




Jouez.Sensé

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 recherches factuelles 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 annuelles.

En février 2016, OLG a lancé Jouez sensé, le nouveau visage et la nouvelle stratégie de son programme JR. Jouez sensé étoffe la plateforme précédente de communication sur le JR – C'est payant de savoir – en communiquant avec tous les joueurs, des débutants aux habitués, au moyen de supports éducatifs pertinents sur le jeu et de contenus de soutien par davantage de canaux – Web, médias numériques, réseaux sociaux, documents imprimés, radio et dans les établissements de jeu. Veuillez prendre note que les données présentées dans le présent rapport ont été recueillies avant le lancement de Jouez sensé; elles font donc toujours référence à des éléments de la plateforme antérieure de JR.

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 antérieure à 2008-2009. Cependant, le public continue d'avoir accès à ces données dans des rapports historiques fournis sur demande.

Communication d'information sur le jeu responsable

OLG fournit de l'information relative au jeu responsable (JR) 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 les communications imprimées, l'affichage numérique, les promotions de marketing et les présentations.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
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	3,3 millions	3,8 millions	4,7 millions	5,0 millions	Division Loterie
	Nombre de bulletins électroniques sur les loteries distribués ²	3,9 millions	3,7 millions	1,3 million	780 000	
	Nombre de communications imprimées distribuées aux détaillants de loterie ³	388 440	350 316	120 000	150 000	
	Estimation de la portée de l'écran du client aux points de vente de loterie ⁴	400 millions	400 millions	400 millions	400 millions	
	Nombre de bulletins d'information envoyés par courriel aux membres du programme de fidélisation	1,78 million	2,42 millions	1,95 million	573 000	Commercialisation du jeu
	Estimation de la portée de l'affichage numérique aux établissements de jeu d'OLG (millions de personnes) ⁵	19,66	19,5	19,2	20	
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	41	21	36	37	Communications d'OLG

¹ Info 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.

² Depuis 2014-2015, les chiffres de chaque bulletin électronique et « publipostage électronique » contiennent le logo Jouez sensé et des liens vers JouezSense.ca. Les chiffres des années précédentes ne contenaient pas le « publipostage électronique ».

³ Depuis 2014-2015, les chiffres tiennent compte des publications sur les loteries en anglais comportant le logo Jouez sensé et l'adresse du site Web qui ont été envoyées aux détaillants. Les données des exercices précédents étaient limitées à la publication « L'Écho du loto ».

⁴ OLG compte un écran du 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.

⁵ OLG 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.

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 la connaissance et la sensibilisation des employés d'OLG aux réalités du jeu contribuent à leur confiance de pouvoir soutenir les joueurs.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS				SOURCE
			2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	
Niveau de connaissance du programme JR chez les employés Pourcentage des employés qui disent connaître le programme JR.	Employés – Jeu	100	99	98	98	98	Sondage annuel des employés sur le jeu responsable ⁶
	Employés – Autres que Jeu	97	94	93	95	95	
	Employés – Bingo et jeu de bienfaisance ⁷	100	98	97	s.o.	s.o.	

⁶ OLG administre un sondage annuel dans lequel elle demande aux employés d'indiquer leur connaissance du programme Jeu responsable.

⁷ Les employés – Jeu de bienfaisance sont sondés sur leur connaissance du JR depuis 2014-2015.

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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Habitudes et comportement positifs par rapport au jeu Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu ⁸ .	Miser seulement l'argent qu'ils peuvent se permettre de perdre.	94	91	s.o.	s.o.	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Prendre note de l'argent qu'ils dépensent.	79	76	70	72	s.o.		
	Établir une limite de dépenses qu'ils peuvent se permettre et la respecter chaque fois qu'ils jouent.	86	83	82	86	s.o.		
	Jouer pour se divertir, non pour gagner de l'argent.	84	81	s.o.	s.o.	s.o.		
	Prendre souvent des pauses lorsqu'ils jouent.	47	44	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer moins souvent.	55	52	s.o.	s.o.	s.o.		
	Établir une limite de temps chaque fois qu'ils jouent.	45	42	s.o.	s.o.	s.o.		
	Placer des mises plus petites ou jouer à des jeux moins coûteux.	58	55	50	56	s.o.		
Indicateurs de comportement liés au jeu problématique Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu ⁸ .	Être malheureux après avoir joué.	30	33	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer pour faire de l'argent.	17	20	s.o.	s.o.	s.o.		
	Dépenser plus d'argent que prévu.	17	20	s.o.	s.o.	s.o.		
	Passer plus de temps à jouer que prévu.	14	17	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer lorsqu'ils croient que la chance leur sourit.	9	12	s.o.	s.o.	s.o.		
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.	Centres de ressources sur le jeu responsable se trouvant dans les établissements de jeu de l'Ontario	29	26	27	27	29		
	Programme d'autoexclusion d'OLG	41	38	40	32	42		
	Information sur le jeu responsable à OLG.ca	35	32	31	33	41		
	DepasserSesLimites.ca	51	48	36	41	31		

⁸ Depuis 2016, une nouvelle série de questions est utilisée pour sonder les joueurs.

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
		2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Réponses aux signaux d'alarme liés au jeu responsable Les employés des établissements de jeu d'OLG sont formés, en collaboration avec le Centre de toxicomanie et de santé mentale (CTSM), à reconnaître les comportements problématiques à l'égard du jeu qui sont alarmants et à y répondre en conséquence. Ces réponses 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 de réponses mentionnées où un employé a suggéré de prendre une pause	756	458	744	594	Base de données sur les interactions sur le JR ⁹
	Nombre de réponses mentionnées où un employé a suivi la politique d'OLG sur la fatigue des clients	221	142	209	253	
	Nombre de réponses mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers DepasserSesLimites.ca	387	131	146	120	
	Nombre de réponses mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers un CRJR pour un complément d'information	399	151	158	155	
	Nombre de réponses mentionnées où un employé a dirigé un joueur vers la Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	337	133	146	135	
	Nombre de réponses mentionnées où un employé a remis une brochure d'information sur le jeu responsable ou sur le jeu problématique	404	142	137	143	
	Total des interactions mentionnées ¹⁰	1 626	763	1 263	1 098	
Information des joueurs sur le jeu responsable 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. D'ici l'exercice 2018, tous les CRJR seront convertis en centres Jouez sensé en collaboration avec le Conseil du jeu responsable (CJR).	Nombre d'interactions					Statistiques des CRJR
	Information sur les pratiques de jeu saines	116 360	86 979	78 035	72 965	
	Assistance aux personnes que le jeu préoccupe	4 576	3 869	3 464	3 301	
	Participation à des événements éducatifs	162 696	168 397	124 899	115 492	
	Total des interactions	283 632	259 245	206 398	191 758	
	Utilisation de MARGI¹²					Statistiques des CRJR
	Utilisation de MARGI (en autonomie)	35 007	27 901	38 444	33 853	
	Utilisation de MARGI (avec le personnel)	5 584	6 401	6 481	7 761	
	Utilisation totale de MARGI	40 591	34 302	44 925	41 614	
	Total de la mobilisation des CRJR	324 223	293 547	251 323	233 372	

⁹ À tous les casinos OLG et toutes les salles de machines à sous OLG, les employés sont formés à consigner les interactions sur le JR dans la base de données sur les interactions sur le JR. OLG a commencé à utiliser cette base de données en juillet 2010.

¹⁰ Les 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 ou de réactions dans une interaction sur le JR.

¹¹ Les 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 des locaux. 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.

¹² MARGI signifie Mobile Access to Responsible Gambling Information. La borne interactive donne de l'information sur le jeu responsable 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'information 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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Perceptions concernant les mythes sur le jeu Pourcentage de joueurs des casinos et des salles de machines à sous qui sont d'accord avec les énoncés suivants.	Plus vous jouez longtemps, plus vous avez de chances de repartir gagnant.	8	11	13	9	15	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.	8	11	10	9	8		
	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	18	21	22	23	16		
	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.	37	40	39	37	37		
	Vous avez plus de chances de gagner si vous continuez de jouer à la même machine à sous.	28	31	30	30	28		
	Les employés de sécurité ou de surveillance des salles de machines à sous et des casinos peuvent modifier le résultat d'un jeu.	15	18	19	19	13		

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 joueurs 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 tiers.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Soutien fourni par le programme d'autoexclusion d'OLG	Inscriptions à l'autoexclusion (total)	3 444	3 061	2 983	2 917	iTrak ¹⁴
	Inscriptions à l'autoexclusion hors site ¹³	113	78	79	60	
	Réadmissions	2 377	2 240	1 838	1 886	
	Manquements/violations détectés	2 850	2 193	1 977	1 910	
Soutien des CRJR au programme d'autoexclusion d'OLG¹⁵	Fourniture d'information sur l'autoexclusion	1 580	1 288	1 164	1 012	Statistiques des CRJR
	Soutien à l'inscription à l'autoexclusion	1 254	1 155	1 035	983	
	Appel de suivi	261	191	251	218	
	Soutien en cas de violation de l'autoexclusion	83	52	90	73	
	Soutien à la réadmission après la période d'autoexclusion	949	837	677	734	
Aiguillages vers le service Nombre de personnes aiguillées par les employés d'OLG	Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique ¹⁶	106	94	162	158	Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique
	CRJR	2 050	1 773	1 564	1 652	Statistiques des CRJR
Aiguillages vers le service Nombre de personnes aiguillées par les employés des CRJR	Organisme de traitement du jeu problématique	846	843	994	1 005	
	Organisme de conseil en crédit	345	283	350	271	
	Autre organisme communautaire	155	173	169	145	
	Services juridiques	10	13	16	20	
	Ligne ontarienne d'aide sur le jeu problématique	441	638	601	s.o.	
	Groupe d'entraide	195	208	198	s.o.	
Total des aiguillages par les employés des CRJR	4 042	3 931	2 328	1 441		
Entrées refusées à des mineurs aux établissements de jeu qu'exploite OLG	Mineurs refusés à l'entrée	1 511	1 320	1 349	1 632	iTrak
Admissions à des traitements du jeu problématique en Ontario	Clients de services de consultation en Ontario ¹⁷	4 447	4 243	4 128	3 980	Drogue et alcool – Système d'information sur leur traitement (DASIT)

¹³ L'autoexclusion hors site permet aux gens de s'inscrire au programme à un emplacement au sein de leur collectivité plutôt qu'à un établissement de jeu.

¹⁴ iTrak est la base de données utilisée pour l'autoexclusion du jeu. Elle permet de suivre l'information liée à l'autoexclusion d'une personne.

¹⁵ OLG s'est associée aux Centres de ressources sur le jeu responsable établis aux établissements de jeu afin qu'ils lui fournissent une assistance pour l'autoexclusion et de jumeler les personnes intéressées avec des services de counseling professionnels et des services spécialisés.

¹⁶ Le 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 loterie ou à gratter d'OLG comme source d'information.

¹⁷ Représente le nombre de personnes qui ont eu au moins une admission enregistrée. Comprend 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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Habitudes et comportement positifs par rapport au jeu Pourcentage de joueurs de loterie qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu ¹⁸ .	Miser seulement l'argent qu'ils peuvent se permettre de perdre.	82	79	s.o.	s.o.	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Prendre note de l'argent qu'ils dépensent.	31	28	s.o.	s.o.	s.o.		
	Établir une limite de dépenses qu'ils peuvent se permettre et la respecter chaque fois qu'ils jouent.	50	47	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer pour se divertir, non pour gagner de l'argent.	60	57	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer moins souvent.	44	41	s.o.	s.o.	s.o.		
	Établir une limite de temps chaque fois qu'ils jouent.	18	15	s.o.	s.o.	s.o.		
	Placer des mises plus petites ou jouer à des jeux moins coûteux.	15	12	s.o.	s.o.	s.o.		
Indicateurs de comportement liés au jeu problématique Pourcentage de joueurs de loterie qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu ¹⁸ .	Être malheureux après avoir joué.	21	18	s.o.	s.o.	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Jouer pour faire de l'argent.	7	4	s.o.	s.o.	s.o.		
	Dépenser plus d'argent que prévu.	9	6	s.o.	s.o.	s.o.		
	Jouer lorsqu'ils croient que la chance leur sourit.	39	36	s.o.	s.o.	s.o.		
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	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	DepasserSesLimites.ca	46	49	41	34	s.o.		
	Information sur le jeu responsable à OLG.ca	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		

¹⁸ Depuis 2016, une nouvelle série de questions est utilisée pour sonder les joueurs.

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. La réfutation de ces mythes est une des façons qui nous aide à informer les joueurs. 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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
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...	certaines numéros ou certaines combinaisons de numéros.	13	16	18	18	18	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	leurs propres numéros à l'aide d'une fiche de sélection.	12	15	17	14	18		
	des numéros qui sont sortis plus souvent que d'autres dans le passé.	11	14	14	13	15		
	des numéros qui ne sont pas sortis depuis un certain temps dans un tirage.	6	9	9	9	12		

Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

Le bingo et le jeu de bienfaisance sont le fruit du passage des jeux de bingo sur papier à des formats électroniques. En plus des jeux sur papier, la loi exige qu'OLG exploite et gère les formats électroniques de ces jeux : bingo électronique, dispensateurs électroniques de billets à languettes, bingo avec dispositif mécanique actionné électroniquement (shutterboard) 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 bingo et de jeux de bienfaisance. Comme le jeu responsable est de plus en plus présent aux centres de bingo et 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 bingo et de jeux de bienfaisance.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Habitudes et comportement positifs par rapport au jeu Pourcentage de joueurs de bingo et de jeux de bienfaisance qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu.	Miser seulement l'argent qu'ils peuvent se permettre de perdre.	82	79	s.o.	s.o.	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Prendre note de l'argent qu'ils dépensent.	83	80	s.o.	s.o.			
	Établir des limites de dépenses.	88	85	82	86			
	Jouer pour se divertir.	84	81	s.o.	s.o.			
	Prendre souvent des pauses.	44	41	s.o.	s.o.			
	Jouer moins souvent.	67	64	s.o.	s.o.			
	Prendre note du temps qu'ils consacrent au jeu.	43	40	s.o.	s.o.			
	Placer des mises plus petites ou jouer à des jeux moins coûteux pour jouer plus longtemps.	56	53	44	31			
Indicateurs de comportement liés au jeu problématique Pourcentage de joueurs de bingo et de jeux de bienfaisance qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu.	Être malheureux après avoir joué.	32	35	37	33	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Jouer pour faire de l'argent.	31	34	25	30			
	Dépenser plus d'argent que prévu.	29	32	23	34			
	Passer plus de temps à jouer que prévu.	14	17	20	s.o.			
	Jouer lorsqu'ils croient que la chance leur sourit.	19	22	21	28			

Sensibilisation à des habitudes de jeu saines et aux ressources

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage de joueurs de bingo et de jeux de bienfaisance qui en ont entendu parler.	Brochures aux centres de bingo et de jeu de bienfaisance qui décrivent les signes annonciateurs d'un problème de jeu et présentent des conseils pour jouer de façon responsable	59	56	46	54	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	DepasserSesLimites.ca	52	49	53	50			
	Information sur le jeu responsable à OLG.ca	60	57	53	60			
	Information sur le jeu responsable sur une affiche aux centres de bingo et de jeu de bienfaisance	77	74	51	55			

Comme OLG continue d'établir une culture de jeu responsable aux centres de bingo et 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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Perceptions concernant le bingo et le jeu de bienfaisance Pourcentage de joueurs de bingo et de jeux de bienfaisance qui sont d'accord avec les énoncés suivants.	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	29	17	26	35	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable
	Certains numéros ont de meilleures chances d'être annoncés que d'autres.	22	33	33	34		
	Les employés des centres de jeu de bienfaisance peuvent modifier le résultat d'une partie.	14	18	18	23		

Information sur le jeu responsable

Les Centres de ressources sur le jeu responsable (CRJR) ont fait leur entrée dans les centres de bingo et 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 bingo et 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
		2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Information des joueurs sur le jeu responsable par les Centres de ressources sur le jeu responsable¹⁹ En 2015-2016, six nouveaux CRJR ont été installés à des centres de jeu de bienfaisance de l'Ontario, portant à 31 le total de ces centres dans l'environnement du bingo. Similaires à ceux des salles de machines à sous et des casinos, ces CRJR sont exploités de manière indépendante par le 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					Statistiques des CRJR
	Information sur les pratiques de jeu saines	10 415	6 547	1 566	s.o.	
	Assistance aux personnes que le jeu préoccupe	65	35	22		
	Participation à des événements éducatifs	15 592	11 368	4 690		
	Total des visites	26 072	17 950	6 278		
	Utilisation de MARGI					Statistiques des CRJR
Utilisation de MARGI (en autonomie)	8 132	5 705	1 528	s.o.		

¹⁹ Les CRJR sont exploités de manière indépendante par des spécialistes du jeu problématique provenant du CJR. OLG finance les CRJR et leur fournit des locaux.

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 (2015-2016) représentent la deuxième 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 des années précédentes portaient sur les gens qui jouent sur des sites Web pouvant être non réglementés et gérés par des autorités de l'extérieur de résultats l'Ontario.

MESURE	INDICATEUR	OBJECTIF	RÉSULTATS					SOURCE
			2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Habitudes et comportement positifs par rapport au jeu Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu ^{20/21} .	Miser seulement l'argent qu'ils peuvent se permettre de perdre.	90	87	s.o.	s.o.	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Prendre note de l'argent qu'ils dépensent.	72	69	67	57			
	Établir une limite de dépenses.	78	75	72	58			
	Jouer pour se divertir.	80	77	s.o.	s.o.			
	Prendre souvent des pauses.	60	57	s.o.	s.o.			
	Jouer moins souvent.	58	55	s.o.	s.o.			
	Prendre note du temps qu'ils consacrent au jeu.	35	32	s.o.	s.o.			
	Placer des mises plus petites ou jouer à des jeux moins coûteux pour jouer plus longtemps.	67	64	50	42			
Indicateurs de comportement liés au jeu problématique Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui ont mentionné avoir cette habitude de jeu.	Être malheureux après avoir joué.	31	34	26	25	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	Jouer pour faire de l'argent.	35	38	29	39			
	Dépenser plus d'argent que prévu.	15	18	11	18			
	Passer plus de temps à jouer que prévu.	25	28	s.o.	s.o.			
	Jouer lorsqu'ils croient que la chance leur sourit.	19	21	14	22			
Connaissance des organismes de soutien et de la documentation sur le problème de jeu Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui en ont entendu parler.	Information sur le jeu responsable à OLG.ca	64	61	64	40	s.o.	Sondage annuel sur la sensibilisation des joueurs au jeu responsable	
	DepasserSesLimites.ca	60	57	64	56			
	Outils de gestion du jeu de PlayOLG	40	37	41	s.o.			

²⁰ Les joueurs de jeux en ligne étaient ceux qui avaient fait un dépôt et joué en ligne pour de l'argent réel.

²¹ Depuis 2016, une nouvelle série de questions est utilisée pour sonder les joueurs.

JEU EN LIGNE 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	RÉSULTATS					SOURCE
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Perceptions concernant les jeux en ligne Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui sont d'accord avec les énoncés suivants.	Vous avez plus de chances de gagner à certaines heures de la journée qu'à d'autres.	23	26	24	25	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 ».	8	11	18	20		
	Plus vous jouez longtemps en ligne, plus vous avez de chances de gagner.	11	14	16	14		
	Vous avez une meilleure chance de gagner en ligne à des machines à sous que dans un casino.	8	11	11	12		
	Le jeu en ligne est une bonne façon de gagner de l'argent rapidement.	6	9	5	13		
	Les personnes qui sont habiles aux jeux vidéo seront habiles aux jeux en ligne.	5	8	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 deuxième année que des données sont disponibles.

MESURE	INDICATEUR	RÉSULTATS				SOURCE
		2015-16	2014-15	2013-14	2012-13	
Test d'autoévaluation PlayOLG propose un questionnaire qui aide les joueurs à mieux comprendre leurs risques au jeu.	Nombre de joueurs actifs ²² qui ont fait le test d'autoévaluation	4 147	2 588	s.o.	s.o.	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	30	31			
	limite de perte hebdomadaire	29	31			
Pourcentage de joueurs de jeux en ligne qui établissent une...	limite de perte mensuelle	29	29			
Autoexclusion de PlayOLG	Total des joueurs inscrits à l'autoexclusion de PlayOLG	770	285			

²² Personnes 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 de 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
		2016-17	2015-16	2014-15	2013-14	2012-13		
Opinion du public concernant le jeu responsable²³ Pourcentage des répondants qui sont extrêmement d'accord ou plus ou moins d'accord avec les énoncés suivants.	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	75	73	70	Vital Signs ²⁴	
	OLG fait un bon travail d'information des clients sur la manière de jouer de façon responsable.	62	59	59	57	58		
	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	54	47	45		

²³ Les données des exercices précédents sur la confiance du public ont été ajustées rétroactivement depuis les rapports de 2014-2015 pour refléter la nouvelle logique corrigée.

²⁴ Sondage mensuel auprès de 400 adultes de l'Ontario mesurant 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