

JEU RESPONSABLE
MESURES

Mesure de la sensibilisation et des résultats

Mesure de la sensibilisation et des résultats

OLG améliore constamment son programme Jeu responsable (JR) à la lumière de l'expérience clinique et accumule des connaissances sur la façon de mieux soutenir les joueurs en recueillant et diffusant des données sur le jeu responsable. OLG évalue son programme et obtient des données sur le jeu responsable en provenance de diverses sources, notamment les services internes, les partenaires externes du jeu responsable, les Centres de ressources sur le jeu responsable (CRJR) et des études de recherche annuelles.

Ces mesures sont fondées sur les objectifs généraux du programme JR, qui vise à prévenir et atténuer les effets du jeu problématique.

Les objectifs de chaque volet du programme sont établis s'ils sont réalisables et quantifiables. Pour chaque élément du programme JR sur lequel OLG n'exerce pas une influence suffisante, aucun objectif n'est établi.

Note technique – En 2010-2011, les améliorations apportées à sa structure d'archivage et d'établissement de rapports ont amené OLG à abandonner la présentation d'information sur le jeu responsable destinée au public qui est antérieure à 2008-2009. Cependant, le public continue d'avoir accès à ces données dans des rapports historiques affichés à depasserseslimites.ca ou fournis sur demande.

En raison de problèmes techniques, les mesures provenant du site Web depasserseslimites.ca ne sont pas disponibles pour cet exercice.

Communication d'information sur le jeu responsable

OLG fournit de l'information relative au jeu responsable par différents canaux dans tous les secteurs d'activité. Son objectif est de communiquer avec les joueurs et le public par le plus de points de contact possibles, comme des bulletins, de l'affichage numérique, des promotions en marketing et des présentations.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	
Information des joueurs sur le jeu responsable par les canaux de marketing direct Dans tous les secteurs d'activité d'OLG, les messages sur le jeu responsable sont communiqués aux joueurs par divers canaux de marketing direct.	Nombre d'appels à la ligne Info Loto ¹	3,8 millions	4,7 millions	5,0 millions	5,3 millions	Division Loterie
	Nombre de bulletins électroniques sur les loteries distribués ²	3,7 millions	1,3 million	780 000	800 000	
	Nombre de bulletins distribués aux détaillants de loterie ³	350 316	120 000	150 000	150 000	
	Estimation de la portée de l'écran du client aux points de vente de loterie ⁴	400 millions	400 millions	400 millions	396 millions	
	Nombre de courriels d'information envoyés aux membres du programme de fidélisation	2,42 millions	1,95 million	573 000	250 000	Commercialisation du jeu
	Estimation de la portée de l'affichage numérique aux établissements de jeu OLG (millions de personnes) ⁵	19,5	19,2	20	21	
		Nombre de participants à la promotion en marketing du JR ⁶	38 000	41 836	35 411	46 670
Approche communautaire Les représentants du programme JR d'OLG parcourent la province pour rencontrer des organismes et des groupes communautaires afin de leur présenter de l'information sur le JR.	Nombre de présentations auprès des collectivités et à des congrès	21	36	37	s/o	Communications d'OLG

¹Info Loto est un service téléphonique d'OLG où les joueurs qui appellent entendent les numéros de loterie gagnants. Avant d'entendre les numéros, ils écoutent un message sur le jeu responsable.

²Chaque bulletin électronique et « publipostage électronique » contient le logo « Dépasser ses limites, ce n'est plus du jeu. » et des liens vers depasserseslimites.ca. C'est la première année que cette mesure tient compte du « publipostage électronique ».

³Les chiffres de cette année tiennent compte des publications sur les loteries en anglais comportant le logo Know Your Limit, Play Within It et l'adresse du site Web qui ont été envoyés aux détaillants. Les données des exercices précédents étaient limitées à la publication « L'Écho du loto ».

⁴OLG compte un écran de client numérique à la plupart des points de vente de loterie. Le contenu spécifique au jeu responsable représente 5 % du contenu numérique. Les messages sont changés régulièrement. Le total inclut les messages numériques qui ont été présentés à tour de rôle au Centre des prix. L'estimation de la portée de l'écran du client repose sur le nombre estimatif de clients.

⁵OLG dispose du troisième plus vaste réseau d'affichage numérique du Canada. Il compte plusieurs écrans dans l'ensemble des casinos OLG et des salles de machines à sous OLG (ce qui n'inclut pas Great Blue Heron Charity Casino et les casinos dans les complexes de villégiature).

Depuis 2010, le contenu spécifique au jeu responsable représente 5 % du contenu numérique. Les messages sont changés régulièrement.

⁶La promotion en marketing du JR C'est payant de savoir est une campagne d'information générale lancée en 2010 comprenant des messages sur le jeu responsable transmis directement aux joueurs. Un cabinet de recherche tiers a effectué une série d'interceptions de clients aux établissements de jeu et à des événements communautaires.

Connaissance du JR parmi les employés

En plus de donner aux joueurs et au grand public des conseils sur les pratiques de jeu saines et des faits sur la manière dont le jeu fonctionne, nous voulons comprendre comment, chez les employés d'OLG, la connaissance et la sensibilisation aux réalités du jeu contribuent à leur confiance de pouvoir soutenir les joueurs.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Niveau de connaissance du programme JR chez les employés Pourcentage des employés qui disent connaître le programme JR.	Employés – Jeu	98	100	98	98	99	Sondage annuel des employés sur le jeu responsable ⁷	
	Employés – Autres que Jeu	93	95	95	95	95		
	Employés – Jeu de bienfaisance ⁸	97	99	s/o	s/o	s/o		

⁷OLG administre un sondage annuel dans lequel elle demande aux employés d'indiquer leur connaissance du programme JR.

⁸C'est la première année que les employés – Jeu de bienfaisance sont sondés sur leur connaissance du JR.

JEU Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

En plus de donner aux joueurs et au grand public de l'information sur les vérités sur le jeu, les communications sur le jeu responsable d'OLG comportent un volet clé, soit des conseils sur les pratiques de jeu saines et la promotion des endroits où trouver des outils et des services de soutien. OLG explore méthodiquement la sensibilisation des joueurs aux habitudes de jeu saines et aux ressources à l'aide d'une étude de suivi annuelle.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Connaissance du JR Pourcentage de joueurs de casinos et de salles de machines à sous qui ont entendu parler des manières de jouer de façon responsable.	Misez seulement l'argent que vous pouvez vous permettre de perdre.	96	93	93	94	76	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Établissez une limite de dépenses que vous pouvez vous permettre et respectez-la chaque fois que vous jouez.	95	92	90	90	75		
	Jouez pour vous divertir, non pour gagner de l'argent.	82	79	76	80	67		
	N'essayez jamais de vous refaire en jouant.	80	77	73	77	58		
	Établissez une limite de temps chaque fois que vous jouez.	52	49	53	52	36		
	Lorsque vous jouez, prenez souvent des pauses.	41	38	39	39	31		
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui en ont entendu parler.	Numéro sans frais de la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	60	57	56	62	63		
	CRJR aux établissements de jeu de l'Ontario	30	27	27	29	35		
	Programme d'autoexclusion d'OLG	43	40	32	42	44		
	Information sur le jeu responsable à olg.ca	34	31	33	41	s/o		
	depasserseslimites.ca	39	36	41	31	25		

JEU Information sur le jeu responsable

Un des éléments clés de la prévention et de l'atténuation des effets du problème de jeu porte sur l'information des joueurs et du public sur le jeu responsable, notamment le fonctionnement des jeux et les habitudes de jeu saines. Les employés de première ligne des établissements de jeu interagissent fréquemment avec les clients, ce qui leur donne l'occasion de les informer sur les questions liées au jeu responsable.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	
Information des joueurs sur le JR par les employés des établissements de jeu OLG Les employés des établissements de jeu OLG sont formés à comprendre les concepts de jeu clés et à donner de l'information et des orientations en conséquence. Ces interactions sont suivies au moyen d'une base de données sur les interactions sur le JR. Le programme JR harmonise la formation visant à aider les employés à traiter les types d'interactions sur le JR effectuées le plus souvent. La mention des interactions par les employés est encouragée, mais non obligatoire.	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a suggéré de prendre une pause	327	514	426	181	Base de données sur les interactions sur le JR ⁹
	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a suivi la politique d'OLG sur la fatigue des clients	140	201	251	128	
	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers depasserseslimites.ca	131	148	122	52	
	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers un CRJR pour un complément d'information	128	134	140	98	
	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	86	95	90	42	
	Nombre d'interactions mentionnées où un employé a remis une brochure d'information sur le jeu responsable ou sur le jeu problématique	80	73	64	41	
	Total des interactions mentionnées ¹⁰	763	1 263	1 097	540	
Information des joueurs sur le JR par les Centres de ressources sur le jeu responsable¹¹ Tous les casinos OLG et toutes les salles de machines à sous OLG sont dotés d'un CRJR où les joueurs ont accès à du matériel et des ressources diversifiés qui font la promotion de pratiques de jeu saines et renferment de l'information utile sur les services de soutien aux joueurs qui éprouvent un problème de jeu.	Nombre d'interactions					Statistiques des CRJR
	Information sur les pratiques de jeu saines	86 979	78 035	72 965	75 214	
	Assistance aux personnes que le jeu préoccupe	3 869	3 464	3 301	2 848	
	Participation à des événements éducatifs	168 397	124 899	115 492	80 314	
	Total des visites	259 245	206 398	191 758	158 376	
	Utilisation de MARGI¹²					Statistiques des CRJR
	Utilisation de MARGI (en autonomie)	27 901	38 444	33 853	35 661	
Utilisation de MARGI (avec le personnel)	6 401	6 481	7 761	11 604		
Utilisation totale de MARGI	34 302	44 925	41 614	47 265		

⁹À tous les casinos OLG et toutes les salles de machines à sous OLG, les employés ont le choix d'entrer des données dans une base de données sur les interactions sur le JR. OLG a commencé à utiliser cette base de données en juillet 2010.

¹⁰Les données utilisées pour cette mesure allant de l'exercice 2011-2012 à l'exercice 2014-2015 sont inférieures aux données des rapports précédents en raison d'un ajustement dans les signalements de plusieurs comportements alarmants et (ou) de réactions dans une interaction sur le JR.

¹¹Les CRJR sont exploités de manière indépendante par des spécialistes du jeu problématique provenant du Conseil du jeu responsable. OLG finance les CRJR et leur fournit de l'espace. Caesars Windsor et Fallsview Casino Resort ont un CRJR depuis 2005. Les CRJR ont été ouverts aux autres établissements de jeu de la province entre décembre 2008 et avril 2010.

¹²MARGI signifie Mobile Access to Responsible Gambling Information. La borne interactive donne de l'information au moyen de jeux interactifs.

JEU Compréhension des vérités sur le jeu – Résultats pour la connaissance et le comportement

En donnant aux joueurs des conseils sur le jeu responsable et de l'info sur les mythes et vérités sur le jeu, nous cherchons à comprendre comment la « sensibilisation » contribue aux habitudes de jeu saines. En fait, nous voulons apprendre comment cette connaissance peut influencer ou renforcer des attitudes et des habitudes de jeu saines.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Perceptions concernant les salles de machines à sous et les casinos Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui sont d'accord ¹³ .	Plus vous jouez longtemps, plus vous avez de chances de repartir gagnant.	10	13	9	15	8	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Vous avez plus de chances de gagner si vous actionnez le levier au lieu d'appuyer sur le bouton.	7	10	9	8	4		
	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	19	22	23	16	22		
	Une machine à sous qui n'a pas payé de gros lot depuis un certain temps est plus susceptible d'en payer un qu'une autre qui en a payé un récemment.	36	39	37	37	30		
	Vous avez plus de chances de gagner si vous continuez de jouer à la même machine à sous.	27	30	30	28	23		
	Les employés de sécurité ou de surveillance des salles de machines à sous et des casinos peuvent modifier le résultat d'un jeu.	16	19	19	13	12		
	Vous pouvez gagner gros seulement si vous jouez gros. ¹⁴	9	12	s/o	s/o	s/o	Étude de marché sur le JR d'OLG	

¹³Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui pensent que l'affirmation est vraie, selon le rapport de 2011-2012.

¹⁴C'est la première année que cette question est posée par suite de la révision du scénario pour la campagne d'information C'est payant de savoir de 2014.

JEU Soutien des personnes ayant des préoccupations

Si quelqu'un manifeste une préoccupation concernant un problème de jeu, nous l'orientons vers les ressources d'aide appropriées. Nous collaborons avec plusieurs partenaires afin que les gens soient au courant de l'existence des outils et des ressources communautaires disponibles et y aient accès. Dans certains cas, OLG peut dispenser un soutien direct au moyen de son programme d'autoexclusion. Dans d'autres cas, elle oriente les gens vers les CRJR et la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique, qui les dirigent vers des fournisseurs de traitement, des conseillers en crédit et d'autres services de soutien locaux. Nous faisons le suivi de la manière dont nous soutenons les gens à l'aide d'une diversité de données d'OLG et de tierces parties.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	
Soutien fourni par le programme d'autoexclusion d'OLG	Inscriptions à l'autoexclusion (total)	3 061	2 983	2 917	3 001	iTrak ¹⁶
	Inscriptions hors-site à l'autoexclusion ¹⁵	78	79	60	138	
	Réadmissions	2 240	1 838	1 886	1 880	
	Manquements / violations détectés	2 193	1 977	1 910	1 996	
Soutien des CRJR au programme d'autoexclusion d'OLG¹⁷	Fourniture d'information sur l'autoexclusion	1 288	1 164	1 012	881	Statistiques des CRJR
	Soutien à l'inscription à l'autoexclusion	1 155	1 035	983	882	
	Appel de suivi	191	251	218	180	
	Soutien en cas de violation de l'autoexclusion	52	90	73	35	
	Soutien à la réadmission après la période d'autoexclusion	837	677	734	532	
Aiguillages vers le service Nombre de personnes aiguillées par les employés d'OLG.	La Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique ¹⁸	94	162	158	158	La Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique
	CRJR	1 773	1 564	1 652	1 033	Statistiques des CRJR
Aiguillages vers le service Nombre de personnes aiguillées par les employés des CRJR.	Organisme de traitement du jeu problématique	843	994	1 005	971	
	Organisme de conseil en crédit	283	350	271	297	
	Autre organisme communautaire	173	169	145	164	
	Services juridiques	13	16	20	21	
	La Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	638	601	s/o	s/o	
	Groupe d'entraide	208	198	s/o	s/o	
Total des aiguillages par les employés des CRJR	3 931	2 328	1 441	1 453		
Entrée refusée à des mineurs aux établissements de jeu qu'exploite OLG	Mineurs refusés à l'entrée	1 320	1 349	1 632	1 889	iTrak
Admissions à des traitements du jeu problématique en Ontario	Clients de services de consultation en Ontario ¹⁹	4 243	4 128	3 980	5 513	Drogue et alcool – Système d'information sur leur traitement (DASIT)

¹⁵OLG a annoncé l'autoexclusion hors-site en avril 2011. L'autoexclusion permet aux gens de s'inscrire au programme à un emplacement au sein de leur collectivité plutôt qu'à un établissement de jeu. Les données de 2011-2012 représentent le total des inscriptions hors-site à l'autoexclusion entre les exercices fiscaux 2009-2010 et 2011-2012.

¹⁶iTrak est la base de données utilisée pour l'autoexclusion du jeu. Elle permet de suivre l'information liée au statut d'autoexclue d'une personne.

¹⁷OLG s'est associée aux Centres de ressources sur le jeu responsable établis aux établissements de jeu afin qu'ils lui fournissent de l'assistance avec l'autoexclusion et jumeler les personnes intéressées avec des services de counseling professionnels et des services spécialisés.

¹⁸Le nombre de personnes dirigées vers la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique correspond au nombre d'appelants qui ont mentionné le matériel promotionnel d'OLG et (ou) des billets de Loto ou à gratter d'OLG comme source d'information.

¹⁹Représente le nombre de personnes qui ont eu au moins une admission d'enregistrée. Inclut les joueurs de tous les secteurs d'activité.

LOTÉRIE Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

Comme pour le Jeu, OLG fait le suivi de la connaissance et de la sensibilisation concernant les façons de jouer saines, et des services de soutien accessibles aux joueurs de loterie. La loterie est la forme de jeu la plus populaire en Ontario. Il est donc particulièrement important que les joueurs sachent comment jouer de façon responsable et où ils peuvent s'adresser pour obtenir de l'aide et plus d'information.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Connaissance du JR Pourcentage de joueurs de loterie qui ont entendu parler des manières de jouer de façon responsable ²⁰ .	Misez seulement l'argent que vous pouvez vous permettre de perdre.	92	89	83	85	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Établissez une limite de dépenses que vous pouvez vous permettre et respectez-la chaque fois que vous jouez.	80	77	74	79			
	Jouez pour vous divertir, non pour gagner de l'argent.	81	78	61	64			
	N'essayez jamais de vous refaire en jouant.	72	69	62	64			
	Établissez une limite de temps chaque fois que vous jouez.	36	33	26	30			
	Lorsque vous jouez, prenez souvent des pauses.	41	38	39	39			
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage de joueurs de loterie qui en ont entendu parler.	Brochure aux points de vente de loterie qui décrit les signes annonciateurs d'un problème de jeu et contient les coordonnées d'une ligne d'aide téléphonique qui fournit de l'information sur les options de traitement.	19	22	20	23	16		
	Numéro sans frais de la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique.	61	64	55	60	s/o		
	depasserseslimites.ca	46	49	41	34	s/o		
	Information sur le jeu responsable à olg.ca ²¹ .	37	40	34	38	s/o		
	Message sur le jeu responsable sur une affiche ou un écran vidéo aux magasins qui vendent des billets de loterie.	23	26	22	25	25		

²⁰Ces questions ont été posées pour la première fois aux joueurs de loterie à l'exercice 2012-2013.

²¹Les données pour cette mesure pour les exercices précédents ont été modifiées par rapport aux rapports précédents, car les rapports précédents ont utilisé des données incorrectes.

²²L'objectif a été ajusté pour être aligné sur les données ajustées des exercices précédents.

LOTÉRIE Compréhension des vérités sur le jeu – Résultats pour la connaissance et le comportement

Un certain nombre de mythes prétendent qu'on peut améliorer ses chances de gagner à la loterie. Une des façons qui nous aide à informer les joueurs, c'est la réfutation de ces mythes. Pour y arriver, nous devons d'abord comprendre ces mythes et savoir quels sont ceux que les joueurs croient vrais. C'est pourquoi nous faisons chaque année le suivi des mythes auxquels les joueurs croient à l'aide de notre Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Perceptions concernant les loteries Pourcentage de joueurs de loterie qui croient qu'ils ont plus de chances de gagner à la loterie...	S'ils choisissent certains numéros ou certaines combinaisons de numéros.	18	15	18	18	17	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	S'ils choisissent leurs numéros à l'aide d'une fiche de sélection.	17	14	14	18	17		
	S'ils choisissent des numéros qui sont sortis plus souvent que d'autres dans le passé.	14	11	13	15	15		
	S'ils choisissent des numéros qui ne sont pas sortis depuis un certain temps dans un tirage.	9	6	9	12	7		

Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

Le jeu de bienfaisance est le fruit du passage des jeux de bingo sur papier actuels à des formats électroniques. En plus des jeux sur papier, OLG exploite et gère maintenant des formats électroniques de ces jeux : bingo électronique, dispensateurs électroniques de billets à languettes, bingo avec dispositif mécanique actionné électroniquement et jeux électroniques sur demande (POD). L'exercice 2013-2014 a été celui où OLG a commencé à faire le suivi de la connaissance et de la sensibilisation concernant les façons de jouer saines, et des services de soutien accessibles aux joueurs de jeux de bienfaisance. Comme le jeu responsable est de plus en plus présent aux centres de jeu de bienfaisance de l'Ontario, l'introduction du Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable dans ce secteur d'activité est essentielle pour le développement de nos initiatives d'information et de sensibilisation des joueurs de jeux de bienfaisance.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Connaissance du JR Pourcentage de joueurs de jeux de bienfaisance qui ont entendu parler des manières de jouer de façon responsable.	Misez seulement l'argent que vous pouvez vous permettre de perdre.	91	88	92	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Établissez une limite de dépenses que vous pouvez vous permettre et respectez-la chaque fois que vous jouez.	95	92	88				
	Jouez pour vous divertir, non pour gagner de l'argent.	91	88	91				
	N'essayez jamais de vous refaire en jouant.	86	83	83				
	Établissez une limite de temps chaque fois que vous jouez.	65	62	55				
	Lorsque vous jouez, prenez souvent des pauses.	49	46	54				
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage de joueurs de loterie qui en ont entendu parler.	Brochure aux centres de jeu de bienfaisance qui décrit les signes annonciateurs d'un problème de jeu et contient des conseils sur le jeu responsable.	76	73	77	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Numéro sans frais de la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique.	56	53	50				
	depasserseslimites.ca	56	53	60				
	Information sur le jeu responsable à olg.ca.	53	51	55				
	Information sur le jeu responsable sur une affiche aux centres de jeu de bienfaisance.	23	26	22				

Comme OLG continue d'établir une culture de jeu responsable aux centres de jeu de bienfaisance de l'Ontario, il est important de comprendre les types de mythes que les joueurs croient vrais. Comme nous travaillons à l'élaboration de matériel et d'événements d'information, les rapports sur les croyances des joueurs nous aideront à cibler les aspects particuliers qui sont importants pour les joueurs et peuvent exiger des communications supplémentaires.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Perceptions concernant le jeu de bienfaisance Pourcentage de joueurs de jeux de bienfaisance qui sont d'accord.	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	23	26	35	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Certains numéros ont de meilleures chances d'être annoncés que d'autres.	30	33	34				
	Les employés des centres de jeu de bienfaisance peuvent modifier le résultat d'une partie.	15	18	23				

JEU DE BIENFAISANCE Information sur le jeu responsable

Les Centres de ressources sur le jeu responsable (CRJR) ont fait leur entrée dans les centres de jeu de bienfaisance de l'Ontario à partir de 2013. Les CRJR ont fourni efficacement de l'information aux joueurs aux établissements de jeu d'OLG et ont été adaptés aux centres de jeu de bienfaisance. Les CRJR donnent aux joueurs la possibilité d'obtenir de l'information sur les habitudes de jeu saines et l'accès aux services de soutien communautaire locaux.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	
Information des joueurs sur le JR par les Centres de ressources sur le jeu responsable^{23/24} En 2014-2015, douze nouveaux CRJR ont été installés à des centres de jeu de bienfaisance de l'Ontario, portant à 24 le total de ces centres dans l'environnement du bingo. Similaires à ceux des salles de machines à sous et des casinos, les CRJR sont exploités de manière indépendante par le Conseil du jeu responsable (CJR). Ils offrent plusieurs des mêmes services, notamment des brochures, de la documentation sur les services de soutien et les bornes interactives MARGI.	Nombre d'interactions					
	Information sur les pratiques de jeu saines	6 547	1 566	s/o	s/o	Statistiques des CRJR
	Assistance aux personnes que le jeu préoccupe	35	22			
	Participation à des événements éducatifs	11 368	4 690			
	Total des visites	17 950	6 278			
	Utilisation de MARGI					
Utilisation de MARGI (en autonomie)	5 705	1 528	s/o	s/o	Statistiques des CRJR	

²³Les CRJR sont exploités de manière indépendante par des spécialistes du jeu problématique provenant du CJR. OLG finance les CRJR et leur fournit de l'espace.

²⁴Les fortes augmentations par rapport à l'exercice précédent découlent de l'installation de 12 nouveaux CRJR aux établissements de jeu de bienfaisance.

JEU EN LIGNE Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

En janvier 2015, OLG a lancé la première plateforme de jeu en ligne réglementé de l'Ontario, PlayOLG.ca. Les présents résultats (2014-2015) représentent la première année de suivi de la connaissance et de la sensibilisation concernant les façons de jouer saines, et des services de soutien accessibles aux joueurs de PlayOLG. Les résultats précédents portaient sur les gens qui jouent sur des sites Web pouvant être non réglementés et gérés par des autorités de l'extérieur de l'Ontario.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Connaissance du JR Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui ont entendu parler des manières de jouer de façon responsable ²⁵ .	Misez seulement l'argent que vous pouvez vous permettre de perdre.	93	90	84	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Établissez une limite de dépenses que vous pouvez vous permettre et respectez-la chaque fois que vous jouez.	94	91	80				
	Jouez pour vous divertir, non pour gagner de l'argent.	79	76	70				
	N'essayez jamais de vous refaire en jouant.	83	80	62				
	Établissez une limite de temps chaque fois que vous jouez.	67	64	51				
	Lorsque vous jouez en ligne, prenez souvent des pauses.	59	56	44				
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage des joueurs de jeux en ligne qui en ont entendu parler.	Information sur le jeu responsable à olg.ca	67	64	40	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Numéro sans frais de la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	69	66	52				
	depasserseslimites.ca	67	64	56				

²⁵Les joueurs de jeu en ligne étaient ceux qui avaient fait un dépôt et joué en ligne pour de l'argent réel.

Compréhension des vérités sur le jeu – Résultats pour la connaissance et le comportement

Les utilisateurs d'Internet peuvent diffuser l'information rapidement et à grande échelle. En raison de la quantité d'information, les joueurs ont parfois de la difficulté à distinguer les mythes des vérités. L'ajout des mythes sur le jeu en ligne dans le Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable aidera à cibler les mythes que les joueurs sont plus enclins à croire. OLG pourra alors se servir des résultats pour diffuser aux joueurs des renseignements concrets par des canaux en ligne.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Perceptions concernant les jeux en ligne Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui sont d'accord.	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	21	24	25	s/o	s/o	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Vous avez plus de chances de gagner si vous jouez sur votre site « chanceux ».	15	18	20				
	Plus vous jouez longtemps en ligne, plus vous avez de chances de gagner.	13	16	14				
	Vous avez une meilleure chance de gagner en ligne à des machines à sous que dans un casino.	8	11	12				
	Le jeu en ligne est une bonne façon de gagner de l'argent rapidement.	2	5	13				
	Les personnes qui sont habiles aux jeux vidéo seront habiles aux jeux en ligne.	13	16	12				

Outils et ressources de gestion du jeu en lien avec le jeu responsable à PlayOLG

Le jeu responsable constitue la base de la plateforme de jeu en ligne d'OLG. Elle intègre des protections utiles et novatrices en matière de jeu responsable pour aider les joueurs à comprendre les risques liés au jeu et à faire le suivi de leurs activités de jeu. Ces protections comprennent l'information des joueurs, des outils faciles à utiliser qui leur permettent d'établir des limites d'argent et de temps, et du soutien pour ceux qui ont des problèmes de jeu. Comme PlayOLG a été lancé en janvier 2015, c'est la première année que des données sont disponibles.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	
Test d'autoévaluation PlayOLG propose un questionnaire qui aide les joueurs à mieux comprendre leurs risques au jeu.	Nombre de joueurs actifs ²⁶ qui ont fait le test d'autoévaluation	2 588				PlayOLG.ca (mesures provenant du site Web)
	Limites PlayOLG inclut plusieurs outils pratiques et personnalisables pour que le jeu respecte les limites du joueur.	limite de perte quotidienne	31	s/o	s/o	
	limite de perte hebdomadaire	31				
	limite de perte mensuelle	29				
Pourcentage de joueurs en ligne qui établissent une...						
Autoexclusion de PlayOLG	Total des joueurs inscrits à l'autoexclusion de PlayOLG	285				

²⁶Personnes qui ont terminé le processus d'inscription et ont vérifié leur compte, mais qui n'ont pas forcément déposé d'argent réel.

OPINION DU PUBLIC Perceptions concernant le programme JR d'OLG

OLG fait le suivi méthodique des perceptions concernant son programme Jeu responsable à l'aide d'un sondage mensuel, Vital Signs. Ce sondage touche une population générale différente de nos joueurs types et de nos employés, et nous permet d'évaluer nos efforts de participation avec le public par rapport à la perception qu'il a du programme JR d'OLG.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012		
Opinion du public concernant le jeu responsable²⁷ Pourcentage des répondants qui sont extrêmement d'accord ou plus ou moins d'accord.	OLG fait tout ce qu'elle peut pour que les loteries, les casinos et les salles de machines à sous soient exploités de manière socialement responsable.	78	75	73	70	72	Vital Signs ²⁸	
	OLG fait un bon travail d'information des clients sur la manière de jouer de façon responsable.	62	59	57	58	56		
	Les employés d'OLG sont formés à reconnaître les clients qui manifestent des signes de problème de jeu et à réagir en conséquence.	57	54	47	45	43		

²⁷Les données des exercices précédents sur la confiance du public ont été modifiées par rapport aux rapports antérieurs – les rapports antérieurs utilisaient une logique incorrecte (utilisaient les données du dernier mois de l'exercice au lieu de la moyenne de l'exercice).

²⁸Sondage mensuel auprès de 400 adultes de l'Ontario qui mesure la santé et la réputation de la marque OLG



SAULT STE. MARIE

70, promenade Foster, bureau 800
Sault Ste. Marie (Ontario) P6A 6V2
705-946-6464

TORONTO

4120, rue Yonge, bureau 500
Toronto (Ontario) M2P 2B8
416-224-1772

www.olg.ca