

Utilisation du Big Data et manipulation des joueurs

Mai 2020

Il n'y a pas si longtemps, la distinction entre les jeux vidéo et les jeux d'argent était bien établie : les uns étaient basés sur la performance, les autres sur le hasard. La recherche « Jeux d'argent sur Internet en Suisse » montre que cette distinction s'estompe petit à petit, laissant place à une sorte de continuum dans lequel se mélangent différentes choses : argent, habileté, hasard et un nouveau venu, le Big Data.

1 Comment les éditeurs utilisent-ils le Big Data pour manipuler les joueurs ?

La littérature scientifique recensée dans l'étude « Jeux d'argent sur Internet en Suisse » présente quelques exemples de techniques de monétisation particulièrement prédatrices utilisées par les éditeurs de jeux : ceux-ci peuvent en effet utiliser les données d'historique de jeu, à l'insu des joueurs, pour individualiser les offres qui leur sont proposées, les prix et mêmes les adversaires qu'ils rencontrent dans le jeu, ceci afin de maximiser la probabilité de provoquer des dépenses [1].

Cette utilisation des données personnelles du joueur à des fins marketing peut prendre plusieurs formes : par exemple, Activision, l'éditeur du célèbre jeu « Call Of Duty », a obtenu un brevet aux Etats-Unis permettant d'utiliser les données des joueurs afin de stimuler les micro-transactions. Par exemple, si un joueur consulte souvent la page d'une arme qu'il n'a pas, le système breveté le fera jouer plusieurs fois contre des adversaires plus forts que lui et qui possèdent cette arme. Le joueur, constatant qu'il perd systématiquement contre cette arme, finira très probablement par se l'acheter [2]. D'autres chercheurs ont montré dans un article récent plusieurs autres techniques d'utilisation des données : les éditeurs peuvent ainsi aller jusqu'à manipuler les prix des contenus de jeu en fonction de votre probabilité de passer à la caisse, ainsi que la valeur de la devise du jeu. [3].

Focus sur les 'Loot boxes'

Ces éléments de jeu vidéo sont de véritables petites loteries qui incarnent la convergence croissante entre les jeux vidéo et les JHAL : au moyen d'un paiement – réel ou virtuel – le joueur ouvre une Loot box qui débloque de manière présentée comme aléatoire du contenu de jeu (armes, vêtements, gemmes, etc.). Bien que la plupart soient inoffensives, la recherche montre que le contenu de certaines Loot boxes n'obéit pas au hasard : là aussi, les données de jeu sont utilisées par l'algorithme qui est influencé par les comportements du joueur [2] [3]. Les joueurs interrogés dans le cadre du volet qualitatif de l'enquête « Jeux d'argent sur Internet en Suisse » ont déclaré être conscients de la proximité des Loot boxes avec les jeux d'argent, mais aucun n'était informé de l'utilisation des données de leur historique de jeu pour déterminer leurs chances de gain, et donc du caractère faussement aléatoire de ces Loot boxes (voir Factsheet Loot Boxes).

Un éditeur de jeu souhaitant rester anonyme expliquait que la manipulation pouvait même largement dépasser l'utilisation des données de jeu, puisque lorsque nous utilisons Internet, Google, Facebook, etc., nous produisons tout un tas de données sur nous, nos préférences, nos habitudes, qui sont achetées, vendues et échangées par les éditeurs de jeux [4]. Ce qu'on appelle la « AdTech industry » est spécialisée dans l'achat et la revente de données personnelles « raffinées ». En d'autres termes, la collecte massive de données via de nombreuses applications et leur croisement permet de constituer

un profil très précis de la personne. Ce profilage permet notamment d'analyser ou de prédire la situation économique mais également le comportement, les préférences, etc., de la personne déterminée et peut conduire à sa manipulation. En effet, avec de telles informations en leur possession, les opérateurs de jeux peuvent proposer du contenu individualisé basés sur les caractéristiques personnelles et les faiblesses du joueur, pour l'amener à jouer plus régulièrement et à dépenser de l'argent.

Le profilage est très critiqué pour les risques de manipulation des individus qu'il engendre et l'industrie qui le développe est mise sous pression dans certains pays. En Angleterre, l'autorité de protection des données leur a adressé un ultimatum [5] ; une plainte a été déposée en Norvège par l'organisation de protection des consommateurs [6]. Ces risques, soulevés dans la recherche « Jeux d'argent sur Internet en Suisse », ont été confirmés par le dernier rapport semestriel de MELANI paru le 30 avril 2020 : « lorsque ces données servent, en outre, à établir des profils de personnalité, elles leur permettent d'exercer sur nous une influence psychologique spécifique » [7, p.10].

2 Un marché peu régulé

L'ordonnance sur les jeux d'argent (OJAR) caractérise, à l'art. 77, ce qui est compris comme de la publicité outrancière et qui, à ce titre, doit être interdit. Parmi les éléments retenus figure « la publicité au moyen de notifications push utilisant le service de géolocalisation de l'appareil mobile du joueur ou d'autres formes de publicité par voie électronique s'adressant directement au joueur qui utilise un tel service de géolocalisation » (al. 2, let. d). Cette interdiction est une très bonne chose, car elle prend en compte une spécificité importante des smartphones : leur capacité à tracer nos déplacements dans le monde réel et à partager ces données.

Cependant, hormis cette exception notable, la loi sur les jeux d'argent (LJAR) et son ordonnance restent muettes sur les innombrables possibilités d'exploitation des données offertes par les technologies actuelles. Par exemple, il est possible de collecter son identifiant publicitaire unique (Android Ad ID par ex.) pour collecter des données sur la façon de jouer d'une personne tout en croisant ces informations avec d'autres données achetées (centre d'intérêt, voyages prévus, dépenses sur des sites de commerce en ligne, etc.).

En Suisse, il n'existe à l'heure actuelle pas encore de cadre légal des jeux vidéo, la régulation de ce marché étant actuellement laissée à la branche, qui se contente d'une information lacunaire à destination des joueurs. Une nouvelle loi sur la protection des mineurs en matière de film et de jeux vidéo a été mise en consultation en 2019 (LPMFJ) [8]. Cette dernière ne traite malheureusement pas des questions et risques liés aux micropaiements, achats intégrés, abonnements abusifs et autres, qui ont été malheureusement identifiés comme des problématiques ne méritant, a contrario, aucune action par le Conseil fédéral [9]. Les organisations de consommateurs reçoivent pourtant régulièrement des plaintes et des témoignages de parents confrontés à la problématique des achats intégrés dans les applications ou dans les jeux vidéo destinés à leurs enfants. Ces achats, qu'il s'agisse d'éléments cosmétiques ou servant à progresser dans le jeu, peuvent coûter extrêmement chers. Des parents réalisent, souvent trop tard et avec effroi, que leur facture de carte de crédit s'élève à une somme de trois voire quatre chiffres. A moins de réussir à invalider les paiements, ces montants pèsent lourdement sur leur porte-monnaie et constituent également un risque important d'endettement chez les jeunes.

Dans son rapport « Jeunes et médias » de 2015, le Conseil fédéral misait sur la sensibilisation des jeunes mais également sur la possibilité de prendre en compte, dans la classification par âge, l'existence ou non d'achats intégrés dans les jeux vidéo, ce qui n'a pas été repris dans le projet de loi LPMFJ. À l'heure actuelle, le projet de loi ne prend donc pas en compte les aspects de monétisation d'un jeu pour

déterminer si oui ou non il est adapté à un jeune de 15 ans ; ceci est paradoxal lorsqu'on constate que plusieurs de ces jeux vidéo intègrent des mécanismes de jeux d'argent et de hasard, et que ces derniers sont soumis à une limite d'âge de 18+ ans.

À ce jour, deux États européens, la Belgique et les Pays-Bas, ont interdit l'utilisation de certains types de Loot boxes payantes sur leur territoire. La Chine a quant à elle exigé des éditeurs qu'ils informent mieux le consommateur en indiquant clairement quelles sont les probabilités de gagner le bien virtuel désiré. Aux États-Unis, un projet de loi actuellement dans les tuyaux du Sénat demande l'interdiction des Loot boxes et autres fonctions « Pay to Win » des jeux à destination des jeunes âgés de moins de 18 ans [10].

3 Une loi suisse sur la protection des données peu utile

Le Parlement a entamé en 2017 la révision totale de la Loi sur la protection des données (LPD). La version actuelle date des années 90, avant qu'internet n'intervienne à chaque échelon de notre quotidien. La Suisse a été poussée à réviser cette loi suite à l'adoption du nouveau règlement européen sur la protection des données (RGPD), afin de bénéficier de la décision d'adéquation délivrée par la Commission européenne qui autorise l'échange de données entre la Suisse et l'Union européenne.

Le RGPD règle strictement les notions de consentement et de profilage dans son texte. Dans sa première mouture, le projet de révision de la LPD reprenait en partie le RGPD tout en l'assouplissant sur certains points, ce qu'ont regretté les associations de consommateurs et les défenseurs de la vie privée. Par la suite, le Parlement a affaibli davantage le projet après deux ans de débats en commission et plusieurs allers-retours entre les deux chambres, principalement autour des questions de profilage.

Le Conseil fédéral proposait que tout profilage implique le consentement exprès de la personne concernée. En d'autres termes, le consentement ne saurait être tacite (caché dans les conditions générales). Les Chambres ont successivement affaibli cette obligation et lors de la session de juin 2020, le Conseil des Etats se prononcera sur un concept juridique inconnu qui créera des débats interminables d'interprétation (le consentement uniquement *si le profilage aboutit à des données personnelles sensibles*).

En matière de jeux vidéo et de jeux d'argent, un consentement exprès en matière de profilage obligerait les éditeurs de jeux d'informer de manière honnête les consommateurs sur les données collectées et leur utilisation. Les joueurs seraient informés que leurs données personnelles sont utilisées, par exemple, pour influencer le jeu (à leur détriment le plus souvent) ou pour les pousser à dépenser leur argent. Malheureusement, les milieux économiques font un lobbying intense pour affaiblir fortement la protection des individus et leur voix trouve un écho favorable auprès de la majorité du Parlement.

4 Un défi pour la protection de la jeunesse

Les données que nous produisons en jouant, surfant sur Internet et 'likant' du contenu sur les réseaux sociaux sont une véritable mine d'or pour les éditeurs de jeux vidéo et de JHAL qui ont actuellement carte blanche pour les utiliser à des fins marketing. Si l'intégration d'éléments de jeux vidéo aux plateformes des JHAL en Suisse sont directement observables, ce n'est pas le cas de l'utilisation croissante du Big Data. Ce manque de transparence et de régulation est problématique dans la mesure où il permet aux opérateurs de jeu d'utiliser des techniques prédatrices pour pousser le consommateur à la dépense. Cet enjeu est particulièrement important dans le cadre de la protection de la jeunesse, l'utilisation du Big Data devant permettre aux opérateurs d'attirer la clientèle des *millennials*, génération

ultra-connectée présentant d'autres préférences et habitudes de jeu, également plus susceptible de développer des comportements de jeu problématiques, voir pathologiques.

Au vu de ces connaissances, il ressort que le cadre légal suisse, bien que récent, est partiellement déjà dépassé par ces possibilités technologiques. Ainsi, dans leur forme actuelle, ni la LJAR, ni la LPD ou la LPMFJ ne suffisent à protéger les joueurs, et particulièrement les jeunes.

Dès lors, nous ne pouvons qu'inviter les régulateurs à se saisir de la question du recueil et de l'utilisation des données personnelles des joueurs par les opérateurs de jeux, en particulier lorsque la nouvelle loi sur la protection des données aura été acceptée par le Parlement. Toutefois, en l'absence du cadre légal nécessaire, et les éditeurs de jeux étant des géants économiques dont le siège est à l'étranger, une action étatique sur le sujet risque de prendre beaucoup de temps. En l'état, l'information des consommateurs sur ces enjeux – de manière à ce qu'ils puissent se positionner et, le cas échéant, trancher à l'aide de leurs portemonnaies – semble la voie la plus réaliste. Dans son dernier rapport [11], le Forum européen des régulateurs de jeux d'argent (GREF), auquel la Suisse participe, arrive à une conclusion similaire et invite les autorités de protection des consommateurs à s'intéresser davantage à ces questions.

5 Sources

- [0] C. Al Kurdi, L. Notari, et H. Kuendig (2020). « Jeux d'argent sur internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo » (p. 206). GREA & Addiction Suisse, Lausanne.
- [1] D. L. King et P. H. Delfabbro (2018). « Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gambling disorder », *Addiction*, 113 (11), p. 1967-1969.
- [2] P. Naessens (2018). « Rapport d'enquête sur les loot boxes (BE) », *Commission des jeux de hasard*, Bruxelles.
- [3] D. L. King, P. H. Delfabbro, S. M. Gainsbury, M. Dreier, N. Greer et J. Billieux (2019). « Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective », *Comput. Hum. Behav.*, 101, p. 131-143.
- [4] E. Hodapp (2015, 16 sept.). « We Own You – Confessions of an Anonymous Free to Play Producer », *TouchArcade*.
- [5] S. McDougall (2020, 17 janv.). « Blog : AdTech – the reform of real time bidding has started and will continue ». *Information Commissioner's Office*.
- [6] F. Myrstad et O. H. Kaledstad (2020, 14 janv.). « New study: the advertising industry is systematically breaking the law ». *Forbrukerradet.no*.
- [7] Centrale d'enregistrement et d'analyse pour la sûreté de l'information MELANI (2020, 30 avril). « Situation en Suisse et sur le plan international : rapport semestriel 2019/2 ». Berne : Confédération suisse.
- [8] Conseil fédéral (2019, 15 mars). « Protection des mineurs en matière de films et de jeux vidéo : nouvelle loi en consultation ». *Communiqué du Conseil fédéral*.
- [9] Office fédéral des assurances sociales OFAS (2019). « Loi fédérale sur la protection des mineurs en matière de films et de jeux vidéo LPMFJ : Rapport explicatif sur l'avant-projet ». Berne : Département fédéral de l'intérieur.
- [10] G. Valdes (2019, 13 mai). « Zero chance it passes: Game analysts break down senator's anti-loot box bill », *VentureBeat*.
- [11] GREF (2019). « Synthèse des travaux du groupe de travail 'jeux en ligne' du GREF sur la mise en œuvre de la Déclaration des régulateurs de jeux d'argent à propos de leurs préoccupations sur la porosité des frontières entre jeux d'argent et autres formes de jeux ».

Cette fiche d'information a été rédigée par Robin Eyman (FRC), Camille Robert (GREA) et Christophe Al Kurdi (GREA). Elle accompagne la publication du rapport du GREA et d'Addiction Suisse sur les jeux d'argent sur internet [0] – téléchargeable sur www.grea.ch/rapport-jhal.