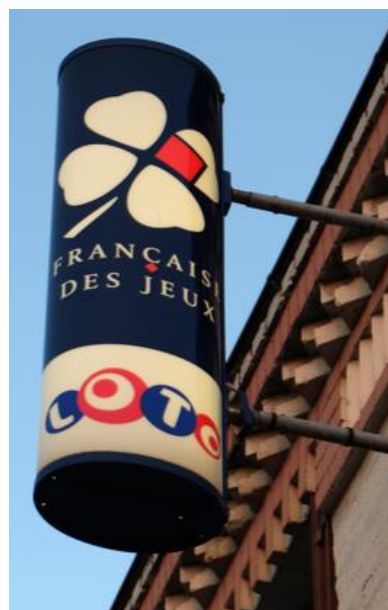


Aller vers les joueurs en difficulté en points de vente de jeux d'argent et de hasard (JAH). Évaluation de modes d'intervention précoce en points de vente « FDJ » face aux pratiques de jeu problématiques



Carine Mutatayi

Septembre
2019

Remerciements

L'OFDT remercie les membres du comité de pilotage institutionnel supervisant les modalités expérimentales d'intervention précoce en en points de vente de la FDJ® de lui avoir accordé leur confiance pour la réalisation de l'évaluation indépendante sur le projet. Ces membres représentent, par ordre alphabétique, l'Agence du Service Civique la Fédération Addiction, la Française des Jeux, la Mission interministérielle de lutte contre les conduites addictives (MILDECA) et le Pôle d'innovation et d'expérimentation sur le jeu excessif de la Société d'Entraide et d'Action Psychologique (SEDAP).

L'OFDT tient à remercier enfin l'ensemble des acteurs des sites observés qui ont contribué à la réalisation de cette étude dans le cadre des réunions opérationnelles, des enquêtes de terrain et des groupes de discussion dirigée (focus groups) finaux : par ordre alphabétique, Morgane Austruy (Fédération Addiction), Emmanuel Benoit (SEDAP), Elise Bourdin (GREID), Clémence Chabbert (CEID), Chloé Cucalon (APS-Contact), Jean-Michel Delille (CEID), Catherine Delorme (Fédération Addiction), François Leydet (FDJ), Judith Louguet (FDJ), Georges Martinho (Fédération Addiction), Franck Moulart (GREID), Boris Noyet (FDJ), Héloïse Rive (CEID), Margie Romero (APS-Contact), Inès Roux (GREID), Odile Vitte (APS-Contact).

Cette étude s'inscrit dans la complémentarité du suivi et de l'évaluation de processus assurés la Fédération Addiction, instance coordinatrice de l'initiative. La jonction de ces approches a été rendue possible grâce au travail collaboratif engagé par la coordinatrice de l'expérimentation, Morgane Austruy, et sa successeuse, Roxane Ngassaki. Ce travail s'est appuyé sur une réflexion initiée en 2017 avec le concours de Maitena Milhet (OFDT).

Citation conseillée : Mutatayi C. (2019) Aller vers les joueurs en difficulté en points de vente de jeux d'argent et de hasard (JAH). Évaluation de modes d'intervention précoce en points de vente FDJ face aux pratiques de jeu problématiques. Paris, OFDT, 27p.

Sommaire

| | |
|---|----|
| Remerciements | 2 |
| Sommaire | 3 |
| Introduction | 4 |
| Le jeu problématique, une préoccupation montante dans les années 2010 | 4 |
| De modalités d'intervention précoce expérimentées en points de vente de JAH | 5 |
| Méthodologie de l'évaluation | 6 |
| Une évaluation indépendante couplée à une évaluation interne | 6 |
| L'évaluation indépendante | 6 |
| La transcription du modèle logique testé | 8 |
| Acceptabilité d'une intervention précoce en PV parmi la clientèle | 11 |
| Les acteurs de l'addictologie sont perçus comme des interlocuteurs-clés | 11 |
| ...Y compris pour intervenir dans les points de vente | 12 |
| La visibilité des intervenants ASS | 13 |
| Des clients favorables à une action en points de vente | 13 |
| Acceptabilité du principe d'intervention précoce en PV parmi les détaillants | 15 |
| Des détaillants plutôt favorables à de la prévention en points de vente | 15 |
| Un rôle à tenir envers les joueurs en difficulté avec le jeu | 17 |
| Une entente cordiale entre détaillants FDJ et BASS | 17 |
| De leur point de vue, une démarche qui « passe bien » auprès des clients | 18 |
| Leçons tirées sur les principes d'intervention | 18 |
| Réalisme et réalité de la rencontre des mondes | 19 |
| Faisabilité du repérage des joueurs problématiques | 19 |
| Des discussions générales mais peu de place pour des échanges personnels posés propices à une orientation | 19 |
| Une plus-value davantage perceptible auprès du public de détaillants | 20 |
| Difficile gestion du temps | 20 |
| Des établissements souvent trop éloignés | 20 |
| Maintien des aspects collaboratifs (évaluation interne) | 21 |
| Six axes de recommandations issus de l'évaluation | 21 |
| Conclusions | 23 |
| Un gain quant à la possible entente entre les mondes des JAH et de l'addictologie mais des modes d'intervention qui demeurent à ajuster | 23 |
| Modèle logique révisé selon les recommandations de l'évaluation | 24 |
| Références | 26 |

Introduction

Le jeu problématique, une préoccupation montante dans les années 2010

Le marché des jeux d'argent et de hasard (JAH) a longtemps été régulé par un régime unique (ancien) de droits exclusifs accordés à la Française des jeux (FDJ®) pour les jeux de tirage ou de grattage et pari sportif, au Pari Mutuel urbain (PMU) pour les paris hippiques et aux casinos. Avec la loi du 12 mai 2010¹, un régime complémentaire d'agrément d'opérateurs privés entre en vigueur face à l'offre croissante de jeux en ligne et à la pression de la Commission européenne pour l'ouverture du secteur à la concurrence. La même loi a instauré l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL) et introduit un nouvel objectif de l'État en matière de JAH : la prévention du jeu problématique – excessif ou pathologique – et la protection des mineurs à cet égard (Mutatayi, 2013 ; Mutatayi *et al.*, 2019).

Ce déploiement de l'offre de JAH a attisé les préoccupations des professionnels de l'addictologie et des pouvoirs publics quant à la recrudescence de pratiques addictives. En 2012, ces considérations se sont concrétisées par la définition réglementaire² de nouvelles ressources au sein des Centres de soins, d'accompagnement et de prévention en addictologie (CSAPA) : les binômes « addictions sans substance » désignés ici comme « BASS ».

De fait, de 2010 à 2014, la pratique de JAH s'est étendue mais elle s'est aussi intensifiée au regard des fréquences de jeu et des sommes mises (Encadré 1). Cependant, seuls 28 % des joueurs excessifs viennent à demander de l'aide en raison de leurs habitudes de jeu, auprès de leur famille, de lignes d'accueil téléphonique, d'associations liées au surendettement, de professionnels de santé ou de centres spécialisés (Costes *et al.*, 2015). Ainsi, on estime que 1,5 % des joueurs excessifs sont pris en charge en CSAPA annuellement, en France, entre 2013 et 2017, un pourcentage faible mais en forte progression (+ 77 %) (Costes, 2019).

Encadré 1. Les jeux d'argent de plus en plus pratiqués

En 2014, la proportion des 15-75 ans ayant pratiqué des jeux d'argent et de hasard (JAH) au cours des 12 derniers mois se situait à 56,2 %, marquant une nette augmentation depuis 2010 (46,4 %) dans tous les milieux sociaux. Les fréquences de jeux et les sommes dépensées se sont également intensifiées par rapport à 2010 (Beck *et al.*, 2014 ; Costes *et al.*, 2015 ; Costes *et al.*, 2011). Au plan sociodémographique, on constate des profils très différents parmi l'ensemble des joueurs et le sous-groupe de ceux ayant des pratiques de jeu problématiques (Costes *et al.*, 2015). La proportion de femmes parmi les joueurs est équivalente à celle des hommes (49,0 % vs 51,0 %), mais ces derniers sont surreprésentés parmi les personnes en délicatesse avec les JAH (69,7 %).

En France, en 2014, parmi les personnes âgées de 15 à 75 ans qui ont joué à un JAH au cours de l'année, 4,8 % ont des pratiques de jeux d'argent problématiques, 0,9 % étant des joueurs excessifs et 3,9 % répondant au profil de joueurs à risque modéré, selon l'ICJE (Costes *et al.*, 2015). Il s'agit majoritairement d'hommes, plus jeunes que l'ensemble des joueurs (41,5 ans vs 43,3 ans). Moins diplômés (70,4 % n'ont pas le bac contre 55,4 % des joueurs au sens large), ils appartiennent aussi à des milieux sociaux plus modestes, comptant davantage d'ouvriers que l'ensemble de la communauté de joueurs (35,0 % vs 25,2 %). Les joueurs problématiques comptent davantage d'inactifs : un tiers sont chômeurs ou étudiants, soit deux fois plus que parmi l'ensemble des joueurs.

La FDJ est une entreprise publique comptant l'État comme actionnaire majoritaire avec 72 % du capital. En 2018, le projet de loi « Pacte » prévoit la privatisation de la FDJ – dont l'État conserverait au moins 20 % du capital. Le réseau de vente de la FDJ repose sur 30 800 détaillants répartis sur 11 000 communes et concerne 26 millions de clients chaque année. Historiquement constituée sur un monopole étatique, la FDJ a développé à partir de 2006 un programme jeu responsable au titre de la Responsabilité sociale d'entreprise (RSE). Aujourd'hui, deux finalités sont affichées à ce titre : la prévention du jeu excessif et des risques associés, tout en promouvant

¹ Loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne. JORF n° 110 du 13 mai 2010, p. 8 881. (NOR BCFX0904879L)

² Circulaire interministérielle DGCS/5C/DGS/MC2/DSS/1A/DGOS/R4 n°2012-395 du 22 novembre 2012.

un jeu récréatif et non intensif et la prévention du jeu des mineurs en application de la loi de 2010. Des outils d'auto-évaluation ou de limitation du jeu sont alors développés et proposés par l'entreprise. En 2017, la FDJ entreprend à grande échelle un programme triennal de formation sur le jeu responsable visant à terme les 31 000 détaillants répartis sur le territoire. De novembre à décembre 2018, la société lance une campagne digitale sur ce thème (trois spots). C'est dans ce cadre que se situe le partenariat initié avec le secteur de l'addictologie autour d'approches innovantes susceptibles de créer une passerelle entre le monde du jeu et celui du soin en faveur des personnes engagées dans des pratiques problématiques de JAH.

De modalités d'intervention précoce expérimentées en points de vente de JAH

En 2016, la Fédération Addiction a coordonné l'expérimentation de modalités d'intervention précoce en points de vente (PV) volontaires de la FDJ, dans le cadre d'un pilotage national rassemblant également la Française des Jeux, la MILDECA, l'Agence du Service civique et le Pôle d'innovation et d'expérimentation sur le jeu excessif de la SEDAP. La démarche exploratoire s'est attachée notamment à tester des formats d'intervention dans l'espace particulier des PV, à la frontière de la sphère privée et de la sphère publique, selon différents modes et profils d'intervenants. L'expérimentation s'est déroulée en deux phases.

Des visites menées par des jeunes en service civique, dirigés par des BASS

De 2016-2017, le principe de « visites » en PV est initié sur quatre villes (Bordeaux, Dijon, La Seyne-Sur-Mer et Montpellier), avec le concours d'un CSAPA référent par site (respectivement le CEID, le CSAPA Tivoli, l'AMT Arc-en-ciel et l'AVASTOFA), afin d'inciter les joueurs problématiques à réduire leur prise de risque voire de les orienter vers une prise en charge. Lors de cette première phase, les visites ont été confiées à des binômes des jeunes en service civique (JSC), sous l'hypothèse que la parole des joueurs serait libérée auprès de personnes exemptes de l'étiquette d'experts ou de soignants. Ces jeunes, majeurs, ont été recrutés pour leurs qualités relationnelles. Des binômes mixtes (un homme, une femme) ont été privilégiés. Une formation de 28 jours, étalée sur la durée de la mission, leur a été dispensée afin de les familiariser à la problématique du jeu excessif, à la sociologie des lieux d'intervention et travail d'écoute et de gestion des conflits.

En pratique, deux JSC se rendent de façon hebdomadaire dans des PV volontaires et sont susceptibles, durant de 2 h à 4 h, de mener un échange et une écoute active auprès de joueurs repérés comme problématiques. Les PV ont été sélectionnés par le biais des chefs de secteurs FDJ, sur la base d'une présélection répondant à des critères d'accessibilité et en privilégiant les établissements ayant une clientèle d'habitues. Dans cette configuration, les JSC sont intervenus sur chaque site sous le tutorat des BASS du CSAPA référent qui pour leur part ne se sont rendus dans les PV que de façon marginale, pour rencontrer les détaillants et discuter de l'expérience.

Cette première phase confirmera la possibilité et l'opportunité d'accueillir des représentants du champ addictologique dans l'espace communautaire des PV de JAH. Globalement, la démarche a été bien perçue tant par les détaillants que par la clientèle des PV. Le recours à des JSC n'a pas remporté une complète adhésion. Bien que les rapports avec les clients des PV aient été cordiaux et parfois suivis sur plusieurs mois, les nombreuses défections survenues parmi les JSC avant le terme des contrats (50 %) pointent la difficulté pour des individus peu aguerris à appréhender la problématique des addictions. Par ailleurs, le coût-bénéfice est apparu déséquilibré au vu des nombreuses heures de présence cumulées en PV, de la lourdeur pour les CSAPA de la gestion administrative et du tutorat de ces missions JSC.

L'intervention directe des professionnels de l'addictologie en points de vente

Sur la base de ces enseignements, l'expérimentation a été reconduite entre novembre 2017 et novembre 2018, en maintenant le principe de visites auprès de joueurs en PV FDJ mais en reposant cette fois-ci sur l'intervention directe des BASS auprès de joueurs. Le public ciblé comprend les joueurs excessifs et ceux à risque modéré, autrement désignés comme les joueurs

problématiques. Parmi les CSAPA participant à la première phase, seul le CEID de Bordeaux a renouvelé son engagement pour le nouvel exercice et deux autres CSAPA ont rejoint l'expérience : le GREID de Valenciennes et APS-Contact de Provins. Ils ont travaillé respectivement dans 4, 4 et 6 PV volontaires, sélectionnés par des commerciaux FDJ locaux. Les BASS de ces trois structures étaient toutes des femmes. Elles ont bénéficié d'une formation de 5 jours sur le fonctionnement de la FDJ, la sociologie des lieux d'intervention (bar-tabac) et la posture proactive mais non intrusive à tenir envers les publics dans ce cadre de travail inhabituel. Les BASS ont respecté une période d'observation en PV afin de se présenter aux détaillants et de convenir avec les gérants des créneaux de visite/intervention à respecter (février-mars 2018). Les contacts et discussions avec les joueurs se sont déroulés d'avril à novembre 2018 mais, au cours des deux derniers mois, ont principalement consisté à la passation des questionnaires d'évaluation.

En vue de consolider les conditions de transférabilité, le comité de pilotage a confié l'évaluation de processus à la Fédération Addiction et a chargé l'OFDT d'une évaluation indépendante, afin d'apprécier la pertinence de son modèle logique et d'apprécier la portée à court terme des modalités d'intervention expérimentées. Les deux approches se sont complétées pour répondre à une question centrale : « Le principe de visites préventives, d'intervention précoce, en PV de la FDJ est-il satisfaisant et pourrait-il être déployé à plus grande échelle ? ».

Méthodologie de l'évaluation

Une évaluation indépendante couplée à une évaluation interne

Les modalités d'intervention ont été évaluées à travers deux dispositifs d'études complémentaires, l'un interne et l'autre indépendant (externe), afin d'affiner les objectifs au besoin, à la lumière des forces et faiblesses constatées, et de fournir un éclairage sur leur transférabilité.

L'évaluation interne de processus assurée par le coordinateur, la Fédération Addiction, a analysé la mise en œuvre et la cohérence des ressources et des activités, la viabilité du modèle économique et donc la transférabilité pratique du dispositif.

L'évaluation indépendante menée par l'OFDT s'est attachée à réinterroger et revisiter l'architecture des modalités expérimentées. Elle s'est attachée à apprécier la pertinence des modalités d'intervention expérimentées et de leur modèle logique, leur transférabilité au plan théorique. Dans ce cadre, l'étude a aussi porté sur l'acceptabilité et les éventuels écueils relevés parmi les publics-cibles et les acteurs-relais que sont les détaillants des PV. Ces éléments sont destinés à documenter la transférabilité théorique du dispositif. La méthode est détaillée ci-après.

L'évaluation indépendante

Au regard du périmètre défini, l'évaluation conduite par l'OFDT a reposé sur trois composantes, alliant des méthodologies qualitatives et quantitatives : la transcription du modèle logique, deux enquêtes par questionnaire respectivement auprès de détaillants (gérants et salariés) des PV et auprès de clients et un focus group de bilan.

La dimension interventionnelle du dispositif a impliqué d'associer les parties prenantes au déroulé de l'évaluation indépendante, en premier lieu lors de l'affinement du modèle logique. De plus, les BASS ont assuré la faisabilité pratique de deux enquêtes en PV, en les administrant in situ. Ce choix a été soutenu par l'hypothèse selon laquelle la passation du questionnaire offrirait l'opportunité de nouveaux contacts et d'échange avec des joueurs ou de bilan avec les gérants des lieux de ventes.

① *Transcription du modèle logique*

La définition du modèle logique des modalités d'intervention, en amont de leur mise en œuvre, contribue tant à l'ingénierie de l'action qu'à son évaluation. Sous la houlette de l'évaluateur externe, ce travail a été conduit avec la participation des parties prenantes afin de guider l'étude au plus près de leurs besoins et de leurs questionnements. Il repose sur une analyse documentaire du référentiel d'action produit par la Fédération Addiction. Cette étape permet aux acteurs impliqués de cerner ou de réaffirmer d'un commun accord :

- Les principes fondateurs de la démarche expérimentée ;
- ses finalités, dès lors les indicateurs/marqueurs de succès ;
- la conjonction d'objectifs opérationnels intermédiaires, dès lors les indicateurs/marqueurs de performance.

Pour les opérateurs et le coordinateur, cette formalisation est un moyen de clarifier, synthétiser ou réajuster les éléments projetés dans le cadre de l'expérimentation, leur articulation et les résultats escomptés. Elle offre un décryptage objectivé et partagé du programme et a une valeur formative. Le modèle logique peut constituer une feuille de route pour les opérateurs. Du point de vue de l'évaluateur, la définition du modèle logique est un préalable méthodologique. En clarifiant les objectifs et la répartition des rôles des différents opérateurs, le modèle logique fonde l'évaluabilité de l'action. Il fournit également une jauge quant à la transférabilité du « système » au plan théorique.

② *Enquête d'acceptabilité auprès des clients*

De mi-septembre à mi-novembre 2018, une enquête sur l'acceptabilité du principe d'intervention précoce en PV de jeux d'argent a été menée auprès de la clientèle de ces espaces. Afin de fluidifier la collecte de données et de favoriser la participation et réduire les coûts logistiques, l'enquête a reposé sur un questionnaire en ligne. La passation via des tablettes numériques a été confiée aux BASS sur leurs sites respectifs, qui, au besoin, ont fourni une assistance technique au remplissage.

Au total, 175 clients ont participé à l'enquête, dont 79 % ont déclaré jouer aux JAH. Ces répondants sont majoritairement des hommes (89 %). Majeurs, ils se situent pour moitié dans la tranche d'âge des 40 à 59 ans, un quart étant plus jeune et un autre quart ayant 60 ans ou plus. Ces personnes résident dans les environs de Provins pour 42 % d'entre elles, dans Bordeaux ou son agglomération pour 29 % ou dans les environs de Valenciennes pour les 29 % restants. Le plus souvent, il s'agit de clients quotidiens du point de vente (54 %) ou qui s'y rendent au moins une fois par semaine (25 %). Les autres répondants fréquentent l'établissement de manière plus occasionnelle (14 %) ou se trouvent sur les lieux pour la première fois le jour de l'enquête (8 %).

Ces clients se décrivent en majorité comme étant des joueurs (79 %) mais, même parmi ceux qui ne disent pas jouer, quasiment tous sont en mesure de préciser des sommes mises lors des 12 derniers mois. La moitié de ces clients jouent deux à trois fois par semaine (25 %) voire quotidiennement (26 %). Les trois-quarts de ces joueurs réguliers affectionnant les jeux de grattage ou de tirage, plutôt que les paris. Ainsi, 53 % achètent des jeux de grattage (Morpion, Banco, Cash, Millionnaire, etc.), 39 % des jeux de tirage (Loto, Kéno, Euromillion, Rapido, etc.), 25 % les deux types. De plus, 40 % font des paris hippiques et 26 % des paris sportifs. Une minorité de ces répondants (6 %) pratiquent des jeux de cartes avec mises (poker, belote, etc.) et ils sont également peu nombreux à fréquenter les casinos (5 %).

La moitié de ces clients ne dépensent pas plus 50 euros par mois (trois sur dix, moins de 20 euros). Mais 21 % consacrent mensuellement plus de 100 euros aux JAH, voire plus de 250 euros pour 8 % (22 joueurs). C'est parmi les joueurs réguliers que l'on compte les plus grandes mises. Comme l'ensemble des composantes de l'ICJE n'ont pas pu être intégrées dans le questionnaire, cet outil ne permettait pas d'identifier des joueurs problématiques mais il permettait de distinguer les joueurs intensifs. Ainsi, dans cet effectif, **34 individus, dont trois femmes, peuvent être considérés**

comme des joueurs intensifs, sur des critères de fréquence de jeu (au moins une fois par mois) et de sommes dépensées aux JAH mensuellement (plus de 100 € par mois).

③ **Enquête d'acceptabilité auprès des détaillants FDJ**

En fin de projet (novembre 2018), sur les trois sites, 9 gérants de points de vente FDJ et 15 salariés, soit respectivement 47 % et 44 % de ceux travaillant dans les PV participants, ont répondu à une courte enquête sur l'expérimentation menée dans leurs établissements. Tous ces professionnels sont désignés ici sous le terme générique de « détaillants ».

Il convient de souligner que l'effectif modeste de ces répondants limite l'analyse aux aspects les plus saillants et n'autorise guère la distinction des sites. Par rigueur interprétative, les résultats correspondants sont exprimés selon les effectifs observés et non en pourcentages.

L'enquête a été annoncée aux gérants d'établissement par un courrier de la FDJ, au cours du mois de septembre 2018, et à travers le réseau des commerciaux de la FDJ. Le questionnaire en ligne a été présenté aux détaillants, sur site, par les BASS. Sur le site de Valenciennes, le principe de l'enquête n'ayant pas remporté l'adhésion des gérants, seules deux réponses sont enregistrées, contre 13 pour Provins et ses environs et 9 pour Bordeaux. Compte-tenu de ces effectifs réduits, la restitution met en lumière les résultats les plus saillants, sans distinguer les sites.

Les salariés sont globalement plus jeunes que le groupe de gérants, les trois-quarts se situant dans la vingtaine ou la trentaine, face à des patrons pour les deux tiers quarantennaires. Dans l'ensemble, ils travaillent dans le secteur des bars-tabac et JAH depuis moins longtemps que les gérants : un tiers engrangent plus de 5 ans d'expérience dans le métier quand c'est le cas des trois quarts des patrons. Quatre de ces salariés travaillent à temps partiel dans leur PV FDJ. Dans cet échantillon, les gérants, pour la plupart, tiennent leur établissement avec leur conjoint(e).

Tous ces détaillants témoignent d'une certaine polyvalence. Les trois-quarts tiennent plusieurs postes au sein du point de vente, que ce soit au comptoir des jeux, à celui du tabac, au bar ou en salle. Sur les 24, tous, à une exception près, disent bien connaître les jeux vendus dans leur établissement et, de fait, 20 s'occupent de façon partielle ou exclusive de la vente de JAH.

④ **Focus group final avec les opérateurs des CSAPA**

Un *focus group* a été organisé en fin de projet, rassemblant les directeurs et BASS des CSAPA concernés dans une session commune d'un jour, puis les seules intervenantes pendant une seconde journée. Son but était de recueillir les lignes forces du projet et les marges d'adaptation consensuelles, constitutives des conditions de de viabilité et de transférabilité du « système », aux plans théorique, pratique et économique. Co-animé par l'OFDT et la Fédération Addiction, ce *focus group* a alimenté aussi bien l'évaluation indépendante que l'évaluation de processus.

La transcription du modèle logique testé

Sur la base du référentiel d'action réalisé par la Fédération Addiction, l'OFDT a classé l'ensemble des aspirations adossées au projet en distinguant :

- Les objectifs populationnels, c'est-à-dire les changements d'attitudes et de pratiques escomptés chez le public-cible. Ils constituent des marqueurs de l'efficacité de la démarche ;
- Les objectifs stratégiques, déclinant les mécanismes mobilisés par les opérateurs et susceptibles d'intervenir dans la réalisation des objectifs populationnels ;
- Les objectifs opérationnels décrivant les actions nécessaires à l'atteinte des objectifs stratégiques.

La trentaine d'objectifs ainsi distingués a été discutée au sein du groupe opérationnel afin de sélectionner et d'articuler ceux qui caractériseraient les interventions à déployer en PV. Pour ce faire, ces objectifs ont été hiérarchisés grâce à un abaque de Régnier au regard de leur caractère

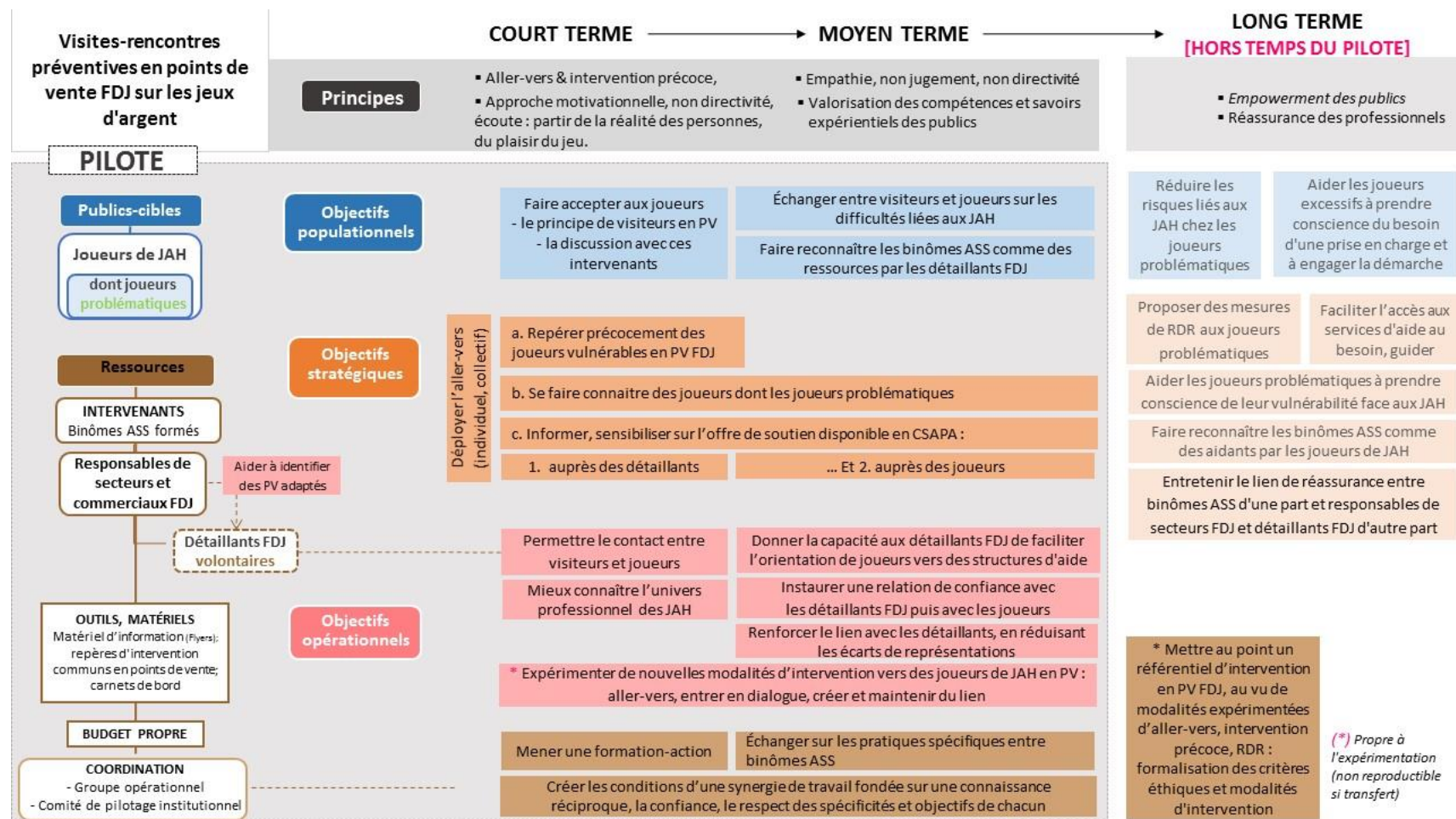
prioritaire et de leur faisabilité dans le délai de sept mois imparti par le calendrier du projet. À l'issue de cet exercice, l'OFDT a formalisé le modèle logique, transcrit dans la figure 1, en classant les objectifs retenus selon leur inscription dans le court, moyen ou long terme.

Le modèle intègre les responsables de secteurs et commerciaux de la FDJ comme des médiateurs identifiant des gérants de PV FDJ volontaires. Ces-derniers sont appelés à agir comme des facilitateurs permettant aux BASS d'aborder la clientèle de leur établissement sur des créneaux définis d'un commun accord. Cette configuration repose sur plusieurs hypothèses de travail :

- 1) Les BASS sont en mesure de repérer des joueurs problématiques dans les PV, avec ou sans le concours des gérants des lieux ;
- 2) La capacité d'écoute, la posture empathique et de non-jugement, entre autres qualités, d'intervenants professionnels (experts) d'établir un lien avec les des joueurs en difficulté, non demandeurs d'aide, en prenant en compte la singularité de chacun.
- 3) Les PV FDJ offrent un cadre favorable à cette approche et donc à l'établissement par les BASS d'un dialogue posé sur le jeu problématique afin d'accompagner des joueurs problématiques dans la première étape d'un processus de changement.

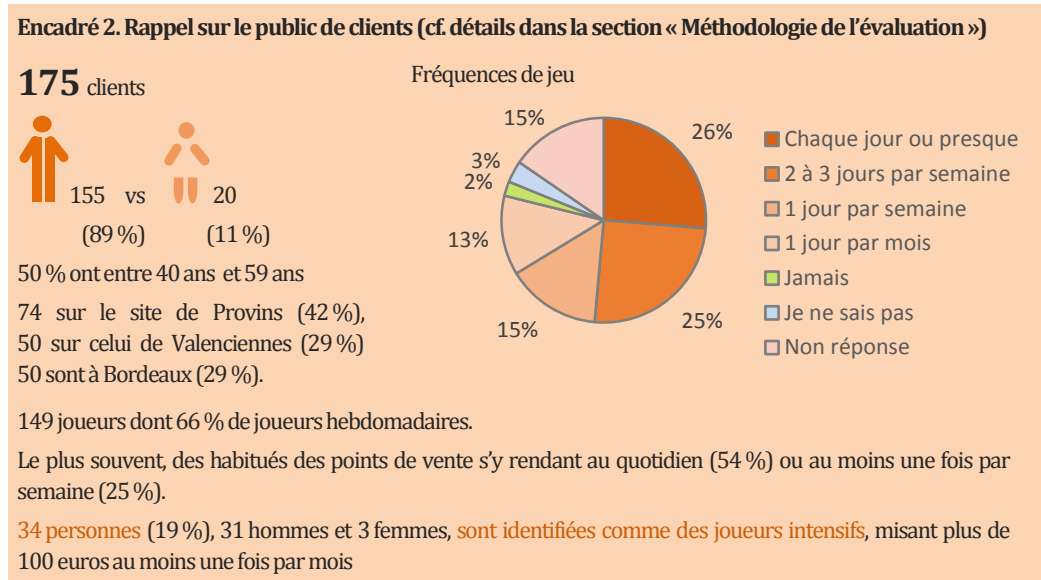
Selon les objectifs populationnels définis, la réussite de l'expérimentation se juge à l'aune de la reconnaissance des BASS comme des aidants potentiels du point de vue des joueurs, dont les joueurs problématiques. La capacité d'échange entre BASS et joueurs et l'adhésion de ces derniers quant au principe de ce type d'intervention précoce sont des indicateurs intermédiaires.

Figure 1. Modèle logique de l'expérimentation d'interventions préventives en PV FDJ sur le jeu problématique



Acceptabilité d'une intervention précoce en PV parmi la clientèle

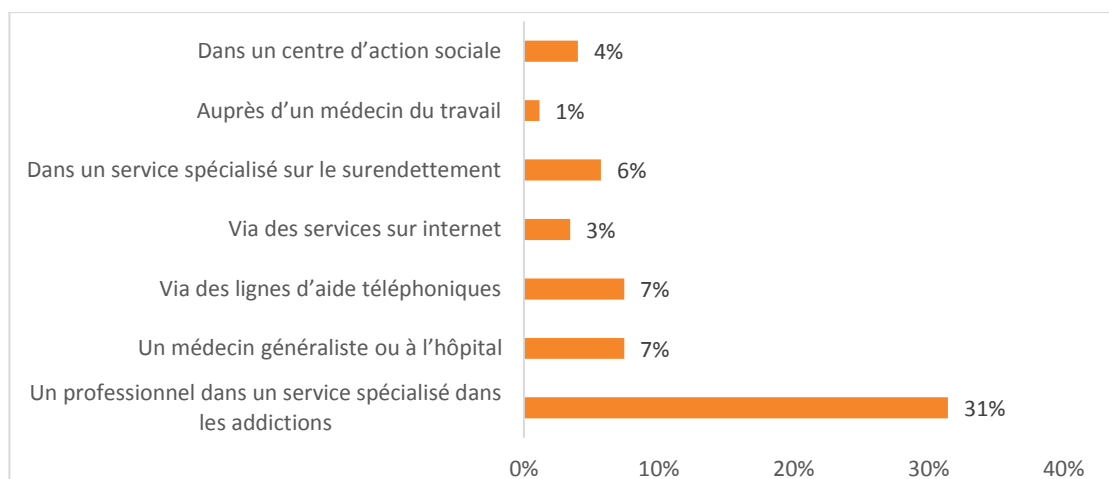
Des nombreux joueurs aguerris répondent à l'enquête (cf. Encadré 2)



Les acteurs de l'addictologie sont perçus comme des interlocuteurs-clés

Parmi les 175 clients, 62 (38 %) pensent qu'en cas de problème avec le jeu, une personne peut trouver de l'aide auprès d'un professionnel formé pour cela. **Le cas échéant, les intervenants de l'addictologie incarnent le mieux ces professionnels de premier recours (cités par 51 clients, soit 31 %)**, suivi des médecins généralistes (7 %) et des écoutants des lignes de téléphonie sociale (7 %) (Figure 2). Un tiers pensent que les proches sont bien placés pour apporter un tel soutien. Deux personnes sur dix envisagent une aide issue de la communauté – qui provienne d'autres joueurs de l'entourage (12 %) ou du gérant-même du PV (12 %) – alors qu'un sur dix pense qu'il est possible de se tourner vers la FDJ. Enfin, 14 % avouent ne pas savoir où trouver une aide potentielle et ils sont tout autant (14 %) à considérer qu'il n'y a nulle aide possible.

Figure 2. Professionnels identifiés comme une aide potentielle en cas de difficulté avec les JAH (%)

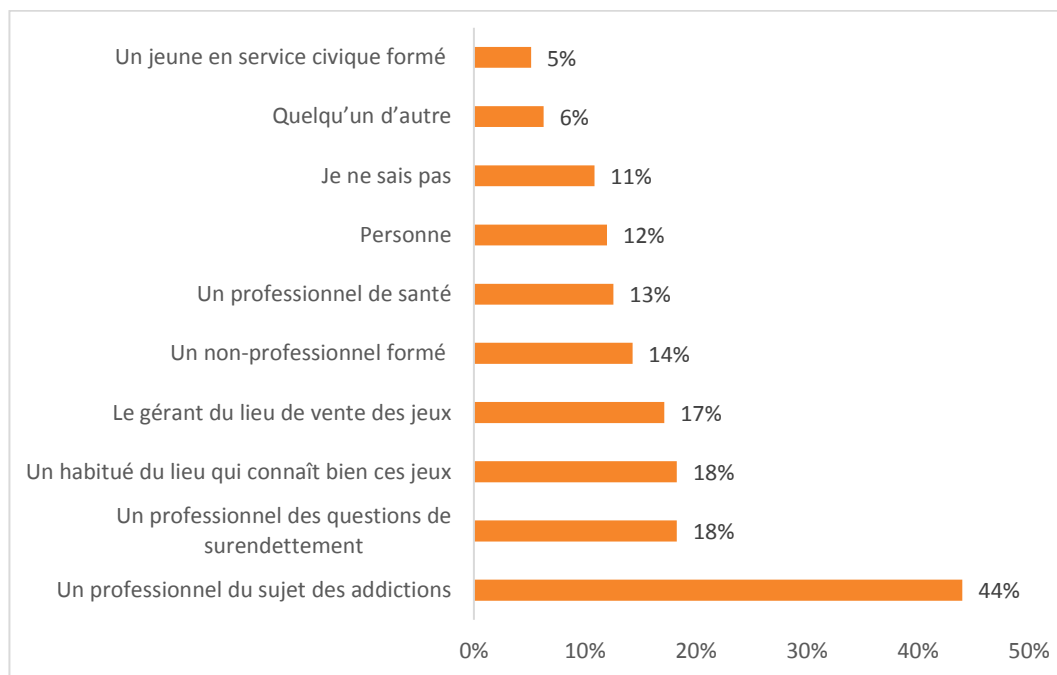


...Y compris pour intervenir dans les points de vente

L'intervention précoce en PV de jeux d'argent étant inédite, il est légitime qu'elle soulève des questions à la fois sur les modes d'approches les plus opérants, mais aussi, l'humain étant au cœur de la démarche, sur le profil des « aidants »/écoutants le plus à même d'abaisser les éventuelles réticences au dialogue des publics ciblés.

Lorsqu'on leur soumet l'hypothèse qu'un acteur vienne à la rencontre de joueurs problématiques en PV, pour les informer et dialoguer, **les intervenants en addictologie sont désignés comme les acteurs les plus indiqués pour mener à bien une telle démarche** (Figure 3). En effet, 44 % des clients (77) désignent ces professionnels comme aptes à rencontrer les personnes en délicatesse avec les jeux. Pour la plupart, on ne peut guère imaginer qu'il s'agisse de réponses de complaisance à l'égard des BASS qui présentaient le questionnaire car les deux tiers de ces 77 personnes ignorent leur métier. Les clients sont 2,5 fois moins nombreux à envisager un habitué du lieu qui connaît bien ces jeux (18 %) ou le gérant-même (18 %) assumer ce rôle d'aidant, mais ils sont tout de même un tiers à l'imaginer.

Figure 3. Profils d'acteurs adaptés pour approcher les joueurs en difficultés dans les PV (%)



Le jeu problématique concerne plus particulièrement des hommes dans la quarantaine. Aussi l'âge et le sexe des « aidants » sont parmi les premiers éléments sur lesquels les opérateurs se sont interrogés. Dans le cadre de l'enquête, il a été demandé aux clients des PV expérimentaux de préciser si, en cas de difficultés liées aux jeux d'argent, il lui serait plus facile d'en parler avec quelqu'un du même sexe ou du même âge. Selon les réponses majoritaires, ces deux critères ne seraient guère déterminants dans la propension des personnes à dialoguer avec un aidant. En effet, les deux tiers des répondants (hommes comme femmes) se disent indifférents au sexe de la personne aidante et 46 % ne semblent pas concernés par son âge.

Lorsque des affinités sont exprimées, globalement, les personnes attachent moins d'importance au sexe qu'à l'âge d'un tel interlocuteur. Parmi les 155 hommes inclus dans l'enquête, 15 % rapportent qu'ils discuteraient plus volontiers avec une femme. En revanche, 22 % des clients

déclarent être plus à l'aise à l'idée d'évoquer le jeu et les difficultés connexes avec une personne de leur âge ou approximativement. Il s'agit pour les deux tiers de trentenaires et de cinquantenaires.

Les 20 femmes, quant à elles, s'avèrent pour la plupart indifférentes à l'âge de l'aidant (14), les autres se déclarant plutôt réfractaires à l'idée d'aborder le sujet du jeu avec une tierce personne (30 %). Les femmes interrogées paraissent en proportion plus nombreuses que les hommes à exprimer une difficulté à évoquer le jeu problématique avec quiconque (quel que soit l'âge (20 % vs 13 %) ou le sexe (30 % vs 10 %). Il convient de rappeler que ces résultats féminins reposent sur un petit effectif (20) accordant peu de robustesse statistique. Néanmoins ils concordent avec les observations empiriques.

La visibilité des intervenants ASS

Parmi les clients interrogés, **62 (35 %) disent reconnaître le professionnel de CSAPA qui leur a proposé le questionnaire**, des Bordelais pour la moitié d'entre eux (30). C'est le cas de 13 des 34 joueurs intensifs de l'échantillon.

Tous sites confondus, les clients qui se souviennent du professionnel de CSAPA sont plus de la moitié (38, soit 22 % de l'ensemble des répondants) à déclarer se souvenir du jour de la semaine où a eu lieu la ou les rencontres dans le PV. À ce titre, les Bordelais sont particulièrement nombreux (8 sur 10) à se souvenir du jour (jeudi). **Ce niveau de précision marque l'intégration d'une ritualisation des visites en PV.** À Bordeaux, la concentration des PV dans l'agglomération a facilité leur accessibilité pour les BASS et la mise en œuvre d'une ritualisation (visites un jour donné dans la semaine). Ceci peut expliquer que le souvenir des professionnelles de CSAPA y est meilleur que sur les deux autres sites, une situation qui peut être rattachée également au fait que deux des PV étaient dans leur deuxième année d'expérimentation.

Parmi ces 62 personnes qui ont déjà croisé une des BASS dans un PV, 29 (soit 17 % des interrogés) se souviennent avoir déjà discuté avec l'intervenante ASS dans le PV, six d'entre eux étant des joueurs intensifs. La majorité en conserve un souvenir plaisant. Dans un cas sur eux, les échanges ont porté sur les jeux d'argent et les problèmes qui y sont parfois associés ou encore sur le travail de l'intervenante. La moitié de ces interlocuteurs ont jugé l'échange instructif et neuf disent avoir été amenés à réfléchir sur le jeu problématique.

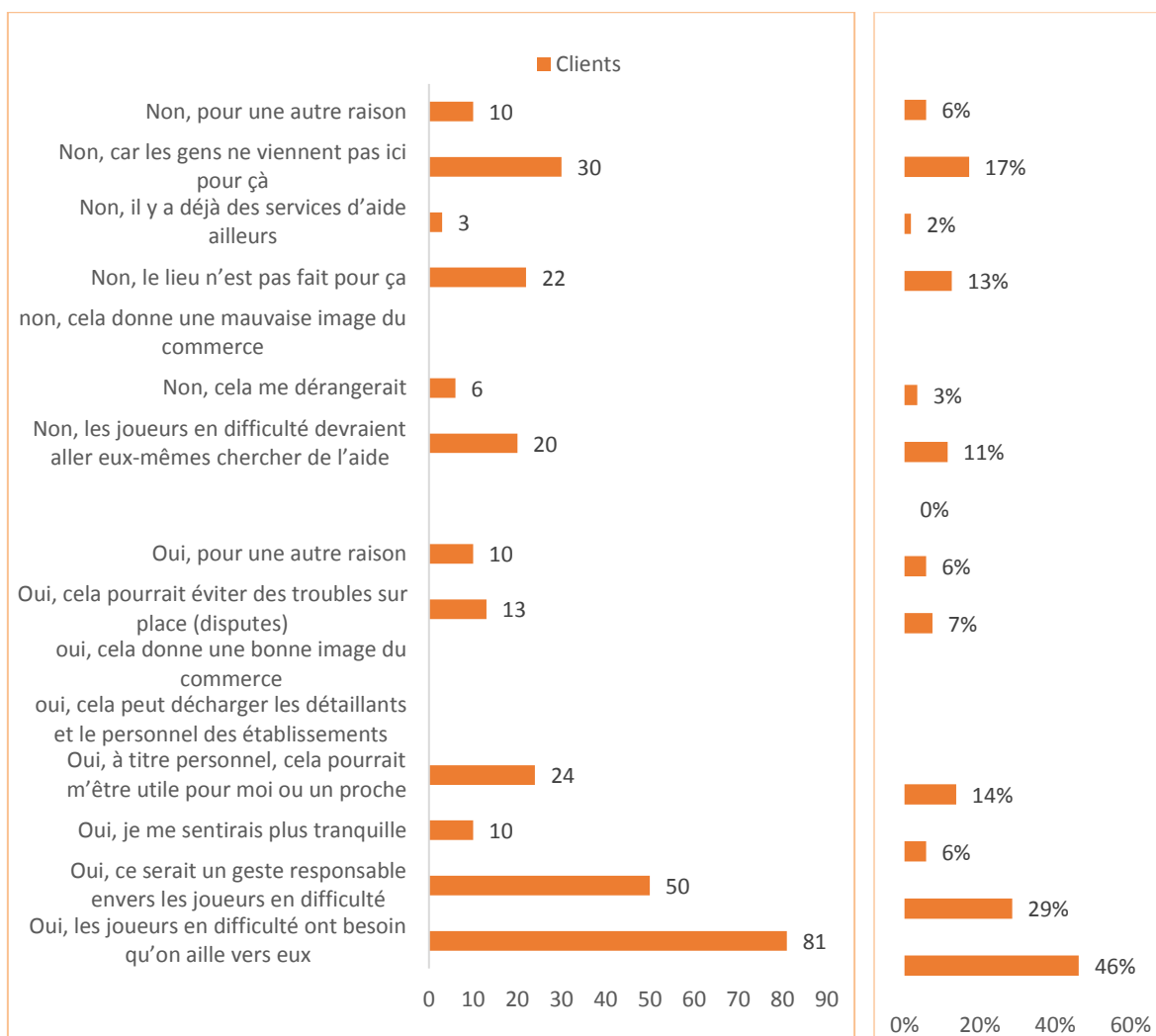
Parmi ces 62 clients, 30 identifient bien le statut des BASS et trois les rattache à un centre de santé. En revanche, un tiers environ (23) ne sauraient dire le secteur professionnel des intervenantes qu'ils ont rencontrées et six les imaginent travailler pour la FDJ.

Des clients favorables à une action en points de vente

La plupart des clients considèrent que les jeux d'argent disponibles dans les bureaux de tabac ou les bars peuvent entraîner des problèmes financiers (75 %) et un peu moins de la moitié (46 %) considèrent qu'ils peuvent générer des difficultés d'ordre relationnel. En revanche, 11 % pensent que ces jeux n'occasionnent guère de problème chez ceux qui les pratiquent, quand 8 % ne sauraient se prononcer sur ce point.

Les clients ont été interrogés sur l'opportunité de visites ponctuelles en points de vente de JAH de la part d'une personne chargée de dialoguer avec les joueurs en difficulté et de les informer sur les services d'aide disponibles. Leurs avis offrent un tableau plutôt favorable à une démarche d'aller-vers en point de vente (PV) vers les personnes en délicatesse avec les JAH (Figure '4) : 58 % n'y voient que des avantages, 38 % que des inconvénients et 4 % sont partagés.

Figure 4. Bien-fondé d'une aide occasionnelle en PV envers les joueurs en difficulté



Source : OFDT, 2018

Près de la moitié des clients (46 %) pensent que les joueurs en difficulté ont besoin qu'on aille vers eux. C'est le principal argument avancé en faveur d'un aller-vers en points de vente (PV). Trois sur dix (29 %) voient dans une telle démarche un geste responsable envers les joueurs en difficulté. Ces deux aspects sont également ceux les plus fréquemment soutenus par les détaillants (Figure 5). Quelques-uns parmi les clients (24, soit 14 %) reconnaissent que la présence occasionnelle d'un aidant en points de vente cela pourrait leur être utile personnellement ou pour un proche

Les aspects/points négatifs les plus invoqués renvoient à un sentiment d'inadéquation du cadre pour accueillir une démarche proactive de soin/ d'aller-vers mais ceux qui les opposent demeurent minoritaires : 17 % pensent les gens ne viennent pas au « café/bar » pour y évoquer leurs éventuels problèmes avec les JAH et 13 % considèrent que le lieu n'est pas fait pour ça.

Quels qu'aient été les avis exprimés en pour ou en contre, 60 % des clients se déclarent finalement plutôt favorables aux visites préventives sur les PV de jeux d'argent. Ce sont les deux tiers des répondants bordelais (67 %), 62 % de ceux de la Seine-et-Marne et la moitié de ceux des alentours de Valenciennes. En revanche, 19.5 % se disent plutôt opposés à ce principe et ils sont tout autant (20 %) à ne pouvoir se prononcer.

Une trentaine de clients ont livré des commentaires personnels sur la démarche présentée à travers l'enquête dont des extraits figurent dans l'encadré 2. Dans l'ensemble, les avis sont plutôt favorables à une action préventive en points de vente de JAH. Cependant le besoin de

confidentialité est pointé à plusieurs reprises. Certains soulignent la difficulté pour les joueurs problématiques de se prendre en main, d'autres incriminent l'accessibilité des jeux d'argent.

Encadré 3. Commentaires de clients sur le principe d'intervention précoce en PV de jeux d'argent (extraits)

- « Approche constructive et porteuse. », « Très bonne initiative »
- « Bonne démarche pour les gens qui ont besoin. Ça peut aider des gens à sortir de leur calvaire. »
- « Par souci de confidentialité, les personnes en difficulté peuvent avoir des difficultés à aborder le sujet.. Il devrait exister des lieux comme pour les alcooliques anonymes. Dans le point de vente, il faut juste dire que ça existe... Après, on ne peut pas forcer les gens. »
- « Ambivalent, la présence pourrait être utile pour certains mais pas pour tous. Pas facile d'imaginer quelqu'un sur le lieu de jeu. »
- « La personne dans le lieu de jeu : au cas par cas, en fonction de la personne en difficulté mais pas un habitué du lieu. Une personne neutre vis-à-vis du lieu, avec un regard neutre. Renforcer le côté humain, relationnel. »
- « C'est difficile de se déplacer vers quelqu'un quand on a un problème. (...) »
- « Un joueur en difficulté, c'est comme une drogue, il ne changera pas. »
- « C'est à la Française des jeux de payer »
- « Je joue beaucoup mais si je perds je m'arrête quelques jours, et je fais autre chose. C'est dur puis ça passe. »
- « Cela serait peut-être mieux de ne plus vendre de jeux de hasard et de les interdire, personnellement je pense que c'est un impôt pour les pauvres ou un racket légalisé. »
- « (...) Les messages sur la télé, c'est comme les informations sur les paquets de cigarettes, sur les bouteilles : quelle hypocrisie ! »
- « Trop de pub et incitation à jouer, souvent des nouveaux jeux »

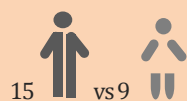
Acceptabilité du principe d'intervention précoce en PV parmi les détaillants

Des salariés et gérants connaisseurs des JAH ont répondu à l'enquête (cf. Encadré 4).

Encadré 4. Rappel sur le public de détaillants (cf. détails dans la section « Méthodologie de l'évaluation »)

24 détaillants répondants

9 gérants (47 %)
et 15 salariés (44 %)



Bordeaux : 9 ;
Provins : 13 ;
Valenciennes : 2.

23 sont des connaisseurs en matière de JAH, 20 travaillent en continu ou non au comptoir dédié

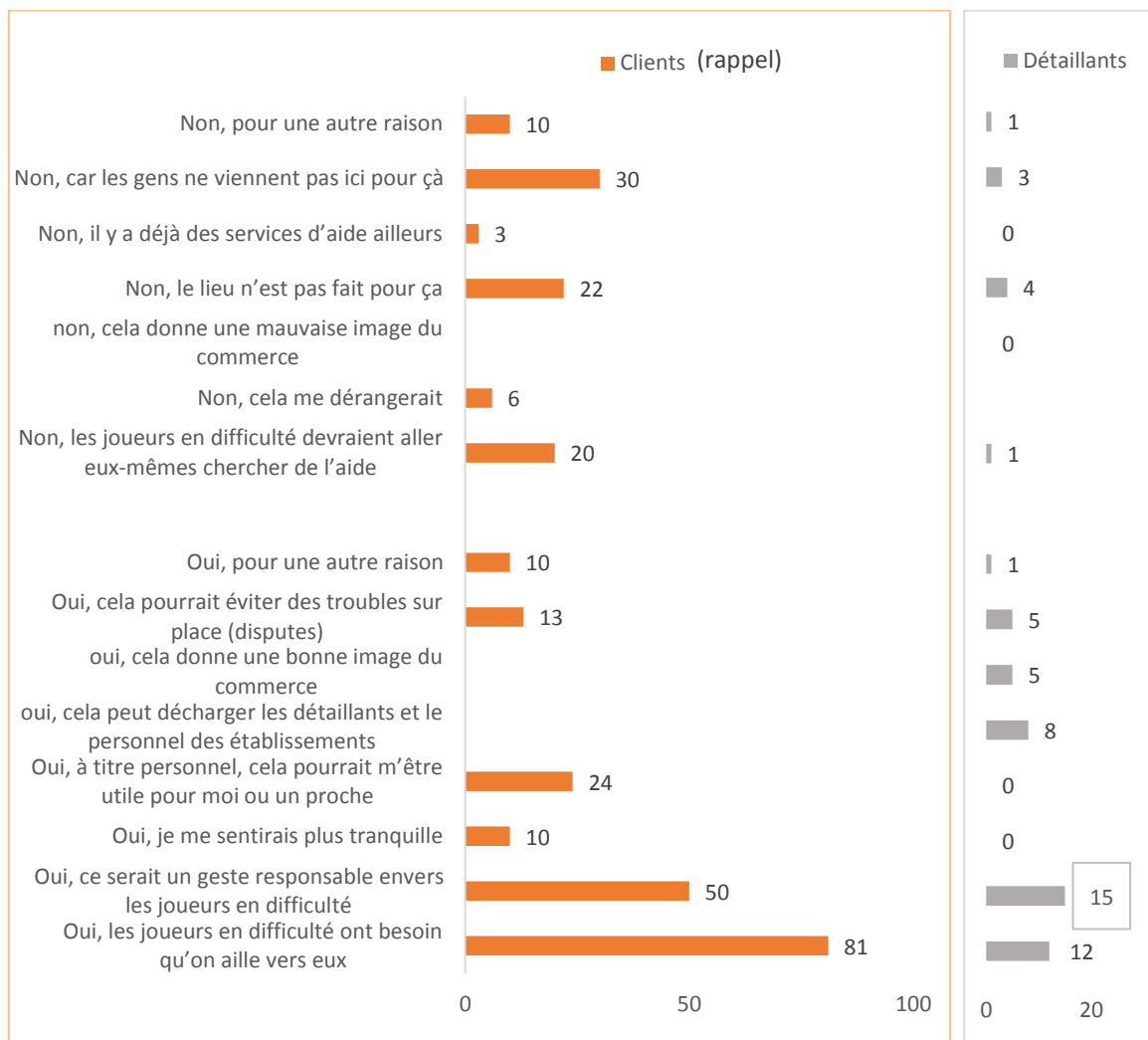
| Expérience dans le secteur bars-JAH | Salariés | Gérants |
|-------------------------------------|----------|---------|
| depuis un an ou moins | 6 | 1 |
| depuis 2 à 5 ans | 4 | 2 |
| depuis 6 à 10 ans | 3 | 2 |
| depuis plus de 10 ans | 2 | 4 |

Des détaillants plutôt favorables à de la prévention en points de vente

Si 21 des 24 détaillants répondants reconnaissent que des difficultés financières peuvent toucher certains joueurs, la moitié d'entre eux estiment que la pratique des JAH puisse générer des problèmes relationnels. Appelés à s'exprimer quant à une liste d'avantages et d'inconvénients potentiels, les détaillants pointent davantage de « pour » que de « contre » (Figure 5). Les arguments les plus souvent avancés, par des gérants comme des salariés, sont le besoin des joueurs problématiques de recevoir une aide proactive (cité 15 fois) et le caractère responsable d'une telle initiative (10). Sur ces deux aspects, leurs avis rejoignent ceux exprimés par les clients.

Cinq détaillants, dont un gérant, expriment des avis négatifs dépeignant l'incongruité du lieu à leurs yeux pour accueillir une démarche préventive liée au jeu problématique ou arguant que les clients ne s'inscrivent guère dans cette perspective lorsqu'ils se rendent dans le PV. Ces deux types de réticences sont également celles les principales invoquées par la clientèle.

Figure 5. Bien-fondé d'une aide occasionnelle en points de vente envers les joueurs en difficulté, selon les clients (rappel) et les détaillants



Source : OFDT, 2018

Figure 6. Avis général sur le principe d'une aide occasionnelle en PV envers les joueurs en difficulté



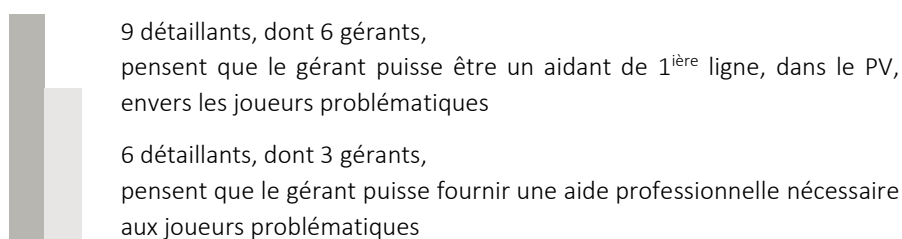
Source : OFDT, 2018

Au final, tous les gérants, à une exception près, et la moitié des salariés disent adhérer à une intervention en point de vente à des fins préventives (Figure 6). Cet accueil majoritairement favorable peut être mis en lien avec le fait que les gérants s'étaient portés volontaires pour

expérimenter une telle démarche dans leur établissement. Cependant, trois salariés se déclarent plutôt opposés au principe et quatre autres, ainsi qu'un gérant, ne parviennent guère à se positionner sur le sujet.

Un rôle à tenir envers les joueurs en difficulté avec le jeu

La plupart des détaillants (20 sur les 24) estiment que la prise en charge du jeu problématique relève en premier lieu du secteur socio-sanitaire, en particulier de celui de l'addictologie, et en second lieu des proches des joueurs. Neuf affirment que cette responsabilité incombe à la FDJ. Seuls six détaillants - dont trois gérants - envisagent que le gérant du point de vente puisse tenir un rôle dans l'aide fournie aux personnes en difficulté avec le jeu. Cependant, les deux tiers des gérants conviennent qu'ils soient bien placés pour assurer le premier pas vers les joueurs en difficulté dans le bar (leur signifier le besoin de réduire les mises ou de s'orienter vers une aide professionnelle).



Source : OFDT, 2018

Une entente cordiale entre détaillants FDJ et BASS

Tous les gérants et les deux tiers des salariés (soit 18 détaillants) déclarent avoir été bien informés de l'expérimentation engagée dans leur établissement en partenariat avec les BASS. La plupart identifie bien le statut de ces intervenantes et la ville où elles exercent. Cependant, en fin de projet, six détaillants (tous de la région parisienne) ignorent que les intervenantes croisées sur le point de vente travaillent dans un centre spécialisé dans les addictions dont quatre, y compris deux gérants, sont persuadés qu'elles sont des salariés de la FDJ.

Lors de ces neuf mois d'expérimentation, une vingtaine de détaillants ont eu l'occasion de discuter avec les BASS de leur métier en bar-tabac ou des jeux d'argent en général. Une dizaine d'entre eux ont abordé plus précisément l'intervention des professionnelles du CSAPA en PV. Tous conservent un souvenir plutôt positif de leurs discussions avec ces professionnelles de l'addictologie. Seuls deux salariés indiquent ne pas avoir échangé avec elles. Ces échanges ont été instructifs selon une vingtaine de détaillants qui ont ainsi mieux appréhendé la nature des problèmes parfois liés aux JAH ainsi que la teneur de l'intervention précoce en PV.

Huit des neuf gérants et huit salariés se souviennent avoir évoqué le cas de certains joueurs en difficulté. Dans ce contexte, 12 détaillants dont sept gérants, ont orienté les BASS vers des joueurs en particulier. Ainsi, une à 12 personnes ont été « signalées » selon les établissements, soit sept en moyenne. Parmi les détaillants qui n'ont pas signalé de client, quatre salariés estiment que tel n'était pas leur rôle et les autres précisent ne pas avoir été invités à le faire ou simplement ne pas y avoir pensé.

Avant de démarrer leur action en PV, les BASS ont informé les neuf gérants de la façon dont elles procéderaient auprès de la clientèle (écoute active, non directive, sans jugement). Dans la moitié des cas, les gérants déclarent s'être entendus avec les BASS sur l'approche adoptée. Une dizaine de détaillants, dont cinq gérants, ont aussi pu convenir avec elles des moments (jours, heures) où elles se présenteraient dans les PV. Dans le cadre de ces échanges informels, trois gérants du site francilien et un de Bordeaux ont eu le sentiment d'assister les intervenantes dans leur tâche.

De leur point de vue, une démarche qui « passe bien » auprès des clients

Les détaillants ici interrogés travaillent pour la plupart avec une clientèle d'habituels. Douze d'entre eux parviennent à estimer que le nombre de joueurs problématiques fréquentant leur établissement se situe entre 1 et 5. Huit en comptent plus de 5.

Parmi ces professionnels, 14 ont le sentiment que la moitié au moins de leurs clients se sont guère aperçus de l'expérimentation en cours, huit pensant même que la plupart de la clientèle ne s'est rendu compte de rien. Sept détaillants jugent que la plupart de ces joueurs en délicatesse avec le jeu ont été abordés par les BASS dans le PV (Figure 7). Huit considèrent que certains seulement des joueurs problématiques ont été approchés et quatre jugent qu'aucun de ces clients n'a été atteint dans le cadre de l'expérimentation.

Nombre d'entre eux ont cependant reçu des questions de la part de clients sur la présence des BASS. Ces remarques étaient le plus souvent neutres (12) ou plutôt positives (5). Rares sont ceux qui se souviennent de commentaires négatifs ou gênés (3). Ainsi, la majorité des détaillants jugent que, dans l'ensemble, leur clientèle a bien accepté la démarche des BASS. Seuls trois pensent que l'adhésion a été mitigée parmi les clients et trois autres ne sauraient se prononcer sur ce point.

Figure 7. Atteinte des joueurs problématiques par les BASS, selon les détaillants



Source : OFDT, 2018

Les détaillants portent un regard plutôt bienveillant sur l'expérimentation. Six considèrent qu'elle a été plutôt propice à l'ambiance du lieu et quatre – trois gérants et un salarié à temps plein – jugent que cela les a même aidés dans leur travail. Un gérant exprime le regret de ne pas avoir pu constater d'évolution parmi au moins un joueur et souligne l'ambiguïté de la prévention du point de vue du commerçant, astreint à des objectifs de vente. Un autre s'interroge sur l'efficacité d'une démarche préventive si le joueur n'est pas par lui-même en demande d'une aide extérieure.

Au final, 19 des 24 détaillants, dont l'ensemble des gérants, se disent favorables à la reconduction d'une telle initiative dans leur PV. Parmi eux, trois salariés apporteraient cependant des changements, suggérant davantage de temps de présence dans l'établissement ou un autre profil d'intervenants que des spécialistes des addictions. Enfin, cinq se disent indifférents.

Leçons tirées sur les principes d'intervention

En fin de projet, un groupe de discussion dirigée (focus group) a rassemblé les BASS sur deux jours et les directeurs de CSAPA sur la première journée afin de recueillir leurs retours d'expérience. À l'issue de ces réunions, les participants ont transmis les éléments forts qu'ils retenaient au regard de la théorie d'action (du modèle logique), des composantes théoriques et pratiques validées, de la façon dont ils projettent la proactivité envers les joueurs problématiques à l'avenir.

Dans ce cadre, outre les aspects organisationnels traités par l'évaluation interne (formation, recrutement des PV, temps de présence et de coordination, etc.), les hypothèses de travail et la pertinence des objectifs ont été réinterrogées. L'analyse issue de ces divers matériaux rapportée aux lignes stratégiques de l'expérimentation est résumée ici.

Réalisme et réalité de la rencontre des mondes

L'expérimentation met en lumière qu'un dialogue paisible est possible entre les professionnels de la vente de JAH et ceux de l'addictologie. Ce colloque semble susceptible de défaire d'éventuelles représentations négatives reportées sur l'une ou l'autre de ces parties. Il apparaît alors faisable que les deux univers professionnels puissent se rallier dans la construction d'une communauté d'intérêts autour du jeu responsable. Les rencontres ainsi initiées entre détaillants FDJ et BASS sont perçues comme l'ébauche d'un travail d'acculturation que les professionnels de CSAPA auraient à cœur de consolider.

Le premier niveau d'analyse de perceptions offert par l'enquête menée auprès de la clientèle des PV participants indique que joueurs et non joueurs sont plus nombreux à accueillir favorablement le principe d'une aide proactive en faveur des personnes en difficulté avec le jeu qu'à s'y opposer. Cet « aller-vers » est désigné par un grand nombre comme un geste responsable, en réponse à un besoin.

Faisabilité du repérage des joueurs problématiques

Les professionnels des trois sites confirment leur capacité à repérer sur les lieux de vente les joueurs ayant des pratiques problématiques de jeu, validant ainsi la première hypothèse de travail. Parfois, les détaillants FDJ ont pu leur indiquer des clients identifiés comme problématiques. Cependant l'un des sites évoque l'existence parmi les usagers et les détaillants des PV de représentations discriminantes sur les joueurs problématiques (bénéficiaires de prestations sociales, ayant des problèmes d'alcool, etc.). Si ces stigmatisations peuvent remplir une fonction défensive chez certains, afin de ne pas être assimilés aux joueurs problématiques, elles sont de nature à freiner ou abrégé les entretiens individuels avec les BASS.

Des discussions générales mais peu de place pour des échanges personnels posés propices à une orientation

La posture empathique et de non-jugement adoptée par les BASS semble forger un climat favorable au dialogue car de nature à abaisser la crainte d'une stigmatisation ou d'un discours moralisateur chez certains joueurs. Cette attitude a permis aux professionnelles de l'addictologie d'engager une discussion avec les groupes de joueurs et d'expliquer leur statut et leur métier. Par ce biais, le public peut prendre conscience de l'existence des CSAPA et de l'offre de services ainsi disponible face aux problèmes de jeu.

En revanche, les BASS conviennent de la difficulté à construire des dialogues plus approfondis au-delà des conversations générales, ne serait-ce que parce qu'un échange en face-à-face peut devenir révélateur d'un problème aux yeux de tous dès lors que les missions des BASS sont identifiées. Malgré les relations cordiales et le climat de confiance que les BASS ont su instaurer, les PV n'offrent guère d'espace confidentiel adapté pour mener un entretien motivationnel ni même une discussion personnalisée. Outre le risque de stigmatisation des personnes, ce manque de confidentialité soulève un autre problème de fond, s'opposant au postulat historique de l'anonymat de la prise en charge addictologique. Cet aspect devra être pris en compte si des modalités d'intervention auprès des joueurs sont poursuivies.

Par ailleurs, les BASS ne sont pas parvenues à entrer en contact avec les joueurs enfermés dans des pratiques de jeu compulsives qui les isolent de leur environnement et obèrent toute tentative de dialogue. Pour ces personnes, qui sont pourtant un public prioritaire, le temps passé dans le point de vente, exclusivement voué au jeu, n'offre pas les conditions propices à une réflexion introspective.

En conclusion, les BASS s'accordent à récuser l'hypothèse selon laquelle le PV peut offrir un cadre propice à l'échange individualisé sur le jeu problématique. Cette position soutient la réorientation de la finalité de l'intervention en points de vente.

Une plus-value davantage perceptible auprès du public de détaillants

L'expérimentation a offert une possibilité de dialogue entre des acteurs professionnels qui ne s'étaient jusqu'alors pas rencontrés. L'échange a permis d'aborder les dualités perçues : lorsque le détaillant FDJ tente de tempérer les envies de jouer de certains clients en contradiction, a priori, de ses objectifs commerciaux et financiers ; lorsque les BASS se présentent comme une aide face au jeu problématique tout en étant introduit par l'un des fournisseurs de JAH et en étant, parfois, assimilé à lui.

Au regard des contraintes de temps et environnementales, la réflexion a pu être partagée avec les détaillants autant si ce n'est davantage qu'avec les joueurs au sein de la clientèle. Pour ces derniers, la plus-value des visites est peu perceptible. Le manque de vision concrète des bénéfices pour le public-cible et le caractère chronophage du processus testé interrogent les opérateurs sur la pertinence d'une reconduction de l'expérience « à l'identique ». Tout en étant conscientes de l'intérêt d'une observation de terrain des pratiques de jeu et des facteurs intervenant dans la prise de risque en matière de JAH, c'est auprès du public de détaillants FDJ (gérants et salariés) que les BASS ont le mieux perçu l'utilité de leur action.

Difficile gestion du temps

Sur les trois sites, les intervenantes des CSAPA ont rapporté des situations variées à propos du nombre d'ETP imparti à leur mission générale « addictions sans substance » – du mi-temps au temps plein – et du nombre de salariés assignés à ce poste. Quoi qu'il en soit, la temporalité requise pour installer et maintenir un lien de confiance avec des joueurs problématiques – pour les conseiller, voire faire s'exprimer les besoins en matière de prise en charge médicosociale – s'avère difficilement conciliable, au moyen terme, avec les autres missions des BASS. Les opérateurs s'accordent sur le caractère chronophage des visites en PV mais il convient de souligner que cette perception a pu être accentuée par le temps accordé à l'évaluation externe (passations des questionnaires). Au-delà d'une période de démarrage qui requerrait une relative fréquence des temps d'échange et de collaboration, il apparaît judicieux de prévoir l'allègement ou espacement des temps d'interventions, pour la soutenabilité du processus.

L'expérimentation a respecté un certain phasage. Dans les premiers mois, les BASS se sont rendues dans les PV comme observatrices. Cette posture leur a permis d'initier de façon non intrusive la collaboration avec les détaillants. Cela a été également l'occasion de (re)découvrir certaines facettes de la réalité du jeu problématique : les facteurs socio-environnementaux des conduites addictives connexes d'alcool et de tabac, l'exposition à l'offre de JAH (et d'alcool et de tabac) ainsi que les sollicitations externes de la « communauté ». Par la suite, la ritualisation instaurée grâce à des visites régulières, hebdomadaires, a contribué au repérage des BASS. Enfin, la période de passation des questionnaires d'évaluation a requis des déplacements réguliers dans les établissements et a généré de nombreux nouveaux contacts avec des joueurs.

Cependant, au-delà de la phase d'observation – qui a revêtu un intérêt certain, d'ordre ethnographique, pour les intervenantes – le coût-bénéfice des visites en PV s'est réduit. En effet, de nombreux temps de latence ou de discours peu « ciblé » sont rapportés, inhérents à une démarche exploratoire « en retenue », qui se veut proactive sans être intrusive.

Des établissements souvent trop éloignés

À l'issue de la sélection des PV effectuée par les commerciaux ou responsables de secteurs de la FDJ, les BASS de sites nordiste et francilien ont été amenées à se déplacer dans des établissements relativement éloignés du CSAPA, au prix de longs temps de trajet. Outre la difficulté pratique pour les BASS, cet éloignement est de nature à freiner les éventuels recours de la part des personnes rencontrées en PV qui, pour beaucoup, vivent à proximité de l'établissement, notamment en zones rurales ou péri-urbaines.

Maintien des aspects collaboratifs (évaluation interne)

Tous les opérateurs soulignent la pertinence et l'utilité des modalités collaboratives mises en œuvre par le coordinateur national (Fédération Addiction) :

- la formation intersectorielle (FDJ-Fédération Addiction) de 5 jours préalable aux visites en PV ;
- les groupes opérationnels bimensuels permettant les échanges sur les pratiques et la construction concertée du projet ;
- le comité de pilotage national faisant le lien entre commanditaires et opérateurs.

Ces éléments de processus sont étayés par l'évaluation interne.

Six axes de recommandations issus de l'évaluation

L'évaluation permet de distinguer les principaux axes à amender dans la perspective de la reconduction ou du transfert de ces modes d'intervention en PV.

1. Rationaliser davantage le temps et les objectifs des BASS dans l'intervention précoce en PV

En plus de leurs aptitudes à l'écoute, à l'empathie et à la relation d'aide, leur bonne connaissance des problématiques d'addiction et des approches motivationnelles font des BASS des interlocuteurs-clés pour porter une démarche de sensibilisation auprès de joueurs en PV mais aussi auprès des commerçants des JAH.

Cependant, les témoignages sur le difficile cumule de l'expérimentation et des missions générales des BASS appellent à mieux rationaliser les temps consacrés à l'intervention en PV. Il s'agirait de minimiser la dispersion géographique (cf. recommandation suivante) et d'alléger leur temps d'intervention/sensibilisation. Le phasage de l'action selon des objectifs et des temps d'intervention adaptés apparaît judicieux. Ainsi, après la période initiale d'information et d'acculturation requérant des interventions relativement fréquentes, celles-ci pourraient être organisées de façon plus ponctuelle voire à la demande.

Si l'objectif de sensibilisation des joueurs est maintenu, les créneaux d'intervention – horaires, hebdomadaires, mensuels ou d'opportunité – doivent être réfléchis, afin d'optimiser les chances de contacts avec les joueurs problématiques, en amont des moments les plus critiques : par exemple, les jours de grand tirage, en fin de mois (au versement des salaires) ou les soirs de grands matchs.

La réflexion sur les temps et les moments d'intervention en points de vente doit prendre en compte l'intérêt démontré d'une ritualisation des visites pour le repérage des BASS par les clients. Le respect d'une certaine régularité des « rendez-vous » est essentiel pour permettre l'anticipation éventuelle d'une rencontre avec un professionnel de CSAPA. Cette ritualisation ne semble pas exiger une fréquence ni un volume de temps fixes des visites. Elle paraît conciliable avec le phasage précédemment mentionné.

Cette rationalisation apparaît essentielle pour la faisabilité de l'intervention sur un nombre raisonnable de sites, pour un surcoût acceptable de la première année d'engagement (financier et en temps assigné) et pour la viabilité du modèle ergonomique et économique des années suivantes.

2. Recentrer l'action autour des détaillants : créer le lien et mieux les outiller

L'implication des détaillants s'est révélé un levier majeur de l'intervention des BASS dans les points de vente. L'expérimentation a permis pour la plupart des protagonistes une première rencontre entre professionnels des deux univers, celui des « jeux de comptoir » et celui des soins en addictologie. Il a été possible pour ces acteurs de dialoguer : de mieux faire connaître l'objectif de

réduction des risques, qui rejoint le principe de jeu responsable, d'évoquer la complexité du discours de « modération » dans le lieu d'exposition aux JAH et à d'autres produits potentiellement addictifs, dans leur situation respective (cf. « Une plus-value davantage perceptible auprès du public de détaillants »).

À l'issue de l'expérimentation, c'est auprès de ces détaillants, gérants et salariés, que les BASS envisagent plus volontiers d'approfondir le travail de sensibilisation et d'attache. Cependant une telle réorientation implique l'adhésion des détaillants quant au rôle d'acteurs-relais qu'ils auraient à endosser auprès de clients en difficulté avec le jeu.

3. Privilégier une logique de proximité

L'éloignement des PV par rapport aux CSAPA de Valenciennes et de Provins a généré d'importants temps de déplacement au détriment, selon les témoignages, du temps d'intervention et d'autres missions des BASS. En outre, cette distance amenuise les chances de certains clients de se rendre dans le CSAPA. En effet, les clients des PV sont le plus souvent des habitués vivant à proximité de l'établissement, qui peuvent rencontrer des difficultés à se déplacer, du moins à l'échelle du département, en particulier en zones rurales.

Afin de faciliter les recours, il est important de privilégier un travail de proximité et de parer aux possibles difficultés de mobilité. Ceci appelle à privilégier des PV géographiquement proches du CSAPA référent ou à consolider le partenariat avec d'autres CSAPA locaux pour orienter les joueurs problématiques vers la ou les structures les plus accessibles.

4. Travailler à une synergie d'acteurs

La nouveauté de la démarche dans ces lieux d'intervention particuliers que sont les PV (à l'interface de l'espace privé et de l'espace public) appelle à approfondir la réflexion sur le ou les profils d'acteurs à même d'accompagner les joueurs dans la prise de conscience des aides disponibles ou de collaborer à cet objectif. Pour optimiser l'information des joueurs en délicatesse sur les aides existantes, il apparaît pertinent de prendre des dispositions complémentaires, qui s'inscrivent en relai des visites des BASS, d'autant plus si le nombre de ces visites doit diminuer par rapport aux expérimentations de 2016 et 2018.

On peut imaginer qu'un relai puisse être assuré par un « médiateur » entre les joueurs et les BASS, afin réduire le coût (budgétaire et temporel) de l'implication des salariés de CSAPA. Plusieurs profils de protagonistes peuvent se compléter afin de concilier les contraintes de temps et stratégies d'approches. Lors de la première phase de l'expérimentation, ce rôle était tenu par des jeunes en service civique, dont le taux horaire d'indemnisation était inférieur au taux horaire salarial des BASS. On peut également imaginer que des acteurs communautaires, tels que des détaillants ou des habitués des PV, acceptent de jouer un rôle de « sentinelle » et d'acteur-relai. Cependant, la première phase a mis en évidence que la sensibilisation des joueurs et des détaillants ne pouvait pas reposer sur les seules épaules de tels intermédiaires. Leur implication devrait donc s'inscrire en soutien des interventions de sensibilisation des BASS – concomitamment, dans le cadre d'un binôme mixte (BASS-acteur-relais), ou séparément – et non en remplacement.

Au regard des expériences antérieures de prévention des risques, la mise à disposition en PV de supports d'information, flyers ou brochures, peut s'avérer un moyen simple d'assurer. Le cas échant, l'emplacement de ces matériels devra être soigneusement choisi, afin de garantir à la fois leur visibilité et une certaine discrétion (en bilan du groupe opérationnel, les toilettes des lieux de ventes ont été citées parmi les emplacements remplissant ces conditions).

5. Clarifier différents niveaux de transférabilité, en distinguant les ressources durables des moyens extraordinaires ponctuels

Les coordinateurs doivent discerner quelles sont les activités à la portée de tout CSAPA doté d'un BASS, dans le cadre des budgets de fonctionnement et ressources régulière, sans crédit ad hoc, et

dans l'hypothèse de moyens constants. Ces activités incluent l'intervention en PV et la sensibilisation auprès du réseau professionnel des JAH sur l'offre de soin disponible.

Parallèlement, il leur faut discerner les mesures et moyens « extraordinaires », ponctuels, requis pour un déploiement optimal du dispositif, notamment les coûts de démarrage (en temps et budgétaire) en matière de formation et de coordination et de suivi.

6. Communiquer auprès des professionnels de la distribution des JAH et de l'addictologie, afin de poser les bases de partenariats locaux

Un travail d'information et de sensibilisation auprès du réseau FDJ contribuerait utilement à la visibilité et à la pertinence des services de soins spécialisés. Les formations des gérants des points de vente ou des commerciaux et responsables de secteurs FDJ peuvent offrir un cadre approprié pour une telle démarche. Il peut s'agir aussi pour les BASS de participer à certaines tournées du responsable de secteur afin de se présenter, d'explicitier la coopération possible entre professionnels de la vente de JAH et professionnels du soin.

Ce travail de communication permettrait d'abaisser d'éventuels préjugés, de comprendre les périmètres respectifs et de poser les premiers jalons d'une acculturation mutuelle progressive quant aux déontologies et métiers de chacune des parties. Une telle étape paraît nécessaire à un meilleur maillage entre détaillants FDJ et BASS. Les instances de représentation syndicale peuvent constituer des relais d'opinion potentiels pour soutenir un tel rapprochement.

La restitution des enseignements tirés des expérimentations pilotes de 2016 et 2018, par exemple par voie d'articles ou par le biais de réunions ad hoc, participerait à la promotion d'une telle démarche. La communication devrait s'adresser aux CSAPA locaux comme aux agents FDJ, afin de favoriser un travail de réseau et de proximité.

Conclusions

Un gain quant à la possible entente entre les mondes des JAH et de l'addictologie mais des modes d'intervention qui demeurent à ajuster

Les parties prenantes réunies autour de l'expérimentation ont fait le pari audacieux de la rencontre entre deux mondes qui se sont jusqu'alors ignorés, mus par des philosophies et des logiques professionnelles pour le moins contrastées. Cependant les injonctions faites au secteur commercial du JAH de déployer la prévention du jeu problématique et à celui de l'addictologie de développer les capacités de prise en charge des joueurs problématiques préfiguraient l'émergence d'intérêts communs dans le champ de l'intervention précoce. Dans le cadre de la présente expérimentation, faire venir des professionnels de l'addictologie dans des points de vente (PV) de jeux d'argent n'en demeure pas moins une démarche innovante et courageuse à plus d'un titre de la part des deux camps. Les détaillants de 14 PV ont accepté d'accueillir des binômes « addictions sans substance » (BASS) dans un contexte installé de polémique sur l'éthique de la vente de produits et substances potentiellement addictifs (alcool, tabac et JAH). Les BASS se sont rendues sur un terrain inexploré en adoptant une posture inaccoutumée d'observation et de sensibilisation discrète, très « en retenue » en comparaison aux approches motivationnelles généralement mises en œuvre dans un cadre de consultations confidentielles.

De l'innovation naissent des pistes prometteuses et surgissent nécessairement des limites. L'analyse des modalités expérimentées met en lumière des aspects positifs mais aussi certaines limites qui appellent à affiner le schéma d'ensemble et ne soutient guère leur transfert selon une configuration strictement identique.

Les résultats de l'évaluation tendent à valider l'hypothèse qu'un « aller-vers » dans les « écosystèmes » particuliers des points de vente de JAH peut créer une passerelle entre le monde du jeu et celui du soin en addictologie. L'expérimentation a constitué une opportunité d'échange

entre BASS et détaillants sur la réduction des risques et le relais que les CSAPA peuvent assurer pour la prise en charge des joueurs problématiques.

L'intervention des professionnelles de CSAPA a reçu un accueil plutôt favorable de la part des détaillants comme de leurs clientes. Les professionnels de l'addictologie sont considérés comme des interlocuteurs-clés pour aider les joueurs problématiques, voire pour s'adresser à eux en PV, aux yeux des détaillants comme à ceux des clients.

La majorité des détaillants se disent plutôt favorables à la poursuite d'une démarche préventive avec le concours de spécialistes de l'addictologie. En effet, une telle approche constitue à leur yeux un geste responsable et elle remporte d'autant plus leur adhésion que, dans l'ensemble, la présence discrète des BASS dans les PV a été plutôt bien accueillie par les clients ou, au pire, inaperçue.

Parmi les 175 clients interrogés, un tiers (62) reconnaissent les BASS, les joueurs intensifs un peu plus souvent que les autres (13 sur 34 ont remarqué les BASS, soit quatre sur dix), 29 (17 %) déclarant avoir déjà discuté avec l'une des intervenantes dans le PV. Au final, 30 clients (17 %) identifient bien le statut de soignantes, indépendantes de la FDJ, des BASS.

Néanmoins, la discussion avec les joueurs peut difficilement s'engager sur des aspects personnels et motivationnels, si bien que le temps du projet (les visites se sont déroulées dans une période de 9 mois) n'a pas permis de constater un meilleur recours au CSAPA de la part du public-cible. **Face à ces constats, c'est auprès des détaillants, gérants et salariés, que les BASS envisagent plus volontiers d'approfondir le travail de sensibilisation et d'attache.**

Dans la mesure où les modalités optimales ne sont pas encore stabilisées, il semble opportun que le pilotage maintienne des dispositifs de suivi afin de mieux cerner les bonnes pratiques en matière d'intervention préventive en points de vente de JAH.

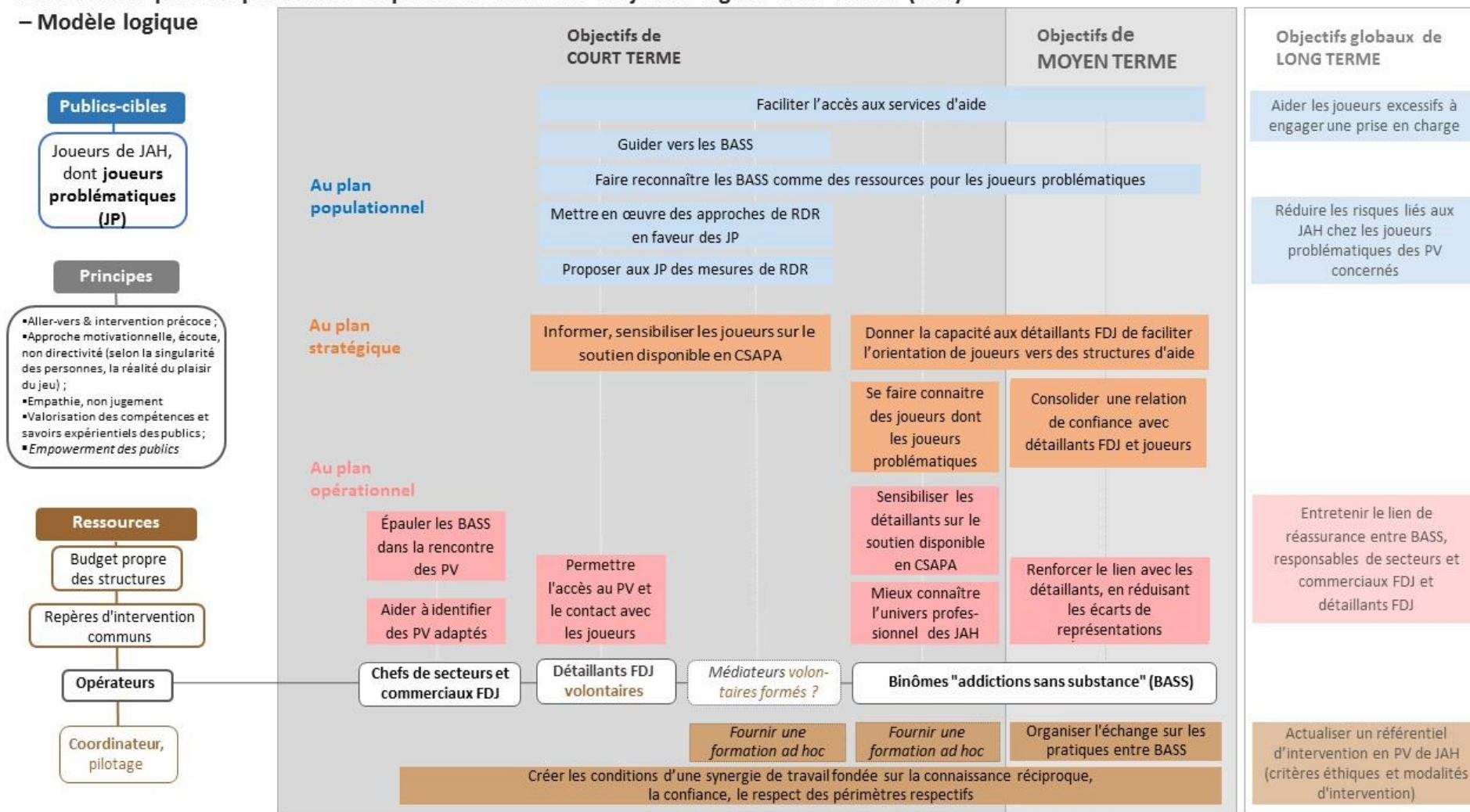
Modèle logique révisé selon les recommandations de l'évaluation

Le modèle logique projeté à la lumière des recommandations précitées recentre les objectifs populationnels et stratégiques davantage sur le public des détaillants FDJ, qui seraient alors en situation d'endosser un rôle d'acteurs-relais.

Figure 8. Modèle logique révisé selon les recommandations de l'évaluation indépendante

Intervention précoce préventive en points de vente sur les jeux d'argent et de hasard (JAH)

– Modèle logique



Références

- Beck F., Guignard R., Richard J.-B. (2014) Usages de drogues et pratiques addictives en France. Analyses du Baromètre santé Inpes. Paris, La Documentation française, 256 p.
- Costes J.-M., Eroukmanoff V., Richard J.-B., Tovar M.-L. (2015) Les jeux d'argent et de hasard en France en 2014. *Les notes de l'Observatoire des jeux*, ODJ, n° 6, 9 p.
- Costes J.-M., Pousset M., Eroukmanoff V., Le Nézet O., Richard J.-B., Guignard R., Beck F., Arwidson P. (2011) Les niveaux et pratiques des jeux de hasard et d'argent en 2010. *Tendances*, OFDT, n° 77, 8 p.
- Costes J.M. (2019) La demande d'aide et le recours aux soins des joueurs problématiques en France.
- Mutatayi C. (2013) Cadre légal des jeux de hasard et d'argent. In: *Drogues et addictions, données essentielles*. Saint-Denis, OFDT, p. 198-201.
- Mutatayi C., Protais C., Martinez M. (2019) Cadre légal relatif aux addictions : les axes majeurs. In: *Drogues et addictions, données essentielles*. Paris, OFDT, p. 82-86.

Aller vers les joueurs en difficulté en points de vente de jeux d'argent et de hasard (JAH). Évaluation de modes d'intervention précoce en points de vente FDJ face aux pratiques de jeu problématiques

En 2017, une expérience pilote a été lancée sur 10 mois pour poser les bases d'une démarche « d'aller vers » dans 14 points de vente de la Française des jeux (FDJ) en faveur des joueurs problématiques de jeux d'argent et de hasard. Cette approche a reposé sur l'intervention directe de professionnels de l'addictologie (intervenants « Addictions sans substance ») en points de vente afin de créer une passerelle entre le monde des bars et le secteur de l'addictologie, de sensibiliser détaillants et joueurs sur le soutien disponible en CSAPA face au jeu problématique.

L'évaluation menée par l'OFDT interroge l'acceptabilité de cette initiative auprès des clients et des détaillants des points de vente impliqués. Elle dresse les enseignements tirés à l'issue de l'expérimentation quant aux principes d'intervention et formule un ensemble de recommandations dans la perspective de son renouvellement et de sa transférabilité.