'affaires en milliards de dollars canadiens des trois secteurs d'activités principaux de Loto-Québec en 2017 (Rapport annuel Loto-Québec, 2016-2017)



À ces activités s'ajoutent encore les bingos, très populaires en zones rurales et qui sont tous gérés par Loto-Québec. Il en va de même pour les machines à sous installées dans les bars et autres lieux de commerce. La mission de l'entreprise d'agir au service de la société est vérifiée grâce à plusieurs indicateurs. C'est ainsi qu'en 2017 par exemple, Loto-Québec a versé 1,206 milliard de dividendes au gouvernement du Québec, 158 millions de taxes aux gouvernements ou encore 17,4 millions à des organismes sans but lucratif (Rapport annuel Loto-Québec, 2016-2017). Surtout, Loto-Québec emploie près de 6000 employés et est la 26ème plus grosse compagnie du Québec en termes de revenus (Les Affaires, 2016). En toute logique, Loto-Québec dispose d'une

assise solide dans la Province, grâce à ses différentes actions en faveur de la communauté, mais aussi et surtout car elle dispose d'un quasi-monopole sur le territoire.

D'une perspective quantitative, les éléments que nous avons présentés jusqu'à présent nous ont permis de bien comprendre le contexte économique et l'évolution des jeux de hasard dans notre espace géographique limité qu'est le Québec. Pour autant, nous avons voulu compléter ces données par des éléments plus qualitatifs que seul un gestionnaire de Loto-Québec pouvait nous communiquer. C'est ainsi que nous sommes entrés en contact avec Anne-Marie Voyer, chef de service gestion de produits et développement pour le département des loteries, le plus important en taille et en chiffre d'affaires du groupe. L'objectif principal pour nous était dans un premier temps de mieux comprendre le profil des joueurs de Loto-Québec, mais aussi les défis du groupe. Il en est ressorti qu'aujourd'hui, si 70 % des Québécois jouent à des jeux proposés par Loto-Québec, la majorité d'entre eux sont des individus de 45 ans et plus, majoritairement des femmes (à 55 %) au niveau de scolarisation moyen ou faible. Aux côtés de ces joueurs typiques, le groupe a identifié sept segments de joueurs de loterie (notre interlocutrice n'était pas en mesure de nous communiquer des chiffres pour l'ensemble des activités du groupe). Il en ressort par exemple que 5 % de la population constituent les « mordus de loterie » et représentent 13 % du chiffre d'affaires de cette activité ; alors que les « joueurs occasionnels » représentent le segment le plus vaste avec 34 % des individus, pour 14 % du chiffre d'affaires. Ce second groupe dépense en moyenne 113 dollars par an dans les loteries, a un niveau d'éducation et de revenus similaires à la moyenne provinciale, et a généralement plus de 35 ans.

À partir de ces faits, un premier constat apparaît : les jeux de hasard semblent davantage attirer des populations plus âgées, un constat qui devient alors un problème majeur puisque pour être pérenne, Loto-Québec doit pouvoir renouveler sa clientèle en attirant les jeunes, futurs cœurs de cible de demain. Là où les jeunes faisaient jadis

partie de la clientèle de Loto Québec, leur part dans les revenus générés par le groupe ne cesse de baisser. Ce constat est d'ailleurs corroboré par différents articles qui soulignent qu'en 2016, les 18-34 ans ne constituaient que 17% des joueurs de Loto-Québec alors qu'ils représentent 27% de la population totale (Fragasso-Marquis, 2016). Cet abandon progressif des jeunes pour les jeux de hasard peut s'expliquer selon Anne-Marie Voyer par le fait que depuis le début des années 2000 et l'apparition des lois interdisant les jeux d'argent aux moins de 18 ans, toute une génération n'a pas été exposée au jeu.

Conscient de ce problème, Loto-Québec a développé des stratégies spécifiquement adressées aux 18-34 ans. C'est ainsi qu'en 2016, le billet à gratter « Walking Dead », inspiré de la célèbre série américaine, a par exemple été développé. Afin d'accroître les ventes, les réseaux sociaux ont été mobilisés puisque le groupe a eu recours à des bloggeurs influents afin de vanter le produit. Surtout, les chances de remporter un gain étaient plus importantes que pour d'autres billets plus traditionnels (comme les « Mots Cachés »), dans le but de prouver à cette population que les jeux d'argent pouvaient rapporter gros. Sur les quarante lancements de nouveaux billets à gratter par an, Anne-Marie Voyer souligne qu'il y en aura désormais cinq à six destinés exclusivement aux moins de 34 ans.

Notons tout de même que le digital semble constituer une solution possible pour intéresser à nouveau les jeunes à s'adonner aux jeux d'argent et de hasard. En effet, selon I. Traoré (2014), 6% des jeunes Québécois du secondaire ont joué en ligne à ces jeux en 2014 (la plupart du temps via des sites illégaux). En parallèle, 5% des Québécois tous âges confondus ont déjà joué à ces jeux sur internet en 2018 (Biron & al., 2018). De fait, on peut déduire que ces nouvelles façons de jouer trouvent un écho plus favorable chez les jeunes que chez le reste de la population, une singularité utile à soulever.

Tableau 1.3 : Segmentation des joueurs de loteries selon Loto-Québec (2015), reflétant le désintérêt des jeunes pour ces jeux de hasard

Nom du segment de joueurs	Caractéristiques
Mordus de loteries	Dépenses annuelles : 696 $. Ont généralement plus de 45 ans, revenus dans la moyenne, issus du secondaire et presque exclusivement francophones. 5 % de la population.
Amateurs de *big lottos*	Dépenses annuelles : 439 $. Ont généralement plus de 45 ans, revenus dans la moyenne, issus du secondaire. 17 % de la population.
Passionnés d'instantanés	Dépenses annuelles : 475 $. Majoritairement des femmes plus âgées, issues d'une éducation secondaire. Francophones, peu fortunées. 2 % de la population.
Adeptes de divertissement	Dépenses annuelles : 359 $. Éducation : secondaire. Autres caractéristiques sociodémographiques dans les moyennes québécoises. 6 % de la population.
Joueurs de *Mise-O-jeu*	Dépenses annuelles : 252 $. Majoritairement des hommes aux revenus élevés, ayant moins de 55 ans. 1 % de la population.
Joueurs occasionnels	Dépenses annuelles : 113 $. Caractéristiques sociodémographiques dans les moyennes québécoises. 34 % de la population.
Non-joueurs	**Allophones. Éducation : universitaire. Revenus : dans la moyenne. 18 – 44 ans. 25 % de la population.**
Très gros joueurs	Dépenses annuelles : 1105 $. Majoritairement francophones. Éducation : secondaire. Revenus inférieurs à 50 K$. 35 ans et plus. 7 % de la population.

Source : document interne, service Marketing Loto Québec, 2015

Dans ce contexte, **afin de renouveler sa clientèle, Loto-Québec se demande comment développer des campagnes marketing efficaces afin d'augmenter durablement ses revenus auprès des moins de 34 ans ?** (Problème de gestion). Dès lors, la présente recherche aura pour objectif de répondre à la problématique de recherche marketing suivante : **Quelles sont les motivations et les freins des 18 - 34 ans à consommer des jeux de hasard au Québec ?** (Problème de recherche marketing).

Cette étude est singulière car au-delà d'étudier la consommation des jeux de hasard sous une nouvelle perspective, elle permet de proposer des solutions concrètes à Loto-Québec et de mieux identifier un groupe démographique qui lui est encore trop méconnu. En effet, jusqu'à présent la majorité des études qui s'intéressaient aux comportements des jeunes vis-à-vis des jeux de hasard se focalisaient exclusivement sur des comportements addictifs. Bien souvent, des parallèles ou des liens rapides étaient créés : preuve en est, « l'enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaires » (Gouvernement du Québec, 2013) citée au début de notre texte présente le jeu sous sa seule dimension addictive. Surtout, le jeu est comparé aux autres formes d'addictions comme le tabac ou l'alcool. Or, cette étude n'a pas pour vocation à s'intéresser aux dérives d'une consommation excessive de jeux de hasard, qui ne touche en réalité qu'une infime partie des moins de 34 ans. À l'inverse, elle a pour objectif de s'intéresser à cette majorité de jeunes qui semble détachée du jeu, en donnant des explications à ce phénomène et les solutions possibles pour renverser la tendance, tout en restant éthique et en préservant ces jeunes consommateurs. Enfin, soulignons un autre intérêt majeur de cette recherche : la volonté de prédire l'intention de jouer en se basant sur des variables attitudinales, là où la majorité des études ont recours à des variables sociodémographiques (cela est par exemple le cas des études de Loto Québec, comme nous venons de le voir).

CHAPITRE 2 :

REVUE DE LITTÉRATURE

Avant de rentrer dans la pratique, nous allons ici commencer par présenter quelques sources issues de la littérature scientifique et qui permettent d'entrevoir ce qui a déjà été théorisé, en rapport avec notre problématique de recherche. Afin d'en faciliter la lecture, cette revue est construite en entonnoir, partant du général, avant de se préciser au fur et à mesure autour des tensions qui animent notre sujet et pour lesquelles la littérature scientifique a parfois apporté des réponses.

Tel que mentionné dans le contexte environnemental de notre étude, de l'Antiquité à nos jours, des dés aux paris sportifs sur mobiles, les jeux d'argent et de hasard se sont multipliés en divers points de la Planète. Aujourd'hui, ces jeux n'ont jamais été aussi nombreux et il n'a jamais été aussi facile de les pratiquer : cela expliquerait pourquoi, comme nous l'avons déjà dit, ce secteur est en constante croissance dans la plupart des pays développés. Pour autant, une question majeure se dessine : alors que ces jeux sont de plus en plus nombreux et variés, partagent-ils un point commun qui les distinguerait des autres divertissements et jeux traditionnels ? Une définition de base des jeux en général, puis des jeux d'argent et de hasard plus précisément sont ici nécessaires.

2.1. Jeux génériques et jeux d'argent et de hasard : des définitions de base ambivalentes

Le flou sémantique entourant le jeu

Selon l'historien néerlandais Joseph Huizinga qui en donne une définition en 1938, le jeu est « une action libre, sentie comme fictive et située en dehors de la vie courante, capable néanmoins d'absorber totalement le joueur ; une action dénuée de tout intérêt matériel et de toute utilité ; qui s'accomplit en un temps et dans un espace expressément

circonscrits ». Les caractères ludiques et inutiles du jeu se retrouvent dans la définition plus générale qu'en donne le dictionnaire : le jeu serait « une activité d'ordre physique ou mental, non imposée, ne visant à aucune fin utilitaire, et à laquelle on s'adonne pour se divertir, en tirer un plaisir » (Larousse, 2018). Le jeu renverrait en outre à plusieurs autres dimensions telles que la liberté (jouer sous la contrainte n'est pas jouer), ou encore le plaisir. De ce premier constat, il apparaît déjà que définir ce qu'est le jeu n'est pas chose aisée... Au-delà, le Larousse propose en parallèle dix-sept autres définitions, soulignant là aussi le flou sémantique régnant autour du jeu : le terme peut par exemple renvoyer aux éléments nécessaires pour jouer (pensons ici aux cartes), aux règles permettant de distinguer gagnants et perdants, ou à des expressions issues de divers domaines. Dans un esprit de synthèse, voici les différentes caractéristiques du jeu selon les définitions observées dans le dictionnaire et celles données par Huizinga (1938) et Caillois (1958) :

- Peut être physique ou mental
- Est le fruit du choix d'un individu qui décide en pleine conscience de jouer
- Est soumis à des règles avec un ou plusieurs gagnants, et un ou plusieurs perdants (dans le cas des jeux de groupe)
- Suppose que le joueur détienne des capacités intellectuelles, cognitives, d'adresse, ou physiques
- Suppose que tous les joueurs aient la possibilité de gagner
- Peut faire intervenir le hasard
- Est divertissant et procure du plaisir
- Est organisé (au-delà des règles, pensons ici au fait que chaque joueur intervienne à un moment précis, par exemple à tour de rôle dans le sens des aiguilles d'une montre)
- Peut nécessiter un apprentissage

La complexité sémantique de ce qu'est le jeu va au-delà de la coexistence de plusieurs définitions, puisque ces définitions peuvent parfois se révéler ambivalentes. Ainsi, si l'on considère que les individus s'adonnent au jeu afin d'y trouver un certain plaisir, peut-on alors affirmer que le jeu n'a aucune utilité ? De nombreux auteurs, que nous présenterons plus loin, ont justement réfuté cette idée que le jeu était dépourvu de toute finalité, en insistant au contraire sur son importance dès les premières années de la vie. La notion de jeu constitue donc un grand flou théorique et sémantique. À titre d'illustration, le Français Oscar Barda, théoricien des jeux vidéo, a par exemple publié en 2016 un article dans le magazine *Le Nouvel Observateur* dans lequel il explique avoir mis seize ans à véritablement comprendre ce qu'était le jeu, tant ses définitions se contredisaient les unes des autres.

Ce flou sémantique est d'autant plus important lorsque l'on s'intéresse plus précisément aux jeux d'argent et de hasard. En introduction, nous en avions proposé une définition simplifiée : les jeux d'argent et de hasard renvoient à l'ensemble des jeux dans lesquels des paris sont placés, de la loterie aux jeux de grattage, en passant par les machines à sous par exemple (Gouvernement du Québec, 2013). Or, les caractéristiques propres au jeu et que nous venons de citer ne peuvent pas toutes s'appliquer au cas précis des jeux d'argent et de hasard. En effet, dans le cas des loteries par exemple, les capacités intellectuelles, physiques ou cognitives ne sont pas toujours requises : le joueur se contente simplement de cocher des numéros et un tirage révélera de manière complétement aléatoire la combinaison gagnante que le joueur n'a aucun moyen de prédire à l'avance. De plus, que penser des joueurs de poker professionnels, qui peuvent calculer leurs statistiques de victoire en fonction des cartes déjà tirées ; là où certains de leurs adversaires sont des joueurs occasionnels ne disposant pas des mêmes compétences ? Il est évident que dans ce cas, la possibilité de gagner n'est pas répartie équitablement entre tous les adversaires.

La place centrale du plaisir

Finalement, l'un des seuls éléments pouvant définir avec certitude le jeu d'argent et de hasard ne serait-il pas la recherche de plaisir, ou, plus généralement, une quête du bonheur ? Que ce soit D. Forrest (2012), M.R. Dixon (2010) ou E. Casey (2006), la plupart des chercheurs actuels en comportement du consommateur dressent en effet un lien entre mise d'argent et quête de plaisir/de bonheur. Ainsi, l'Anglais David Forrest (2012) a dressé une liste des bénéfices et des coûts pour les joueurs britanniques s'adonnant aux machines à sous. Parmi les principaux bénéfices recherchés par les joueurs ordinaires (ceux n'ayant pas une dépendance au jeu), la sensation d'un état de bien-être occupe l'une des places les plus importantes. Ces résultats corrèlent ceux observés par Mark R. Dixon & al. (2010). Les chercheurs avaient mené une série d'expériences auprès de résidents d'une maison de retraite. Il était alors apparu que ces seniors éprouvaient un sentiment de bonheur (« happiness ») plus élevé lorsqu'ils jouaient à des jeux d'argent et de hasard, comparativement à lorsqu'ils réalisaient d'autres activités plus ordinaires proposées habituellement dans leur lieu de résidence. Proche de la notion de plaisir/de bonheur, jouer aux jeux d'argent et de hasard permettrait de rêver. C'est ainsi qu'Emma Casey (2006) s'est particulièrement intéressée aux femmes ouvrières anglaises et à leurs achats de billets de loterie. Ces dernières ont des motivations similaires : issues d'un milieu modeste, jouer à la loterie leur permet de rêver à une vie meilleure qu'elles pourraient offrir à leurs familles (la notion de famille occupant pour elles une place centrale dans leurs vies). Surtout, le fait de cocher hebdomadairement leurs numéros chanceux leur apporterait un état d'accomplissement émotionnel et personnel. Toujours proche de la notion de rêverie, jouer aux jeux d'argent et de hasard transcenderait ses consommateurs en aventuriers : décrivant ces jeux comme « une passion ludique », Jean-Pierre Martignoni-Hutin (1997) considère que « la symbolique des jeux d'argent est à situer entre l'image du trésor enfoui et celle du trésor à prendre ».

De ces constats, rien d'étonnant alors que les entreprises de jeux d'argent et de hasard exploitent les idées de plaisir, de bonheur, de rêve ou d'aventure dans leurs stratégies publicitaires. Naturellement, la loterie nationale américaine, le Powerball, a ainsi lancé une campagne d'affiches publicitaires en 2013 dans l'État de Californie, avec pour intitulé « believe in something bigger » (que l'on pourrait traduire par « Voyez plus grand »). En parallèle, l'on pouvait entendre à la radio : « believe in a cause, a movement, in a miracle (...). Because when you do, anything is possible » (« croyez en une cause, un mouvement, un miracle (…). Car lorsque vous croyez, tout est possible ») (Powerball, 2013). Cette campagne illustre à elle seule les symboliques que nous avons citées précédemment, et il est intéressant de noter que ces stratégies publicitaires sont similaires dans l'ensemble des pays développés. Plus proche de nous, que dire des slogans de Loto-Québec qui, eux aussi, s'appuient largement sur l'imagerie du rêve et de l'espoir d'une vie meilleure, avec des phrases telles que « bye bye boss » ou encore « Loto Max... Et si tu gagnais le gros lot ? » (Loto-Québec, 2017). Au-delà d'être justifiées par les retombées économiques qu'elles engendrent, ces campagnes sont appuyées scientifiquement. Il a en effet été démontré depuis les années 1950 que les jeux d'argent et de hasard favorisent la sécrétion (entre autres) de la dopamine et de la sérotonine. La première, plus connue du grand public, joue un grand rôle dans le système de récompense et est communément appelée « molécule du plaisir » (Constentin, 2015). Quant à la sérotonine, elle jouerait un rôle de régulateur du stress et de l'anxiété (Rang & al., 2007). En 1996, des scientifiques américains sont même parvenus à isoler le gêne responsable de l'addiction aux jeux d'argent et de hasard : il s'agirait du gêne DRD2, celui-là même qui intervient dans la régulation des récepteurs à dopamine (Comings & al., 1994).

Alors que la définition du jeu est complexe (voire ambivalente), une première étude de la littérature scientifique nous a permis de démontrer que le plaisir et la quête de bonheur occupent une place de choix dans l'étude des jeux d'argent et de hasard : en toute logique, nous reviendrons donc sur l'importance des émotions plus tard.

Néanmoins, se limiter à cette seule considération serait réducteur et ne permettrait pas de comprendre pourquoi alors, certains individus ne jouent pas... Ces bases définitionnelles étant posées, nous allons désormais affiner notre étude en nous attardant dans ce prochain temps sur l'importance du jeu dans la vie des individus. Pour ce faire, nous aurons largement recours à différentes sciences humaines et sociales aux points de vue souvent complémentaires, parfois discordants...

2.2. L'importance du jeu dans nos vies : le regard des Sciences Humaines et sociales

Il convient désormais de présenter la place du jeu au sein des sciences humaines et sociales, ce qu'il représente (sa symbolique), mais aussi et surtout pourquoi il est vital à l'espèce humaine. Se faisant, nous affinerons la définition de base des jeux d'argent et de hasard que nous venons d'entrevoir, en nous focalisant davantage sur leurs portées, leurs symboliques et finalités. Nous évoquerons tout d'abord la place du jeu en psychologie, sociologie, anthropologie et psychanalyse. Toutes ces sciences humaines ont pour point commun de s'être relativement peu intéressées au jeu, bien que certains travaux aient émergé à partir de la seconde moitié du XIXème siècle pour la plupart. Puis, nous nous focaliserons sur la philosophie.

La psychologie

Dans un contexte d'industrialisation, la valeur du travail et l'importance accrue donnée au capital font l'objet de nombreux essais, que ce soit en philosophie (pensons à Kant ou Hegel), ou en psychologie. En **psychologie** justement, Pierre Janet (1935) ou encore Edouard Claparède (1916) considèrent le jeu comme l'antonyme du travail duquel il est constamment opposé. En effet, ces auteurs décrivent le jeu comme une activité autotélique et dépourvue d'utilité pour la société. Pierre Janet écrit ainsi en 1935 que le jeu est « une activité inférieure, non adaptée au réel comme l'est le travail » (repris

par Metra, 2006). Pour le dire autrement, le jeu ne rapporte rien à celui qui s'y adonne, et par extension n'a aucun bénéfice pour sa famille et la société de manière générale. Là où le travail s'inscrit dans une dimension collective (on travaille pour produire des biens et des revenus augmentant le niveau de vie de tous), le jeu est décrit à l'inverse comme une activité solitaire n'assouvissant que des besoins personnels. Plus encore, jouer ne serait qu'une recherche individuelle de liberté, un moyen de s'évader et de mettre une vie trop difficile entre parenthèses (Metra, 2006). En réalité, il faut attendre le développement de la psychologie de l'enfant pour trouver des travaux scientifiques moins condamnateurs du jeu : si le jeu est néfaste pour l'adulte, on lui trouve volontiers quelques bénéfices pour les plus jeunes. Pour autant, comme le rappelle Groos (repris par Baudier-Delay & al., 1981), la notion de travail ne disparaît pas pour autant. Selon cet auteur, le jeu est « activité autotélique mais préparant l'enfant au travail de l'homme ». Jouer permettrait en effet à l'enfant à se préparer à son activité future, à bien tenir son rang. C'est ainsi que les fils de banquiers jouent au banquier, les filles de femmes au foyer jouent à la dinette. Il faut attendre l'après-guerre pour que la psychologie de l'enfant mette en lumière d'autres apports du jeu : celui-ci permettrait par exemple de développer la personnalité et la créativité des jeunes individus (Evart-Chmielniski, 1951).

La sociologie

Alors que la psychologie souligne les aspects négatifs du jeu, d'autres disciplines tentent à l'inverse d'imposer une vision plus contrastée. En **sociologie** par exemple, le jeu est une façon de développer notre vie sociale en permettant d'échanger avec autrui de façon ludique et simplifiée grâce à des règles bien précises. Ainsi, Jean Piaget considère que si les jeux dits « symboliques », c'est à dire ceux consistant à faire semblant, sont majoritaires chez l'enfant, ils décroissent avec l'âge. Ils sont néanmoins d'une importance cruciale puisqu'ils permettent au jeune enfant de s'approprier peu à peu le monde dans lequel il va évoluer. Vers l'adolescence, les individus se tournent

vers des jeux de règles, ces derniers constituant « l'activité ludique de l'être socialisé » (Piaget, 1945). Piaget rappelle alors que les règles sont là pour fluidifier le jeu, tout en permettant les échanges et donc la socialisation de l'individu. Jean Cazeneuve (1971) va plus loin en affirmant que « tout dérive du jeu ou que tout peut devenir jeu. Seules des définitions et des classifications rigoureuses permettent de délimiter la part exacte du jeu dans l'intégration de l'individu à la société ; dans les institutions et les œuvres culturelles, et finalement dans le principe même de l'engagement social » (Cazeneuve, Akoun, Balle, 1971). En effet, ne joue-t-on pas un rôle différent lorsque l'on s'adresse à son épicier, à son voisin ou encore à son patron ? En outre, cette citation souligne la difficile délimitation entre jeu et réalité, les deux s'emmêlant parfois. En guise d'illustration, Nicolas Doduik (2012) a justement réalisé un mémoire dans lequel il insiste sur cette omniprésence des jeux de rôle dans nos vies. Il évoque par exemple l'anticipation d'un nouveau professeur qui se répète une séquence d'actions à réaliser lorsqu'il donnera son premier cours ; ou encore un couple de jeunes mariés qui se projette dans l'avenir au sein d'une maison bâtie à deux, avec des enfants et un chien d'une race bien précise. En somme, à l'inverse de la psychologie qui a bien longtemps dénigré le jeu, la sociologie lui donne une place centrale dans nos vies. Le jeu nous apprend à mieux connaître notre monde, il facilite notre socialisation et nous permet de nous adapter à une multitude de situations.

L'ethnologie

En ce qui concerne l'**ethnologie**, elle conçoit davantage le jeu comme un marqueur culturel, le témoin d'une civilisation donnée (Duran, 1570). Ainsi, le jeu est davantage envisagé comme une activé de groupe, là où la psychologie tend davantage à le penser comme une activité solitaire, et là où la sociologie l'envisage sous l'angle presque restreint de sa seule dimension sociale. Illustrons nos propos à travers l'exemple de l'*ulama*, un célèbre jeu pratiqué par les Aztèques. Se jouant en équipe, les hommes devaient se passer une balle en utilisant exclusivement leurs hanches ou leurs genoux,

parfois aidés par des bâtons (Duran, 1570). En analysant les objets utilisés pour réaliser l'*ulama*, les ethnologues ont pu démontrer que ce jeu constituait en réalité un rite religieux. La balle, en caoutchouc, représentait alors un soleil en perpétuel mouvement, alors que les cibles étaient les symboles du levant et du ponant. L'on s'adonnait à ce jeu afin que les spectateurs puissent observer le mouvement de la balle et faire des prédictions à partir de ceux-ci ; pour régler un conflit ou encore implorer les dieux (Taladoire, 2011). Pour le dire autrement, l'étude de l'*ulama* a permis aux colons espagnols de mieux comprendre la religion des Aztèques et la mise en scène de cette dernière. L'ethnologie s'est donc largement intéressée aux jeux pratiqués dans les contrées colonisées, et cela jusqu'à des époques beaucoup plus contemporaines. Au début du XXème siècle par exemple, le lieutenant d'infanterie français Avelot réalise un travail d'observation sur ce qu'il nomme « le jeu des godets ». Il note que bien que ce jeu mathématique soit présent sur l'ensemble du continent africain (à l'exception des côtes méditerranéennes), il ne porte pas le même nom partout : les Dahoméens l'appellent par exemple « adjito », là où les Agni de Côte d'Ivoire le nomment « awale ». Surtout, ce jeu a besoin de jetons, matérialisés le plus souvent par des graines. Parfois, jouer n'est pas la seule utilité de ces jetons : Avelot note que les femmes de la tribu des Accras en Côte d'Or utilisent certes leurs noix pour jouer, mais elles les peignent également et les portent autour du cou. Cela sous-entend par exemple la dimension sociale de ce jeu, dont les éléments servent aussi de parures pour se distinguer auprès d'autrui (Société d'anthropologie de Paris, 1905). *In fine*, ces deux cas d'ethnologie soulignent bien l'importance du jeu comme miroir d'une culture et de ses pratiques.

La psychanalyse

A l'inverse des disciplines citées ci-dessus, la **psychanalyse** s'est intéressée de manière beaucoup plus approfondie au jeu, en tentant d'expliquer pourquoi il était si important à la vie humaine. Fondateur de la discipline, Freud a par exemple montré l'importance

du jeu chez le jeune enfant. Dans une conférence qu'il donne en 1907, il s'exprime : « Chaque enfant qui joue se comporte comme un poète, dans la mesure où il se crée un monde propre, ou pour parler plus exactement, il arrange les choses de son monde suivant un ordre nouveau, à sa convenance » (Freud, 1907). Cette phrase est importante car elle sous-entend que le jeu n'est pas le contraire du sérieux, mais de la réalité : l'enfant joue afin d'abandonner le monde réel qui l'entoure, ou du moins tenter d'en devenir le maître. Au-delà, elle valide la vision des psychologues pour lesquels le jeu n'est pas ancré dans la réalité, comme nous l'avons vu. Plus tard, Freud réalise l'expérience célèbre du « for-da » qui corrobore en partie sa théorie. Pendant plusieurs années, il observe ainsi son petit-fils jouer avec une bobine. Ce dernier la lance jusqu'à la perdre de vue, puis la ramène à lui grâce à un fil, et cela plusieurs fois d'affilée. Pour Freud, son petit-fils ne fait que reproduire de façon symbolique un événement qui l'a traumatisé : le départ de son père à la guerre, puis la mort de sa mère quelques années plus tard. Lorsque la bobine n'est plus visible, l'enfant revit ces départs subits, bien qu'il en soit désormais le décisionnaire. À l'inverse, lorsque la bobine lui revient, l'enfant est joyeux, témoignant là l'espoir irréalisable de revoir ses parents, en contraste avec la réalité. Jouer serait donc un moyen de contrôler sa vie, mais aussi d'en refouler la réalité. La répétition des gestes de l'enfant lui procurerait en même temps une sensation de plaisir, bien qu'il s'entête à revivre sans cesse un moment désagréable de sa vie : la perte de ses parents (Freud, 1920). Faisant écho aux thèses freudiennes, la psychanalyste Mélanie Klein considère que le jeu est « une mise en scène des tensions psychiques de l'enfant » (Bailly, 2001). Là où l'on recourt à l'analyse des rêves pour dresser une psychanalyse chez le patient adulte, l'observation du jeu permet de faire de même chez les enfants, en donnant accès à leurs « représentations internes et symboliques » : là encore, nous retombons sur les considérations de certains psychologues de l'enfant pour lesquels le jeu permet d'accéder à la personnalité d'un jeune individu. Enfin, le Britannique Donald Winnicott s'impose en héritier des travaux de Freud et dans une moindre mesure de ceux de Klein. Estimant que le jeu est une façon pour l'enfant de se construire et de se découvrir, il énonce de nombreuses théories

parmi lesquelles l'existence d'un espace intermédiaire, dit « espace potentiel » entre la mère et l'enfant. Le jeu se réaliserait au sein de cet espace irréel, véritable intermédiaire entre le moi et le non-moi (pour reprendre des termes freudiens). L'enfant s'approprierait cet espace au fur et à mesure pour en écarter finalement la mère en grandissant (Winnicott, 1971). Plus précisément, Winnicott considère que le jeune enfant ne fait originellement pas de distinction entre sa mère et sa propre personne : il en ressort donc une vision biaisée de la réalité. À travers le jeu, l'enfant se construit dans un premier temps sa propre réalité ce qui lui permet de se dissocier de sa mère. Plus tard, les jeux permettent à l'enfant d'abandonner sa réalité subjective pour découvrir la réalité commune. Si la psychanalyse de l'enfant se fait à travers le jeu, certains scientifiques ont récemment tenté d'appliquer cette technique à des patients plus âgés. Là où normalement, la psychanalyse repose sur l'étude des rêves chez le patient adulte, Giuseppe Fiorentini (2004) a prouvé que la création d'un « espace potentiel » via le jeu avec l'une de ses patientes avait eu des résultats tout aussi intéressants. Plus précisément, cet « espace potentiel » est un « espace de l'illusion », dans lequel le professionnel crée avec sa patiente un cadre fictif, au moyen du jeu. Cela permettrait aux patients peu bavards de se livrer plus aisément. Comme nous venons donc de le voir, la psychanalyse a su utiliser le jeu afin de montrer son caractère indispensable dans la construction de l'enfant, son émancipation, et finalement son développement progressif en tant qu'adulte.

La philosophie

Aux côtés des sciences humaines, la **philosophie** occupe une place singulière. En effet, contrairement aux autres champs d'études que nous venons de mentionner, l'intérêt de la philosophie pour le jeu est relativement récent. Certes, Aristote ou Thomas d'Aquin en font mention dans certains de leurs travaux (Duflo, 2006), mais il faut attendre 1938 et la publication de l'essai « Homo Ludens : essai sur la fonction sociale du jeu » par

Johan Huizinga pour obtenir une première définition philosophique du jeu et de ses finalités. Ainsi, le philosophe néerlandais écrit :

> *« Le jeu est une action ou une activité volontaire, accomplie dans certaines limites fixées de temps et de lieu, suivant une règle librement consentie mais complétement impérieuse, pourvue d'une fin en soi, accompagnée d'un sentiment de tension et de joie, et d'une conscience d'être « autrement » que la « vie courante ». Ainsi définie, la notion semble apte à englober tout ce que nous appelons jeu, à propos d'animaux, d'enfants et d'hommes adultes : performances d'adresse, de force, d'esprit, de hasard »*
>
> J., HUIZINGA (1938). *Homo Ludens : essai sur la fonction sociale du jeu.* Paris : Gallimard. Page 51

Cette définition marque une rupture par rapport à certaines autres définitions entrevues jusqu'alors : le jeu aurait une finalité, il serait également le propre de l'adulte et ne procurerait pas uniquement du plaisir (idée de tension ici). Vingt années après cette première définition, Roger Caillois la précise en présentant une classification affinée des jeux qui devient rapidement une référence. Là encore, cette classification est utile puisqu'elle souligne l'importance du jeu dans l'âge adulte également, là où les psychanalystes se focalisaient presque exclusivement sur l'enfant. Selon Caillois, il existe donc quatre types de jeux, répondant tous à des besoins spécifiques :

- La compétition (ou *agôn*) a pour finalité de montrer que l'un des joueurs a une supériorité sur les autres, qu'elle soit physique, mentale, ou cérébrale. Il n'y a ici aucune intervention du hasard, chaque joueur est responsable de ce qui lui arrive.
- Le hasard (*alea*) est l'inverse de la compétition puisque tous les joueurs sont égaux et ce sont des facteurs externes et incontrôlables qui désignent le(s) gagnant(s).

- Le simulacre (*mimicry*) renvoie aux jeux de rôles : les joueurs revêtent les apparences d'un autre. Pensons ici aux enfants jouant au docteur, ou aux adultes lors de bals masqués.
- Le vertige (*ilinx*) regroupe les jeux conduisant à un trouble des sensations, à l'instar des toupies qui peuvent faire tourner la tête par exemple.

Une fois les jeux classés, Caillois les distingue encore suivant qu'ils répondent à des règles (*ludus*), ou qu'au contraire ils n'en soient régis par aucune (*paidia*) (Caillois, 1958). Beaucoup plus récemment, le Français Mathieu Triclot s'est interrogé sur la place prépondérante qu'occupent les jeux vidéo dans la vie de certains individus. Ses théories font écho à celles des psychologues de la fin du XIXème siècle et du début du XXème siècle : le jeu est un moyen d'évasion, bien que les jeux vidéo permettent de récréer des espaces virtuels qui semblent de plus en plus réalistes. Au-delà, il ajoute que le jeu est un moyen de se construire en tant qu'humain, une vision qui fait cette fois-ci écho aux nombreux travaux développés par les psychanalystes que nous avons cités plus tôt (Triclot, 2011).

Ce bref voyage au cœur des sciences humaines et sociales met en exergue le fait que le jeu occupe une importance cruciale dans la vie de chaque homme, et ce, dès le plus jeune âge. Si notre liste d'auteurs n'est pas exhaustive, elle illustre que dans l'enfance, le jeu permet de se construire et révèle la personnalité. Plus tard, il facilite la socialisation. À l'âge adulte enfin, le jeu demeure bien plus qu'un passe-temps, permettant par exemple de prouver sa supériorité à travers les compétitions ou encore son appartenance à une civilisation. Nonobstant, soulignons que chacun d'entre nous utilise le jeu au quotidien. Pour le dire autrement, depuis le début de notre existence, nous sommes tous des joueurs.

Tableau 2.1 : Résumé de l'apport des Sciences Humaines et Sociales dans la précision de la définition du jeu

Discipline	Apports sur le jeu	Auteurs mobilisés
Psychologie	- Activité égoïste et personnelle - S'oppose au travail - Non ancré dans le réel - Activité de rêverie - N'a aucune finalité - Le propre de l'enfant	P. Janet (1935) E. Claparède (1916) M. Metra (2006) E. Evart-Chmielniski (1951)
Sociologie	- Permet à l'enfant de s'approprier la réalité... et à l'adulte d'évoluer en société - Aide à l'intériorisation des normes et règles (Socialisation) - A une place centrale dans nos vies - Nous aide à tenir des rôles en société	J. Piaget (1945) J. Cazeneuve (1971) F. Balle (1971) A. Akoun (1971) N. Doduik (2012)
Ethnologie	- Marqueur d'une culture - Marqueur des pratiques d'une région - Permet de mieux comprendre l'organisation d'une société donnée	D. Duran (1570) É. Taladoire (2011) Avelot (1905)
Psychanalyse	- Permet au jeune enfant de s'approprier la réalité et de l'accepter - Permet de comprendre la personnalité d'un enfant en ayant accès à ses tensions psychiques - Un espace potentiel permettant à l'enfant de se dissocier de sa mère	S. Freud (1920) M. Klein (2001) D. Winnicott (1971) G. Fiorentini (2004)
Philosophie	- Un moyen d'évasion et de tension - Permet de se construire - Quatre types de jeux aux finalités propres	J. Huizinga (1938) R. Caillois (1958) M. Triclot (2011)

Puisque nous sommes tous des joueurs et que la notion de plaisir est centrale dans ce qui définit le jeu, alors une première hypothèse émerge de nos constats définitionnels relatifs au jeu :

H1 : Les Québécois de 18 à 34 ans approuvent le jeu de manière générale.

Plus précisément ;

H1. A : Les Québécois âgés de 18 à 34 ans ont une attitude favorable au jeu.

H1. B : Les Québécois âgés de 18 à 34 ans ont un intérêt pour le jeu.

Creusons encore notre étude en nous penchant désormais plus spécifiquement sur les jeux d'argent et de hasard. Si nous jouons tous, qu'est-ce qui motive certains d'entre nous à s'adonner plus particulièrement aux jeux d'argent et de hasard ?

2.3. Les motivations aux jeux d'argent et de hasard

Nous venons de montrer l'importance du jeu de manière générale. Recentrons-ici notre revue de littérature sur les adultes et les jeux d'argent exclusivement, en tentant de comprendre pourquoi certains s'y adonnent. À première vue, les jeux d'argent peuvent tous être classés dans la catégorie des jeux de hasard, d'après la typologie élaborée par Caillois dans l'ouvrage *Les jeux et les hommes. Le masque et le vertige* (1958). Cependant, certaines exceptions existent, à l'instar du poker qui rentre davantage dans la catégorie de la compétition ou même du simulacre : les joueurs expérimentés calculent ainsi des probabilités, au-delà d'user de leurs talents de comédiens pour *bluffer* et ainsi ne laisser transparaître aucune émotion.

Quête d'émotions et dérives addictives

S'intéresser aux motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard est une tâche ardue si l'on se base uniquement sur la littérature scientifique. En effet, le problème majeur de cette dernière est qu'elle aborde bien trop souvent le jeu sous sa seule dimension addictive. Pourtant, la vaste majorité des joueurs n'est pas accro : preuve en est, Loto-Québec considère que 5 % uniquement des joueurs sont des « mordus de loteries » (Rapport annuel Loto-Québec, 2015-2016). Cette tendance est également observable dans la plupart des pays développés. Ainsi, il y aurait par exemple un million d'accros aux jeux à gratter en France, sur les dix-neuf millions de joueurs occasionnels, soit un ratio similaire de 5 % (Mongaillard, 2018). Afin d'appuyer cette tendance de la littérature à ne s'intéresser qu'aux comportements addictifs, citons l'article « Desire thinking as a predictor of gambling » (Fernie & al., 2014), dans lequel les auteurs tentent de comprendre pourquoi certains individus consomment massivement des jeux d'argent et de hasard. Selon eux, l'anxiété, l'état dépressif ou encore le manque ne peuvent prédire avec justesse cette consommation addictive. En réalité, le « desire thinking » (que l'on pourrait traduire en français par « pensée axée sur le désir »), serait le facteur déterminant pour prévoir les dépenses de ces joueurs invétérés. Ce « désir de pensée » renvoie à un processus cognitif volontaire d'un individu qui va se remémorer de façon positive des images, des informations ou encore des souvenirs liés à une activité, une sensation, ou un objet en particulier. Ce processus cognitif se décompose en une persévération verbale : l'individu se répète intérieurement certaines phrases positives ; mais aussi en une persévération imagée en se répétant des images plaisantes liées à l'objet (Caselli & Spada, 2011). Dans notre cas, au plus les joueurs élaborent en eux et de façon répétée des phrases et des images positives liées aux jeux d'argent et de hasard, au plus ils sont enclins à y jouer fortement. Les études liées au « desire thinking » sont pour nous d'une importance cruciale car elles suggèrent que les loteries et autres casinos procurent des émotions particulières, plus ou moins intenses selon les individus. Plus encore, ces émotions

n'ont pas seulement lieu pendant les moments de jeu, mais perdurent dans le temps. Il convient néanmoins de souligner la souffrance engendrée par ces addictions, qui elle aussi perdure au-delà du moment de jeu. Selon Henry R. Lesieur et Robert L. Custer (1984), l'accro aux jeux d'argent passe tour à tour par quatre phases :

- La phase de gain : durant cette période, le joueur gagne plusieurs fois dans un court espace de temps. En conséquence, il se sent maître de la situation, puissant, et a l'ultime conviction qu'il peut continuer à amasser de l'argent. Seule cette phase procure des sensations de plaisir pour le joueur.
- La phase de perte : à l'inverse durant cette période, le joueur perd des sommes de plus en plus importantes sur une courte période. En conséquence, il s'isole, ne joue plus entouré de ses proches, et peut même commencer à voler de l'argent pour continuer son addiction.
- La phase de désespoir : elle est la suite logique de la phase de perte. Le joueur continue de perdre de l'argent mais n'arrête pas de jouer pour autant. Il perd toute notion de contrôle et développe un comportement agressif, notamment en blâmant les autres joueurs lorsqu'ils le font perdre.
- La phase « sans espoir » (*hopelessness phase*) : le joueur réalise sa situation et s'y sent prisonnier. Le risque de dépression voire de suicide devient alors important.

Bien que la littérature scientifique s'intéresse davantage au cas précis des joueurs addictifs, l'on peut déjà entrevoir une première motivation à jouer : **la recherche d'un certain plaisir, de certaines émotions qui perdurent dans le temps**. Voilà pourquoi certains joueraient régulièrement à la loterie, ou fréquenteraient souvent les casinos par exemple.

Imaginaire de gains rapides et faciles

Au-delà des sensations qu'ils procurent, les jeux d'argent et de hasard permettent à certains d'empocher de coquettes sommes. Intéressons-nous justement à cette possible motivation pécuniaire. À ce titre, l'article « Jackpot Structural features : rollover effect and goal-gradient effect in EGM gambling » (Li & al., 2016) constitue un support intéressant. Les auteurs ont en effet mené une série d'expériences en donnant une somme d'argent à des sujets invités à jouer sur deux types de machines à sous. Les premières sont dites à *jackpot* progressif (une partie des mises alimentent un jackpot sans que personne ne puisse prévoir quand celui-ci sera remporté) ; alors que les secondes ont un *jackpot* prédéterminé qui sera remporté avant qu'il n'atteigne un certain montant fixé et communiqué aux joueurs. Les résultats furent nombreux et correspondaient aux attentes des chercheurs. Premièrement, les joueurs misent en majorité des sommes élevées, faisant preuve ici d'optimisme. En effet, ils pensent que dans la perspective d'un gain, celui-ci n'en sera que plus conséquent. De plus, les machines aux *jackpots* les plus élevés sont favorisées, tout comme celles qui ont un *jackpot* prédéterminé, venant ici confirmer nos propos selon lesquels les joueurs veulent gagner de grosses sommes certes, mais de la façon la plus simple qui soit. Effectivement, les joueurs ne veulent pas prendre le risque de jouer sur une machine dont on n'a aucun indice relatif au moment où elle distribuera son *jackpot.* À l'inverse, les machines à *jackpot* prédéterminé apparaissent plus sécuritaires… Concernant la notion d'optimisme plus précisément, il est éloquent de souligner que la plupart des joueurs font preuve d'un optimisme dit « biaisé » lorsqu'ils s'adonnent à des jeux d'argent et de hasard. Par biais d'optimisme, nous entendons ici la tendance de certains individus à surévaluer la probabilité qu'un événement positif survienne dans leurs vies (*gagner le jackpot*) ; et à l'inverse à sous-évaluer la probabilité qu'un événement tragique ne les touche (devenir accro par exemple) (McKenna, 1993 ; Weinstein, 1980). Cette réalité a notamment été démontrée à travers deux études. Dans la première, réalisée par Martin Ladouceur (2013), le psychologue est parvenu à démontrer que les

mises d'argent étaient d'autant plus importantes que les perceptions étaient erronées chez le joueur : l'on comprend alors mieux pourquoi les sujets de l'expérience des machines à sous misent plus, dans l'espoir de gagner plus. Une seconde étude, réalisée cette fois en Thaïlande, s'est intéressée à l'impact des superstitions et croyances influant sur l'espoir de toucher le *jackpot* à la loterie nationale. Au plus l'individu évolue dans un environnement empli de croyances et de superstitions, au plus son espoir de gagner le gros lot est fort et, *de facto*, biaisé (Ariyabuddhiphongs & Chanchalermporn, 2006). De manière générale, les auteurs américains de la *National Association for Gambling Studies* soulignent un optimisme supérieur à la normale chez les individus pratiquant les jeux d'argent et de hasard (Tolchard & Battersby, 2013). Enfin, au-delà d'un espoir optimiste et biaisé de remporter un gros lot, la dimension d'un argent facile serait également ce qui motive les joueurs. Ainsi, dans son article Marc Bessin (1997) n'hésite pas à dresser un parallèle entre le vendeur de drogue et le joueur, soulignant que tous deux ont pour motivation l'appât d'un gain empoché à moindre effort. Définitivement, la littérature scientifique souligne que l'une des motivations principales à s'adonner aux jeux d'argent et de hasard est **la possibilité d'amasser rapidement et sans effort conséquent de grosses sommes d'argent ; bien que cette motivation soit biaisée, dépourvue de toute justification logique.**

De nombreuses autres motivations : désir de compétition, rupture avec la routine, socialisation

Si l'on considère désormais qu'il existe différents types de joueurs, l'étude menée en 2005 par Lee *et al.* en Corée du Sud permet de dégager différentes motivations propres aux joueurs de casino. Elle met un point d'honneur à ne pas prendre en compte la dimension addictive des jeux d'argent et de hasard, comme cela est notre volonté dans la présente recherche. Le recours à des analyses factorielles a permis de dégager quatre groupes de joueurs aux motivations distinctes : ceux qui sont motivés par l'envie de gagner, ceux qui veulent à la fois gagner et qui sont exaltés par la compétition, ceux

qui viennent pour s'occuper uniquement, et enfin ceux ayant des motivations nombreuses et complexes (Lee & al., 2005). Si cette étude pouvait être généralisée à grande échelle, elle permettrait de démontrer que si la quête de sensations/d'émotions et l'appât du gain sont les motivations principales à jouer, les jeux d'argent et de hasard sont perçus par certains comme de véritables **compétitions** alors que pour d'autres, ce type de jeux ne constitue qu'un simple loisir permettant de **rompre avec la routine :** en effet ce texte met particulièrement en exergue la volonté réelle de certains de jouer par simple quête d'une expérience différente. Dans cette même logique de différenciation des joueurs, des chercheurs américains se sont penchés sur les joueurs urbains et seniors, majoritairement afro-américains, à travers une étude dont la coupe longitudinale la rend particulièrement intéressante à exploiter. Au-delà de présenter les motivations, les auteurs ont également tenter de comprendre les attitudes. Il en ressort que ces seniors sont guidés par des motivations qui tendent à devenir de plus en plus intrinsèques : **se sociabiliser**, se divertir, s'amuser…A l'inverse, la motivation extrinsèque de remporter une forte somme d'argent semble décroître (Martin & al., 2011). Ces informations sous-entendent qu'au-delà de pouvoir mettre au point des classifications de joueurs en fonctions de leurs motivations, des données sociodémographiques peuvent expliquer en partie les variations motivationnelles.

Aller au casino, acheter un billet de loterie ou jouer au poker sur internet… les jeux d'argent et de hasard constituent aujourd'hui un secteur en pleine croissance. Pour autant, il n'existe pas de joueur type et les motivations à miser de l'argent sont nombreuses : quête de gain rapide et facile, recherche de compétition ou encore d'expérience nouvelle.

Tableau 2.2 : Motivations aux jeux d'argent et de hasard identifiés dans la littérature scientifique

Motivation	Définition	Apports de la revue de littérature	Auteurs mobilisés
Quête d'émotions	« Réaction affective transitoire d'assez grande intensité, habituellement provoquée par une stimulation venue de l'environnement » (Larousse, 2018).	- *Desire thinking* comme explication au jeu d'argent. - Moments intenses d'excitation - Bonheur - Recherche d'émotions avant, pendant, après le jeu. - Motivation très répandue chez les joueurs.	B.A. Fernie & al. (2014) G. Caselli (2011) M.M Spada (2011) H.R. Lesieur (1984) R.L. Custer (1984)
Argent rapide	Façon de penser que les jeux d'argent et de hasard permettent d'accumuler rapidement de l'argent via les gains qu'ils peuvent générer.	- Sélection du moyen le plus sûr de gagner. - Perception probabilité de gagner - Motivation très répandue	E. Li & al.(2016) F. McKenna (1993) N. Weinstein (1980) M. Ladouceur (2013) V. Ariyabuddhiphongs (2016) B. Tolchard (2013) M. Bessin (1997)
Argent facile	Façon de penser que les jeux d'argent et de hasard permettent d'accumuler sans effort de l'argent via les gains qu'ils peuvent générer ; en opposition avec le travail salarié par exemple.	- Biais d'optimisme. - Motivation illogique - Aucun effort - Motivation très répandue.	

Compétition	Action de ressortir gagnant à l'issue d'un jeu. Dans le cas des jeux d'argent et de hasard, cette victoire se fait sur la banque (casino) ou les autres joueurs (loteries) par exemple.	- Mélange d'*agôn* et d'*alea* (Caillois). - Volonté de prouver une supériorité sur autrui, comme un moyen de flatter son égo. - Impression d'accomplissement, d'avoir maîtrisé son destin (fierté)	R. Caillois (1958) C.K. Lee & al. (2005) F. Martin (2011)
Rupture avec la routine	Recherche d'un amusement ; le divertissement est souvent évoqué dans la littérature comme une façon de s'éloigner temporairement de sa vie quotidienne.	- Sensations différentes du quotidien - Évasion, contentement - Motivation croissante avec l'âge.	
Socialisation	Action de rencontrer de nouvelles personnes et de créer une relation d'échanges.	- Rencontrer de nouvelles personnes - Tisser des liens - Motivation croissante avec l'âge.	

Si ces motivations se retrouvent auprès des 18-34 ans, alors on peut émettre l'hypothèse suivante :

H2 : Les motivations des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

Plus encore, il semblerait qu'une hiérarchie des motivations existe. Dès lors :

H2. A : La quête d'émotions a un impact sur l'intention de jouer.

H2. B : La quête d'argent rapide a un impact sur l'intention de jouer.

H2. C : La quête d'argent facile a un impact sur l'intention de jouer.

H2. D : La désir de compétition a un impact sur l'intention de jouer.

H2. E : La volonté de rompre avec la routine a un impact sur l'intention de jouer.

H2. F : La quête de socialisation a un impact sur l'intention de jouer.

A l'inverse, il faut toutefois noter que des freins motivationnels (conscients ou non selon les individus) existent et pourraient bien limiter la croissance de ce marché. C'est justement ce que nous allons désormais voir.

2.4. Les freins motivationnels des jeunes à consommer des jeux d'argent et de hasard

Dans la partie précédente, nous avons mis en exergue les motivations des consommateurs à jouer à des jeux d'argent et de hasard. Il convient désormais de s'intéresser au cas inverse, en tentant de comprendre pourquoi certains individus ne jouent pas, ou moins. Là encore, les ressources disponibles (mais rares) s'intéressent rarement aux moins de 34 ans en considérant les joueurs de façon générale, sans distinction démographique. Les sources que nous allons présenter tentent donc de surmonter ces difficultés afin de nous focaliser plus spécifiquement sur les freins des jeunes consommateurs.

La question du prix...

Lorsque l'on tente de comprendre un phénomène de non-consommation, l'argument d'un prix trop élevé est souvent celui qui est mis en avant le premier. Bon nombre d'études calculent alors la propension à payer (ou « willingness to pay » en anglais), qui délimite le prix maximal qu'un acheteur est prêt à débourser pour s'offrir un bien ou un service (Hanemann, 1991). De manière générale, la propension à payer est

particulièrement utile lorsque l'on s'intéresse à des produits à fortes valeurs ajoutées qui suscitent un processus cognitif complexe avant l'achat (électroménager, voiture) ou lorsqu'une dimension éthique intervient (bio versus non bio, équitable versus non équitable) (Loureiro & Hine, 2002). Pour les jeux d'argent et de hasard, ils ne requièrent pas ce processus cognitif complexe puisqu'ils répondent souvent à une impulsion (il est rare de voir quelqu'un aller chez le dépanneur uniquement pour acheter un ticket à gratter par exemple) ; que les mises de bases sont attractives (un billet de loterie coûte 2 $) ; que leurs formes restent toujours les mêmes (un jeu donné aura toujours les mêmes règles peu importe où il est joué dans le monde) ; et enfin qu'ils ne sont pas perçus comme éthiques (nous le verrons plus tard). L'argument spontané qui consisterait à penser que certains consommateurs ne jouent pas à cause de prix trop élevés n'est donc pas complètement exploitable, ou il est tout du moins incomplet. Ce constat est notamment appuyé par les études menées par Loto-Québec qui ont prouvé que le joueur typique ne disposait pas de revenus conséquents ; ou encore par certains auteurs à l'instar de Jean-Pierre G. Martignoni-Hutin (1997) qui considère que le jeu d'argent ne peut être étudié selon la logique économique de l'offre et de la demande. Finalement, considérer que **le prix des jeux d'argent et de hasard peut constituer un frein motivationnel aux yeux de certains ne serait pas un argument complètement valide**. Il mérite alors d'être vérifié.

... ou la question du choix des dépenses de loisirs

Pour venir à mal de ce problème, considérons les jeux d'argent et de hasard comme des loisirs. Déjà en 1986, les économistes français Dominique Darmon et Philippe l'Hardy avaient projeté que les dépenses relatives aux loisirs allaient fortement augmenter à l'horizon 2000. Cette prévision s'est bien réalisée, mais la tendance s'est depuis inversée dans la plupart des économies, notamment à cause de la crise de 2008. Preuve en est, alors qu'entre 2009 et 2016, le budget moyen des ménages québécois consacré aux loisirs est passé de 3 170 à 3 439 dollars canadiens (représentant une hausse de

8,5 %), le montant des dépenses totales a quant à lui évolué deux fois plus vite, passant de 60 130 à 70 853 dollars canadiens sur la même période (Statistiques Canada, 2017). *De facto*, la part des loisirs dans le budget des ménages n'augmente plus aussi vite qu'autrefois. Les dépenses de loisirs, qui ne sont pas obligatoires, sont donc soumises à des choix plus complexes. Il en ressort que ces choix apparaissent comme plus réfléchis : les dépenses consacrées spécifiquement aux jeux de hasard ont par exemple fondu en une seule année, passant de 148 à 127 dollars canadiens entre 2015 et 2016 (Statistique Canada, 2017). *In fine*, si certains consommateurs, la plupart du temps aux revenus modestes comme nous l'avons vu, continuent de dépenser une large part de leurs budgets loisirs dans les jeux de hasard ; la majorité des autres consommateurs, à l'instar des jeunes, préfèrent dépenser leurs budgets loisirs différemment. Justement concernant les jeunes, des études américaines ont montré comment les dépenses des moins de 34 ans ont évolué au fil du temps. Ces derniers ont des habitudes d'achat différentes de celles de leurs aînés, privilégiant des loisirs aux dépens de l'achat d'une habitation ou d'une voiture. C'est ainsi qu'en 2010, seules 27 % des voitures neuves ont été achetées par les moins de 34 ans aux États-Unis, alors que cette part grimpait à 38 % en 1985 (Humphries, 2011). Pour autant, si les jeunes privilégient les loisirs, ils achètent massivement des vêtements, et surtout des objets technologiques à l'image des téléphones intelligents ou autres tablettes. Finalement, **ce n'est pas tant le manque de moyen ou un prix trop élevé qui démotivent à jouer à des jeux de hasard, mais bien plus les choix individuels relatifs à l'allocation des dépenses de loisirs, dépenses qui croissent moins rapidement qu'auparavant.** Au-delà d'accorder une grande importance aux loisirs, il apparaît même que les jeunes sont plus enclins que leurs aînés à rechercher de nouvelles expériences atypiques. Cette vision s'illustre notamment par l'essor des voyages auprès de cette population, plus aventureuse que jamais. C'est ainsi que d'après une étude OpinionWay (2016) réalisée auprès de jeunes de 18 à 30 ans et issus de onze pays développés, seuls 1 % des Espagnols ou 4 % des Français déclarent par exemple n'avoir jamais voyagé.

Défaillance au niveau de l'apprentissage et méconnaissance des jeux d'argent et de hasard

Si les jeunes dépensent moins en jeux d'argent et de hasard que le reste de la population, l'explication peut également résider dans le rôle de l'apprentissage, ou plus précisément dans **une défaillance au niveau de l'apprentissage** (pensons ici aux travaux sur l'apprentissage de Pavlov en 1927). Comme le soulignait Anne-Marie Voyer de Loto-Québec (2017), les nouvelles générations n'ont pas été au contact de ces jeux. Dans la Belle Province, il est interdit de jouer lorsque l'on a moins de 18 ans. La loi prévoit en effet des sanctions financières pouvant aller de 300 à 6 000 dollars canadiens en cas de récidive pour tout commerçant qui vendrait un jeu d'argent à un mineur. Néanmoins, il ne faut pas considérer qu'en dessous de cet âge, aucun adolescent ne puisse se procurer un billet de loterie par exemple. Une sérieuse étude réalisée en 2007 a ainsi montré qu'un tiers des étudiants québécois du secondaire avaient déjà joué à une forme de jeu d'argent durant l'année écoulée (Martin, Gupta et Derevensky, 2007). La plupart du temps, les billets ou tickets à gratter sont achetés par des proches. Que penser en outre des tournois de Poker organisés entre amis et qui impliquent souvent la mise d'argent. Nonobstant, pour les deux autres tiers d'adolescents sur le point de devenir de jeunes adultes, tout un apprentissage relatif au jeu n'a pas été réalisé. En comportement du consommateur, de nombreuses théories relatives à l'apprentissage ont été élaborées. Parmi elles, le rôle de la socialisation nous paraît particulièrement intéressant. En effet, appliquée à la consommation, la socialisation permet aux individus d'acquérir « les compétences, les connaissances et les attitudes afin qu'ils deviennent consommateurs en société » (d'après une traduction personnelle de Ward, 1974). Ainsi, le jeune adulte développe des préférences et même des automatismes lors de ses achats, car il est habitué à consommer certains produits achetés jusqu'alors par ses parents. Or, si l'enfant n'a jamais eu de jeu à gratter ou un billet de loterie dans ses mains et si ses parents ne l'ont jamais amené au casino (comme cela est interdit par la loi), les chances qu'il devienne un joueur régulier diminuent.

L'enfant devenu adulte doit alors apprendre à connaître les différents types de jeux d'argent qui lui sont proposés, comment ils fonctionnent… afin de développer une attitude favorable au jeu et accroître sa motivation à en consommer. Si l'on revient sur l'instance de socialisation primaire qu'est la famille, cette dernière permettrait à un individu d'intégrer au fur et à mesure de son existence des normes et des valeurs (Durkheim, 1925). Dès lors, si certains parents inculquent à leurs enfants que les jeux d'argent sont néfastes (les exposant ainsi indirectement au jeu), la norme pour ces enfants lorsqu'ils deviendront majeurs sera de ne pas jouer. Soulignons aussi que le revenu des ménages ne cesse de croître d'année en année : or, nous avions vu qu'il existe une corrélation négative entre le revenu et les dépenses dans les jeux d'argent et de hasard. Pour le dire autrement, les jeunes québécois ont de moins en moins de chance d'évoluer dans une famille modeste, et par là-même d'être exposés à ces jeux. D'autres instances de socialisation, comme la religion, tiennent des discours dissuasifs. Dans la religion Catholique par exemple, si le jeu n'est pas interdit en tant que tel, la Bible met en garde contre les « biens mal acquis ». Du côté de la religion musulmane, les jeux d'argent sont explicitement bannis par le Coran : « Ô les croyants ! Le vin, le jeu de hasard, les pierres dressées, les flèches de divination ne sont qu'une abomination, œuvre du Diable. Ecartez-vous en, afin que vous réussissiez » (Al Maidah-5-90).

Les compagnies offrant des jeux de hasard ont bien compris l'importance de leur rôle d'apprentissage auprès de leurs jeunes clients. Habituellement, le levier le plus utilisé est l'apprentissage via un conditionnement classique. Le conditionnement classique consiste à associer de manière répétée un stimulus conditionné à un stimulus non conditionné, ce dernier déclenchant habituellement une réponse précise. Avec le temps et à force de répétitions, le stimulus conditionné engendrera la même réponse (Pavlov, 1927). Soyons plus explicite à travers l'exemple de Pavlov : la viande (stimulus non conditionné) entraîne pour réponse la salivation du chien. Or, à force de faire sonner une clochette (stimulus conditionné) au moment où la viande est présentée au chien, celui-ci parviendra dans un futur proche à saliver à la simple écoute de la clochette.

Appliquée aux jeux de hasard, la théorie de Pavlov regorge d'exemples. Citons pour le Québec les machines à sous qui s'inspirent de séries célèbres très prisées du jeune public et évoquant le plaisir (« Game of Thrones », « The Walking Dead » ...), ou de chanteurs célèbres (machines dédiées à Britney Spears ou à Jason Derulo). Le recours aux sens est même utilisé lorsque des tickets à gratter, ciblant spécialement les moins de 34 ans, sont parfumés à la noix de coco, rendant le papier agréable, et évoquant les vacances au soleil qu'ils promettent de gagner. En 2017, Loto-Québec a même eu recours au *Street Marketing* avec l'aide de Sid Lee dans le but de promouvoir la réédition de son jeu à gratter « Walking Dead », inspiré de la série américaine à succès. Dans un carrousel publicitaire, des acteurs grimés en morts-vivants surprenaient les jeunes passants. Les vidéos étaient ensuite largement relayées sur les réseaux sociaux. De façon beaucoup plus simple et directe, les casinos mettent à disposition des feuillets expliquant les règles de chaque jeu de table, afin de faciliter l'apprentissage auprès des novices, dont les jeunes font bien souvent partie. Depuis le début de l'année 2018 au casino de Montréal, un espace d'initiation aux machines à sous est même présent.

La connaissance d'un risque

Pour finir, il se peut que des individus ne consomment pas certains produits car ils sont informés de certains risques qui y sont associés. Prenons l'exemple de la cigarette : de nos jours, les pouvoirs publics informent massivement la population des dangers mortels du tabac. Si certaines personnes aiment fumer occasionnellement, elles ne franchissent pas le pas d'acheter un paquet, par peur de tomber dans la dépendance et de devoir supporter, à long terme, des effets nocifs sur leurs santés. Dans le cas des jeux d'argent et de hasard, les risques sont là encore bien connus du grand public : isolement, dépendance et problèmes financiers liés à l'addiction que ces jeux peuvent engendrer. À ce titre, les études scientifiques convergent toutes pour montrer que les différentes formes d'addiction ont à la fois pour explication un facteur génétique, et un facteur environnemental. Dans le cas de la cigarette ou de l'alcool par exemple,

l'héritabilité interviendrait à 60 % (Gorwood, 2008). Malheureusement, les chiffres ne sont pas aussi précis pour la dépendance au jeu, bien que la cause partielle de l'héritage génétique ait été validée (Slutske & al., 2000). Pour autant, une étude italienne a prouvé à l'inverse en 2013 que les moins de 24 ans étaient moins susceptibles que le reste de la population à sombrer dans l'addiction. Parmi leurs motivations, ces derniers avancent même que jouer à ces jeux est bénéfique pour la société. En effet, dans ce pays où 4 % du PIB provenait à l'époque de ce secteur, aller au casino ou jouer à la loterie est perçu comme un moyen de créer de l'emploi (Bastiani & al., 2013). Pourquoi alors avancer l'argument que certains jeunes se détournent des jeux d'argent et de hasard car ils en perçoivent un risque dissuasif ? L'explication réside ici bien plus dans la réalité quotidienne des jeunes québécois que dans la littérature scientifique. En effet, ces derniers sont de nos jours beaucoup mieux informés quant aux dangers des addictions. Citons par exemple la semaine de prévention des dépendances, menée par le gouvernement québécois et à destination des jeunes. Au départ, cette campagne était uniquement destinée à lutter contre la toxicomanie, et s'est étendue depuis 2015 à la drogue et autres jeux d'argent et de hasard. Destinée aux 12-14 ans, elle se réalise via des intervenants dans les écoles, véhiculant un message adapté aux différentes classes d'âge (Ministère de la Santé et des Services Sociaux du Québec, 2017). De manière plus générale, certains chercheurs ont dressé une liste des instances de prévention des addictions : l'école, l'entourage et le gouvernement via les campagnes de sensibilisation (Kindelberger & al., 2016). Définitivement, les jeunes Québécois sont mieux informés que jamais, et l'on peut penser qu'une peur de tomber dans la dépendance en démotivent certains à s'adonner aux jeux d'argent et de hasard. Pour le dire autrement, la peur du risque associé aux jeux d'argent peut possiblement décourager certains jeunes à miser.

La littérature scientifique est peu riche quant aux freins motivationnels des jeunes à consommer des jeux d'argent et de hasard, ce qui ne fait que légitimer davantage la pertinence de notre étude. Nonobstant, nous avons quand même pu relever quelques

pistes intéressantes à exploiter. Ainsi, des facteurs économiques, des choix réfléchis dans l'allocation des dépenses de loisirs, une méconnaissance du jeu ou encore une peur du risque pourraient expliquer pourquoi les 18-34 ans ne s'adonnent pas à ces jeux.

Tableau 2.3 : Pistes de freins motivationnels à consommer des jeux d'argent et de hasard identifiés dans la littérature scientifique

Frein motivationnel	Définition	Apports de la revue de littérature	Auteurs mobilisés (ou instances)
Prix trop élevés	Fait que les jeux d'argent et de hasard puissent être perçus comme trop chers, entraînant ainsi un rejet de la part de certains consommateurs.	- La notion de propension à payer ne peut s'appliquer ici. - Prix relativement faibles. - Un argument qui ne serait pas à première vue entièrement valide : les jeux d'argent sont accessibles à tous.	WM. Hanemann (1991) J.Martignoni-Hutin (1997) M.L. Loureiro (2002) S. Hine (2002)
Choix réfléchis dans l'allocation des dépenses de loisirs	La dimension du prix n'intervient pas ici. Il est plutôt question de choix nouveaux de la part des 18-34 ans, à la recherche de caractéristiques nouvelles pour leurs loisirs que les jeux d'argent n'offrent pas.	- Importance croissante des loisirs pour les jeunes. - Mais des choix plus réfléchis pour ces dépenses, plus éclairés. - Recherche de nouveauté et importance des sensations. - *In fine,* les jeux d'argent ne constituent pas un loisir important pour les jeunes.	Statistiques Canada (2017) C.Humphries (2011) OpinionWay (2016)

Méconnaissance des Jeux d'argent et de hasard	Le consommateur privilégie les biens qu'il connaît et auxquels il a été longtemps exposé. Or, si certains individus ne jouent pas, cela pourrait s'expliquer par le fait qu'ils n'aient jamais été exposés au jeu durant leurs enfances., ce qui constitue ici une défaillance au niveau de l'apprentissage.	- Avant d'atteindre leurs 18 ans, les jeunes sont moins exposés au jeu. - Les instances de socialisation, comme les parents, n'évoquent pas le jeu d'argent avec leurs enfants. Au-delà, de nombreuses instances le condamnent même (ex : religion). - Recours intensif au conditionnement classique par l'industrie des jeux pour combler cette défaillance et cette non exposition au jeu.	R. Gupta & al. (2007) S. Ward (1974) E. Durkheim (1925) I. Pavlov (1927)
Volonté de s'écarter de pratiques à risques	Les biens perçus comme étant à risque entraînent une crainte de la part de certains consommateurs qui préfèrent donc s'en détourner complètement.	- Jeunes plus informés quant aux risques addictifs. - Intervention d'acteurs multiples. - Pour autant, les jeunes seraient moins enclins à développer une addiction aux jeux.	P. Gorwood (2008) WS. Slutske & al. (2000) L. Bastiani & al. (2013) C. Kindelberger & al.(2016)

Là encore, si l'on applique ce qui a été observé de façon générale auprès du grand public aux jeunes Québécois, alors on peut émettre l'hypothèse suivante :

H3 : Les freins des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

Plus précisément, des facteurs sont identifiables et nous permettent de préciser lesdits freins :

H3. A : Le prix perçu a un impact sur l'intention de jouer.

H3. B : Les dépenses de loisirs réfléchies ont un impact sur l'intention de jouer.

H3. C : La méconnaissance des jeux d'argent et de hasard a un impact sur l'intention de jouer.

H3. D : La volonté de s'écarter des pratiques à risques a un impact sur l'intention de jouer.

Intéressons-nous finalement à une dernière notion, qui a une importance grandissante en marketing : l'éthique. Nous allons voir que ce principe occupe une place de plus en plus importante pour les consommateurs, et notamment les plus jeunes. Or, la dimension peu éthique de l'industrie des jeux d'argent et de hasard ne peut-elle constituer un frein motivationnel supplémentaire à s'adonner à ces jeux ?

2.5. Le manque d'éthique comme possible autre frein motivationnel des jeunes

Nous l'avons déjà souligné à plusieurs reprises, l'industrie du jeu est souvent pointée du doigt pour ne pas toujours faire preuve d'éthique. Cette image d'une industrie peu transparente et qui effraie certains est par exemple observable à travers les nombreuses études scientifiques qui se focalisent bien souvent sur les dimensions addictives des jeux d'argent ; ou encore par la peur des jeunes d'en devenir accros, comme nous l'avons là encore illustré. Cette section s'intéresse plus particulièrement au manque d'éthique du jeu et plus généralement de l'industrie du jeu, et souligne en quoi il peut constituer un frein motivationnel supplémentaire pour les jeunes consommateurs.

L'image médiocre de l'industrie du jeu

Avant de nous focaliser plus spécifiquement sur l'importance croissante de l'éthique en marketing, commençons par entrevoir l'importance de la communication pour une

entreprise. Plus précisément, focalisons-nous sur la quête à la notoriété, à l'image et à la réputation qui animent bon nombre d'entreprises, et dont Loto-Québec ne fait pas exception. La notoriété, l'image et la réputation sont trois termes qui, s'ils sont communément pensés comme synonymes, ont chacun des distinctions propres. La notoriété est liée à la notion de connaissance. Plus une entreprise est connue auprès du grand public, plus elle jouit d'une grande notoriété. Aucun élément qualitatif n'intervient ici : une entreprise peut avoir une grande notoriété sans pour autant être appréciée du grand public. On peut alors affirmer que Loto-Québec jouit par exemple d'une grande notoriété dans la Province. L'image quant à elle inclut cette dimension qualitative, en rendant compte de la façon dont une entreprise est perçue à un instant précis sur une pratique précise. Enfin, la réputation va encore plus loin que l'image puisqu'elle s'inscrit dans la durée. Une bonne réputation est alors une succession dans le temps de bonnes images pour l'entreprise. Ainsi, pour Paul Herbig et John Milewicz (1993), la réputation peut se résumer comme « la constance des actions d'une société observée dans le temps et évaluée sur un attribut donné ». Là où l'image est figée car ne renvoyant qu'à la réalité d'un moment précis, la réputation perdure et est gage de stabilité. Obtenir une bonne réputation est donc la quête ultime de toute entreprise. Comme le disait le célèbre entrepreneur Henri Ford, « les deux choses les plus importantes n'apparaissent pas au bilan de l'entreprise : sa réputation et ses hommes » (Aim & Billiet, 2015). Il est vrai qu'une bonne réputation apporte des bénéfices certains dans bien des domaines : la clientèle est plus aisément fidélisée, la confiance avec les investisseurs est renforcée, l'accès au marché est facilité… Bref, une bonne réputation est synonyme d'une pérennisation de l'activité. Pourtant, cette course à la réputation est longue puisque les entreprises les plus admirées ont en moyenne 83 ans, selon une sérieuse étude américaine (Reguer, 2011). Si l'ère du digital tend à réduire cette durée, les entreprises savent que pour atteindre cette reconnaissance, elles doivent être digne d'une grande confiance accordée au fil de longues années de pratiques exemplaires.

Le problème pour l'industrie des jeux d'argent et de hasard, c'est que cette exemplarité est loin d'être acquise. Dans la course à la réputation, **son image reste médiocre** comme le soulignent de nombreuses sources. Ainsi, Jean-François Biron, coordonnateur du comité régional de prévention sur les jeux d'argent et les dépendances à la Direction de Santé Publique au Québec, a accordé en février 2016 un entretien au journal *Le Devoir*. Dans l'article, l'expert résume l'image des Québécois quant à l'industrie du jeu, qui ne rapporte plus autant à la Province que cela fut le cas jadis : « Il est possible qu'on assiste à un changement de norme sociale par rapport au jeu. On voit davantage de critiques, davantage de débats sociaux, davantage de campagnes de sensibilisation par rapport au jeu. On a gagné du terrain du point de vue de la santé publique » (Fortier, 2016). Pour le dire autrement, les Québécois sont devenus plus méfiants vis-à-vis de Loto-Québec, ce qui a en toute logique entaché son image. Dans le même article, Jean-François Biron s'exprime aussi plus précisément sur les jeunes qui, selon lui, délaissent davantage les jeux d'argent parce qu'ils jouissent d'une image vieillotte à leurs yeux. Au-delà, Loto-Québec est régulièrement accusée de « laver son image », pour reprendre un terme du journaliste Mathieu Bélanger dans *Le Devoir* (2013). En effet, selon un rapport remis en 2013 et intitulé « Étude de faisabilité sur les stratégies de concertation et les actions de santé publique visant l'offre de jeux de hasard et d'argent au Québec », les auteurs pointent du doigt les sphères d'influence utilisées ingénieusement par Loto-Québec afin de maintenir sa bonne image. La conclusion du rapport est cinglante : « Loto-Québec est le cœur névralgique d'une impressionnante toile d'influences principalement auprès d'instances gouvernementales, d'organismes de recherche, de charité, d'un millier d'OSBL ainsi que dans les arts et l'éducation. Elle investit aussi des dizaines de millions de dollars dans tous les médias. Par l'intermédiaire de cette sphère d'influence, Loto-Québec participe à la normalisation continue des jeux de hasard et d'argent, y compris auprès des jeunes qui n'ont pas l'âge légal requis pour jouer. Cette toile d'influence permet aussi, d'une certaine façon, de neutraliser l'opposition potentielle à son type de gestion du jeu. Cette masse critique d'individus et

d'organisations tributaires des revenus de Loto-Québec participe involontairement à accorder une légitimité à la société d'État, à normaliser le jeu et à le promouvoir dans certains cas » (Direction de Santé Publique au Québec, 2013).

Une industrie sans éthique ?

Si l'industrie du jeu et plus particulièrement Loto-Québec ne disposent pas toujours d'une bonne image et sont parfois la cible de nombreuses critiques, cela peut être dû à un important manque d'éthique. En effet, les deux notions sont liées, l'une découlant de l'autre : une bonne image n'est possible que s'il y a en amont une conduite éthique de la part de l'entreprise (Lacroix et Létourneau, 2000). Nous l'avons vu au début de notre revue, le fait de miser de l'argent à des jeux a été condamné depuis l'Antiquité car cela était déjà jugé comme immoral, non éthique. En marketing, cette notion d'éthique est plus que jamais au cœur des discussions de recherche. Selon Murphy & al. (2004), l'éthique en marketing pourrait se définir comme « l'étude systématique de la façon dont les normes morales sont prises en compte dans les décisions, les comportements et les institutions relevant du marketing » (d'après une traduction libre). Le problème est qu'aujourd'hui, ces normes morales sont devenues d'une importance cruciale auprès de l'opinion publique. Par exemple, les valeurs de transparence ont considérablement gagné du terrain : pour qu'une entreprise soit éthique et jouisse d'une bonne image, elle se doit d'être transparente auprès de ses parties prenantes. En effet, dans l'imaginaire collectif, la transparence serait liée à la notion de confiance. Être transparent, cela serait dire la vérité dans le but d'instaurer une relation de confiance entre l'émetteur et les récepteurs. Véritable idéal démocratique, la transparence s'apparenterait à un processus construit autour de discours jugés subjectivement vrais et pertinents. Pour résumer, la transparence serait donc une « norme relationnelle et démocratique », comme l'écrit Jean-Baptiste Favatier (2009). Comprenez qu'il n'y a pas de confiance sans transparence, pas de démocratie sans transparence. Plus encore, la transparence viendrait moraliser une

institution jusqu'à présent jugée abstraite et inaccessible, comme pour la rendre plus proche de nous et de nos valeurs. Malheureusement, en promettant que remporter le *jackpot* à la loterie est possible là où les chances sont d'une sur plusieurs millions, ou encore en passant trop souvent sous silence les risques d'addiction, Loto-Québec et plus généralement **l'industrie du jeu ne fait de toute évidence pas preuve de transparence et *de facto*, d'éthique.**

Le décalage entre l'attente d'éthique de la part des jeunes et l'activité de Loto-Québec

Ce problème d'éthique est davantage épineux auprès des jeunes consommateurs, lesquels accordent un grand intérêt à certaines valeurs qui sont à l'inverse dénigrées par l'industrie du jeu. Ainsi, d'après un sondage commandité en 2017 pour le compte du Conseil Québécois de la Coopération et la Mutualité (CQCM) et réalisé par l'agence Léger Marketing, les trois valeurs individuelles les plus importantes pour les 18-34 ans sont l'honnêteté, la transparence et l'altruisme. Au-delà, cette étude révèle que les jeunes sont animés par un désir de faire une différence dans la société : ils préfèrent alors travailler pour des compagnies innovantes et éthiques, et appliquent le même schéma dans leurs habitudes de consommation (Bouchard, 2017). Plus encore, la consommation serait devenue pour les 18-34 ans un moyen d'engagement, le reflet de leurs valeurs : cela expliquerait par exemple pourquoi ces consommateurs sont fortement attirés par les produits biologiques ou équitables (Quéniart & al., 2007). Ces quelques considérations soulignent bel et bien, une fois de plus, l'écart entre ce que recherchent les jeunes, et ce qu'offre Loto-Québec. Ne pourrait-on pas alors y voir un autre frein motivationnel des 18-34 ans à consommer des jeux d'argent et de hasard ? À la lumière de tout ce que nous avons dit jusqu'à présent, nous pourrions en effet émettre l'hypothèse qu'au-delà de la perception du prix, des choix d'allocation de dépenses de loisirs, d'une méconnaissance du jeu et enfin d'une volonté de s'écarter des pratiques à risques, les jeunes pourraient se détourner des jeux d'argent et de hasard

car ils ne partagent pas les valeurs de cette industrie qui ne leur ressemble plus. Au-delà de l'industrie, les jeux d'argent eux-mêmes sont décriés, comme nous l'avons déjà vu à travers les religions chrétienne et musulmane qui le condamnent.

L'éthique est aujourd'hui devenue une valeur centrale en marketing, lequel ne peut plus uniquement se définir comme un champ d'étude dont la seule finalité est de proposer de la valeur à ses clients : il doit désormais proposer cette valeur à la société de manière générale. Ce nouveau paradigme est d'autant plus vrai que les jeunes consommateurs achètent désormais en fonction de leurs valeurs. Plus encore, consommer est pour eux un moyen de s'engager dans la société. En outre, ils attendent des industries qu'elles soient transparentes et éthiques, avant de leur donner leur confiance et *de facto*, les faire jouir d'une bonne image. Nonobstant, il semble exister un fort décalage entre les valeurs et attentes des jeunes consommateurs, et celles de l'industrie du jeu. Dans son essence même, le jeu d'argent est souvent décrié (par la religion notamment). Dès lors, nous faisons l'hypothèse suivante :

H4 : Le manque d'éthique associé au jeu et à l'industrie du jeu plus généralement constitue un frein supplémentaire pour les 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard.

Plus précisément :

H4. A : Le manque d'éthique associé au jeu a un impact sur l'intention de jouer.

H4. B : Le manque d'éthique associé à l'industrie du jeu à un impact sur l'intention de jouer.

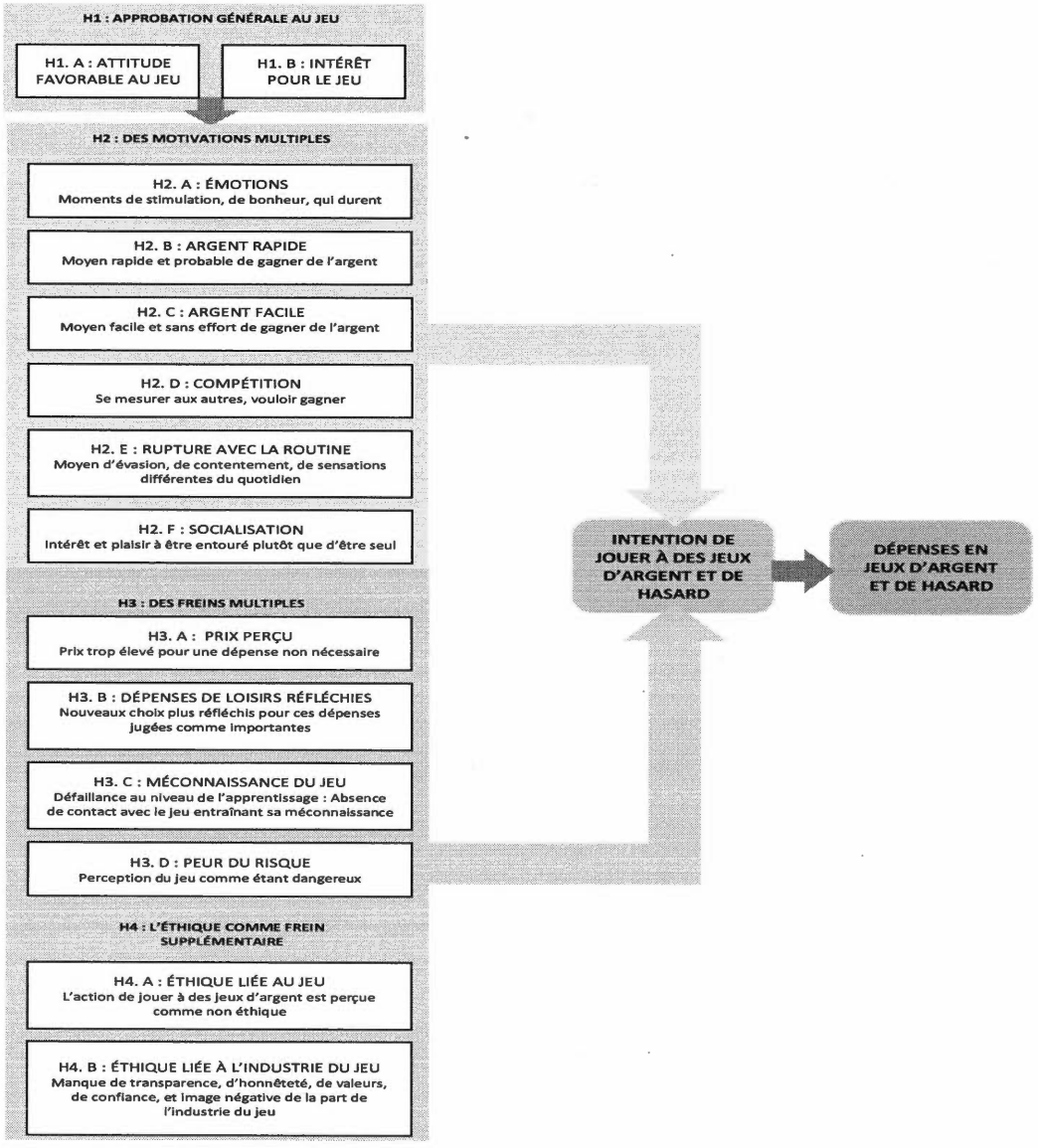
Tout au long de cette revue de littérature, nous avons tenté de souligner l'importance du jeu dans nos vies. Dans un premier temps et à l'aide d'une brève historiographie,

nous avons retracé l'évolution des jeux d'argent et de hasard depuis l'Antiquité ce qui nous a permis de montrer qu'ils avaient un ancrage ancien, qui s'était encore accéléré au XXème siècle. Puis, à travers une définition générale de ce type de jeux, nous avons commencé à entrevoir en quoi ils étaient si importants pour tout un chacun. En faisant ensuite intervenir de nombreuses sciences sociales et la philosophie, nous avons de surcroît montré que le jeu avait de nombreux bénéfices pour l'être humain et qu'il lui permettait notamment de se construire. Plus encore, cela nous a aussi permis de souligner le fait que nous sommes tous des joueurs. Bien que la littérature scientifique s'intéresse bien souvent à la dimension addictive des jeux particuliers que représentent les jeux d'argent et de hasard, nous avons plus tard essayé de dégager les principaux bénéfices pour ceux qui s'y adonnent. La recherche d'émotions, d'argent facile, d'argent rapide, de socialisation, de compétitivité ou de rupture avec le quotidien constituaient alors les principales motivations rencontrées dans la littérature. À l'inverse, nous avons aussi essayé de comprendre pourquoi d'autres personnes ne jouaient pas à ces jeux, en nous intéressant plus particulièrement aux jeunes consommateurs qui constituent le cœur de notre recherche. Nous avons alors exploré plusieurs pistes comme des prix trop élevés, des choix réfléchis dans l'allocation des dépenses de loisirs, une méconnaissance des jeux d'argent et de hasard ou encore la volonté de s'écarter de pratiques de consommation à risques. Une réflexion menée en parallèle nous a aussi fait prendre conscience que le décalage entre les valeurs des jeunes et celles de Loto-Québec pouvait également constituer un frein motivationnel supplémentaire qu'il conviendra de confirmer à travers cette étude.

CHAPITRE 3 :

CADRE CONCEPTUEL

Figure 3.1 : Modèle analytique graphique



A partir des éléments mis en exergue dans la revue de littérature, un cadre conceptuel a été dressé. Le modèle analytique graphique de la page précédente présente de façon synthétique ce cadre. Comme nous pouvons le remarquer, notre modèle est composé de deux variables dépendantes : l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard, ainsi que les dépenses en jeux d'argent et de hasard (constituant ici une variable comportementale). Des variables indépendantes multiples permettront de valider ou non les hypothèses ci-dessous, répondant à nos trois questions de recherche.

QR1 : De manière générale, les Québécois de 18 à 34 ans approuvent-ils le jeu ?

H1 : Les 18-34 ans approuvent le jeu de manière générale.

H1. A : Les Québécois âgés de 18 à 34 ans ont une attitude favorable au jeu.

H1. B : Les Québécois âgés de 18 à 34 ans ont un intérêt pour le jeu.

QR 2 : Quelles sont les motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement ?

H2 : Les motivations des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

H2. A : La quête d'émotions a un impact sur l'intention de jouer.

H2. B : La quête d'argent rapide a un impact l'intention de jouer.

H2. C : La quête d'argent facile a un impact sur l'intention de jouer.

H2. D : La désir de compétition a un impact sur l'intention de jouer.

H2. E : La volonté de rompre avec la routine a un impact sur l'intention de jouer.

H2. F : La quête de socialisation a un impact sur l'intention de jouer.

QR 3 : Pourquoi certains consommateurs, et notamment les plus jeunes, ne consomment pas des jeux d'argent et de hasard ?

H3 : Les freins des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

H3. A : Le prix perçu a un impact sur l'intention de jouer.

H3. B : Les dépenses de loisirs réfléchies ont un impact sur l'intention de jouer.

H3. C : La méconnaissance des jeux d'argent et de hasard a un impact sur l'intention de jouer.

H3. D : La volonté de s'écarter des pratiques à risques a un impact sur l'intention de jouer.

QR 4 : Le manque d'éthique associé au jeu et à l'industrie du jeu plus généralement peut-il constituer un frein motivationnel supplémentaire auprès des jeunes ?

H4 : Le manque d'éthique associé au jeu et à l'industrie du jeu plus généralement constitue un frein supplémentaire pour les 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard.

H4. A : Le manque d'éthique associé au jeu a un impact sur l'intention de jouer.

H4. B : Le manque d'éthique associé à l'industrie du jeu à un impact sur l'intention de jouer.

CHAPITRE 4 :

MÉTHODOLOGIE

4.1 Design de recherche

Notre revue de littérature souligne déjà l'intérêt existant quant aux différentes pratiques de jeu ; mais esquisse aussi les motivations et les freins qui découlent de ces pratiques. En conséquence, le design de recherche que nous allons adopter dans notre étude relève davantage du confirmatoire. Puisqu'aucune variable ne sera manipulée, ce design confirmatoire sera descriptif, avec une coupe instantanée simple. En effet, nous ne nous intéressons ici qu'aux Québécois de 18 à 34 ans à un moment précis : celui de la collecte de données. L'avantage de ce design est que l'échantillon peut être représentatif (à valider post collecte), et le coût de l'étude faible. Les relations entre les variables dépendantes (« intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois » et « sommes dépensées mensuellement en jeux d'argent et de hasard ») et les variables indépendantes ont été analysées.

4.2 Questionnaire original

Selon Malhotra (2009), un questionnaire est « une série de questions formalisées destinées à obtenir des informations auprès des répondants ». Dans notre cas, puisque le questionnaire est destiné à des jeunes Québécois, il a été entièrement rédigé en français.

Le questionnaire se divise en plusieurs parties. Tout d'abord, l'introduction a pour objectif de présenter l'objectif de la recherche ; l'identification de l'étudiant en charge de la recherche et de son directeur ainsi que leurs coordonnées ; la participation volontaire et le droit du répondant à abandonner à tout moment le questionnaire. La présente recherche n'ayant pas de risques apparents pour le répondant, aucune mention

desdits risques n'apparaît dans l'introduction. Puis, le formulaire de consentement permet de s'assurer que le répondant accepte de participer à l'étude et qu'il a pris connaissance de ses droits. Dans notre cas, ce formulaire apparaît à l'écran directement après l'introduction. Le répondant doit alors cliquer sur « j'accepte » afin de pouvoir passer à la suite. S'il refuse, le questionnaire n'est pas généré et un message de remerciement apparaît. Le questionnaire commence ensuite avec deux questions filtres : la première demande l'âge du répondant, alors que la seconde lui demande s'il est résident du Québec. Si l'âge entré n'est pas compris entre 18 et 34 ans et si le répondant n'est pas résident du Québec, alors les réponses du répondant ne seront pas prises en compte.

Les questions sont au nombre de dix-sept, et sont réparties en deux sections : le jeu de manière générale et les jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement. Toutes ont été élaborées à partir d'échelles scientifiquement validées et qui sont présentées plus loin.

Lorsque la seconde section débute (relative aux jeux d'argent et de hasard), un message apparaît afin de donner une définition de ces jeux et que tous les répondants aient le même niveau d'information : « Veuillez noter que par « jeux d'argent et de hasard », il faut comprendre l'ensemble des jeux qui nécessitent une mise d'argent et qui permettent de remporter un lot. Par exemple : loteries (Loto Max...), casinos, paris sportifs, jeux à gratter, salles de jeux, bingos, salles de jeux en ligne... ».

Le questionnaire s'achève sur les questions sociodémographiques : l'âge, le genre, la région où le répondant vit, la langue d'usage principale, l'occupation actuelle, le diplôme le plus élevé et les revenus bruts annuels. Ces questions ont été élaborées en reprenant celles que Loto-Québec utilise généralement dans ses études.

4.3 Échelles utilisées

Il convient ici de présenter les différentes échelles utilisées dans l'élaboration de notre questionnaire, pour chacune de nos variables indépendantes. À chaque fois, le nom de

l'échelle est présenté, son type, ses auteurs, ses items en anglais et en version française, ainsi que l'alpha de Cronbach. Chacune de ces échelles a donc été validée scientifiquement, et possède un alpha de Cronbach élevé justifiant ainsi de sa fiabilité. Compris entre 0 et 1, l'alpha de Cronbach évalue l'homogénéité des résultats (Cronbach, 1951). Au plus le coefficient se rapproche de 1, au plus l'échelle élaborée est fidèle. Selon Malhotra (2009), une échelle est exploitable lorsque son coefficient s'élève au minimum à 0,6, preuve d'une fidélité de cohérence interne.

Attitude favorable au jeu

Tableau 4.1 : Échelle de mesure retenue pour l'attitude favorable au jeu

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Attitude toward the game	Différentielle sémantique en 7 points	Waiguny, Nelson, Marko (2013)	1. Unappealing/appealing 2. Unpleasant/pleasant 3. Monotonous/dynamic 4. Unattractrive/attractive 5. Not entertaining/entertaining 6. Depressing/beneficial	0,90

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Diriez-vous que de manière générale, les jeux sont...

1. Pas attrayants/attrayants
2. Déplaisants/plaisants
3. Monotones/dynamiques
4. Inintéressants/intéressants
5. Pas amusants/amusants
6. Déprimants/bénéfiques

Intérêt pour le jeu

Tableau 4.2 : Échelle de mesure retenue pour l'intérêt pour le jeu (en général)

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Involvement (product)	Type Likert en 5 points	Cho, Lee & Tarps (2006)	1. I am interested in ____ in general. 2. ____ are important to me. 3. I get involved with what ____ I use. 4. ____ are relevant to my life. 5. I am going to purchase ____ in the next six months.	0,81 à 0,85

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1- Je suis intéressé par les jeux en général.

2- Les jeux sont importants pour moi.

3- Je suis impliqué dans les jeux auxquels je joue.

4- Les jeux sont nécessaires dans ma vie.

5- Je vais acheter des jeux dans les six prochains mois.

Quête d'émotions

Tableau 4.3 : Échelle de mesure retenue pour la quête d'émotions

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Pleasure	Différentielle sémantique en 7 points	Mehrabian et Russell (1974)	Rate your emotions according to the way the ____ made you feel 1. Happy/unhappy 2. Pleased/annoyed 3. Satisfied/unsatisfied 4. Contented/melancholic 5. Hopeful/despairing 6. Relaxed/bored 7. Joyful/not joyful	0,80

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Notez vos émotions selon ce que les jeux d'argent et de hasard vous font ressentir :

1. Heureux/malheureux
2. Content/agacé
3. Satisfait/pas satisfait
4. Épanoui/mélancholique
5. Plein d'espoir/désespéré
6. Détendu/ plein d'ennui
7. Joyeux/pas joyeux

Seconde échelle pour la quête d'émotions :

Tableau 4.4 : Seconde échelle de mesure retenue pour la quête d'émotions

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Need for affect (approach)	Type Likert en 7 points.	Maio et Esses (2001)	1. It is important for me to be in touch with my feelings. 2. I think that it is important to explore my feelings. 3. I am a very emotional person. 4. It is important for me to know how others are feeling. 5. Emotions help people get along with life. 6. Strong emotions are generally beneficial. 7. I feel that I need to experience strong emotions regularly. 8. I approach situations in which I expect to experience strong emotions. 9. I feel like I need a good cry every now and then. 10. I like to dwell on my emotions. 11. We should indulge our emotions. 12. I like decorating my bedroom with a lot of pictures and posters of things emotionally significant to me. 13. The experience of emotions promotes human survival.	0,89

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1- Il est important pour moi d'être en contact avec mes émotions.
2- Je pense qu'il est important d'explorer mes émotions.
3- Je suis une personne très émotive.
4- Il est important pour moi de savoir comment les autres se sentent.
5- Les émotions aident les gens à faire face à la vie.
6- Les émotions fortes sont généralement bénéfiques.
7- J'ai le sentiment d'avoir besoin d'expérimenter des émotions fortes régulièrement.
8- Je valorise les situations dans lesquelles je m'attends à ressentir de fortes émotions.
9- J'ai le sentiment de devoir pleurer un bon coup de temps en temps.
10- J'aime me reposer sur mes émotions.
11- Nous devrions nous laisser aller à nos émotions.
12- J'aime décorer ma chambre avec beaucoup d'images et de posters de choses que je juge émouvantes.
13- L'expérience des émotions favorise la survie humaine.

Quête d'argent rapide

Tableau 4.5 : Échelle de mesure retenue pour la quête d'argent rapide

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Attitude toward the Act	Différentielle sémantique en 7 points	Ajzen and Fishbein (1980)	1. Bad/good 2. Foolish/wise 3. Harmful/beneficial 4. Unpleasant/pleasant 5. Unsafe/safe 6. Punishing/rewarding 7. Unsatisfactory/satisfactory	0,72 à 0,97

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Participer à des activités permettant d'obtenir de l'argent rapidement est...

1. Mauvais/bon
2. Idiot/intelligent
3. Nocif/bénéfique
4. Déplaisant/plaisant
5. Dangereux/sans danger
6. Punissant/gratifiant
7. Insatisfaisant/satisfaisant

Quête d'argent facile

Tableau 4.6 : Échelle de mesure retenue pour la quête d'argent facile

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Attitude toward the Act	Différentielle sémantique en 7 points	Ajzen and Fishbein (1980)	1. Bad/good 2. Foolish/wise 3. Harmful/beneficial 4. Unpleasant/pleasant 5. Unsafe/safe 6. Punishing/rewarding 7. Unsatisfactory/satisfactory	0,72 à 0,97

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Participer à des activités permettant d'obtenir de l'argent facilement est...

1. Mauvais/bon
2. Idiot/intelligent
3. Nocif/bénéfique
4. Déplaisant/plaisant

5. Dangereux/sécuritaire
6. Punissant/enrichissant
7. Insatisfaisant/satisfaisant

Quête de compétition

Tableau 4.7 : Échelle de mesure retenue pour la quête de compétition

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Desire to win	Type Likert en 5 points	Corfman (1991)	Please rate yourself on each of the scales provided by placing an "X" in the appropriate space. 1. want to win 2. competitive 3. dislike losing	0,82

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

1. Je veux gagner
2. Je suis compétitif
3. Je n'aime pas perdre

Volonté de rompre avec la routine

Tableau 4.8 : Échelle de mesure retenue pour la volonté de rompre avec la routine

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Attitude toward actitivies (adventurous)	Type Likert en 7 points	Shoham, Rose et Kahle (1998)	1. Adventures 2. Daily and routine activities 3. Breaking out of the daily routine	0,60

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

De manière générale, j'aime...

1. L'aventure
2. Les activités quotidiennes et routinières
3. Rompre avec la routine quotidienne

Quête de socialisation

Tableau 4.9 : Échelle de mesure retenue pour la quête de socialisation

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Sociability	Type Likert en 7 points	Reynolds and Beatty (1999)	1. I like to be with people. 2. I prefer working with others than working alone. 3. I find spending time with people more enjoyable than solitary activities, such as reading a book. 4. I tend to be a loner. 5. I prefer to do things alone. 6. I am not very sociable. 7. I do not like parties and social events.	0,82

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1. J'aime être avec des gens.
2. Je préfère travailler avec d'autres personnes que travailler seul.
3. Je considère que passer du temps avec des gens est plus agréable que les activités solitaires, comme la lecture.
4. J'ai tendance à être solitaire.
5. Je préfère faire les choses seul.
6. Je ne suis pas très sociable.
7. Je n'aime pas les fêtes et les événements sociaux.

Prix trop élevé

Tableau 4.10 : Échelle de mesure retenue pour la perception du prix

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Price (product)	Type Likert en 5 points	Yoo, Donthu, Lee (2000)	1. The price of ____ is high. 2. The price of ____ is low. 3. ____ is expensive.	0,72

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1- Le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé.

2- Le prix des jeux d'argent et de hasard est faible.

3- Les jeux d'argent et de hasard sont dispendieux.

Dépenses de loisirs réfléchies

Tableau 4.11 : Échelle de mesure retenue pour la réflexion relative aux dépenses de loisirs

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Purchase involvement (cognitive)	Différentielle sémantique en 7 points	Shamdasani, Stanaland et Tan (2001)	1. Unimportant decision/very important decision 2. Decision requires little thought/decision requires a lot of thought 3. Little to lose if you choose the wrong brand/a lot to lose if you choose the wrong brand.	0,83

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Le choix d'une dépense de loisir est pour moi...

1. Une décision très peu importante/une décision très importante
2. Une décision qui requiert peu de réflexion/une décision qui requiert beaucoup de réflexion
3. Une petite perte si l'on fait le mauvais choix/Une grande perte si l'on fait le mauvais choix

Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard

Tableau 4.12 : Échelle de mesure retenue pour la méconnaissance des jeux d'argent et de hasard

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Knowledge (product classes)	Différentielle sémantique en 7 points	Mukherjee et Hoyer (2001)	1. Compared to others you know, how knowledgeable are you about the features of different types of ____ in the market? *not at all knowledgeable/very knowledgeable* 2. In general, how knowledgeable are you about different types of ____ in the market? *not at all knowledgeable/very knowledgeable* 3. Compared to your friends, how much experience do you have with different types of ____? *Very little experience/a lot of experience*	0,80

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1. Comparé à votre entourage, à quel point êtes-vous connaisseur des caractéristiques des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché ? *Pas du tout connaisseur/Très connaisseur*
2. En général, à quel point êtes-vous connaisseur des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché ? *Pas du tout connaisseur/très connaisseur*
3. Comparé à vos amis, à quel point êtes-vous expérimenté avec les différents types de jeux d'argent et de hasard ? *Très peu expérimenté/Très expérimenté.*

(Tous ces items devront être codés à l'inverse)

Volonté de s'écarter des pratiques à risques

Tableau 4.13 : Échelle de mesure retenue pour l'aversion au risque

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Risk averseness	Type Likert en 7 points	Burton et al. (1998)	1. I don't like to take risks 2. Compared to most people I know, I like to "live life on the edge" 3. I have no desire to take unnecessary chances on things. 4. Compared to most people I know, I like to gamble on things.	0,78

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

1. Je n'aime pas prendre des risques.
2. Comparé à la plupart des gens que je connais, j'aime vivre la vie à fond.
3. Je n'ai aucune envie de prendre des risques inutiles sur les choses.
4. Comparé à la plupart des gens que je connais, j'aime parier sur les choses.

Manque d'éthique lié à l'action de jouer

Tableau 4.14 : Échelle de mesure retenue pour le manque d'éthique perçu (relative aux jeux d'argent et de hasard)

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Perceived immorality	Différentielle sémantique en 7 points	Wilcox, Kim et Sen (2009)	1. Immoral/moral 2. Unethical/ethical 3. Insincere/sincere 4. Impur/pure	0,79 à 0,85

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Les jeux d'argent et de hasard sont...

1. Immoraux/moraux
2. Non-éthiques/éthiques
3. Faux/sincères
4. Impurs/purs

(Tous ces items devront être codés à l'inverse.)

Manque d'éthique de l'industrie du jeu

Tableau 4.15 : Échelle de mesure retenue pour le manque d'éthique perçu (relative à l'industrie du jeu)

Nom de l'échelle	Type	Auteurs	Items	Alpha de Cronbach
Perceived immorality	Différentielle sémantique en 7 points	Wilcox, Kim et Sen (2009)	1. Immoral/moral 2. Unethical/ethical 3. Insincere/sincere 4. Impur/pure	0,79 à 0,85

La traduction proposée pour cette échelle est la suivante :

Les actions de l'industrie des jeux d'argent et de hasard sont...

1. Immorales/morales
2. Non-éthiques/éthiques
3. Fausses/sincères
4. Impures/pure

   (Tous ces items devront être codés à l'inverse)

Variables dépendantes

Il y a deux variables indépendantes. La première concerne la probabilité de jouer à des jeux d'argent et de hasard, et l'intitulé exact pour mesurer cette probabilité est : « sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois ». La dimension temporelle de cette question (« au cours du prochain mois ») est certes arbitraire, mais nous pensons qu'il est plus facile pour les répondants d'estimer leurs dépenses pour le mois à venir, plutôt que pour la semaine ou l'année à venir. En effet, le calcul d'un budget se fait souvent par mois et non par semaine ou année.

La seconde variable indépendante concerne les sommes dépensées chaque mois, l'intitulé exact de la question étant : « indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard, en dollars canadiens ». La dimension temporelle (un mois) est la même qu'à la question précédente, pour des raisons identiques.

4.4 Pré-test

La version originale du questionnaire a été soumise au directeur de recherche afin d'obtenir des premières recommandations. Il a été pré-testé le jeudi 31 mai 2018 avec un groupe d'étudiants en maîtrise Marketing, issus de l'université ESG-UQAM

(Montréal). Le pré-test a ainsi eu lieu durant leur cours de Méthodologie à la recherche, donné par notre directeur de recherche lui-même. Au total, l'échantillon de notre pré-test était n = 19, correspondant aux 19 étudiants présents en cours ce jour-là.

Il est important de rappeler ici que l'étape d'un pré-test ne nécessite pas un échantillon trop gros, ni représentatif. Ces 19 étudiants ont été choisis par convenance, bien qu'ils soient tous étudiants en Marketing. L'objectif pour nous était double : savoir si le questionnaire était compréhensible de tous, mais aussi quelle échelle était la plus facile à utiliser pour les répondants (entre des échelles de Type Likert et différentielles sémantiques). Enfin, soulignons que parmi cet échantillon, une grosse majorité était constituée de non joueurs, une situation faisant écho aux statistiques données par Loto-Québec.

4.5 Questionnaire final

À partir du pré-test, plusieurs informations sont remontées. Si le questionnaire était globalement bien compris de tous, l'échelle de type Likert semblait plus appréciée. En effet, la traduction qui avait été adoptée dans la version originale pour les questions à échelles différentielles sémantiques étaient parfois ambigües, les deux adjectifs proposés n'étant pas toujours perçus comme antonymiques. Pour cette raison et par souci de constance, il a été décidé que le questionnaire final serait constitué exclusivement de questions ayant recours aux échelles de type Likert, en sept points (là où originellement, certaines échelles utilisaient cinq points, et d'autres sept).

De plus, deux questions utilisant deux échelles différentes avaient été intégrées dans le questionnaire original pour mesurer la quête d'émotions (hypothèse 2.A.). Le pré-test a permis de mettre en lumière que l'échelle la plus adaptée était celle du plaisir, développée par Mehrabian et Russell (1974). En effet, cette dernière contient beaucoup moins d'items et est beaucoup plus compréhensible que l'échelle développée par Maio

et Esses (2001). Cette dernière a tout de même été conservée, mais le nombre d'items a été réduit à 4 (contre 13 dans sa version originale). Un item de l'échelle de Mehrabian et Russell (1974) a également été retiré, car sa traduction était jugée trop ambigüe en français. Justement concernant la traduction, certains termes ont été retraduits, afin d'être plus évocateurs pour les répondants.

Pour la variable concernant le prix, l'échelle de Yoo, Donthu et Lee (2000) propose originellement trois items. Or, il y a eu une perception de redondance entre deux de ces items. Les phrases « le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé » et « les jeux d'argent et de hasard sont dispendieux » semblaient pour nos répondants beaucoup trop similaires. Le nombre d'items a donc été réduit à deux, et il n'est plus demandé dans la version finale du questionnaire d'indiquer son degré d'accord avec la phrase « les jeux d'argent et de hasards sont dispendieux ».

Enfin, des répondants ont souligné le fait que certaines religions interdisent de miser de l'argent. Une question portant sur la religion a donc été rajoutée dans la section « questions sociodémographiques ». Notez qu'une version complète du questionnaire final est disponible en annexe B.

4.6 Échantillonnage et technique de collecte

Avant de calculer la taille d'un échantillon, il convient de déterminer la population à étudier. Dans notre cas, il s'agit des résidents Québécois (cadre géographique) âgés de 18 à 34 ans inclusivement (cadre démographique). Il n'y a aucune distinction entre joueurs et non joueurs : tous sont soumis au même sondage.

La méthode boule de neige, qui est une technique non probabiliste, a été retenue pour cette étude. Majoritairement utilisée sur internet, elle a lieu en plusieurs étapes. Tout d'abord, le chercheur publie sur sa page Facebook (réseau social très plébiscité des

jeunes) des liens vers le questionnaire que ses amis ou abonnés peuvent voir. Puis, ces derniers, une fois qu'ils ont répondu au questionnaire, l'envoient à leurs tours à leurs amis. Par « effet boule de neige », l'échantillon se construit peu à peu (Malhotra, 2009).

L'objectif pour nous était de récolter le maximum de répondants, et notre échantillon final s'établit à 410 répondants.

4.7 Collecte des données

Les données ont été collectées en septembre 2018, à travers la plateforme *Google Forms* sur laquelle le questionnaire était hébergé.

4.8 Méthode d'analyse envisagée

Les données seront analysées via le logiciel SPSS. Tout d'abord, le profil des répondants sera présenté à travers une analyse descriptive. Puis, la fidélité et la validité des échelles seront mesurées à travers le calcul des alphas de Cronbach et en utilisant des analyses factorielles respectivement. Enfin, les tests d'hypothèses seront réalisés en utilisant différentes techniques : de l'analyse descriptive simple à la régression linéaire, qu'elle soit simple ou multiple.

CHAPITRE 5 :

RÉSULTATS

Dans cette section, nous allons présenter les résultats de notre étude. Pour ce faire, nous avons scrupuleusement appliqué la méthodologie que nous venons de présenter. Dans un premier temps, nous évoquerons la taille de l'échantillon final, en expliquant les conditions d'épuration que nous avons appliquées. Nous réaliserons ensuite une première analyse descriptive en analysant le profil sociodémographique des répondants, tout en le comparant aux données statistiques publiques du Québec. Cela nous permettra de juger du pouvoir de généralisation de nos résultats. Il s'en suivra une analyse de la fidélité des échelles de mesure ainsi qu'une analyse de la validité des construits. Nous passerons ensuite aux tests descriptifs avant de finalement tester chacune de nos hypothèses, ce qui nous permettra ou non de les valider.

5.1 Épuration de l'échantillon

Le lien menant au questionnaire a été clôturé le 20 septembre 2018, l'objectif initial de récolter 400 réponses ayant été atteint. En effet, il y avait à cette date 438 répondants, avec en conséquence un échantillon initial n=438. Pour autant, une phase d'épuration des répondants a dû être appliquée :

- 2 répondants n'ont pas accepté le formulaire de consentement et leurs réponses ne pouvaient donc pas être prises en compte, conformément aux règles relatives à l'éthique de la recherche.
- 18 répondants ont été retirés car ils ne répondaient pas positivement aux deux questions filtres. Pour le dire autrement, soit ils n'étaient pas résidents du Québec, soit ils n'avaient pas un âge compris entre 18 et 34 ans. Dès lors, leurs profils ne correspondaient pas à notre cible.

- 6 répondants ont été retirés car ils répondaient systématiquement la même réponse à chacune des questions (par exemple « pas du tout d'accord » pour l'ensemble des questions posées) ou n'avaient pas répondu à plus de cinq questions.
- 2 répondants ont été retirés car à la question « Quelle somme dépensez-vous chaque mois en jeux d'argent et de hasard ? », ils ont répondu « 50000 $ » et « un milliard de dollars » ; des chiffres jugés irréalistes et qui faussaient l'étude. Quand bien même ces affirmations étaient vraies, nous n'aurions pas pu les garder car nous voulions un échantillon le plus représentatif possible de la réalité des jeunes consommateurs québécois *lambdas*.

L'échantillon final s'élève donc à n = 410.

5.2 Profil des répondants et pouvoir de généralisation

Âge

Tableau 5.1 : Âge des répondants

Âge	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
18	1	0,2	0,2
19	2	0,5	0,7
20	16	3,9	4,6
21	29	7,1	11,7
22	59	14,4	26,1
23	39	9,5	35,6

24	38	9,3	44,9
25	43	10,5	55,4
26	29	7,1	62,4
27	27	6,6	69,0
28	28	6,8	75,9
29	22	5,4	81,2
30	15	3,7	84,9
31	21	5,1	90,0
32	15	3,7	93,7
33	16	3,9	97,6
34	10	2,4	100,0
TOTAL	410	100,0	

Chaque âge compris entre 18 et 34 ans est représenté, bien que les âges compris entre 21 et 26 ans soient majoritaires, représentant à chaque fois plus de 7 % des répondants. À l'inverse, les répondants ayant 18, 19 et 34 ans sont sous-représentés, constituant respectivement 0,2 %, 0,5 % et 2,4 % des répondants. Si l'on compare ces chiffres avec ceux établis par Statistique Canada en 2017 lors du dernier recensement, nous remarquons un léger décalage puisque chaque âge compris entre 18 et 34 ans représente environ 6 % du total des 18-34 ans au Québec, comme le montre le tableau ci-après :

Tableau 5.2 : Population québécoise âgée de 18 à 34 ans selon Statistique Canada, estimation au 1er juillet 2017

Âge	Effectif au Québec	% au sein des 18-34 ans québécois
18	42 791	4,7 %
19	45 766	5,0 %
20	48 981	5,4 %
21	51 307	5,6 %
22	53 077	5,8 %
23	54 401	6,0 %
24	55 624	6,1 %
25	57 218	6,3 %
26	58 657	6,4 %
27	58 066	6,4 %
28	55 231	6,1 %
29	53 112	5,8 %
30	53 100	5,8 %
31	55 015	6,0 %
32	55 708	6,1 %
33	56 864	6,2 %
34	57 143	6,3 %
TOTAL	911 431	100,0 %

Pour autant, hormis pour les quelques âges cités plus hauts, la majorité des âges sont représentés de façon assez homogène dans notre échantillon. Notons enfin que la moyenne des âges des répondants est de 25,7 ans.

Genre

Tableau 5.3 : Genre des répondants

Genre	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Féminin	266	64,9	64,9
Masculin	144	35,1	100,0
TOTAL	410	100	

64,9 % des répondants sont des femmes, tandis que 35,1 % des répondants sont à l'inverse des hommes. En sachant qu'il y avait en 2017 au Québec 4 219 609 femmes (50,27 %) et 4 174 425 hommes (49,73 %) d'après Statistique Canada, nous pouvons voir ici un décalage puisque les femmes sont surreprésentées dans notre échantillon.

Région de résidence

Tableau 5.4 : Région de résidence des répondants

Région	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	1	0,2	0,2
Abitibi-Témiscamingue	1	0,2	0,4

Capitale Nationale	32	7,8	8,2
Centre-du-Québec	7	1,7	9,7
Chaudière-Appalaches	6	1,5	11,2
Estrie	6	1,6	12,8
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	2	0,5	13,3
Lanaudière	10	2,4	15,7
Laurentides	16	3,9	19,6
Laval	22	5,4	25,0
Mauricie	1	0,2	25,2
Montérégie	49	12,0	37,2
Montréal	252	61,5	98,7
Outaouais	3	0,7	99,4
Saguenay–Lac-Saint-Jean	2	0,5	100,0
TOTAL	409	100	

Concernant les régions dans lesquelles vivent les répondants, 61,5 % résident à Montréal, 12 % en Montérégie et 7,8 % dans la région Capitale Nationale. Ces trois régions sont donc les plus représentées de notre échantillon, en concordance avec les données de Statistique Canada. En effet en 2017, Montréal, la Montérégie et la Capitale

Nationale constituaient les trois régions les plus peuplées, regroupant respectivement 24,2 %, 18,5 % et 8,5 % de la population québécoise totale. À l'inverse, trois régions ne sont pas représentées par nos répondants : le Nord-du-Québec, la Côte-Nord et le Bas-Saint-Laurent. Pour autant, cela n'est pas dommageable puisque toujours d'après Statistique Canada (2017), ces régions ne regroupent respectivement que 0,5 %, 1,1 % et 2,4 % de la population totale québécoise.

Langue d'usage principale

Tableau 5.5 : Langue d'usage principale des répondants

Langue	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	7	1,7	1,7
Anglais	5	1,2	2,9
Arabe	5	1,2	4,1
Autre	2	0,5	4,6
Espagnol	8	2,0	6,6
Français	381	92,9	99,5
Italien	1	0,2	99,8
Russe	1	0,2	100,0
TOTAL	410	100	

Une très grande majorité des répondants a pour langue principale le français (92,9 % des répondants). L'espagnol (2 %), l'anglais (1,2 %) et l'arabe (1,2 %) suivent. Lors

du recensement de 2016, Statistique Canada a émis les chiffres suivants concernant la langue la plus parlée à la maison :

- Français : 80,6 %
- Anglais : 10,7 %
- Langue non officielle : 8,6 %

Nous voyons donc que la surreprésentation des francophones concorde avec les données statistiques officielles. De plus, il est normal que l'écrasante majorité des répondants soient francophones, le questionnaire ayant été administré dans la langue de Molière.

Religion

Tableau 5.6 : Religion des répondants

Religion	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	7	1,7	1,7
Aucune	233	56,8	58,5
Autre	12	2,9	61,5
Chrétienne	124	30,2	91,7
Juive	3	0,7	92,4
Musulmane	31	7,6	100,0
TOTAL	410	100	

Plus de la moitié des répondants (56,8 %) déclare n'avoir aucune religion. 30,2 % se disent chrétiens, alors que 7,6 % se disent musulmans. À première vue, ces chiffres ne corrèlent pas vraiment les données officielles puisque d'après Statistique Canada, les Québécois se déclaraient en 2011 comme suit :

- Chrétiens : 82,2 %
- Sans religion : 12,1 %
- Musulmans : 3,1 %
- Autres religions : 12,6 %

Pour autant, les enquêtes relatives à la religion ne sont réalisées au Canada et au Québec que tous les 10 ans. Or, les dernières études montrent inlassablement une baisse de croyants au Québec. Dès lors, le profil de nos répondants semble tout à fait conforme à la réalité.

Occupation actuelle

Tableau 5.7 : Occupation actuelle des répondants

Occupation	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	1	0,2	0,2
Étudiant à temps plein	116	28,3	28,5
Étudiant à temps partiel	1	0,2	28,7
Employé à temps partiel	19	4,6	33,4

Employé à temps partiel ; étudiant à temps plein	84	20,5	53,9
Employé à temps partiel ; étudiant à temps partiel	14	3,4	57,4
Employé à temps plein	138	33,7	91,1
Employé à temps plein ; étudiant à temps plein	9	2,2	93,3
Employé à temps plein ; étudiant à temps partiel	14	3,4	96,7
Sans activité	13	3,2	100,0
TOTAL	410	100	

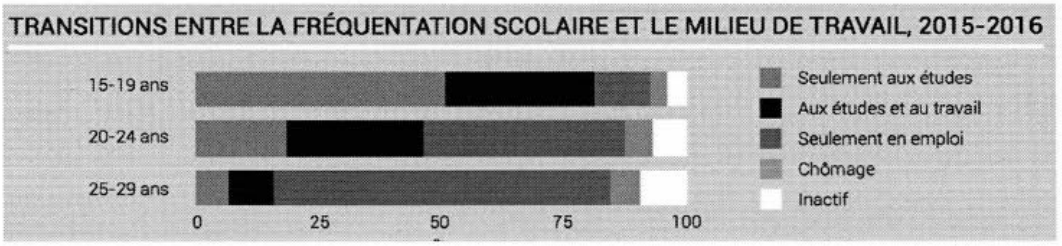
Les trois classes d'occupation les plus représentées au sein de l'échantillon sont les suivantes :

- Employés à temps plein : 33,7 %
- Étudiants à temps plein : 28,3 %
- Étudiants à temps plein ET employés à temps partiel : 20,5 %

Cette diversité des profils parmi les jeunes est vérifiée par les études officielles. Si l'Institut de la Statistique du Québec n'émet pas de chiffres pour la population précise des Québécois âgés de 18 à 34 ans, il a mené en 2016 une « Enquête sur la population

active », dans laquelle il présente l'occupation des jeunes selon 3 catégories d'âge : les 15-19 ans ; les 20-24 ans et les 25-29 ans. Les résultats sont présentés ci-après :

Figure 5.1 : Transitions entre la fréquentation scolaire et le milieu de travail, 2015-2016 (Institut de la Statistique du Québec, Enquête sur la population active, 2016)



Niveau d'éducation

Tableau 5.8 : Niveau d'éducation des répondants

Niveau d'études	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	5	1,2	1,2
Aucun diplôme	2	0,5	1,7
Diplôme d'études secondaires	18	4,4	6,1
Diplôme professionnel	14	3,4	9,5
Certificat d'un collège ou Cégep	99	24,1	33,6
Certificat, diplôme ou grade universitaire	272	66,3	100,0
TOTAL	410	100	

Nous pouvons remarquer ici que bien que tous les niveaux d'éducation soient présents dans notre échantillon, la catégorie « certificat, diplôme ou grade universitaire » est surreprésentée, puisqu'elle regroupe 66,3 % des répondants. Or, les chiffres officiels n'abondent pas dans ce sens. Si l'institut de la Statistique du Québec n'émet pas de chiffres pour la population précise des Québécois âgés de 18 à 34 ans, il a mené en 2016 une « enquête sur la population active », dans laquelle il présente les résultats suivants pour les 25-64 ans :

- 12,9 % : Aucun diplôme
- 18,2 % : Diplôme d'études secondaires
- 17,2 % : Diplôme professionnel
- 20,9 % : Certificat d'un collège ou Cégep
- 30,9 % : Certificat, diplôme, ou grade universitaire

Revenus bruts annuels

Tableau 5.9 : Revenus des répondants

Revenus	Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
(Non renseigné)	5	1,2	1,2
Moins de 5000 $	32	7,8	9,0
5 000 – 9 999 $	28	6,8	15,8
10 000 – 14 999 $	56	13,7	29,5
15 000 – 19 999 $	52	12,7	42,2
20 000 – 24 999 $	50	12,2	54,4
25 000 – 34 999 $	56	13,7	68,1

35 000 – 49 999 $	63	15,4	83,5
50 000 – 74 999 $	43	10,5	94,0
75 000 – 99 999 $	20	4,9	98,9
100 000 – 149 999 $	3	0,7	99,6
250 000 $ et plus	2	0,5	100,0
TOTAL	410	100	

Les différentes catégories de revenus sont toutes représentées. De façon logique, les très hauts revenus (égaux ou supérieurs à 100 000 $) sont très peu représentés (1,2 % des répondants). Les classes de revenus regroupant le plus de répondants sont les suivantes :

- 35 000 – 49 999 $: 15,4 % des répondants
- 25 000 – 34 999 $: 13,7 % des répondants
- 10 000 – 14 999 $: 13,7 % des répondants

Statistique Canada n'émet pas de données concernant le revenu précis des 18-34 ans au Québec. En effet, l'institut découpe cette tranche d'âge en deux catégories : les 16-24 ans et les 25-34 ans. En 2016, les Québécois de 16 à 24 ans avaient un revenu annuel moyen de 14 700 $, tandis que les 25-34 ans avaient un revenu annuel moyen de 37 600 $. On remarque ici que ces deux moyennes de revenus se retrouvent parmi les catégories les plus représentées par nos répondants.

Pouvoir de généralisation

Nous venons de présenter le profil sociodémographique des 410 répondants ayant participé à la présente étude. Bien que la méthode boule de neige ne soit pas la plus optimale pour générer des résultats qui puissent être généralisés à l'ensemble de la population, nous avons montré que dans la plupart des cas, les données récoltées sont proches des données officielles transmises par Statistique Canada ou l'Institut de la Statistique du Québec. Si, certes, la population féminine et diplômée est surreprésentée par rapport à la réalité dans notre étude, nous pouvons tout de même affirmer que nos données ont un bon pouvoir de généralisation.

5.3 Fiabilité des échelles de mesure : alphas de Cronbach

Au sein d'une même échelle, les items doivent avoir une consistance interne : si tel est le cas, alors l'échelle est considérée comme fiable. Cette fiabilité est mesurée à l'aide d'un coefficient appelé « alpha de Cronbach ». Ce dernier permet de dresser les moyennes de corrélation deux à deux des items considérés au sein d'une même échelle. Sa valeur est comprise entre 0 et 1 : au plus ce coefficient tend vers 1, au plus l'échelle est jugée comme fiable. Habituellement, on considère qu'un coefficient de 0,6 ou plus permet de s'assurer d'une fiabilité de cohérence interne satisfaisante (Malhotra, 2009). Pour le dire autrement, un coefficient supérieur ou égal à 0,6 permet de s'assurer que l'ensemble des questions (ou items) de l'échelle mesurent bien la même chose.

Dans notre étude, nous avons eu recours à quatorze échelles au total, référant *de facto* à quatorze construits (exemples : l'attitude au jeu (en général) ou encore la quête d'émotions, se référer au cadre conceptuel). Le tableau ci-dessous présente les alphas de Cronbach pour chacun de ces construits :

Tableau 5.10 : Fiabilité initiale des construits

Construit	Nombre d'items	Alpha de Cronbach
Attitude au jeu (en général)	6	0,936
Intérêt pour le jeu (en général)	5	0,916
Quête d'émotions	6	0,917
Quête d'argent rapide	7	0,861
Quête d'argent facile	7	0,871
Désir de compétition	3	0,841
Désir de rupture avec la routine	3	0,590
Quête de socialisation	7	0,850
Perception du prix	2	0,775
Réflexion dépenses de loisirs	3	0,639
Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard	3	0,961
Aversion au risque	4	0,555
Manque d'éthique perçu lié aux jeux d'argent et de hasard	4	0,516
Manque d'éthique perçu lié à l'industrie du jeu	4	0,522

Comme nous pouvons le remarquer dans notre tableau, dix construits sur les quatorze mobilisés sont fiables, leurs alphas de Cronbach étant à chaque fois supérieurs à 0,6. Pour les quatre construits restants, les alphas n'atteignent pas le seuil fatidique de 0,6. Cela suggère qu'à chaque fois, un ou plusieurs items doivent être retirés car ils ne mesurent pas la même chose que les autres items. Le recours à SPSS nous a donc permis de réduire le nombre d'items utilisés pour chacune de ces échelles. Le tableau ci-dessous présente les nouvelles caractéristiques des échelles, incluant les modifications nécessaires, ainsi que les nouveaux alphas de Cronbach :

Tableau 5.11 : Fiabilité finale des construits

Construit	Nombre d'items	Items	Nouvel alpha de Cronbach
Attitude au jeu (en général)	6	Les jeux sont attrayants Les jeux sont plaisants Les jeux sont dynamiques Les jeux sont intéressants Les jeux sont amusants Les jeux sont bénéfiques	0,936
Intérêt pour le jeu (en général)	5	Je suis intéressé par les jeux en général Les jeux sont importants pour moi Je suis impliqué dans les jeux auxquels je joue Les jeux sont pertinents dans ma vie Je vais acheter des jeux dans les six prochains mois	0,916
Quête d'émotions	6	Les jeux d'argent et de hasard me rendent heureux Les jeux d'argent et de hasard me rendent satisfait Les jeux d'argent et de hasard m'aident à m'épanouir Les jeux d'argent et de hasard me rendent plein d'espoir Les jeux d'argent et de hasard me détendent Les jeux d'argent et de hasard me rendent joyeux	0,917
Quête d'argent rapide	7	Obtenir de l'argent rapidement est bon Obtenir de l'argent rapidement est intelligent Obtenir de l'argent rapidement est bénéfique Obtenir de l'argent rapidement est plaisant Obtenir de l'argent rapidement est sans danger Obtenir de l'argent rapidement est gratifiant	0,861

		Obtenir de l'argent rapidement est satisfaisant	
Quête d'argent facile	7	Obtenir de l'argent facilement est bon Obtenir de l'argent facilement est intelligent Obtenir de l'argent facilement est bénéfique Obtenir de l'argent facilement est plaisant Obtenir de l'argent facilement est sans danger Obtenir de l'argent facilement est gratifiant Obtenir de l'argent facilement est satisfaisant	0,870
Désir de compétition	3	Dans la vie en général, je veux gagner Dans la vie en général, je suis compétitif Dans la vie en général, je n'aime pas perdre	0,841
Désir de rupture avec la routine	2	J'aime l'aventure J'aime rompre avec la routine quotidienne	0,740
Quête de socialisation	7	J'aime être avec des gens Je préfère travailler avec d'autres personnes que travailler seul Je considère que passer du temps avec des gens est plus agréable que les activités solitaires, comme la lecture J'ai tendance à être solitaire Je préfère faire les choses seul Je ne suis pas très sociable Je n'aime pas les fêtes et les événements sociaux	0,850
Perception du prix	2	Le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé Le prix des jeux d'argent et de hasard est faible	0,775
Réflexion dépenses de loisirs	3	Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision importante Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision qui requiert beaucoup de réflexion Les dépenses de loisirs représentent pour moi une grande perte si l'on fait le mauvais choix	0,639
Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard	3	Comparé à mon entourage, je suis un bon connaisseur des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché En général, je suis un bon connaisseur des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché Comparé à mes amis, je suis expérimenté avec les différents types de jeux d'argent et de hasard (Codage inverse pour tous les items)	0,961
Aversion au risque	2	Je n'aime pas prendre des risques Je n'ai aucune envie de prendre des risques inutiles sur les choses	0,687

Manque d'éthique perçu lié aux jeux d'argent et de hasard	3	Les jeux d'argent et de hasard sont moraux Les jeux d'argent et de hasard sont éthiques Les jeux d'argent et de hasard sont sincères (Codage inverse pour tous les items)	0,852
Manque d'éthique perçu lié à l'industrie du jeu	3	Les actions de l'industrie du jeu sont morales Les actions de l'industrie du jeu sont éthiques Les actions de l'industrie du jeu sont sincères (Codage inverse pour tous les items)	0,917

Ces suppressions d'items pour les quatre échelles concernées nous permettent désormais d'affirmer que tous les construits de notre étude sont désormais fiables, leurs alphas de Cronbach étant à chaque fois supérieur à 0,6.

5.4 Validité des construits : l'analyse factorielle en composante principale

Définition

À travers les alphas de Cronbach, nous venons de voir que l'ensemble de nos échelles étaient fiables. Il convient désormais de se pencher sur la validité de nos construits. Pour le dire autrement, nous voulons ici avoir la certitude que chacune des échelles mesure bien ce qu'elle doit mesurer, et que les items d'un construit ne se corrèlent pas avec les items d'un autre construit.

Pour ce faire, nous allons avoir recours à une analyse factorielle en composantes principales. Cette technique permet de « réduire les variables corrélées entre elles en quelques dimensions qui se présentent sous forme de combinaisons linéaires appelées composantes principales ou facteurs » (Hajjem, 2016). Pour autant, une analyse factorielle ne peut avoir lieu que si deux conditions sont vérifiées :

- La probabilité associée au test de Sphéricité de Bartlett doit être strictement inférieur à 5% (Malhotra, 2009). Ainsi, nous avons la preuve que les items sont indépendants les uns des autres (Stewart, 1981).
- L'indice d'adéquation de l'échantillon de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) doit être strictement supérieur à 0,5. Cet indice d'adéquation est alors considéré comme suffisamment élevé et souligne la pertinence de l'analyse factorielle (Malhotra,2009).

Dans le cadre de notre étude, nous devons réaliser deux analyses factorielles : l'une pour l'approbation au jeu de manière générale ; et l'autre pour les freins et motivations aux jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement.

Analyse factorielle pour l'approbation au jeu

Le tableau qui suit présente la validité des construits pour l'approbation au jeu. À chaque fois, les items associés à chaque variable sont précisés ; l'alpha de Cronbach est rappelé. La matrice des facteurs après rotation est aussi visible : elle illustre la corrélation de chaque variable avec son facteur. Le résultat du test de Bartlett est significatif car inférieur à 5% (0 dans notre cas). Le test de KMO est quant à lui bien supérieur à 0,5, puisqu'il est ici égal à 0,938 (voir annexe C). Le recours à l'analyse factorielle est donc justifié, et les deux variables « attitude au jeu (en général) » et « intérêt pour le jeu » (en général) peuvent être regroupées au sein d'un premier facteur, celui de « **l'approbation au jeu (en général)** ». Nous le noterons F0.

Tableau 5.12 : Matrice des facteurs après rotation

Construit	Items	Alpha de Cronbach (Rappel)	Matrice des facteurs après rotation	
			1	2
Attitude au jeu (général)	Les jeux sont attrayants	0,936	0,772	
	Les jeux sont plaisants		0,851	
	Les jeux sont dynamiques		0,864	
	Les jeux sont intéressants		0,879	
	Les jeux sont amusants		0,875	
	Les jeux sont bénéfiques		0,649	
Intérêt pour le jeu (général)	Je suis intéressé par les jeux en général	0,916		0,737
	Les jeux sont importants pour moi			0,832
	Je suis impliqué dans les jeux auxquels je joue			0,747
	Les jeux sont pertinents dans ma vie			0,850
	Je vais acheter des jeux dans les 6 prochains mois			0,798

Ce facteur « approbation au jeu (en général) » et noté F0 capte 77,897 % de la variance (voir Annexe C).

Analyse factorielle pour les freins et motivations

À la suite d'une première analyse factorielle prenant en compte l'ensemble des variables relatives aux freins et aux motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard, quatre items ont dû être retirés :

- L'item 7.D. (variable quête d'argent rapide) : « Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est plaisant »
- L'item 7.E. « Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est sans danger »
- L'item 8.D. (variable quête d'argent facile) : « Obtenir de l'argent FACILEMENT est plaisant ».
- L'item 8.E. « Obtenir de l'argent FACILEMENT est sans danger »

L'explication de ces retraits est simple : aucun de ces items ne pouvaient être classés au sein d'un facteur, tant leurs résultats dans la matrice de corrélation étaient faibles. Pour le dire autrement, ces items mesuraient mal ce qu'ils étaient sensés mesurés.

Lors de la seconde analyse factorielle les facteurs finaux ont également dû être reconfigurés. En effet, certains items d'un construit se corrélaient avec les items d'un autre construit. Ils ont donc dû être regroupés ensemble au sein d'un même facteur :

- En premier lieu, des items des variables « quête d'argent rapide » et « quête d'argent facile » ont dû être redistribués. Ainsi, les items 7.A. « Obtenir de l'argent rapidement est bon », 7.B. « Obtenir de l'argent rapidement est intelligent » et 7.C. « obtenir de l'argent rapidement est bénéfique » ont été regroupés avec les items 8.A. « Obtenir de l'argent facilement est bon », 8.B. « Obtenir de l'argent facilement est intelligent » et 8.C. « obtenir de l'argent facilement est bénéfique ». Tous ces items font désormais partie du même facteur **« intérêt pragmatique ».**

- Il en va de même pour les items 7.F. « Obtenir de l'argent rapidement est gratifiant » et 7.G. « Obtenir de l'argent rapidement est satisfaisant » qui ont été regroupés avec les 8.F. « Obtenir de l'argent facilement est gratifiant » et 8.G. « Obtenir de l'argent facilement est satisfaisant ». Tous ces items font désormais partie du même facteur **« intérêt affectif ».**
- Enfin, l'ensemble des items des variables 16 « éthique liée au jeu » et 17 « éthique liée à l'industrie du jeu » ont été scindés au sein d'un même nouveau facteur, **« éthique ».** Les répondants ne faisaient donc pas de distinction entre l'industrie du jeu et les jeux d'argent.

Ces modifications ayant été faites, il convient de vérifier que la fiabilité n'a pas été perdue. Pour cela, nous devons calculer les nouveaux alphas de Cronbach pour les nouveaux construits.

Tableau 5.13 : Fiabilité des nouveaux construits (après analyse factorielle)

Construit	Items	Alpha de Cronbach
Quête d'émotions	Les jeux d'argent et de hasard me rendent heureux Les jeux d'argent et de hasard me rendent satisfait Les jeux d'argent et de hasard m'aident à m'épanouir Les jeux d'argent et de hasard me rendent plein d'espoir Les jeux d'argent et de hasard me détendent Les jeux d'argent et de hasard me rendent joyeux	0,917
Intérêt pragmatique	Obtenir de l'argent rapidement est bon Obtenir de l'argent rapidement est intelligent Obtenir de l'argent rapidement est bénéfique Obtenir de l'argent facilement est bon Obtenir de l'argent facilement est intelligent Obtenir de l'argent facilement est bénéfique	0,913

Intérêt affectif	Obtenir de l'argent rapidement est gratifiant Obtenir de l'argent rapidement est satisfaisant Obtenir de l'argent facilement est gratifiant Obtenir de l'argent facilement est satisfaisant	0,820
Désir de compétition	Dans la vie en général, je veux gagner Dans la vie en général, je suis compétitif Dans la vie en général, je n'aime pas perdre	0,841
Désir de rupture avec la routine	J'aime l'aventure J'aime rompre avec la routine quotidienne	0,740
Quête de socialisation	J'aime être avec des gens Je préfère travailler avec d'autres personnes que travailler seul Je considère que passer du temps avec des gens est plus agréable que les activités solitaires, comme la lecture J'ai tendance à être solitaire Je préfère faire les choses seul Je ne suis pas très sociable Je n'aime pas les fêtes et les évènements sociaux	0,850
Perception du prix	Le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé Le prix des jeux d'argent et de hasard est faible	0,775
Réflexion dépenses de loisirs	Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision importante Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision qui requiert beaucoup de réflexion Les dépenses de loisirs représentent pour moi une grande perte si l'on fait le mauvais choix	0,639
Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard	Comparé à mon entourage, je suis un bon connaisseur des jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché En général, je suis un bon connaisseur des jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché Comparé à mes amis, je suis expérimenté avec les différents types de jeux d'argent et de hasard (Codage inverse pour tous les items)	0,961
Aversion au risque	Je n'aime pas prendre des risques Je n'ai aucune envie de prendre des risques inutiles	0,687

Manque d'éthique	Les jeux d'argent et de hasard sont moraux Les jeux d'argent et de hasard sont éthiques Les jeux d'argent et de hasard sont sincères Les actions de l'industrie du jeu sont morales Les actions de l'industrie du jeu sont éthiques Les actions de l'industrie du jeu sont sincères (Codage inverse pour tous les items)	0,896

Comme nous pouvons le constater, les nouveaux construits sont fiables, les alphas de Cronbach étant systématiquement supérieurs à 0,6.

La fiabilité ayant été prouvée, nous pouvons désormais présenter les résultats de notre analyse factorielle pour l'ensemble des freins et motivations. Le tableau qui suit présente la validité des construits, relatifs aux freins et motivations à jouer à des jeux d'argent et de hasard. À chaque fois, les items associés à chaque variable sont précisés avant que la matrice des composantes soit présentée. Le recours à cette analyse factorielle est justifié car le KMO est ici bien supérieur à 0,5 (il est égal à 0,848 dans notre cas) et le test de Bartlett est bien inférieur à 0,05 (0 ici, voir annexe C).

Tableau 5.14 : Matrice des composantes pour les facteurs relatifs aux freins et aux motivations

Construit (alpha)	Items	Matrice des composantes										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Quête d'émotions (0,917)	Les jeux d'argent et de hasard me détendent	0,772										
	Les jeux d'argent et de hasard me rendent satisfait	0,854										
	Les jeux d'argent et de hasard m'aident à m'épanouir	0,744										

	Les jeux d'argent et de hasard me rendent heureux	0,873			
	Les jeux d'argent et de hasard me rendent plein d'espoir	0,716			
	Les jeux d'argent et de hasard me rendent joyeux	0,837			
Intérêt pragmatique (0,913)	Obtenir de l'argent rapidement est bon		0,776		
	Obtenir de l'argent rapidement est intelligent		0,825		
	Obtenir de l'argent rapidement est bénéfique		0,801		
	Obtenir de l'argent facilement est bon		0,736		
	Obtenir de l'argent facilement est intelligent		0,751		
	Obtenir de l'argent facilement est bénéfique		0,742		
Manque d'éthique perçu (0,896)	Les jeux d'argent et de hasard sont moraux			0,715	
	Les jeux d'argent et de hasard sont éthiques			0,771	
	Les jeux d'argent et de hasard sont sincères			0,712	
	Les actions de l'industrie du jeu sont morales			0,851	
	Les actions de l'industrie du jeu sont éthiques			0,872	

	Les actions de l'industrie du jeu sont sincères		0,802			
Quête de socialisation (0,850)	J'aime être avec des gens			0,773		
	Je préfère travailler avec d'autres personnes que travailler seul			0,707		
	Je considère que passer du temps avec des gens est plus agréable que les activités solitaires, comme la lecture			0,635		
	J'ai tendance à être solitaire			0,771		
	Je préfère faire les choses seul			0,774		
	Je ne suis pas très sociable			0,729		
	Je n'aime pas les fêtes et les événements sociaux			0,673		
Intérêt affectif (0,820)	Obtenir de l'argent rapidement est gratifiant				0,669	
	Obtenir de l'argent rapidement est satisfaisant				0,695	
	Obtenir de l'argent facilement est gratifiant				0,721	
	Obtenir de l'argent facilement est satisfaisant				0,745	
	Dans la vie en général, je veux gagner					0,821

Désir de compétition (0,841)	Dans la vie en général, je suis compétitif		0,826			
	Dans la vie en général, je n'aime pas perdre		0,796			
Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard (0,961)	Comparé à mon entourage, je suis un bon connaisseur des jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché			0,840		
	En général, je suis un bon connaisseur des jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché			0,824		
	Comparé à mes amis, je suis expérimenté avec les différents types de jeux d'argent et de hasard			0,808		
Réflexion dépenses de loisirs (0,639)	Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision importante				0,647	
	Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision qui requiert beaucoup de réflexion				0,828	
	Les dépenses de loisirs représentent pour moi une grande perte si l'on fait le mauvais choix				0,708	
Prix élevé (0,775)	Le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé					0,883
	Le prix des jeux d'argent et de hasard est faible					0,891
	J'aime l'aventure					0,781

Rupture avec la routine (0,740)	J'aime rompre avec la routine quotidienne		0,850	
Aversion au risque (0,687)	Je n'aime pas prendre des risques			0,797
	Je n'ai aucune envie de prendre des risques inutiles			0,797

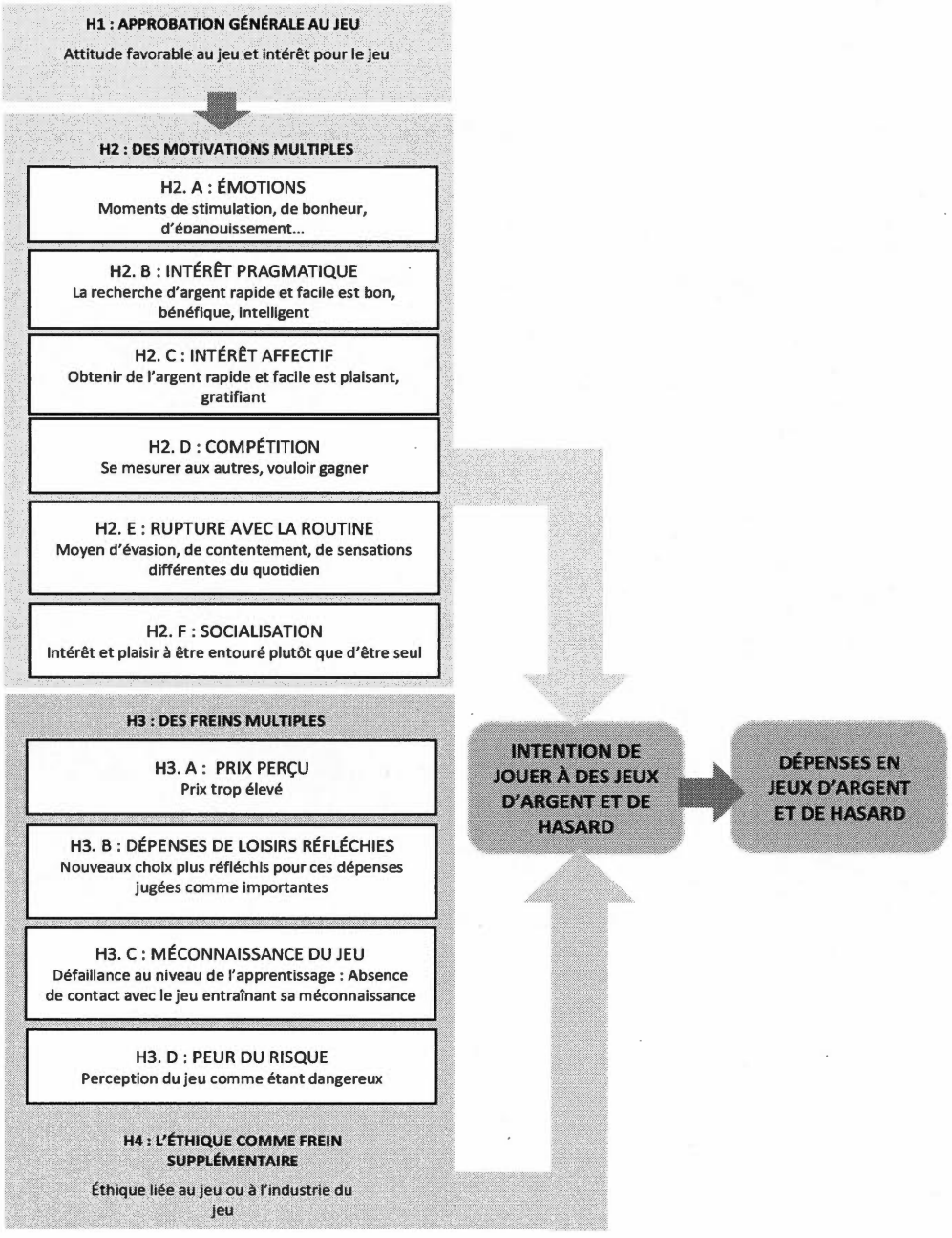
Les onze facteurs se dégageant de l'analyse factorielle (pour les freins et les motivations) sont les suivants : Quête d'émotions, intérêt pragmatique, intérêt affectif, désir de compétition, désir de rupture avec la routine ; quête de socialisation, prix élevé, réflexion dépenses de loisirs, méconnaissance des jeux d'argent et de hasard ; aversion au risque ; manque d'éthique perçu. Ils ont été calculés par le biais d'une analyse en composante principale. Voici les noms suivants (notés F1 à F11) pour ces onze facteurs :

- F1 : Quête d'émotions
- F2 : Intérêt pragmatique
- F3 : Manque d'éthique perçu
- F4 : Socialisation
- F5 : Intérêt affectif
- F6 : Compétition
- F7 : Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard
- F8 : Réflexion dépenses de loisirs
- F9 : Prix élevé
- F10 : Rupture avec la routine
- F11 : Aversion au risque

Ces onze facteurs expliquent 71,288 % de la variance totale observée. Ils s'ajoutent à celui « approbation au jeu (en général) », noté F0 (voir annexe C). Comme nous l'avons prouvé, tous sont fiables et valides. Pour autant, certains construits ayant évolué, il convient désormais de présenter une mise à jour du modèle graphique analytique et des hypothèses qui en découlent.

5.4 Mise à jour du modèle analytique graphique et des hypothèses

Figure 5.2 : Nouveau modèle analytique graphique



De ce nouveau modèle analytique graphique découle une mise à jour des hypothèses de recherche, qui sont désormais les suivantes :

H1 : Les 18-34 ans approuvent le jeu de manière générale.

H2 : Les motivations des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

H2. A : La quête d'émotions a un impact sur l'intention de jouer.

H2. B : L'intérêt pragmatique que peut susciter l'argent rapide et facile a un impact l'intention de jouer.

H2. C : L'intérêt affectif que peut susciter l'argent rapide et facile a un impact sur l'intention de jouer.

H2. D : La désir de compétition a un impact sur l'intention de jouer.

H2. E : La volonté de rompre avec la routine a un impact sur l'intention de jouer.

H2. F : La quête de socialisation a un impact sur l'intention de jouer.

H3 : Les freins des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.

H3. A : Le prix perçu a un impact sur l'intention de jouer.

H3. B : Les dépenses de loisirs réfléchies ont un impact sur l'intention de jouer.

H3. C : La méconnaissance des jeux d'argent et de hasard a un impact sur l'intention de jouer.

H3. D : La volonté de s'écarter des pratiques à risques a un impact sur l'intention de jouer.

H4 : Le manque d'éthique associé au jeu (et à son industrie) a un impact sur l'intention de jouer.

5.5. Validation des hypothèses de recherche

Hypothèse 1

L'hypothèse 1 affirme que les 18-34 ans approuvent le jeu de manière générale. Afin de valider cette hypothèse, une simple analyse descriptive est ici suffisante.

Tableau 5.15 : Analyse descriptive pour les items de l'intérêt au jeu (en général)

		3. A. Les jeux sont attrayants	3. B. Les jeux sont plaisants	3. C. Les jeux sont dynamiques	3. D. Les jeux sont intéressants	3. E. Les jeux sont amusants	3. F. les jeux sont bénéfiques	4. A. Je suis intéressé par les jeux en général	4. B. Les jeux sont importants pour moi	4. C. Je suis impliqué dans les jeux auxquels je joue	4. D. Les jeux sont pertinents dans ma vie	4. E. Je vais acheter des jeux dans les 6 prochains mois
N	Valide	410	410	410	409	410	409	410	410	410	409	410
	Manquant	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
Moyenne		5,21	5,40	5,19	5,16	5,42	4,37	4,80	3,70	4,42	3,61	3,80
Erreur standard de la moyenne		,076	,068	,070	,071	,068	,091	,090	,090	,094	,090	,103
Médiane		6,00	6,00	5,00	5,00	6,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00
Mode		6	6	6	5	6	5	6	4	5	4	1
Ecart type		1,549	1,367	1,410	1,438	1,369	1,841	1,813	1,812	1,898	1,823	2,085

La très grande majorité des items du facteur F0 « approbation au jeu (en général) » ont des moyennes élevées. Par exemple, l'item « les jeux sont intéressants » recueille une moyenne de 5,16 (sur une échelle allant de 1 à 7, pour laquelle 7 correspond à l'énoncé « fortement en accord »). Concernant les valeurs médianes, elles sont aussi à de hauts niveaux, bien souvent égales à 5 ou 6. De la même façon, la valeur modale est

également égale à 5 ou 6 dans la plupart des cas, soulignant là-encore l'intérêt des jeunes pour les jeux en général. Enfin, les écarts types sont faibles, soulignant une forte homogénéité des répondants. Cependant, notons qu'un item ne s'inscrit pas dans la tendance observée globalement : le 4.E. « je vais acheter des jeux dans les six prochains mois ». Une explication possible est que l'intérêt pour un produit de consommation ne se traduit pas forcément pas un acte d'achat, et d'autres éléments interviennent à l'instar du revenu disponible, ou encore de la disponibilité du produit.

Présentons désormais l'analyse descriptive pour le facteur F0 : intérêt au jeu (en général), ce qui permettra d'appuyer nos propos.

Tableau 5.16 : Analyse descriptive pour le facteur « intérêt au jeu (en général) »

intérêt_jeu		
N	Valide	408
	Manquant	2
Moyenne		5,1250
Médiane		5,3333
Ecart type		1,31146
Plage		6,00
Minimum		1,00
Maximum		7,00

Sur une échelle allant de 1 à 7, pour laquelle 7 correspond à l'énoncé « fortement en accord », le facteur récolte une excellente moyenne de 5,125. La valeur médiane est elle aussi élevée puisqu'égale à 5,33. Enfin, l'écart type relativement faible (1,31) souligne une grande homogénéité parmi les répondants, qui ont donc un intérêt pour le jeu de manière générale.

Nous validons donc notre première hypothèse.

Hypothèses 2 à 4

Les hypothèses 2 à 4 sont celles relatives aux freins et motivations. Afin de valider nos autres hypothèses de recherche, nous allons recourir à la régression linéaire multiple. Il s'agit d'une technique statistique utilisée pour étudier l'existence mais aussi la nature de la relation entre une variable dépendante continue (dans notre cas l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois, sur une échelle de 1 à 7) ; plusieurs variables indépendantes pour la plupart continues (dans notre cas, les onze facteurs que nous avons notés de F1 à F11). Cette technique sert donc à comprendre, expliquer, mais aussi prédire des phénomènes. Attention cependant, car le recours à la régression linéaire multiple ne peut se faire que si certaines conditions sont au préalable remplies (Hajjem, 2016). Les conditions d'utilisation de la régression linéaire multiple qui suit sont présentées à l'annexe D.

Le Test F de Fisher associé au R^2 étant ici inférieur à 0,05 (il est égal à 0), l'hypothèse nulle ($R^2=0$) peut être rejetée. Par conséquent, notre modèle explique bien une part significative de la variance.

Tableau 5.17 : Validation des hypothèses 2 à 4 : ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	736,698	11	66,973	38,402	,000[b]
	Résidu	647,020	371	1,744		
	Total	1383,718	382			

a. Variable dépendante : 18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :

b. Prédicteurs : (Constante), REGR factor score 11 for analysis 1, REGR factor score 4 for analysis 1, REGR factor score 10 for analysis 1, REGR factor score 5 for analysis 1, REGR factor score 6 for analysis 1, REGR factor score 2 for analysis 1, REGR factor score 9 for analysis 1, REGR factor score 8 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 7 for analysis 1, REGR factor score 3 for analysis 1

Le R^2 est ici égal à 0,532 ce qui permet d'affirmer que 53,2 % de la variabilité de l'intention de jouer est expliquée par nos facteurs. Autrement dit, notre modèle est de bonne qualité.

Tableau 5.18 : Validation des hypothèses 2 à 4 : Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,730[a]	,532	,519	1,321

a. Prédicteurs : (Constante), REGR factor score 11 for analysis 1, REGR factor score 4 for analysis 1, REGR factor score 10 for analysis 1, REGR factor score 5 for analysis 1, REGR factor score 6 for analysis 1, REGR factor score 2 for analysis 1, REGR factor score 9 for analysis 1, REGR factor score 8 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1, REGR factor score 7 for analysis 1, REGR factor score 3 for analysis 1

Finalement, il convient désormais de regarder si l'ensemble de nos facteurs sont statistiquement significatifs. La dernière colonne du tableau des coefficients nous indique que les facteurs F5 (socialisation), F8 (réflexion dépenses de loisirs), F9 (perception du prix) et F10 (rupture avec la routine) ne le sont pas : en effet les alphas sont dans ces cas toujours strictement supérieurs à 0,05. À l'inverse, les sept autres facteurs ont un impact sur l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard, leurs alphas étant toujours égaux à 0. La colonne des coefficients standardisés nous permet même de classer l'importance des facteurs qui expliquent l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard. Ainsi, on remarque que : F1 (émotions) > F7 (méconnaissance des jeux d'argent et de hasard) > F2 (intérêt pragmatique) et F11 (aversion au risque) > F3 (manque d'éthique perçu) > F6 (compétition) > F5 (intérêt affectif). À partir de notre échantillon, le modèle de notre régression linéaire multiple est alors :

$$\textbf{\textit{Intention de jouer}} = 0{,}556\ émotions - 0{,}347\ méconnaissance\ des\ jeux\ d'argent\ et\ de\ hasard + 0{,}176\ intérêt\ pragmatique - 0{,}176\ aversion\ au\ risque - 0{,}145\ manque\ d'éthique\ perçu + 0{,}120\ compétition + 0{,}105\ intérêt\ affectif$$

Dans ce modèle, les motivations apparaissent clairement : la quête d'émotions, l'intérêt pragmatique, la quête de compétition et l'intérêt affectif. Les freins sont également visibles : la méconnaissance des jeux d'argent et de hasard, l'aversion au risque, le manque d'éthique perçu (leurs signes sont négatifs dans l'équation alors que les signes des motivations sont positifs). Compte tenu de la nature des facteurs, l'équation est ici donnée avec les bêtas standardisés, montrant l'impact relatif de chacun des facteurs sur l'intention de jouer.

Tableau 5.19 : Validation des hypothèses 2 à 4 : coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	2,519	,067		37,322	,000
	REGR factor score 1 for analysis 1 (Quête d'émotions)	1,060	,068	,556	15,658	,000
	REGR factor score 2 for analysis 1 (Intérêt Pragmatique)	,335	,068	,176	4,965	,000
	REGR factor score 3 for analysis 1 (Manque d'éthique perçu)	-,278	,068	-,145	-4,088	,000
	REGR factor score 4 for analysis 1 (Socialisation)	,008	,067	,004	,117	,907
	REGR factor score 5 for analysis 1 (Intérêt affectif)	,199	,067	,105	2,954	,003
	REGR factor score 6 for analysis 1 (Compétition)	,229	,067	,120	3,389	,001
	REGR factor score 7 for analysis 1 (Méconnaissance des jeux d'argent et de hasard)	-,662	,068	-,347	-9,767	,000
	REGR factor score 8 for analysis 1 (Réflexion dépenses de loisirs)	,010	,068	,005	,154	,878
	REGR factor score 9 for analysis 1 (Prix élevé)	-,049	,068	-,026	-,725	,469
	REGR factor score 10 for analysis 1 (Rupture avec la routine)	,013	,067	,007	,198	,843
	REGR factor score 11 for analysis 1 (Aversion au risque)	-,335	,068	-,176	-4,963	,000

a. Variable dépendante : 18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :

À partir de ces informations, **nous pouvons donc valider notre seconde hypothèse.** En effet, il existe bien plusieurs motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard : la quête d'émotions, l'intérêt pragmatique, le désir de compétition et l'intérêt affectif. Ces dernières impactent positivement l'intention de jouer à ces jeux.

En outre, **nous pouvons valider notre troisième hypothèse.** En effet, la méconnaissance des jeux d'argent et de hasard et l'aversion au risque ont bien un effet négatif sur l'intention de jouer : il y a donc bien des freins multiples à jouer à des jeux d'argent et de hasard.

Enfin, **notre quatrième hypothèse est validée** puisque le manque d'éthique perçu influence bien l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard.

Tableau 5.20 : Récapitulatif de la validation des hypothèses

Hypothèse	État
H1 : Les 18-34 ans approuvent le jeu de manière générale.	**Validée**
H2 : Les motivations des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.	**Validée**
H2. A : La quête d'émotions a un impact sur l'intention de jouer.	Validée
H2. B : L'intérêt pragmatique que peut susciter l'argent rapide et facile a un impact l'intention de jouer.	Validée
H2. C : L'intérêt affectif que peut susciter l'argent rapide et facile a un impact sur l'intention de jouer.	Validée
H2. D : La désir de compétition a un impact sur l'intention de jouer.	Validée
H2. E : La volonté de rompre avec la routine a un impact sur l'intention de jouer.	Non validée
H2. F : La quête de socialisation a un impact sur l'intention de jouer.	Non validée
H3 : Les freins des 18-34 ans à jouer aux jeux d'argent et de hasard sont multiples.	**Validée**

H3. A : Le prix perçu a un impact sur l'intention de jouer.	Non validée
H3. B : Les dépenses de loisirs réfléchies ont un impact sur l'intention de jouer.	Non validée
H3. C : La méconnaissance des jeux d'argent et de hasard a un impact sur l'intention de jouer.	Validée
H3. D : La volonté de s'écarter des pratiques à risques a un impact sur l'intention de jouer.	Validée
H4 : L'éthique perçue associée au jeu (et à son industrie) a un impact sur l'intention de jouer.	**Validée**

5.6. Influence de l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard sur les sommes dépensées

Au-delà d'émettre plusieurs hypothèses afin d'expliquer l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard, nous avions inscrit dans notre cadre conceptuel que l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard avait un impact sur les sommes dépensées dans ces jeux. Une régression linéaire est ici nécessaire afin de valider ces propos. Tout comme pour la validation de nos hypothèses 2 à 4, le recours à la régression linéaire repose sur des conditions préalables. Elles sont présentées en annexe E.

Le Test F de Fisher étant ici inférieur à 0,05 (il est égal à 0), l'hypothèse nulle peut être rejetée. Par conséquent, l'intention de jouer à bien un impact sur les sommes dépensées.

Tableau 5.21 : Influence de l'intention de jouer sur les dépenses : ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	272915,323	1	272915,323	139,946	,000[b]
	Résidu	744958,510	382	1950,153		
	Total	1017873,83	383			

a. Variable dépendante : 19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)

b. Prédicteurs : (Constante), 18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :

Le R^2 est ici égal à 0,268 ce qui permet d'affirmer que 26,8 % de la variabilité des sommes mensuelles dépensées en jeux d'argent et de hasard est expliquée par l'intention de jouer. Ce chiffre relativement faible est néanmoins facilement explicable : d'autres éléments peuvent faire varier les sommes dépensées comme les revenus, la disponibilité, ou encore l'effort qu'un individu est prêt à consacrer pour se doter d'un bien.

Tableau 5.22 : Influence de l'intention de jouer sur les dépenses : récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,518[a]	,268	,266	44,161

a. Prédicteurs : (Constante), 18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :

Dans le détail, à chaque fois que l'intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard augmente d'un point sur l'échelle de 1 à 7, les sommes mensuelles dépensées en jeux d'argent et de hasard augmentent de 14,137 CAD$, comme le prouve le tableau ci-après :

Tableau 5.23 : Influence de l'intention de jouer sur les dépenses : coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	-20,635	3,710		-5,562	,000
	18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :	14,137	1,195	,518	11,830	,000

a. Variable dépendante : 19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)

CHAPITRE 6 :

DISCUSSION, LIMITES, ET AVENUES DE RECHERCHE

6.1 Discussion des résultats

Nos résultats ayant été générés, il convient désormais d'en discuter. De manière générale, il est intéressant de noter que la plupart de nos observations corroborent ce qui avait été suggéré dans notre revue de littérature.

Tout d'abord, l'approbation des jeunes pour les jeux en général n'est pas surprenante, tant nous avions vu que le jeu était important dans la vie de chaque être humain. Au-delà, pour les 18-34 ans plus particulièrement, le contexte économique et socioculturel actuel dénote bien que jouer constitue pour les jeunes un passe-temps important. Pensons ici par exemple à l'importance des jeux vidéo, à la nouvelle mode des bars à jeux et autres bars à arcade (entre octobre 2015 et avril 2016, trois bars de ce type ont ouvert rien qu'à Montréal, d'après le journaliste Justin Charbonneau, 2016), ou encore à l'essor de nouveaux jeux de rôles (comme par exemple « Donjons et Dragons »)

Concernant les motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement, l'importance cruciale que joue la quête d'émotions avait bien été illustrée dans la revue de littérature. Au-delà, cette importance n'est pas une surprise car nous avions entrevu que la plupart des campagnes publicitaires de l'industrie du jeu faisaient intervenir les notions de rêverie et jouaient sur les émotions du consommateur. Pour la quête d'intérêt pragmatique et affectif, l'article « Jackpot Structural features : rollover effect and goal-gradient effect in EGM gambling » (Li & al., 2016) sous-entendait déjà fortement leurs importances pour expliquer l'intention de consommer des jeux d'argent et de hasard. Concernant le désir de compétition, il occupait déjà une place fondamentale dans la définition même du jeu que donnait R. Caillois en 1958. Enfin, évoquons la non validation des facteurs « désir de rupture avec la routine » et

« quête de socialisation ». Nous pouvons penser que ces motivations s'appliquent davantage aux segments plus âgés de consommateurs, les jeunes ayant des moyens beaucoup plus variés et rapides afin de combler ces besoins : réseaux sociaux ou encore sorties entre amis, là où les populations plus âgées sont davantage sédentaires et peuvent ressentir un besoin plus important de rompre avec l'isolement et le train-train quotidien.

Passons désormais aux freins à consommer des jeux d'argent et de hasard. Le premier frein validé est la méconnaissance de ces jeux. Ce résultat n'est pas surprenant si l'on se remémore les propos d'Anne-Marie Voyer (chef de service gestion de produits et développement pour le département des loteries) qui sous-entendait déjà à ce sujet qu'à ses yeux, la méconnaissance des jeunes concernant les jeux d'argent était ce qui expliquait le plus le frein de cette population à en consommer. Comme ces jeux impliquent un risque majeur d'une perte rapide et importante d'argent, nous ne sommes pas non plus surpris que l'aversion au risque constitue un second frein; d'autant plus les jeunes sont de plus en plus avertis de ces risques par les instances de socialisation, comme nous l'avions remarqué lors de notre revue de littérature. À l'inverse, le prix ne semble pas influencer l'intention de jouer : nous l'avions là-encore déjà suggéré, et pouvons désormais le confirmer. Il en va de même pour la réflexion intense relative aux dépenses de loisirs. Plusieurs explications sont ici possibles, comme le fait que les jeux d'argent ne soient peut-être pas considérés par les jeunes comme des loisirs, ou encore qu'ils constituent des dépenses impulsives, pour lesquelles le prix importe peu.

Finalement, les résultats relatifs à l'éthique sont ceux qui nous ont le plus surpris. Certes, de nombreux articles scientifiques soulignaient l'importance grandissante d'une consommation responsable pour les jeunes. Consommer serait par exemple devenu pour eux un moyen d'affirmer un ensemble de valeurs (Quéniart & al., 2007). Pour autant, nous ne pensions pas que le manque d'éthique perçu influencerait l'intention de jouer. Pour le dire autrement, nous ne nous attentions pas à ce que le

manque d'éthique puisse constituer un frein supplémentaire.

6.2 Implications managériales

Les implications managériales de cette étude sont multiples et concernent en premier lieu les gestionnaires de Loto-Québec, seule société en charge des jeux d'argent et de hasard dans la Province.

Tout d'abord, le fait que les jeunes Québécois approuvent le jeu de manière générale constitue une opportunité. En effet, si 18-34 ans approuvent le jeu, la probabilité qu'ils se tournent un jour vers les jeux d'argent plus spécifiquement est réelle. Pour autant, encore faut-il exploiter les motivations des jeunes à s'adonner à ces jeux et annuler leurs freins (ou réticences) à travers des stratégies marketing efficaces et pertinentes.

Afin que les campagnes développées par l'industrie du jeu trouvent un écho auprès des jeunes, ces dernières doivent donc jouer sur : les émotions qu'apportent le jeu, le fait que jouer permette de se mesurer à autrui, tout en assouvissant des besoins pragmatiques et affectifs. Pour chaque motivation, une campagne communicationnelle pourrait être élaborée, afin de tirer profit au maximum de chacun des atouts des jeux d'argent et de hasard. Pour le dire autrement, à chaque motivation à jouer son message. Surtout, pour que ces messages fassent sens auprès des jeunes, ils devraient mettre en avant des individus de leurs âges, le recours à des jeunes personnalités influentes étant évidemment un atout pour que les jeunes s'identifient et se sentent concernés. Si Loto-Québec met souvent en scène des jeunes modèles pour ses casinos, à travers des affiches publicitaires ou même sur place (des jeunes mannequins déguisés par exemple en *cowgirls* et *cowboys* accueillent les joueurs le jeudi soir lors des événements spéciaux), il est regrettable que ces techniques ne soient pas davantage utilisées pour les autres activités du groupe. Il serait judicieux de mettre plus de jeunes en avant pour les publicités relatives à la loterie par exemple, ou encore pour l'activité des bingos qui est encore trop souvent perçue comme « vieillotte ». Enfin, si la compagnie essaye

d'attirer les jeunes en utilisant des thématiques qui les séduisent (pensons ici aux jeux à gratter *the Walking Dead* inspirés de la série à succès), ces thématiques ne doivent pas se substituer au message : un Québécois âgé de 18 à 34 ans achètera aussi un gratteux *The Walking Dead* par quête d'émotions par exemple.

Concernant les freins, l'objectif est bien entendu de les réduire. Nous avons vu que la méconnaissance des jeux d'argent et de hasard ainsi que l'aversion au risque constituaient deux aspects limitant les jeunes à s'adonner à ce loisir. Concernant la méconnaissance vis-à-vis de ces jeux, Loto Québec propose déjà des formations dans ses casinos : que ce soit aux jeux de tables ou aux machines à sous. Cependant, l'entreprise pourrait multiplier les leviers communicationnels afin de rendre plus simple la compréhension des jeux qu'elle propose sur le marché. Ainsi, Loto Québec pourrait proposer des infographies simples et ludiques sur ses réseaux sociaux, afin d'expliquer les principaux jeux qu'elle propose. Elle pourrait en outre réaliser de courtes vidéos hébergées sur *Youtube* pour expliquer certains jeux plus complexes (Poker, Baccarat, Craps... pour les activités de casino). Enfin, elle pourrait mettre à disposition des dépliants expliquant les règles de ses jeux, là où ils sont distribués (dépanneurs, épiceries...). Au-delà, il faudrait développer de nouveaux jeux pour lesquels les règles seraient faciles et compréhensibles de tous. Pensons par exemple à un jeu à gratter pour lequel il suffirait de gratter une seule et unique case qui dévoilerait un gain, ou la mention « perdu ».

Concernant l'aversion au risque, Loto Québec doit se montrer rassurant, afin que les 18-34 ans perçoivent le jeu comme un divertissement comme un autre. Pour ce faire, et bien que nous ayons vu que le prix ne constituait pas un frein, l'entreprise devrait proposer des jeux à un coût moins élevé : ainsi le jeune joueur dédramatisera la possibilité de perdre une somme d'argent importante. Dès lors, de nouveaux jeux doivent être proposés à des prix d'appel très bas. Ainsi, nous pensons qu'il serait judicieux de lancer un jeu à gratter à 0,50 $, là où l'offre commence actuellement à 1 $.

Pour les loteries (dont on imagine difficilement que plusieurs prix soient proposés en fonction de l'âge, pour un même jeu), des coupons de réduction pourraient être distribués dans les différents événements parrainés par Loto-Québec et qui attirent majoritairement des jeunes, à l'instar du Festival d'été de Québec où la compagnie installe régulièrement sa propre scène. Concernant les paris sportifs, les mises pourraient être libres, commençant à 0,01 $. Le jeune joueur pourrait ainsi décider de miser la somme exacte de son choix, aussi faible soit-elle. Ces jeux reposant sur un système de côtes, les gains resteraient proportionnels aux mises. Enfin, l'axe majeur d'amélioration concerne les activités des quatre casinos dont Loto-Québec est propriétaire. Si les machines à sous permettent des mises commençant à 0,01 $, les jeux de tables quant à eux sont bien trop onéreux. Ainsi, la bataille, qui constitue sans conteste le jeu de table le plus simple à comprendre et qui attire beaucoup de jeunes, ne devrait plus avoir une mise minimale égale à 15 $ (voire 20 $ les soirs de fin de semaine), mais plutôt égale à 5 $ ou même 2 $. Au-delà de concourir à la perception d'un loisir dispendieux, proposer des mises de base si élevées constitue un manque d'éthique. En effet, les jeux de tables sont souvent des jeux où les pertes (ou les gains si nous sommes plus optimistes) s'accumulent le plus rapidement. Avec une mise de 15 $ à chaque partie, le jeune joueur peut vite perdre des sommes conséquentes en un lapse de temps très court : et c'est justement cette peur de la perte que Loto Québec doit minimiser, afin, *in fine,* de réduire cette aversion au risque.

Enfin concernant l'éthique, Loto-Québec ne doit plus se contenter d'œuvrer pour des actions communautaires : elle doit également communiquer auprès du grand public quant à ces activités bénéfiques pour la société. En d'autres termes, il ne s'agit plus de décrire ses actions bienfaisantes dans son rapport d'activité annuel mais de bâtir une campagne communicationnelle innovante afin de mettre en avant ces actions concrètes. Le but ultime étant ici de prouver que Loto-Québec est utile à la société et qu'elle lui apporte de nombreux bénéfices. Au-delà, la firme pourrait reverser une partie de ses bénéfices à des associations sans but lucratif clairement identifiées et prisées du grand

public, en multipliant les partenariats. Elle pourrait par exemple vendre des tickets à gratter dont une partie des bénéfices serait reversée à une association précise et indiquée sur le ticket. En France, cette action a été développée par la compagnie La Française des Jeux (FDJ) qui a mis en vente le jeu à gratter « Mission patrimoine » en 2018. Portée par un animateur vedette de la télévision (Stéphane Bern), cette campagne toujours en cours a pour objectif de reverser un pourcentage des bénéfices afin de restaurer des monuments du patrimoine français. En septembre 2018, l'opération avait déjà rapporté entre 15 et 20 millions d'euros (Le Monde, 2018). Au-delà de ces campagnes, Loto-Québec devrait mettre en place des solutions pour améliorer l'éthique dans ses activités. L'idée serait ici de favoriser des comportements de jeu responsables à travers des mesures concrètes et engagées. Par exemple, l'entreprise communique très peu quant à la possibilité de se faire interdire de casino. La démarche pour y parvenir n'est pas simple : il faut se présenter à un agent, avant d'être conduit dans les coulisses du casino. Là, un enquêteur vous pose une série de questions et vous demande la durée pour laquelle vous souhaitez être interdit dans l'un ou la totalité des casinos du Québec. Une procédure simplifiée pourrait être accessible sur internet. Finalement, c'est bel et bien une technique de communication transparente et d'engagement que doit mettre en place Loto-Québec, afin de créer un lien de confiance avec le grand public, lien indispensable pour améliorer son image de compagnie éthique et *in fine* accroître ses ventes auprès des jeunes.

6.3 Implications théoriques

Au-delà des implications et recommandations managériales, cette étude présente plusieurs apports pour la théorie, qu'il convient de présenter désormais.

Le premier apport (et pas des moindres) est la concentration sur un segment de joueurs peu connu des chercheurs en marketing lorsqu'il est question de jeux d'argent et de hasard : les jeunes, et plus précisément les Québécois de 18 à 34 ans. S'intéresser à

cette population constitue un véritable apport tant c'est une population hétérogène : certains sont encore étudiants tandis que d'autres sont actifs, et les revenus sont très différents. Dès lors, nous ne jugions pas pertinent de nous intéresser à cette population en prenant uniquement en compte des variables démographiques.

Justement, un second apport est l'approche comportementale que nous avons privilégiée. Cette dernière contraste avec les approches davantage démographiques utilisées majoritairement pour expliquer les dépenses en jeux d'argent et de hasard. En adoptant cette approche, nous voulions ainsi palier à ce que nous considérions être une faiblesse de la littérature scientifique sur le sujet. En effet, si l'on sait que les populations féminines ou financièrement modestes sont celles qui jouent le plus, comment expliquer alors que toutes les femmes aux faibles revenus ne jouent pas ? Essayer de comprendre les facteurs comportementaux qui motivent, ou au contraire freinent à s'adonner à des jeux d'argent et de hasard nous a permis de rentrer en profondeur et gagner en précision, afin de prédire ce qui faisait varier l'intérêt (et par ricochet les dépenses) pour ces jeux, au-delà des simples explications démographiques. Cette volonté de rentrer en profondeur dans l'analyse est en outre illustrée par la présence de nombreux facteurs comportementaux (six pour les motivations, cinq pour les freins en prenant en compte l'éthique).

Au-delà, il n'était pas question pour nous de répéter ce que la science avait déjà mesuré et tenté d'expliquer. Dès lors, nous avons passé sous silence les dérives addictives en considérant les jeux d'argent comme n'importe quel autre loisir, chose que n'ont pas fait la plupart des études scientifiques, qui considèrent trop souvent ces jeux comme un loisir à part et dangereux. Pour ce faire, nous avons par exemple dû retirer certains répondants de notre échantillon initial, lorsqu'ils indiquaient jouer des sommes très élevées chaque mois. L'échantillon final était alors représentatif de la réalité de la majorité des jeunes consommateurs québécois *lambdas*.

Enfin, un autre apport majeur de cette étude est la place accordée à l'éthique. Nous avons démontré que lorsqu'une industrie ou une activité est perçue comme non-éthique, cela constitue un véritable frein à consommer des biens ou services de cette industrie. Autrement dit, au plus une industrie est perçue comme non-éthique, au plus l'intérêt pour cette industrie et donc les dépenses auprès de cette dernière sont faibles. Si de nombreux articles scientifiques mettent en avant l'importance de l'éthique, peu démontrent son rôle régulateur sur les affaires. Cela est d'autant plus vrai auprès des jeunes consommateurs, qui, encore une fois, semblent aujourd'hui vouloir consommer de façon plus responsable et mieux éclairée. Consommer (ou refuser de consommer) certains types de biens ou services devient alors un moyen pour eux d'exprimer leurs propres valeurs personnelles (Quéniart & al., 2007).

6.4 Limites de la recherche

Comme toute recherche scientifique, la présente étude a quelques limites que nous allons désormais présenter.

Nous avons déjà évoqué plusieurs fois une première limite, celle du manque de ressources scientifiques s'intéressant particulièrement au cas des jeunes et des jeux d'argent et de hasard. Bien que cette réalité ne fasse que légitimer un peu plus notre étude, nous avons dû élargir notre champ de recherche dans le but de formuler des hypothèses crédibles à exploiter. Pour ce faire, nous avons eu largement recours à des articles étrangers ne prenant pas, de ce fait, la population québécoise pour cible. De la même façon, la plupart des références mentionnées font intervenir des répondants ne se situant pas dans la tranche d'âge qui nous intéressait, à savoir les 18-34 ans. Cette première limite, bien indépendante de notre volonté, peut expliquer pourquoi certaines de nos hypothèses de recherche n'ont pas pu être validées, la littérature scientifique n'offrant pas actuellement assez de ressources pour développer des hypothèses plus solides en lien avec notre sujet.

Une seconde limite est le processus de collecte de données. En effet, si la méthode boule de neige a été utilisée pour les nombreux avantages qu'elle offre (peu onéreuse et rapide à déployer), elle a eu certains effets indésirables sur le profil type des répondants. Par exemple, 64,9 % des répondants sont des femmes, là où la logique aurait été de retrouver une répartition équitable des répondants de chaque sexe. De même, 61,9 % des répondants sont Montréalais, ce qui ne reflète pas exactement les données démographiques : les populations des régions sont sous-représentées. Il en va de même pour la langue maternelle des répondants, qui est presque exclusivement le français. Ces faiblesses sont néanmoins à modérer puisque le questionnaire a été émis depuis Montréal, rédigé en français et distribué via le profil Facebook du chercheur : il est alors normal qu'en ayant recours à la méthode boule de neige, les répondants aient un profil proche de celui du chercheur. De plus, les autres variables sociodémographiques présentent des résultats proches des statistiques officielles fournies par Statistique Canada, ce qui nous pousse malgré tout à affirmer que notre pouvoir de généralisation n'est pas mauvais.

Le choix d'administration du questionnaire sur la plateforme *Google Forms* ne semblait pas être le plus judicieux. Certes, cette plateforme est ergonomique et facile d'utilisation pour le répondant, mais le fait que chaque question soit affichée sur une nouvelle page a peut-être poussé certains répondants à ne pas terminer le questionnaire. En conséquence, nous avons dû retirer quelques participants de l'échantillon initial car ils n'avaient pas répondu à la majorité des questions, bien souvent situées en fin de questionnaire.

Enfin, cette étude se concentre uniquement sur une zone géographique restreinte : le Québec. Il aurait été intéressant de mener une étude à l'échelle nationale, c'est à dire étendue à l'ensemble du Canada. Mieux encore, une étude réalisée dans plusieurs pays occidentaux aurait permis de montrer des disparités régionales quant aux freins et motivations à consommer des jeux d'argent et de hasard.

6.5 Avenues de recherche

La plupart des limites que nous venons d'identifier peuvent aisément se transformer en avenue de recherche.

Commençons par la question des variables démographiques. Nous avons vu qu'elles étaient largement utilisées dans la littérature scientifique pour expliquer l'intérêt. Or, nous avons ici fait le choix de privilégier une approche comportementale. Des recherches futures pourraient combiner à la fois des variables sociodémographiques et des variables comportementales afin de prédire l'intérêt puis les dépenses mensuelles pour les jeux d'argent et de hasard.

Concernant le cadre de notre étude, il se focalisait sur le Québec exclusivement. Là encore, les recherches futures pourraient élargir ce cadre géographique en se focalisant plus généralement sur le Canada, ou même sur d'autres pays. Cela permettrait de voir si les résultats que nous avons obtenus sont généralisables à l'ensemble des 18-34 ans de la Planète, ou si au contraire des disparités existent. Une telle comparaison permettrait en outre de faire intervenir le marketing interculturel et d'élaborer des stratégies marketing différentes suivant les marchés étudiés (ou au contraire, de justifier d'une stratégie commune si les freins et motivations sont les mêmes en tous points du Globe).

Si la méthode boule de neige est non probabiliste, une étude disposant de fonds suffisants pourrait réaliser à nouveau cette étude en utilisant une méthode probabiliste cette fois, ce qui aurait plusieurs bénéfices. En effet, nos résultats pourraient alors être vérifiés, mais aussi généralisés à l'ensemble de la population québécoise, avec un calcul de marge d'erreur.

Une autre avenue de recherche serait de réaliser une étude similaire, appliquée cette fois à d'autres tranches d'âge. L'objectif serait alors de comparer les différentes données et de bâtir des campagnes différenciées pour chaque tranche d'âge, en fonction des motivations et freins propres à chacun des groupes.

Enfin, la question de l'éthique pourrait être creusée davantage. Nous avons vu que le manque d'éthique perçue par les jeunes vis-à-vis des jeux d'argent et de l'industrie du jeu impactait négativement l'intérêt pour les jeux d'argent. Cette affirmation peut être généralisée avec certitude à tous les secteurs ? Pour le dire autrement, le manque d'éthique perçu influence-t-il toujours négativement les activités économiques d'une industrie, peu importe son domaine d'activité ?

CHAPITRE 7 :

CONCLUSION

À travers cette étude, nous avons essayé de comprendre quels étaient les freins et motivations des jeunes Québécois à consommer des jeux d'argent et de hasard. Avant de répondre à cette question, nous avons dans un premier temps réalisé une revue de littérature, laquelle a permis de mettre en lumière plusieurs faits saillants. Tout d'abord, la littérature scientifique envisage trop souvent le jeu sous sa seule forme addictive, là où la majorité des joueurs n'a pas de problème de dépendance. De plus, la littérature ne se concentre pas sur le cas précis des jeunes, alors même qu'ils constituent une population cruciale pour l'industrie du jeu, cette dernière ayant du mal à renouveler sa clientèle au Québec (pour rappel, le profil type du joueur dans cette Province est une femme âgée de 45 ans et plus, au niveau de scolarisation moyen ou faible) (Voyer, 2017). Enfin et surtout, la plupart des études relatives à la consommation de jeux d'argent et de hasard se basent sur des variables démographiques afin de prédire les comportements des joueurs : nous savons par exemple que les populations aux revenus faibles jouent plus que les populations aux revenus plus élevés.

La présence de ces quelques failles dans la littérature scientifique nous a alors convaincu de la nécessité d'aborder notre question de recherche sous un angle comportemental, et non démographique. Pour le dire autrement, nous avons voulu expliquer pourquoi les jeunes Québécois âgés de 18 à 34 ans s'adonnaient au jeu, non pas en trouvant des explications démographiques, mais en se basant sur des variables comportementales. De surcroît, nous avons pris pour parti de ne pas nous intéresser aux dérives addictives, puisque notre but était ici de refléter le comportement de la majorité de notre cible. Comme mentionné précédemment, la tâche fut ardue puisqu'en choisissant ces caractéristiques, nous avons réduit une littérature scientifique déjà très pauvre sur le sujet. Pour autant, adopter cette démarche nous a permis d'apporter une

véritable plus-value à la recherche, puisque nous avons enquêté sur des terrains encore presque vierges.

À l'issue du travail de recherche et malgré la quantité faible de ressources pertinentes pour notre étude, nous avons dégagé quatre hypothèses. La première s'intéressait au jeu en général (jeux de cartes, jeux vidéo, jeux de société ou encore jeux de rôles, lesquels n'impliquent pas une mise monétaire) et stipulait que l'ensemble des jeunes approuvait le jeu. Puis, nous sommes rentrés dans le vif du sujet avec les deux hypothèses suivantes. Ces dernières affirmaient qu'il existe différentes motivations et différents freins pour expliquer l'intérêt pour le jeu, et *in fine* les dépenses mensuelles en jeux d'argent et de hasard. Enfin, notre quatrième hypothèse supposait que le manque d'éthique du jeu et de l'industrie du jeu tel qu'il est perçu par les jeunes constituait un frein supplémentaire.

Après avoir développé des échelles de mesure valides pour l'ensemble de nos variables, et après avoir réalisé un pré-test de notre questionnaire, nous avons pu en distribuer une version finale pour laquelle 410 réponses ont été retenues et analysées.

Nous avons ainsi validé notre première hypothèse : les jeunes approuvent bien le jeu. Ils les jugent par exemple amusants, plaisants ou encore dynamiques. En outre, la plupart se disent intéressés par ces jeux.

En ce qui concerne les motivations à s'adonner à des jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement, nous avons prouvé qu'elles étaient bien plurielles et avons ainsi validé notre seconde hypothèse. En effet, si la quête d'émotion explique le plus ce qui fait varier l'intérêt pour les jeux d'argent, d'autres facteurs comportementaux jouent également un rôle comme le désir de compétition, l'intérêt pragmatique et affectif.

Pour notre troisième hypothèse, nous avons pu valider le fait que la méconnaissance des jeux d'argent et de hasard, ainsi que l'aversion au risque constituaient deux freins. Ainsi, nous avons pu valider cette hypothèse.

Enfin, nous avons validé notre quatrième hypothèse selon laquelle le manque d'éthique perçu constituait un frein supplémentaire. Cette validation constitue une avancée importante selon nous, car elle prouve une fois de plus l'importance de l'éthique, notamment auprès du jeune consommateur, ainsi que son impact sur l'activité économique d'un secteur.

Une fois ce travail de validation des hypothèses de recherche effectué, nous avons voulu voir si l'intérêt pour les jeux d'argent et de hasard se traduisait bien en dépenses pour ces jeux. À l'aide d'une régression linéaire simple, nous avons confirmé que cela était bien le cas. Plus précisément, 26,8 % de la variabilité des sommes mensuelles dépensées en jeux d'argent et de hasard est expliquée par l'intention de jouer.

À l'issue de notre étude, nous avons insisté sur le fait que la plupart des résultats observés corroboraient bien ce qui avait été suggéré par la littérature. Pour autant, nous avons montré l'existence de nombreuses plus-values, que ce soit au niveau des apports théoriques ou managériaux que cette étude fournit. Enfin, si le présent travail de recherche présente des limites, il ouvre en parallèle la voie à de nombreuses avenues, la plus importante étant selon nous la nécessité de développer des études se focalisant plus spécifiquement sur la notion d'éthique, si chère au segment des 18-34 ans que nous avons étudié.

ANNEXE A :

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

UQÀM Université du Québec à Montréal

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Titre du projet de recherche
Les 18-34 ans et les jeux d'argent et de hasard au Québec (Mémoire)

Étudiant-chercheur
Valentin SALES
Maîtrise en Marketing
+1 (514) 808-0404 – valentin.sales7@gmail.com

Direction de recherche
Raoul GRAF
Département Marketing
+1 (514) 987-3000, poste 5027 – graf.raoul@uqam.ca

Préambule
Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique de répondre à ce questionnaire. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent.
Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin.
Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Description du projet et de ses objectifs
Dans le cadre d'un mémoire réalisé à l'ESG-UQAM nous nous intéressons aux perceptions des 18-34 ans par rapport aux jeux d'argent et de hasard. Pour ce faire, nous vous invitons à répondre à ce court questionnaire qui ne prendra que 10 minutes de votre temps. Votre participation est importante car elle nous permettra de mieux comprendre les attitudes des Québécois face au jeu en général, et leurs perceptions quant à l'industrie des jeux d'argent et de hasard plus particulièrement.

Nature et durée de votre participation
Votre participation consiste à répondre, présentement, au questionnaire de cette étude en ligne d'une durée approximative de dix minutes. Il se décompose en deux sections principales : la première fait

référence aux jeux de manière générale (jeux de société, jeux de rôles...) alors que la seconde fait référence aux jeux d'argent et de hasard plus spécifiquement (casino, loterie, paris, bingos...).

Avantages liés à la participation
Vous ne retirerez personnellement pas d'avantages à participer à cette étude. Toutefois, vous aurez contribué à l'avancement de la science.

Risques liés à la participation
En principe, aucun risque (physiques, psychologiques, sociaux, familiaux ou autres) n'est lié à la participation à cette recherche.

Confidentialité
Vos informations personnelles ne seront connues que de l'étudiant chercheur et de son directeur, et ne seront pas dévoilées lors de la diffusion des résultats. Toutes les données relatives au questionnaire seront conservées sous un fichier crypté. L'ensemble des documents seront détruits cinq ans après la dernière communication scientifique.

Participation volontaire et retrait
Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous n'avez qu'à aviser le chercheur, Valentin SALES verbalement ; toutes les données vous concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire
Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Des questions sur le projet ?
Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation vous pouvez communiquer avec les responsables du projet : le directeur de recherche, Raoul GRAF au (514) 987-3000, poste 5027 ou à graf.raoul@uqam.ca ; ou l'étudiant chercheur, Valentin SALES au (514) 808-0404 ou à valentin.Sales7@gmail.com

Des questions sur vos droits ?
Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordination du CERPE : [Veuillez indiquer les coordonnées courriel et téléphonique de la coordination du CERPE concerné. Voir sur https://cerpe.uqam.ca/].

Remerciements
Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier.

Consentement
Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai

eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction.
Je, soussigné(e), accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.
Une copie signée de ce formulaire d'information et de consentement doit m'être remise.

_____
Prénom Nom

_____
Signature

_____
Date

Engagement du chercheur

Je, soussigné(e) certifie
(a) avoir expliqué au signataire les termes du présent formulaire ; (b) avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;
(c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus ;
(d) que je lui remettrai une copie signée et datée du présent formulaire.

_____
Prénom Nom

_____
Signature

_____
Date

ANNEXE B :

QUESTIONNAIRE FINAL

QUESTIONS PRÉALABLES

1 - Votre âge est-il compris entre 18 et 34 ans ?

○ Oui

○ Non

2 - Résidez-vous au Québec ?

○ Oui

○ Non

PARTIE 1 : LE JEU EN GÉNÉRAL

Les questions 3 et 4 concernent votre relation au jeu de manière générale (jeux de cartes, jeux de sociétés, jeux de rôles...).

3 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

3.A. Les jeux sont attrayants

Fortement en désaccord						Fortement en accord
○	○	○	○	○	○	○

3.B. Les jeux sont plaisants

Fortement en désaccord						Fortement en accord
○	○	○	○	○	○	○

3.C. Les jeux sont dynamiques

Fortement en désaccord						Fortement en accord
○	○	○	○	○	○	○

3.D. Les jeux sont intéressants

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

3.E. Les jeux sont amusants

Fortement En désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

3.F. Les jeux sont bénéfiques

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

4 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

4.A. Je suis intéressé par les jeux en général

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

4.B. Les jeux sont importants pour moi

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

4.C. Je suis impliqué dans les jeux auxquels je joue

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

4.D. Les jeux sont pertinents dans ma vie

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

4.E. Je vais acheter des jeux dans les six prochains mois

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

PARTIE 2 : LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD

La partie 2 concerne plus spécifiquement les jeux d'argent et de hasard. Veuillez noter que par « jeux d'argent et de hasard », il faut comprendre l'ensemble des jeux qui nécessitent une mise d'argent et qui permettent de remporter un lot. Par exemple : loteries (Loto Max...), casinos, paris sportifs, jeux de grattage, salles de jeux, bingos, salles de jeux en ligne...

5 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

5.A. Je suis intéressé par les jeux d'argent et de hasard

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

5.B. Les jeux d'argent et de hasard sont importants pour moi

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

6.A. Les jeux d'argent et de hasard me rendent heureux

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6.B. Les jeux d'argent et de hasard me rendent satisfait

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6.C. Les jeux d'argent et de hasard m'aident à m'épanouir

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6.D. Les jeux d'argent et de hasard me rendent plein d'espoirs

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6.E. Les jeux d'argent et de hasard me détendent

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

6.F. Les jeux d'argent et de hasard me rendent joyeux

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

7.A. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est bon.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.B. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est intelligent.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.C. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est bénéfique.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.D. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est plaisant.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.E. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est sans danger.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.F. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est gratifiant.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

7.G. Obtenir de l'argent RAPIDEMENT est satisfaisant.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

8 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

8.A. Obtenir de l'argent FACILEMENT est bon.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

8.B. Obtenir de l'argent FACILEMENT est intelligent.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

8.C. Obtenir de l'argent FACILEMENT est bénéfique.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

8.D. Obtenir de l'argent FACILEMENT est plaisant.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

8.E. Obtenir de l'argent FACILEMENT est sans danger.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

8.F. Obtenir de l'argent FACILEMENT est gratifiant.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

8.G. Obtenir de l'argent FACILEMENT est satisfaisant.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

9 - Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

9.A. Dans la vie en général, je veux gagner.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

9.B. Dans la vie en général, je suis compétitif.

Fortement en désaccord — Fortement en accord

O O O O O O O

9.C. Dans la vie en général, je n'aime pas perdre.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

10 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

10.A. J'aime l'aventure

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

10.B. J'aime les activités quotidiennes et routinières

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

10.C. J'aime rompre avec la routine quotidienne

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11 - Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

11.A. J'aime être avec des gens.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.B. Je préfère travailler avec d'autres personnes que travailler seul.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.C. Je considère que passer du temps avec des gens est plus agréable que les activités solitaires, comme la lecture.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.D. J'ai tendance à être solitaire.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.E. Je préfère faire les choses seul.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.F. Je ne suis pas très sociable.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

11.G. Je n'aime pas les fêtes et les événements sociaux.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

12 - Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

12.A. Le prix des jeux d'argent et de hasard est élevé

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

12.B. Le prix des jeux d'argent et de hasard est faible

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

13 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

13.A. Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision importante.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

13.B. Les dépenses de loisirs constituent pour moi une décision qui requiert beaucoup de réflexion.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

13.C. Les dépenses de loisirs représentent pour moi une grande perte si l'on fait le mauvais choix.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

14 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

14.A. Comparé à mon entourage, je suis un bon connaisseur des caractéristiques des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

14.B. En général, je suis un bon connaisseur des différents types de jeux d'argent et de hasard offerts sur le marché.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

14.C. Comparé à mes amis, je suis expérimenté avec les différents types de jeux d'argent et de hasard.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

15 - Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

15.A. Je n'aime pas prendre des risques.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

15.B. Comparé à la plupart des gens que je connais, j'aime vivre la vie à fond.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

15.C. Je n'ai aucune envie de prendre des risques inutiles sur les choses.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

15.D. Comparé à la plupart des gens que je connais, j'aime parier sur les choses.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

16 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

16.A. Les jeux d'argent et de hasard sont moraux.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

16.B. Les jeux d'argent et de hasard sont éthiques.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

16.C. Les jeux d'argent et de hasard sont sincères.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

16.D. Les jeux d'argent et de hasard sont diaboliques.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

17 – Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

17.A. Les actions de l'industrie des jeux d'argent et de hasard sont morales.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

17.B. Les actions de l'industrie des jeux d'argent et de hasard sont éthiques.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

17.C. Les actions de l'industrie des jeux d'argent et de hasard sont sincères.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

17.D. Les actions de l'industrie des jeux d'argent et de hasard sont diaboliques.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

18 - Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois.

Probabilité Nulle						**Probabilité très forte**
O	O	O	O	O	O	O
1	2	3	4	5	6	7

19 - Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard, en dollars canadiens.

Réponse : ..... CAD$

20 - Pour chacun des énoncés suivants, indiquez votre degré d'accord :

20.A. Il est important pour moi d'être en contact avec mes émotions.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

20.B. Il est important pour moi de savoir comment les autres se sentent.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

20.C. J'ai le sentiment d'avoir besoin d'expérimenter des émotions fortes régulièrement.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

20.D. Nous devrions nous laisser aller à nos émotions.

Fortement en désaccord						Fortement en accord
O	O	O	O	O	O	O

PARTIE 3 : DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

21 - Quel est votre âge ?

- o 18 ans
- o 19 ans
- o 20 ans
- o 21 ans
- o 22 ans
- o 23 ans
- o 24 ans
- o 25 ans
- o 26 ans
- o 27 ans
- o 28 ans
- o 29 ans
- o 30 ans
- o 31 ans
- o 32 ans
- o 33 ans
- o 34 ans

22. - Quel est votre genre ?

- o Féminin
- o Masculin
- o Autre

23 - Dans quelle région du Québec habitez-vous ?

- o Bas Saint-Laurent
- o Saguenay-Lac Saint-Jean
- o Capitale- Nationale
- o Mauricie
- o Estrie
- o Montréal
- o Outaouais
- o Abitibi-Témiscamingue
- o Côte-Nord
- o Nord-du-Québec
- o Gaspésie-îles-de-la-Madeleine
- o Chaudière-Appalaches
- o Laval
- o Lanaudière
- o Laurentides
- o Montérégie
- o Centre-du-Québec

24 - Quelle est votre langue d'usage principale ?

- o Français
- o Anglais
- o Arabe

- o Espagnol
- o Grec
- o Italien
- o Mandarin
- o Portugais
- o Roumain
- o Russe
- o Autre. Précisez : .....

25 - Quelle est votre religion ?

- o Chrétienne
- o Juive
- o Musulmane
- o Aucune
- o Autre. Précisez :

26 Quelle est votre occupation actuelle ? (Plusieurs choix possibles)

- o Employé à temps plein
- o Employé à temps partiel
- o Étudiant à temps plein
- o Étudiant à temps partiel
- o Sans activité

27 Quel est votre diplôme le plus élevé ?

- o Aucun diplôme
- o Diplôme d'études secondaires
- o Diplôme professionnel
- o Certificat d'un collège ou Cégep
- o Certificat, diplôme ou grade universitaire

28 Quels sont vos revenus bruts annuels ?

- o Moins de 5 000$
- o 5 000$ - 9,999$
- o 10 000$ - 14,999$
- o 15 000$ - 19 999$
- o 20 000$ - 24 999$
- o 25 000$ - 34 999$
- o 35 000$ - 49 999$
- o 50 000$ – 74 999$
- o 75 000$ - 99 999$
- o 100 000$ - 149 999$
- o 150 000$ - 199 999$
- o 200 000$ - 249 999$
- o 250 000$ et plus

ANNEXE C :

CONDITIONS D'UTILISATION DE L'ANALYSE FACTORIELLE

Comme indiqué dans l'étude, le recours à l'analyse factorielle ne peut se faire que si deux conditions sont au préalables remplies : l'indice KMO est supérieur à 0,5 alors que le test de sphéricité de Bartlett est inférieur à 0,0005 (Malhotra, 2009). Nous avons ici mené deux analyses factorielles : l'une pour l'approbation au jeu (en général), et l'autre pour les onze facteurs relatifs aux freins et motivations.

1. Analyse factorielle pour l'approbation au jeu

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,938
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approx.	4310,900
	ddl	55
	Signification	,000

2. Analyse factorielle pour les motivations et les freins

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,848
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approx.	10900,286
	ddl	946
	Signification	,000

Nous voyons bien ici dans les deux cas que le recours à l'analyse factorielle est justifié.

3.Variance totale expliquée pour l'approbation au jeu

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	7,290	66,271	66,271	7,290	66,271	66,271	4,742	43,109	43,109
2	1,279	11,626	77,897	1,279	11,626	77,897	3,827	34,788	77,897
3	,602	5,473	83,370						
4	,398	3,619	86,989						
5	,324	2,943	89,932						
6	,268	2,433	92,365						
7	,237	2,156	94,521						
8	,196	1,782	96,303						
9	,162	1,471	97,774						
10	,131	1,188	98,962						
11	,114	1,038	100,000						

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

4.Variance totale expliquée pour les motivations et les freins

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	10,090	22,933	22,933	10,090	22,933	22,933	4,739	10,769	10,769
2	4,254	9,668	32,601	4,254	9,668	32,601	4,519	10,270	21,039
3	3,756	8,536	41,137	3,756	8,536	41,137	4,130	9,386	30,426
4	2,818	6,405	47,542	2,818	6,405	47,542	3,821	8,683	39,109
5	2,139	4,861	52,403	2,139	4,861	52,403	2,570	5,841	44,950
6	2,007	4,562	56,965	2,007	4,562	56,965	2,386	5,422	50,372
7	1,525	3,466	60,431	1,525	3,466	60,431	2,367	5,380	55,752
8	1,349	3,067	63,498	1,349	3,067	63,498	1,857	4,221	59,973
9	1,235	2,806	66,304	1,235	2,806	66,304	1,684	3,827	63,800
10	1,142	2,595	68,899	1,142	2,595	68,899	1,657	3,765	67,565
11	1,051	2,389	71,288	1,051	2,389	71,288	1,638	3,723	71,288
12	,964	2,191	73,479						
13	,896	2,037	75,516						
14	,795	1,806	77,322						
15	,718	1,632	78,954						
16	,677	1,539	80,493						

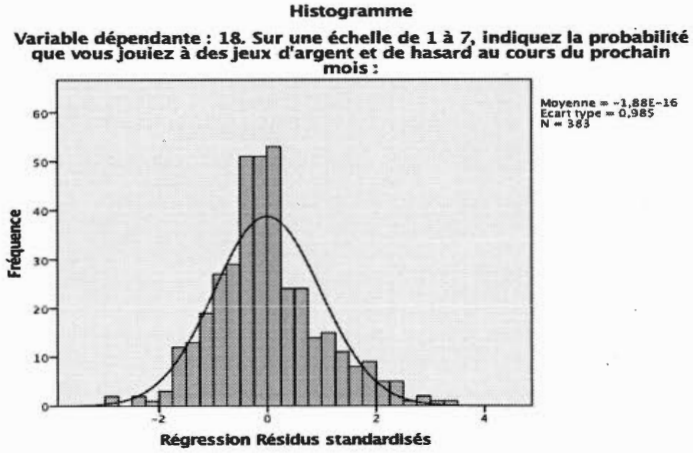
ANNEXE D :

CONDITIONS D'UTILISATION DE LA RÉGRÉSSION LINÉAIRE MULTIPLE, UTILISÉE POUR VALIDER LES HYPOTHÈSES 2 À 4

Dans notre étude, nous avons eu recours à une régression linéaire multiple afin de vérifier nos hypothèses 2 à 4. Plus précisément, nous avons voulu voir si nos facteurs F1 à F11 (variables indépendantes) avaient un impact sur la variable dépendante « intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard ». Nous avons aussi voulu voir à quel point ces variables indépendantes permettaient de prédire l'intention de jouer. Les conditions préalables au recours à la régression linéaire multiple sont majoritairement basées sur l'étude des résidus, définis par Malhotra comme la différence entre la valeur observée de Yi et la valeur prédite par l'équation de la régression $\hat{Y}i$. Ces conditions sont les suivantes (Malhotra, 2009) :

1. La normalité : les erreurs sont distribuées normalement.
2. L'absence de multicolinéarité : il n'y a pas de redondance.
3. La linéarité : la fonction de régression est linéaire
4. L'homoscédasticité : la variance des résidus est constante.

1. Normalité



Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Skewness		Kurtosis	
	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Erreur std.	Statistiques	Erreur std.
Unstandardized Residual	383	-3,85640	4,35710	,0000000	1,30144891	,460	,125	,713	,249
N valide (liste)	383								

L'histogramme ci-dessus a bien une forme de cloche. Visuellement, on peut voir que les erreurs sont distribuées normalement. De plus, l'indice d'aplatissement est bien compris entre -1 et 1 (il est ici égal à 0,713) alors que l'indice d'asymétrie est bien compris entre -0,5 et 0,5 (il est ici égal à 0,46). Cette condition est donc respectée.

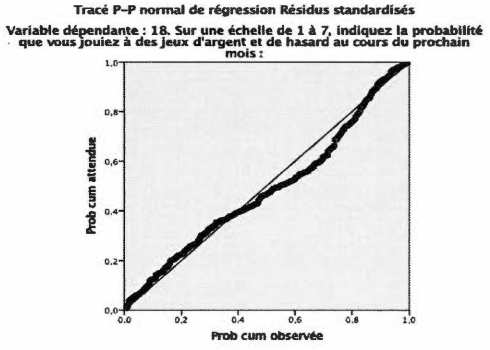
2. Absence de multicolinéarité

Corrélations

		18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :	REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 2 for analysis 1	REGR factor score 3 for analysis 1	REGR factor score 4 for analysis 1	REGR factor score 5 for analysis 1	REGR factor score 6 for analysis 1	REGR factor score 7 for analysis 1	REGR factor score 8 for analysis 1	REGR factor score 9 for analysis 1	REGR factor score 10 for analysis 1	REGR factor score 11 for analysis 1
Corrélation de Pearson	18. Sur une échelle de 1 à 7, indiquez la probabilité que vous jouiez à des jeux d'argent et de hasard au cours du prochain mois :	1,000	,552	,180	-,136	,005	,103	,118	-,341	,011	-,022	,006	-,171
	REGR factor score 1 for analysis 1	,552	1,000	,003	,008	,000	-,001	-,002	,007	,004	,003	-,001	,004
	REGR factor score 2 for analysis 1	,180	,003	1,000	-,004	,000	,001	,001	-,003	-,002	-,001	,000	-,002
	REGR factor score 3 for analysis 1	-,136	,008	-,004	1,000	,000	,002	,002	-,009	-,006	-,004	,001	-,006
	REGR factor score 4 for analysis 1	,005	,000	,000	,000	1,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	REGR factor score 5 for analysis 1	,103	-,001	,001	,002	,000	1,000	,000	,002	,001	,001	,000	,001
	REGR factor score 6 for analysis 1	,118	-,002	,001	,002	,000	,000	1,000	,002	,001	,001	,000	,001
	REGR factor score 7 for analysis 1	-,341	,007	-,003	-,009	,000	,002	,002	1,000	-,005	-,003	,001	-,005
	REGR factor score 8 for analysis 1	,011	,004	-,002	-,006	,000	,001	,001	-,005	1,000	-,002	,000	-,003
	REGR factor score 9 for analysis 1	-,022	,003	-,001	-,004	,000	,001	,001	-,003	-,002	1,000	,000	-,002
	REGR factor score 10 for analysis 1	,006	-,001	,000	,001	,000	,000	,000	,001	,000	,000	1,000	,000
	REGR factor score 11 for analysis 1	-,171	,004	-,002	-,006	,000	,001	,001	-,005	-,003	-,002	,000	1,000

Selon Malhotra (2009), la multicolinéarité intervient lorsqu'il y a des intercorélations entre les variables explicatives, c'est à dire dans notre cas entre nos différents facteurs. Ici, il n'y a aucun chiffre supérieur à 0.6 ce qui souligne l'absence de multicolinéarité. La condition est donc respectée.

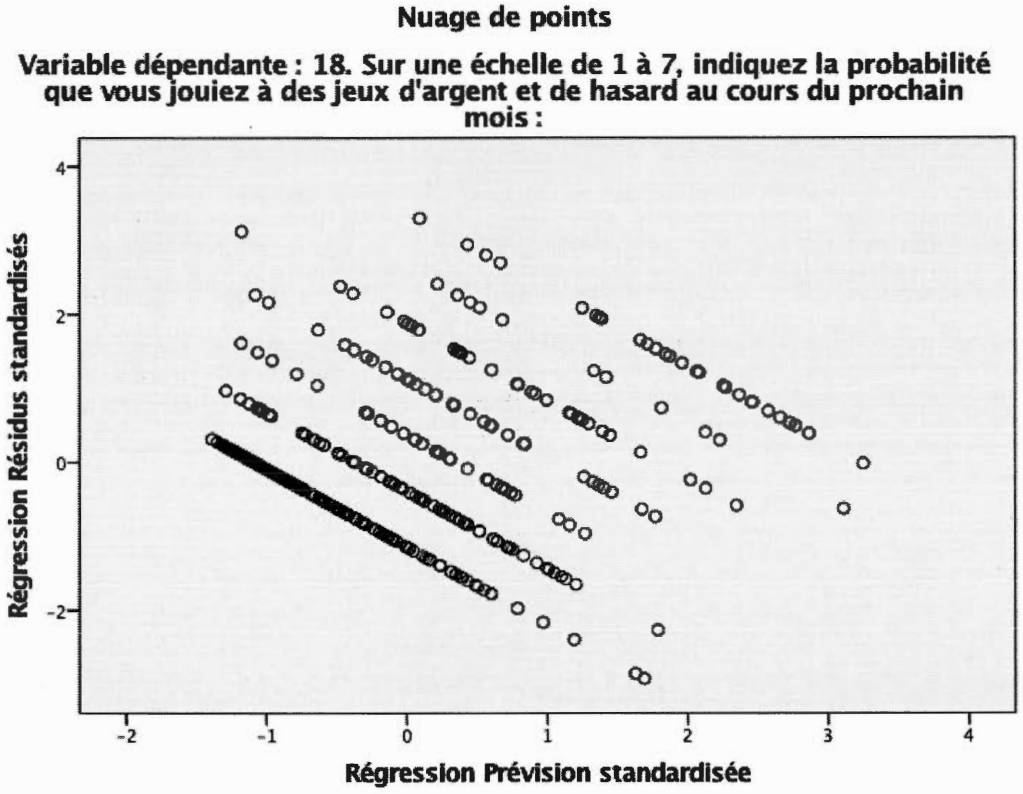
3. Linéarité



Nous voyons bien ici que la fonction de régression est linéaire. Cette condition est donc respectée.

4. L'homoscédasticité

Par homoscédasticité, on entend que la variance des résidus est constante. Pour le dire autrement, il y a constance de la performance prédictive du modèle pour l'ensemble des x. Cela se traduit visuellement par le fait que les résidus sont distribués de façon aléatoire autour de 0. Pour chacun de nos onze facteurs, cela est bien le cas. À chaque fois, les résidus gravitent aléatoirement autour de zéro, et il n'y a jamais de tendance négative ou positive (c'est à dire que pour chacun des facteurs, il n'y a pas une majorité de résidus sous la droite d'équation x = 0 ou à l'inverse, au-dessus. La distribution est équitable). Cette condition est donc respectée.



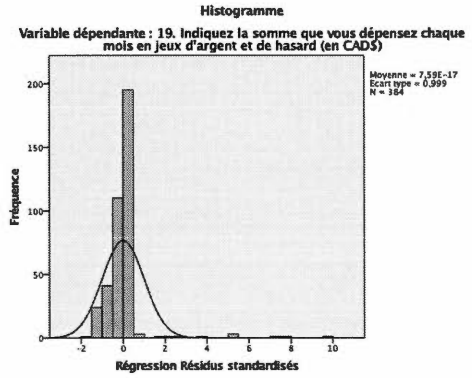
ANNEXE E :

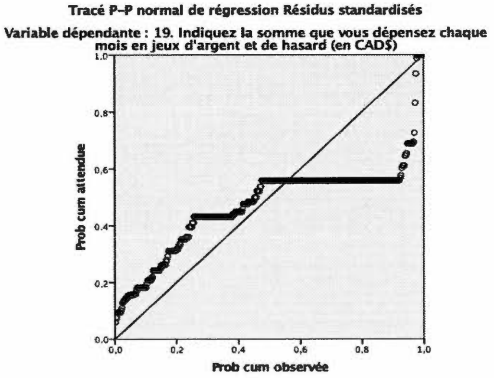
CONDITIONS D'UTILISATION DE LA RÉGRÉSSION LINÉAIRE SIMPLE

Dans notre étude, nous avons eu recours à la régression linéaire simple afin de prouver l'influence de la variable indépendante « intention de jouer à des jeux d'argent et de hasard » sur la variable dépendante « somme mensuelle dépensée (en CAD$) en jeux d'argent et de hasard ». Nous avons aussi voulu voir à quel point l'intention de jouer pouvait prédire les sommes dépensées. Tout comme la régression linéaire multiple, la régression linéaire simple doit vérifier certaines conditions avant d'être utilisée (Malhotra, 2009).

1. La normalité : les erreurs sont distribuées normalement.
2. La linéarité : la fonction de régression est linéaire.
3. L'homoscédasticité : la variance des résidus est constante.

Au départ, nous pouvons voir que les conditions de normalité et de linéarité ne sont pas parfaites :





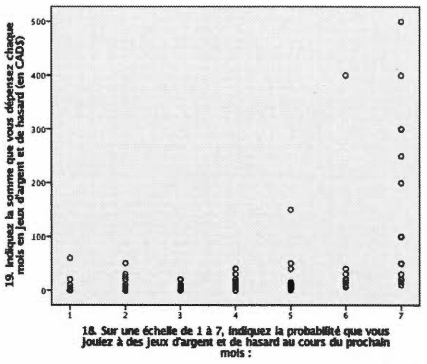
Pour la normalité, nous voyons certes une courbe en forme de cloche mais la distribution n'est pas normale : certaines anomalies sont visibles. Cela est confirmé par le tracé, pour lequel les résidus sont éloignés de la fonction linéaire. En définitive, il semble donc y avoir des observations très éloignées de celles de la majorité des répondants. Le tableau « diagnostic des observations » (ci-dessous) apporte la réponse à ces irrégularités : les observations 1,20, 31, 172, 219, 293 et 405 ont indiqué des sommes bien plus élevées que le reste de l'échantillon. Le nuage de points abonde également en ce sens ; néanmoins d'après ce nuage, il faudrait enlever d'autres observations atypiques : toutes celles où le répondant a indiqué jouer 100 CAD$ ou plus mensuellement en jeux d'argent et de hasard.

Diagnostics des observations[a]

Numéro de l'observation	Résidu standardisé	19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)	Prévision	Résidu
1	5,020	300	78,32	221,676
20	7,284	400	78,32	321,676
31	9,549	500	78,32	421,676
172	5,020	300	78,32	221,676
219	3,888	250	78,32	171,676
293	7,604	400	64,19	335,813
405	5,020	300	78,32	221,676

a. Variable dépendante : 19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)

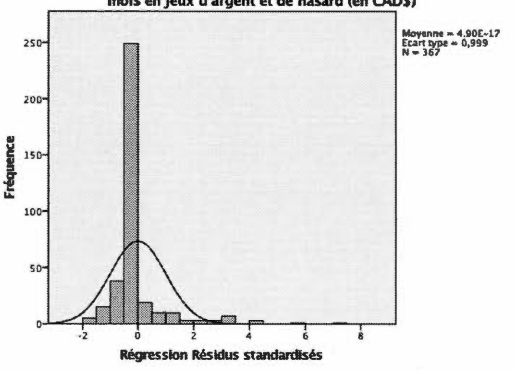
Graphique



Nous avons donc retiré ces observations. Ainsi, nous avons refait une régression linéaire sans les 18 répondants suivants : 1 ; 12 ; 20 ; 32 ; 58 ; 63 ; 100 ; 160 ; 182 ; 229 ; 235 ; 257 ; 271 ; 313 ; 338 ; 340 ; 366 ; 432. Les nouveaux tracés sont les suivants :

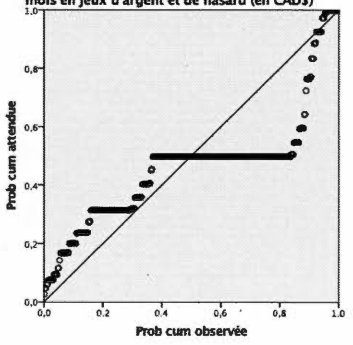
Histogramme

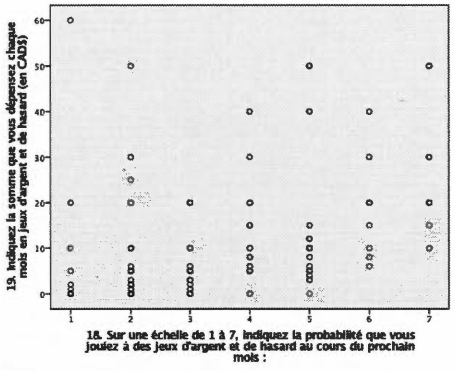
Variable dépendante : 19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)



Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés

Variable dépendante : 19. Indiquez la somme que vous dépensez chaque mois en jeux d'argent et de hasard (en CAD$)





Bien que dans ce cas, le nuage de points soit plus convaincant, l'histogramme n'a toujours pas une forme de cloche, la situation est même moins bonne par rapport au premier histogramme. Sur le tracé, l'on voit bien que les résidus demeurent éloignés du tracé normal de régression. Ainsi, bien que les conditions d'utilisation de la régression linéaire simple ne soient pas exactement respectées, nous l'avons réalisée en gardant la totalité des répondants de notre échantillon, afin de rendre compte de l'hétérogénéité des répondants.

BIBLIOGRAPHIE

Articles de presse :

Tous ont été consultés pour la dernière fois le 20 novembre 2018.

CHARBONNEAU, J. (2016, 15 avril). Les 5 bars à arcade les plus hot de Montréal. Nightlife. Récupéré de http://www.nightlife.ca/2016/04/15/les-5-bars-arcades-les-plus-hot-de-montreal

FORTIER, M. (2016, 6 février). Quand le jeu amuse moins... *Le Devoir*. Récupéré de http://www.ledevoir.com/societe/462300/quand-le-jeu-amuse-moins

FRAGASSO-MARQUIS, V. (2016, 13 juillet). Les jeunes Québécois jouent moins à la loterie que leurs aînés. *Le Soleil.* Récupéré de https://www.lesoleil.com/affaires/les-jeunes-quebecois-jouent-moins-a-la-loterie-que-leurs-aines-efa77099cdcd44b16f8f5c24af1b02c5

LAMOTHE, M. (2017, 5 avril). Les valeurs coopératives ont la côte chez les 18-34 ans. *Le Nouvelliste*. Récupéré de https://www.lenouvelliste.ca/affaires/les-valeurs-cooperatives-ont-la-cote-chez-les-18-34-ans-8c8ae0cd64a83efed987a4bab8863d3c

MONTGAILLARD, V. (2018, 27 janvier). Jeux de grattage : près d'un million d'accros. *Le Parisien.* Récupéré de http://www.leparisien.fr/societe/jeux-de-grattage-pres-d-un-million-d-accros-27-01-2018-7526103.php

NIKULINA, E., SCHMOLCKE, F. (1999, 30 novembre). Les osselets, ancêtres du jeu de dés. Pour la Science. Récupéré de https://www.pourlascience.fr/sd/archeologie/les-osselets-ancetres-du-jeu-de-des-3666.php

Non signé (2012, 7 février). Les casinos, une source d'emplois pour les autochtones. *Ici Radio Canada*. Récupéré de http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/549070/casinos-emplois-autochtones-sask

Articles scientifiques :

ARIYABUDDHIPHONGS, V., CHANCHALERMPORN, N. (2007). A test of social cognitive theory reciprocal and sequential effects: hope, superstitious belief and environmental factors among lottery gamblers in Thailand. *Journal of gambling behavior*, 23 (2).

BAILLY, R. (2001). Le jeu dans l'œuvre de D.W. Winnicott. *Enfances & psy,* 3 (15).

BASTIANI, L., GORI, M., COLASANTE, E., CAPITANUCCI, V., JARRE, P., MOLINARO, S. (2013). Complex factors and behaviors in the gambling population of Italy. *Journal of Gambling Studies*, 29 (1).

BESSIN, M. (1997). Se faire de l'argent. Pratiques "lucratives" et sociabilités. *Agora débats/jeunesses*, 10.

BOON, C., LEE, P. (2008). An analysis of gambling expenditures across countries. *UNLV Gaming research and review journal*, 13.

BURTON, S., LICHTENSTEIN, D.R., NETEMEYER, R.G. (1998). A scale for measuring attitude toward private label products and an examination of its psychological and behavioral correlates. *Journal of the academy of marketing science*, 26 (4), p. 293.

CASELLI, G., SPADA, M.M. (2011). The desire thinking questionnaire: development and psychometric properties. *Addictive Behaviors*, 36 (11).

CASEY, E. (2006). Domesticating Gambling: Gender, Caring and the UK National Lottery. *Leisure Studies*, 25 (1).

COMINGS, D.E., MUHLEMAN, D., AHN, C., GYSIN, R., FLANAGAN, S.D. (1994). The dopamine D2 receptor gene: a genetic risk factor in substance abuse. *Drug Alcohol Depend*, 34 (3).

CORFMAN, K.P. (1991). Comparability and comparison levels used in choices among consumer products. *Journal of Marketing Research*, p. 368-374.

DARMON, D., L'HARDY, P. (1986). Consommation : santé et loisirs au premier plan. *Économie et statistique*, 190.

DIXON, M.R., NASTALLY, B.L., WATERMAN, A. (2010). The effect of gambling activities on happiness levels of nursing home residents. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 43 (3).

DUFLO, C. (2006). Le jeu, une approche philosophique. *La performance humaine : art de jouer, art de vivre*.

EVART-CHMIELNISKI, E. (1951). Traitement du caractère par le jeu chez l'enfant. *Enfance*, 4.

FAVATIER, J.B. (2009). Communication d'entreprise : Azincourt ou la transparence? *Magazine de la communication de crise et sensible*.

FERNIE, B. A., CASELLI, G., GIUSTINA, L., DONATO, G., MARCOTRIGGIANI, A., SPADA, M.M. (2014). Desire thinking as a predictor of gambling. *Addictive behaviors*, 39 (4).

FIORENTINI, G. (2004). Jeu et illusion. *Revue française de psychanalyse*, 68 (1).

GORWOOD, P. (2008). Le concept des addictions sous l'angle de la génétique. *Psychotropes*, 3 (14).

HANEMANN, W.M. (1991). Willingness to pay and willingness to accept: how much can they differ? *The American Economic Review*, 81 (3).

HERBIG, P., MILEWICZ, J. (1993). The relationship of reputation and credibility to brand success. *Journal of Consumer Marketing*, 10.

KINDELBERGER, C., ACIER, D., CHEVALIER, C., GUIBERT, É. (2016). L'enjeu de la subjectivité des adolescents face aux mesures de prévention de l'alcool et du tabac. *Drogues, santé et société,* 14 (2).

LADOUCEUR, R. (2013). La psychologie des jeux de hasard et d'argent : aspects fondamentaux et cliniques. *Loisir et société*, 17.

LEE, C.K., LEE, Y.K., BERNHARD, B.J., YOON, Y.S. (2005). Segmenting casino gambler by motivation. A cluster analysis of Korean gamblers. *Tourism Management*, 27 (5).

LESIEUR, H.R., CLUSTER, R.L. (1984). Pathological gambling: roots, phases, and treatment. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 474.

LI, E., ROCKLOFF, M.J., BROWNE, P., DONALDSON, P. (2016). Jackpot structural features: Rollover effect and goal-gradient effect in EGM gambling. *Journal of gambling studies, 32* (2).

LOUREIRO, M. L., HINE, S. (2002). Discovering niche markets: A comparison of consumer willingness to pay for local (Colorado grown), organic, and GMO-free products. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 34 (3).

MAIO, G.R., ESSES, V.M. (2001). The need for affect: Individual differences in the motivation to approach or avoid emotions. *Journal of personality*, 69 (4), p. 583-614.

MARTIGNONI HUTIN, J.P. (1993). Madame Loto. Analyse de la correspondance des joueurs de Loto. *L'Homme et la société.*

MARTIGNONI HUTIN, J.P. (1997). Les jeux de hasard, faire de l'argent et faire avec l'existence. *Agora débats/jeunesse*, 10.

MARTIN, I., GUPTA, R., DEREVENSKY, J.L. (2007). Participation aux jeux de hasard et d'argent, dans : G. DUBÉ, & al. (2007). *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire.* Québec : Institut de la statistique du Québec.

MARTIN, F., LICHTENBERG, P. A., TEMPLIN, T.N. (2011). A longitudinal study: Casino gambling attitudes, motivations, and gambling patterns among urban elders. *Journal of Gambling Studies*, 27 (2).

MCKENNA, F.P. (1993). It won't happen to me: Unrealistic optimism or illusion of control? *British Journal of Psychology*, 84.

MUKHERJEE, A., HOYER, W.D. (2001). The effect of novel attributes on product evaluation. *Journal of Consumer Research*, 28 (3), p. 462-472.

PATIN, B. (2005). Le jeu de rôles : pratique de formation pour un public d'adultes. *Les Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 3.

QUÉNIART, A., JACQUES, J., JAUZION-GRAVEROLLE, C. (2007). Consommer autrement, une forme d'engagement politique chez les Jeunes. *Nouvelles pratiques sociales*, 20.

REYNOLDS, K.E., BEATTY, S.E. (1999). A relationship customer typology. *Journal of retailing*, 75 (4), p. 509-523.

SHAMDASANI, P.M., STANALAND, A.J.S., TAN, J. (2001). Location, location, location: Insights for advertising placement on the web. *Journal of Advertising Research*, 41 (4), p. 7-21.

SHOHAM, A., ROSE, G.M., KAHL, L.R. (1998). Marketing of risky sports: From intention to action. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (4), p. 307-321.

SLUTSKE, W.S., ELLINGSON, J.M., RICHMOND-RAKERD, L.S., ZHU, G., MARTIN, N.G. (2013). Shared genetic vulnerability for disordered gambling and alcohol use disorder in men and women: evidence from a national community-based Australian twin study. *Twin research and human genetics*, 16 (2).

TALADOIRE, E. (2011). Les jeux préhispaniques en Mésoamérique : survivances et continuité. *Cahiers d'Histoire de l'Amérique Latine,* 1 (5).

TOLCHARD, B., BATTERSBY, M. (2013). Cognitive behaviour therapy for problem gamblers : a clinical outcomes evaluation. *Behaviour Change*, 30 (1).

WAIGUNY, M.K.J., WAI, N., MARKO, B. (2013). How advergame content influences explicit and implicit brand attitudes: When violence spills over. *Journal of Advertising, 42* (2-3), 155-169

WARD, S. (1974). Consumer socialization. *Journal of consumer research*, 1 (2).

WEINSTEIN, N.D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of personality and social psychology*, 39 (5).

WHITTING, T. (2010). The History of Baccarat. *Center for Gaming Research Occasional Paper Series*, 3.

WILCOX, K., KIM, H.M., SEN, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit luxury brands? *Journal of marketing research*, 46 (2) p. 247-259.

YOO, B., DONTHU, N., LEE, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the academy of marketing science*, 28 (2), p. 195-211.

Articles non scientifiques :

GIOL, C. (2011). La roulette de casino. *Historia*, 779.

LO, A. (2000). The Late Ming Game of Ma Dia. *The Playing-Card*, 29 (3).

HUMPHRIES, L.R. (2011). What young people are spending their money on. Récupéré de http://www.investopedia.com/financial-edge/0912/what-young-people-are-spending-their-money-on.aspx?lgl=rira-baseline-vertical

PETTINGER, T. (2017). Causes of consumer spendings. Récupéré de https://www.economicshelp.org/blog/396/economics/consumer-spending-its-causes-and-effects/

Cours :

HAJJEM, A. (2016). « Méthodes quantitatives en marketing ». Montréal : cours donné à l'ESG UQAM.

METRA, M. (2006). « Approches théoriques du jeu ». Lyon : cours donné à l'IUFM de Lyon.

Dictionnaires :

Collectif (2016). *Le Petit Larousse Illustré 2017*. Paris : Larousse.

Collectif (2017). *Le Petit Larousse Illustré 2018*. Paris : Larousse.

Ouvrages :

AIM, O., BILLIET, S. (2015). *Communication.* Paris : Dunod.

AJZEN, I., FISHBEIN, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour.* Upper Saddle River: Prentice Hall.

BAUDIER-DELAY, A., HURTIG, R., RONDAL, J.A. (1981). *Introduction à la psychologie de l'enfant, Volume 3.* Bruxelles : éditions Mardaga.

BEARDEN, W.O., NETEMEYER, R.G., HAWS, K.L. (2010). Handbook of Marketing Scales: multi-item measures for marketing and consumer behavior research. New York: Sage Publishing.

CAILLOIS, R. (1958). *Les jeux et les hommes. Le masque et le vertige.* Paris : Gallimard.

CAZENEUVE, J., AKOUN, A., BALLE, F. (1971). *Guide de l'étudiant en sociologie.* Paris: PUF.

CHIN, W. (2012). *How to play the craps game and win.* Bloomington : Xlibris.

Collectif (1905). *Bulletins et mémoires de la société d'anthropologie de Paris.*

Collectif (1922). *Archives suisses d'anthropologie générale.* Genève : Kundig.

COSGRAVE, J.F., KLASSEN, T.R. (2009). *Casino State: legalized gambling in Canada.* Toronto: University of Toronto Press.

COSTENTIN, J. (2015). *La dopamine dans tous ses états.* Paris : Éditions Docis.

DEPAULIS, T. (2008). *Petite histoire du poker.* Combon : Éditions pôle.

DESHAYES, J. (1969). *Les Civilisations de l'Orient Ancient.* Grenoble : Arthaud.

DURAN, F.D. (1570). *Historia de las Indias de Nueva España e Islas de la Tierra Firme.* Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

DURKHEIM, E. (1925). *L'Éducation morale.* Paris : PUF.

ÉTIENVRE, J.P. (1980). *Mélanges de la Casa de Velasquez, Tome XVI.* Paris : diffusion de Boccard.

FOREST, D. (2012). *Slots: praying to the god of chance.* New-York : Delphinium.

FREUD, S. (1920). *Au-delà du principe de plaisir.* Paris : PUF.

GUIRAUD, P. (1894). *La vie privée et la vie publique des Grecs.* Paris : Hachette.

HAUDRY, J. (1987). *La Religion cosmique des Indo-Européens.* Paris : Archè / Les Belles lettres.

HUIZINGA, J. (1938). *Homo Ludens : essai sur la fonction sociale du jeu.* Paris : Gallimard.

JOANNE, A.L. (1856). *Spa et ses environs.* Paris : Hachette.

LACROIX, A., LÉTOURNEAU, A. (2000). Méthodes et interventions en éthique appliquée. Montréal : éditions Fides.

LEMAÎTRE, J. (1997). *100 ans de machines à sous.* Paris : Éditions Alternatives.

MALHOTRA, N.K. (2009). *Marketing research: An applied orientation (Vol. 834).* New Jersey: Pearson Education.

MEHRABIAN, A., RUSSELL, J. (1974). *An approach to environmental psychology.* Cambridge: the MIT Press.

MURPHY, P.E., LACZNIAK, G.R., BOWIE, N.E., KLEIN, T.A. (2004). *Ethical Marketing.* Londres : Pearson.

NEEDHAM, J. (1985). *Science and Civilization in China. Volume 5: chemistry and chemical technology.* Cambridge : Cambridge University Press.

PAVLOV, I.P. (1927). *Conditioned reflexes*. Londres : Routledge and Kegan Paul.

PIAGET, P. (1945). *La formation du symbole chez l'enfant*. Lonay : Delachaux et Niestlé.

REGUER, D. (2011). *E-reputation : Manager la réputation à l'heure du digital*. Paris: Dunod.

SCHNEIDER, M., ROBERTS, N. (2004). *The everything casino gambling book: feel confident, have fun, and win big!* New-York: Simon and Schuster.

STEVENS, J.E. (2014). *Hoover Dam: an American Adventure*. Oklahoma City : University of Oklahoma.

THOMASSEN, B. (2016). *Luminality and the Modern*. Londres : Routledge.

TRICLOT, M. (2011). *Philosophie des jeux vidéo*. Paris : Zones.

WINNICOTT, D.W. (1971). *Jeu et réalité : l'espace potentiel.* Paris : Gallimard.

Mémoire :

DODUIK, N. (2012). Les jeux de rôles : laboratoire de la coordination sociale. *Mémoire de Master remis à l'ENS Cachan.*

Rapports :

BIRON, J.F., FOURNIER, M., LASNIER, B., HOULE, V., DUFOUR, C., NADON, S., NGUYEN, C.T. (2018). Les jeux de hasard et d'argent au Québec et en régions : statistiques de participation en 2018. Montréal : Direction régionale de santé publique.

Direction de la Santé Publique du Québec (2013). Étude de faisabilité sur les stratégies de concertation et les actions de santé publique visant l'offre de jeux de hasard et d'argent au Québec.

Gouvernement Fédéral du Canada (1990). Règlement fédéral sur les jeux de hasard (TPS/TVH).

Institut de la Statistique du Québec (2013). Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire.

Institut de la Statistique du Québec (2017). Panorama des régions du Québec.

Loto-Québec (2016). Rapport d'activité 2015-2016.

Loto-Québec (2017). Rapport d'activité 2016-2017.

Statistique Canada (2016). Résultats de l'Enquête sur la population active pour le Québec.

Pages internet :

Toutes ont été consultées pour la dernière fois le 20 novembre 2018.

BALLA, S. (2018). Lotto Québec... et si tu gagnais le gros lot! Récupéré de https://toutunblogue.lotoquebec.com/articles/lotto-max-et-si-tu-gagnais-le-gros-lot/

Canoe (2016). Le voyage, un nouveau besoin pour les jeunes. Récupéré de http://fr.canoe.ca/voyages/themes/tendances/archives/2016/07/20160712-145035.html

Creative research system (2006). Sample Size calculator. Récupéré de https://www.surveysystem.com/sscalc.htm

Euromonitor (2017). Game industry. Récupéré de http://www.portal.euromonitor.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/portal/statistics/tab

Guide Black Jack (2006). Histoire du Black Jack. Récupéré de http://www.guide-blackjack.com/Histoire-du-Blackjack.html

Institut de la statistique du Québec (2018). Population et structure par âge et sexe. Récupéré de http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/population-demographie/structure/index.html

Statistique Canada (2016). Dépenses des ménages, Canada, régions et provinces. Récupéré de http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l02/cst01/famil130f-fra.htm

Statistique Canada (2011). Jeux de hasard. Récupéré de http://www.statcan.gc.ca/pub/75-001-x/2011004/article/11551-fra.htm

Statistique Canada (2016). Langue – Faits saillants en tableaux, recensement de 2016. Récupéré de https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/hlt-fst/lang/Tableau.cfm?Lang=F&T=11&Geo=00

Statistique Canada (2017). Estimations de la population au 1er juillet, par âge et sexe. Récupéré de https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=1710000501