

L'offre de jeu organisée pour les aînés; répondre à quels besoins?

26 Octobre 2011
Colloque AITQ - 2011

Elisabeth Papineau et Fanny Lemétayer, INSPQ
Yves Boisvert, ENAP
Frédéric Leseman, INRS

Données récentes

(Marshall, K. (2011). L'emploi et le revenu en perspective: **Jeux de hasard 2011**. Statistique Canada <http://www.statcan.gc.ca/pub/75-001-x/2011004/article/11551-fra.pdf>)

Les dépenses des aînés aux JHA

Tableau 4 Dépenses des ménages consacrées aux jeux de hasard

	Au moins un jeu de hasard		Loteries d'État		Autres loteries, tombolas, etc.		Casinos, machines à sous et ALV	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Ménages ne comptant qu'une personne²	460	57	210	49	80	17	890	13
Hommes	615	59	270	53	100	16	1 430	14
18 à 44	740	52	160	44	55	13	1 915	16
45 à 64	525	68	295	62	135	20	915	16
65 ans et plus	570	57	375	55	110	14	1 165	7
Femmes	335	56	160	46	65	19	440	13
18 à 44	160	46	95	37	50	19	175	13
45 à 64	270	64	155	56	80	26	355	12
65 ans et plus	475	57	200	45	50	14	670	13

Plan de la présentation

1. L'offre organisée de voyages au casino
2. Portrait de la clientèle aînés (en consultation dans les CRD): comment l'offre de jeu répond aux besoins des aînés
3. Solutions\recommandations rapportées par les intervenants de CRD

1- L'offre organisée de voyages au casino



CASINOS DU QUÉBEC
MONTRÉAL
CHARLEVOIX
LAC-LEAMY
MONT-TREMBLANT

**NOUVELLE PRIME
POUR L'ACCOMPAGNATEUR!
RECEVEZ JUSQU'À
100 \$
PAR SORTIE DE GROUPE!
(EN POINTS PRIVILEGES)**

**UNE FOULE
DE PLAISIRS!**

FORFAIT EXCLUSIF AUX GROUPES EN AUTOCAR PROVENANT DU QUÉBEC
EFFET DU 15 JUIN 2010 AU 31 MARS 2011

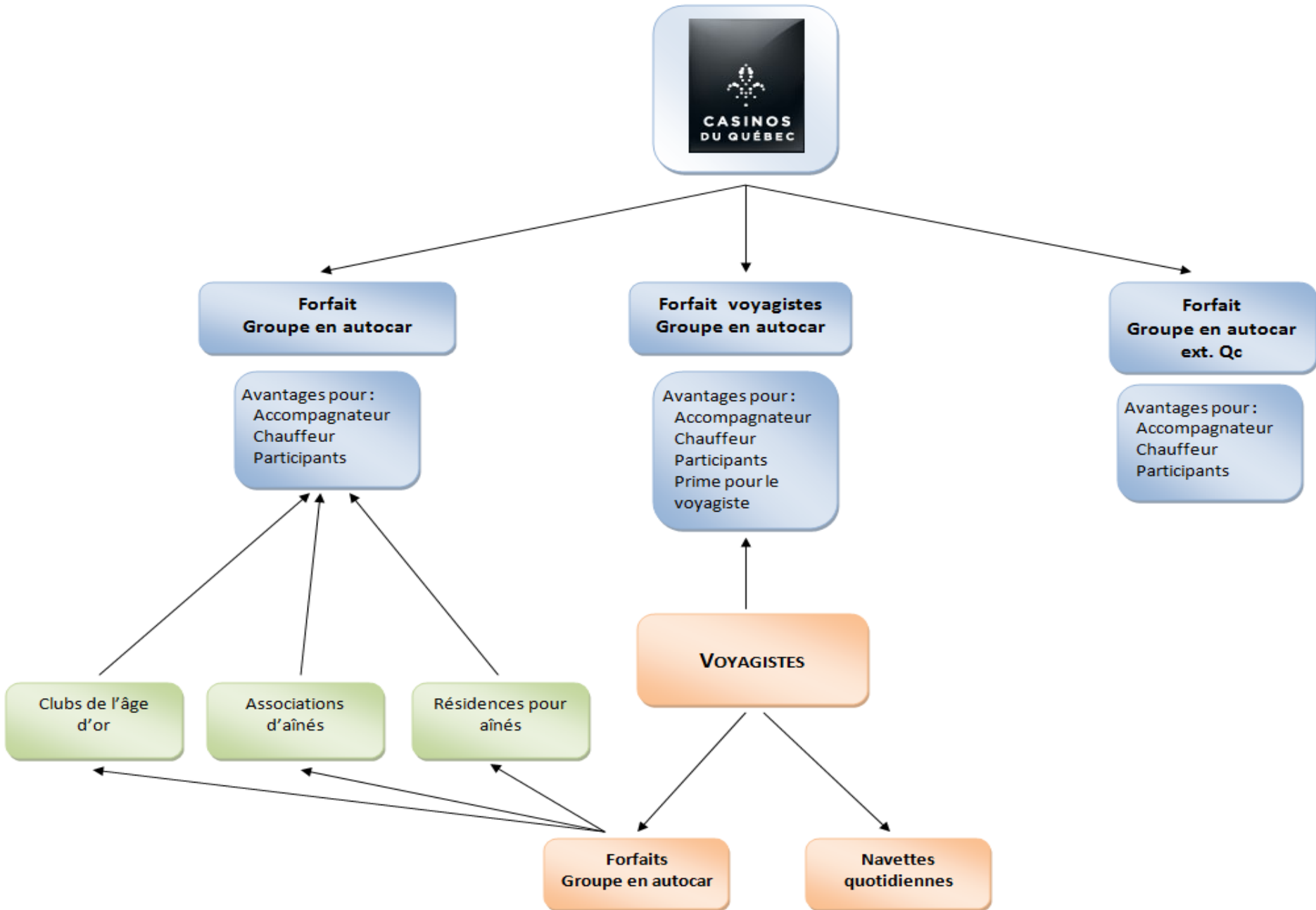


une

[gestion]]responsable[

dernier. L'excellent travail de promotion réalisé auprès des voyageurs a par ailleurs permis d'accroître de 3 % le nombre de visites par autocar enregistrées dans nos casinos.

L'ORGANISATION DE L'OFFRE DE FORFAITS AU CASINO



Forfait s'adressant aux groupes en autocar

Les Quatre as!

Les Quatre as! : un forfait exclusif aux groupes en autocar

[Casino de Charlevoix](#) > [Forfaits](#) > Les Quatre as!

A **A** | IMPRIMER

Les Quatre as!



Offert du 1er avril 2011 au 31 mars 2012

Forfait exclusif aux groupes en autocar

- › LES QUATRE AS!
- › LA ROUTE CHANCEUSE!
- › LA TABLE GAGNANTE!
- › CHARLEVOIX, ON EN RÊVE!
- › CHARLEVOIX, ON ARRIVE!

- › À FAIRE DANS LA RÉGION

Le forfait comprend :

... pour l'accompagnateur du groupe :

- Un bon-cadeau de 20 \$
- Un coupon-repas

... et pour le chauffeur :

- Un coupon-repas

... pour les membres du club Casino Privilèges :

- 5 \$ en crédits-jeu promotionnels aux machines à sous
- 3 000 Points Privilèges pour une prochaine visite dans l'un des quatre casinos du Québec (une valeur de 10 \$)

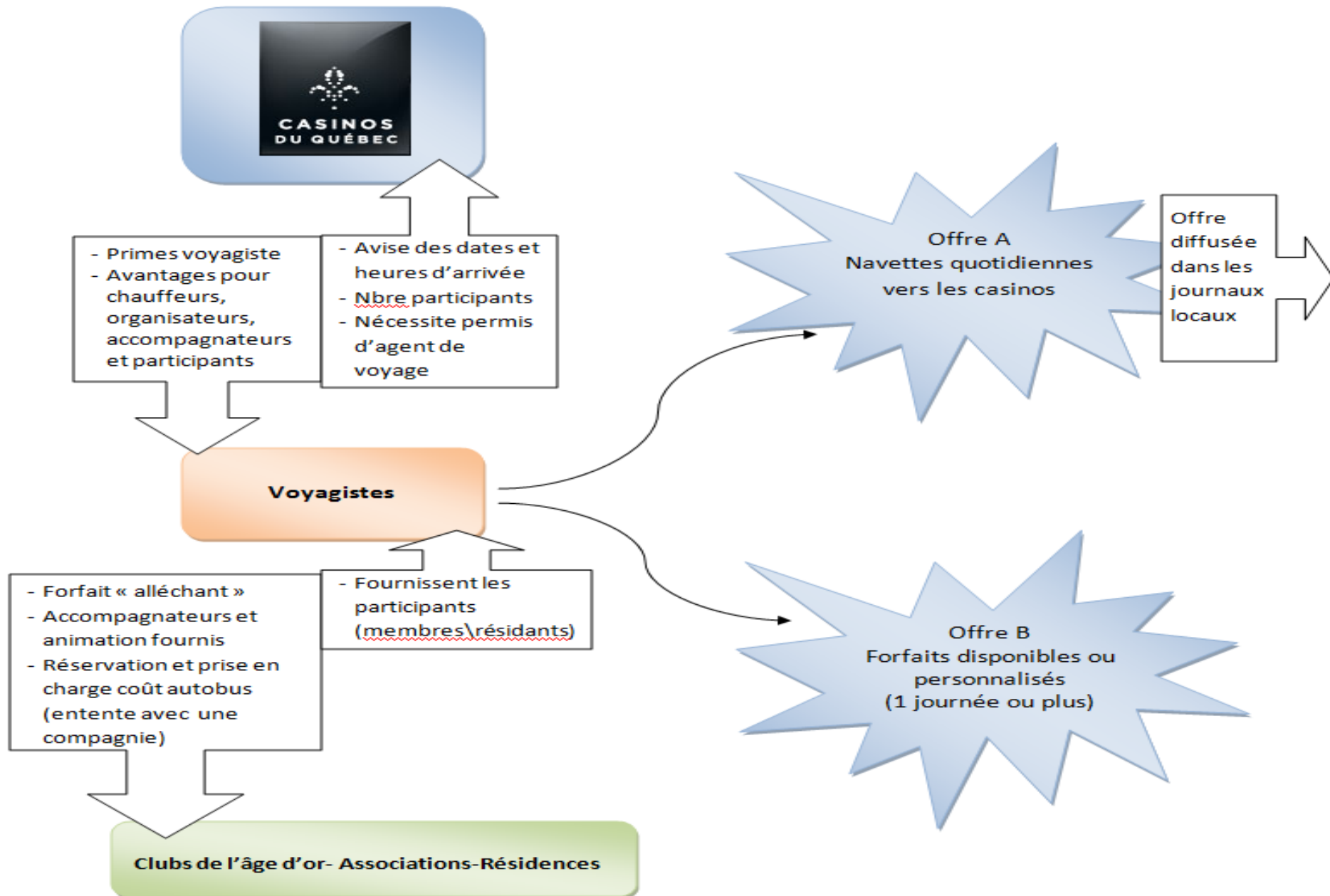
Renseignements et réservations

Téléphone : 514 499-5180 ou 1 800 665-2274

Télécopieur : 514 982-5527

[Contactez un agent de réservation](#)

Forfait s'adressant aux voyageurs



Forfait s'adressant aux voyagistes (suite)

Clubs de l'âge d'or- Associations- Résidences

Diffusion de
l'offre B

Membres ou résidents âgés

Sollicite les « bons
joueurs » (carte
privilèges)
Système de
récompenses –
fidélisation



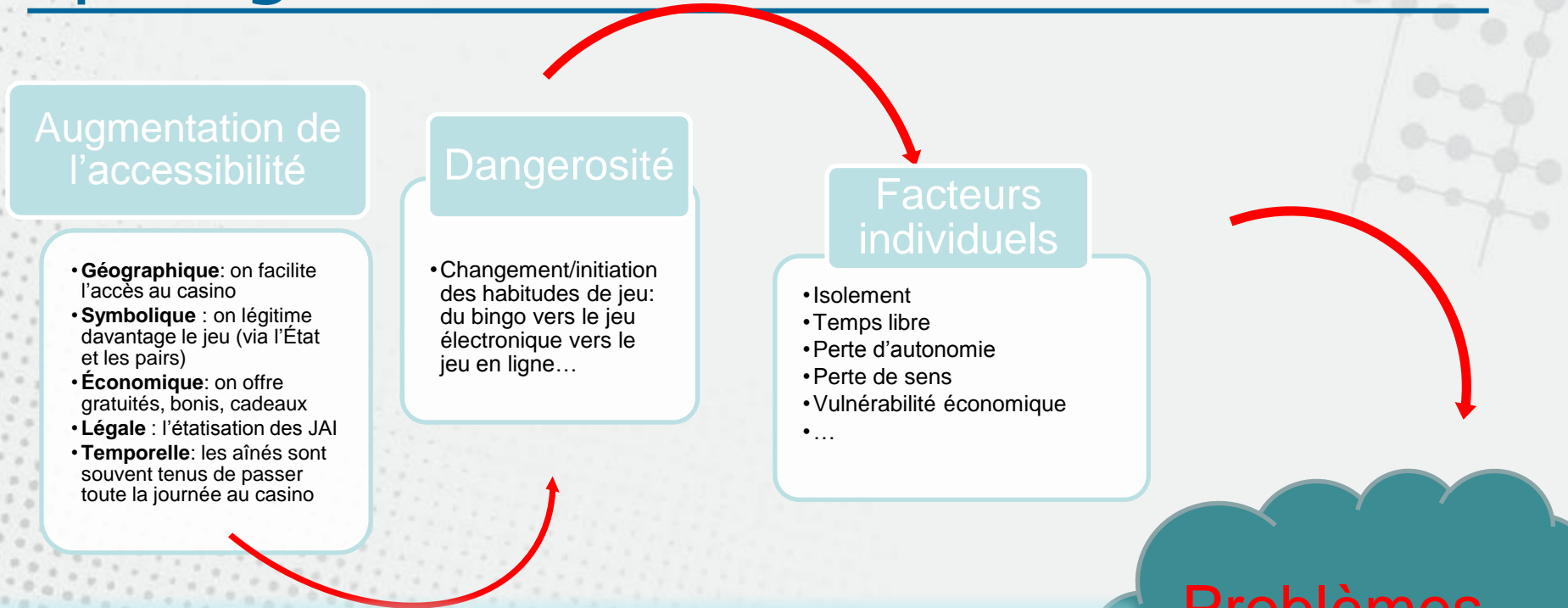
Contraintes

- Coût minime
- Remise de cadeaux (tirage dans l'autobus)
- Remise d'argent pour jouer \ repas
- Accompagnateurs et animation dans l'autobus
- Accueillis par un employé du casino (tirage et remise de l'argent)

Avantages

- Adhésion au Club
privilèges pour obtenir la
remise d'argent
- horaires imposés

Un système d'offre de jeu globale qui agit sur des déterminants



Problèmes
de jeu

Enjeux éthiques:

- L'offre de jeu organisée pour les aînés répond à des besoins ou stimule des besoins???
- Comme avec les 8000 revendeurs de loterie, les revendeurs de Lotomatique© ou les tenanciers de bars, la responsabilité immédiate avec le client (sollicitation et prévention) est déléguée...

2- Portrait de la clientèle « aînés »



Résultats préliminaires: Les « 55 ans et + » dans le programme *jeu*.

- Baisse de la clientèle « jeu » (tous âges confondus) depuis plusieurs années
- Clientèle «55 ans+» semble augmenter progressivement
- Phénomène qui ne s'observe pas pour les autres dépendances (alcool, toxico)
- De 14% à 32% de leur clientèle a + 55 ans dans le programme *jeu*
- Pas de programme *jeu* spécifique « aînés »

Résultats préliminaires: Caractéristiques des « 55 ans et + »

- Majorité de femmes parmi la clientèle « aînés » contrairement aux autres tranches d'âge
- Évolution des pratiques de jeu
 - Des courses et du bingo aux appareils de loteries vidéo et aux machines à sous
- Diversification des origines ethniques (Mtl et Laval)

Résultats préliminaires: Facteurs de risques

« c'est des gens qui sont rendus
à une autre étape de leur vie » (S-01)

- La retraite et le vieillissement : une période de grands bouleversements (des pertes et des deuils)
- Conjugaison de facteurs : « être aînés » n'est pas un facteur de risque
- 50-65 ans plus à risque

Résultats préliminaires: Facteurs de risques (suite)

- Une retraite non-préparée
- Gérer son temps libre : l'ennui
- Se redéfinir en dehors du travail « qui je suis, moi, en dehors de mon travail ? » (S-07)
- La diminution du réseau social et deuils de proches « À chaque semaine, on raye le nom d'un ami parce qu'il est mort là, c'est un peu cette réalité-là. » (S-01)
- Un revenu et un mode de vie qui changent
- Des pertes physiques

Les risques liés à ces voyages organisés

- Offre qui favorise l'accessibilité au jeu
« on leur simplifie la tâche »
- Niveau de risque différents résidents\aînés autonomes
- Voyages organisés = initiation au jeu
- Voyages attrayants qui comblent de nombreux besoins

B
E
S
O
I
N
S

D
E
S

A
Î
N
É
S

• Besoin d'être « sécurisé » - manque d'autonomie

• Besoin d'occuper le temps libre, de sens à la vie (ennui / disponibilité)

• Besoin de s'amuser et de se changer les idées, de socialiser, sortir de l'ordinaire, et de se récompenser

• Besoin d'attention et de reconnaissance

• Besoin de « faire de l'argent », de sécurité financière



L'OFFRE

- Transport fournis
- Voyage en groupe
- Repas offert
- Argent remis pour jouer
- Carte privilège (cumul de points)
- Coût minime
- Accompagnement



- Tout organisé – pris en charge
- Sécurisant (organisé + lieu)
- Permet de sortir l'hiver (transport)
- Pas d'effort physique à fournir pour se rendre

- Voyage – spectacle – divertissement
- Occasion spéciale (sortie de chez eux)
- Anticipation aérée

- Le casino: belle place, féérique (lumières), grandiose, ambiance, foule, effervescence, *glamour*, fête
- Plaisir, divertissement
- « On mange bien », « on se pomponne »
- Cadeaux dans l'autobus, et récompenses du casino (points carte privilèges)

- Service et accueil de qualité (traitement VIP, on les reconnaît)
- Cadeaux, carte privilège, service de café, etc.

- Avoir de l'argent à dépenser
- Sortie d'apparence peu coûteuse
- Possibilité de gagner

A
T
T
R
A
I
T
S

D
E

L'
O
F
F
R
E

3- Solutions\recommandations rapportées par les intervenants de CRD



Recommandations des intervenants de CRD en termes de prévention

Une stratégie de sensibilisation/prévention à paliers et actions multiples

- National, régional et local
- Co-responsabilité: implication de divers acteurs, dans les milieux de vie et les réseaux des aînés
- Multiples moyens et actions possibles (ex. tabac: affichages, étiquetage, publicité, lois, etc.)

Au niveau national:

Le message publicitaire, un moyen estimé efficace

- **Fréquence:** Augmenter le nombre de messages télévisés préventifs - Campagnes récurrentes \ en continu
- **Cible:** Cibler particulièrement les aînés, introduire une personnalité avec laquelle ils pourront s'identifier - S'adresser également à l'entourage
- **Forme:** susciter la réflexion, message clair (ex. publicité avec Yvon Deschamps).
- **Contenu:**
 - expliquer le hasard et les biais cognitifs
 - recadrer le jeu (pas un revenu)
 - parler des habitudes de jeu problématiques plutôt que des conséquences
 - À l'opposé, mettre l'emphasis sur la lourdeur des méfaits

Au niveau national:

L'encadrement de la promotion du jeu

Règlementation et contrôle de la publicité de JHA :

- Limiter les messages, les médias utilisés, la fréquence, les lieux de diffusion, les types de jeux publicisés.
- Contrôler le marketing qui vise les populations à risque.
- Contrôler la publicité insidieuse (ex. Internet)
- Inclure une mise en garde de taille proportionnelle aux risques sur tout produit de jeu.
- Accompagner systématiquement toute promotion de jeu d'une publicité de prévention sur le jeu

Au niveau régional et local

Contexte:

- Les aînés sont difficiles à rejoindre
- On conçoit mal qu'ils puissent avoir des problèmes de jeu
- La prévention doit être réalisée par des personnes significatives et de confiance pour ne pas apparaître comme menaçante ou prohibitionniste
- Sensibiliser et informer les acteurs dans les milieux de vie et le réseau des aînés au sujet des problèmes de jeu afin qu'ils agissent pour
 - Prévenir et informer les aînés
 - Favoriser le dépistage et la référence

Autres recommandations

Contexte: Les organismes et les associations ont peu de budget pour organiser des activités. LQ offre des forfaits défilant toute concurrence.

- Promouvoir et financer d'autres types de loisirs et de divertissements organisés et peu coûteux (organisateur et participants).

Proposition de plan de prévention

- Cadre conceptuel de la co-responsabilité développé par l'ENAP
- Prémisses:
 - Les problèmes de la commercialisation pas vraiment responsable socialement
 - Pression gouvernementale sur la rentabilité croissante des entreprises publiques
 - Le problème de cohésion générale entre les acteurs faisant de la prévention et de crédibilité de certains autres acteurs
 - Ce ne sont pas les casinos qui sont commercialisés, ce sont les appareils électroniques de jeu (machines à sous = appareils de loterie vidéo)

www.inspq.qc.ca

Merci!

elisabeth.papineau@inspq.qc.ca

fanny.lemetayer@inspq.qc.ca

yves.boisvert@enap.ca

frederic_lesemann@ucs.inrs.ca