

Loot boxes et motivation : liens entre le jeu de hasard et d'argent (JHA) et l'utilisation problématique des jeux vidéo en ligne

E. LOUDRHIRI^{1,2,a}, R. ZEBDI¹, L. ROMO^{1,3}

¹ : UR CLIPSYD, Université Paris Nanterre, 200, avenue de la République, 92001 Nanterre cedex, France.

² : Hôpital Saint-Maurice (HPEVM), Pôle Paris 12, 12 / 14 rue du Val d'Osne, 94410 Saint-Maurice, France.

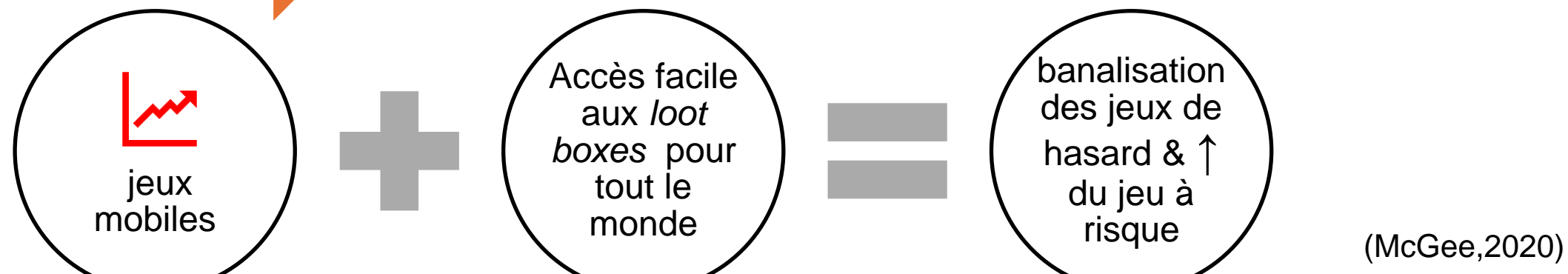
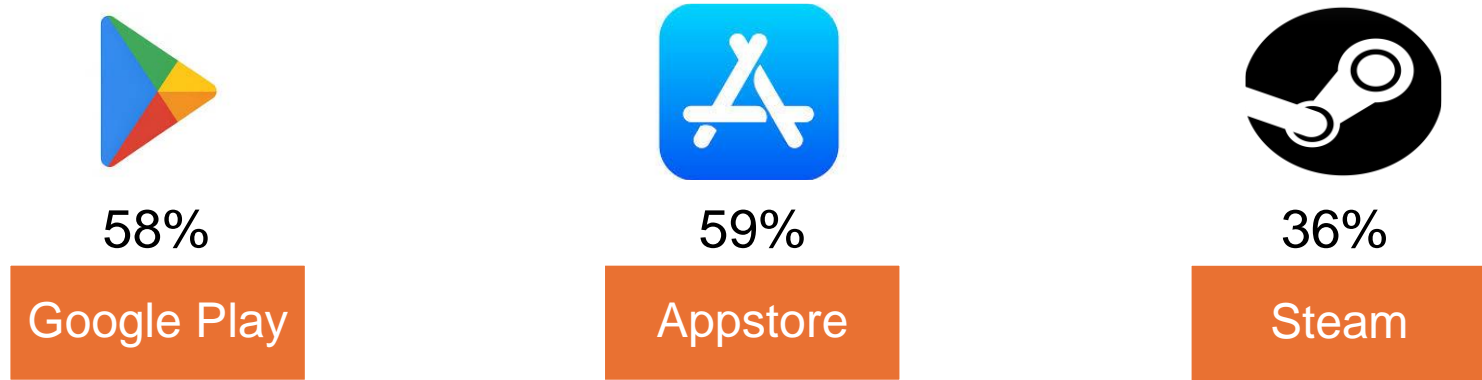
³ : Hôpital Raymond-Poincaré (APHP), Inserm CESP 1018 UPS, 104 Bvd Raymond Poincaré, 92380 Garches, France.

^a contact : elias.loudrhiri@live.fr

Contexte

Depuis 2017, une controverse autour du modèle financier de certains jeux vidéo a attiré l'attention internationale sur les **loot boxes**. Les **loot boxes** sont définies comme des **coffres à butins virtuels et payants** offrant des récompenses aléatoires.

En 2020, la part des jeux populaires intégrant des loot boxes représentait (Zendle et al., 2020) :



En France, L'ARJEL* a demandé au Sénat français de reconsidérer la définition des jeux de hasard et d'argent (JHA) pour tenir compte des évolutions récentes du marché des jeux vidéo. Cependant, la définition du JHA reste aujourd'hui étroite et protège donc la plupart des jeux intégrant des **loot boxes** d'une régulation spécifique, rendant les joueurs vulnérables aux abus. Le marché mondial s'est donc tourné vers l'auto-régulation bien que cela ne puisse pas remplacer la régulation législative (Xiao, 2023).

Les **loot boxes** sont corrélées à des comportements de jeu pathologiques, et les joueurs vulnérables sont plus attirés par ces mécanismes de jeu que les autres. (Rockloff et al., 2021)

Les **loot boxes** présentent des risques similaires que les formes les plus dangereuses du JHA : relationnel, justice, santé, financier, professionnel. (Tulloch et al., 2024)

50 % du marché des **loot boxes** provient de seulement 5 % des joueurs (Close et al., 2021)

Les motivations à l'achat peuvent être prédictives de l'utilisation à risque de loot boxes (Nicklin et al. 2021)
➤ Peu d'étude à ce jour

* Autorité de Régulation des Jeux En Ligne

Objectifs

Motivations et comportements à risque : Identifier les motivations d'achat de loot boxes et leur lien avec des comportements à risque dans les jeux d'argent et les jeux vidéo

Dépenses et motivations : Analyser combien les joueurs dépensent selon leurs motivations d'achat de loot boxes

Recommandations pour protéger les joueurs : Proposer des mesures pour limiter les risques pour les joueurs les plus vulnérables, basées sur les résultats de l'étude

Méthode

Outils

- Reasons and Facilitators for Loot box Engagement (RAFFLE)
- L'indice canadien du jeu excessif (ICJE)
- Ten-Item Internet Gaming Disorder Test (IGDT-10)

Population n=220

- 212 Hommes (moyenne d'âge = 25,2 ans)
- 8 Femmes (moyenne d'âge = 24,0 ans)

Recrutement

- Réseaux sociaux et influenceurs
- Questionnaire en ligne de 15 minutes

Résultats

Matrice de corrélation des scores de l'ICJE, de l'IGDT-10 et des sous échelles de la RAFFLE :

		Amélioration	Progression	Pression sociale	Distraction compulsion	Altruisme	Peur de manquer	Revente
IGDT-10	Spearman's rho	0.211	0.015	0.168	0.297	0.029	0.244	0.159
	p-value	0.002	0.820	0.012	<.001	0.671	<.001	0.019
ICJE	Spearman's rho	0.345	0.266	0.171	0.414	0.101	0.294	0.234
	p-value	<.001	<.001	0.011	<.001	0.136	<.001	<.001

Distraction/compulsion : Impulsion à l'achat, se sentir poussé à acheter, ne pas pouvoir s'arrêter et être motivé par le désir de se changer les idées ou d'échapper à l'ennui

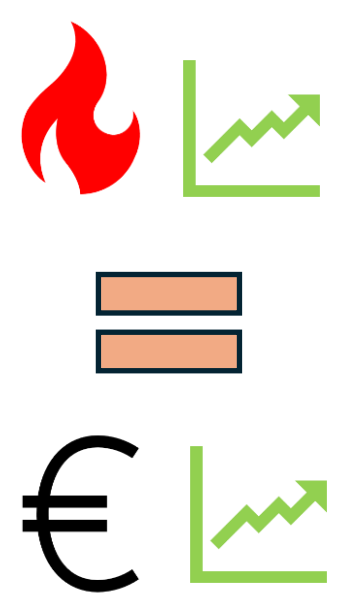
Amélioration : Plaisir d'ouvrir les boîtes, pour les sensations à l'ouverture, et la valeur des objets contenus à l'intérieur. Principalement quête de plaisir en tant que moteur principal.

Revente : Le désir d'acquiescer des objets dans le but de les revendre, que ce soit pour de la monnaie réelle ou virtuelle.

Peur de manquer une occasion : ou *fear of missing out*, achat par crainte de rater une opportunité, qu'il s'agisse d'objets d'une collection, d'un événement en jeu ou d'une offre spéciale

Les motivations à l'achat comme la distraction/compulsion ou la peur de manquer une occasion sont les plus liées à l'usage à risque du jeu vidéo ou du jeu d'argent et de hasard

L'argent dépensé mensuellement par les joueurs de jeux vidéo a un impact notable sur les motivations



Test de Kruskal-Wallis entre les sous échelles de la RAFFLE et l'argent moyen dépensé mensuellement par les joueurs :

	χ^2	df	p	ϵ^2
Revente	37.5	7	<.001	0.1713
Peur de manquer	95.9	7	<.001	0.4378
Altruisme	49.6	7	<.001	0.2264
Distraction compulsion	49.8	7	<.001	0.2272
Pression sociale	23.2	7	0.002	0.1058
Progression	16.8	7	0.019	0.0767
Amélioration	102.9	7	<.001	0.4701

Cet effet est limité pour les motivations :

Progression

- Le désir de progresser dans le jeu, de surmonter un échec ou une défaite, de franchir un obstacle, ou d'obtenir un avantage pour faciliter l'avancement

Pression sociale

- Achat par crainte d'être humilié ou exclu, ainsi que la pression sociale (négative) directe exercée par les pairs

Conclusion

Les résultats montrent des liens entre l'achat de **loot boxes**, les comportements problématiques liés aux jeux de hasard et d'argent (JHA), l'usage à risque des jeux vidéo et les sommes d'argent dépensées. Cependant ces liens sont significativement influencés par le type de motivations à l'achat chez le joueur.

L'étude & la compréhension des motivations des joueurs à l'achat sont cruciales pour établir les profils de joueurs incluant leurs vulnérabilités, les facteurs de maintiens et les facteurs protecteurs face aux comportements de consommations à risque de **loot boxes**.

Les différentes composantes structurelles des jeux vidéo doivent être étudiées pour mieux comprendre les subtilités de chaque modèle de vente de **loot boxes**

La moitié du marché représentant 5% des joueurs, des études qualitatives doivent être menées sur les profils de joueurs

Recommandations pour la protection des joueurs :

Exclure les objets disponibles en quantités limitées ou temporairement dans les **loot boxes** pour éviter les pressions d'achat (*fear of missing out*)

Inclure la possibilité d'ajouter un délai avant l'achat en argent réel d'une **loot box** ou une validation supplémentaire pour aider les joueurs à prendre du recul avant de dépenser (contrôle de l'environnement et gestion des impulsions)

Afficher clairement les montants totaux dépensés par les joueurs afin de limiter la banalisation des pratiques et de donner plus de visibilité sur leurs comportements et habitudes de consommations

Close, J., Spicer, S. G., Nicklin, L. L., Uther, M., Lloyd, J., & Lloyd, H. (2021). Secondary analysis of loot box data : Are high-spending « whales » wealthy gamers or problem gamblers? *Addictive Behaviors*, 117, 106851.

McGee, D. (2020). On the normalisation of online sports gambling among young adult men in the UK : A public health perspective. *Public Health*, 184, 89-94.

Nicklin, L. L., Spicer, S. G., Close, J., Parke, J., Smith, O., Raymen, T., Lloyd, H., & Lloyd, J. (2021). « It's the Attraction of Winning That Draws You in »-A Qualitative Investigation of Reasons and Facilitators for Videogame Loot Box Engagement in UK Gamers. *Journal of Clinical Medicine*, 10(10), 2103.

Rockloff, M., Russell, A. M. T., Greer, N., Lole, L., Hing, N., & Browne, M. (2021). Young people who purchase loot boxes are more likely to have gambling problems : An online survey of adolescents and young adults living in NSW Australia. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(1), Article 1.

Tulloch, C., Hing, N., Browne, M., Russell, A. M. T., Rockloff, M., & Rawat, V. (2024). *Harm-to-self from gambling : A national study of Australian adults*.

Xiao, L. Y. (2023). Beneath the label : Unsatisfactory compliance with ESRB, PEGI and IARC industry self-regulation requiring loot box presence warning labels by video game companies. *Royal Society Open Science*, 10(3), 230270.

Zendle, D., Meyer, R., Cairns, P., Waters, S., & Ballou, N. (2020). The prevalence of loot boxes in mobile and desktop games. *Addiction*, 115(9), 1768-1772.