

# Curiosités addictologiques

DESC 2018

Dr EYZOP Emeline  
Service d'addictologie  
CHU Nantes



[emeline.eyzop@chu-nantes.fr](mailto:emeline.eyzop@chu-nantes.fr)



COMMENTARY

*Journal of Behavioral Addictions 4(3), pp. 139–141 (2015)*  
*DOI: 10.1556/2006.4.2015.023*

**Commentary on: Are we overpathologizing everyday life?  
A tenable blueprint for behavioral addiction research**

*Defining and classifying non-substance or behavioral addictions*

## Message clé

Se reporter aux critères de Goodman,

S'interroger sur les critères-clés : perte de contrôle, avec poursuite en dépit des dommages

et similitudes / autres addictions à mettre en exergue

# Critères de Goodman

## Quatre critères principaux (A, B, C, D):

A- impossibilité de résister à l'impulsion de s'engager dans le comportement ;

B- tension croissante avant d'initier le comportement ;

C- plaisir ou soulagement au moment de l'action ;

D- sensation de perte de contrôle pendant le comportement ;

## E. Présence d'au moins cinq des neuf critères secondaires suivants :

- \* préoccupation fréquente pour le comportement ou l'activité qui prépare à celui-ci ;
  - \* engagement plus intense ou plus long que prévu dans ce comportement ;
  - \* efforts répétés pour réduire ou arrêter ;
  - \* temps considérable passé à réaliser ce comportement ;
  - \* réduction des activités sociales, professionnelles, familiales du fait du comportement ;
  - \* l'engagement dans ce comportement empêche de remplir des obligations sociales, familiales, professionnelles ;
  - \* poursuite malgré les problèmes sociaux ;
  - \* tolérance marquée ;
  - \* agitation ou irritabilité s'il est impossible de mettre en œuvre ou de réduire le comportement ;
- F. Pendant plus d'un mois ou de façon répétée pendant une longue période.

## Pertinence du concept d'addiction

*“Processus dans lequel un comportement, qui peut à la fois produire du plaisir ou soulager un inconfort interne, est employé selon un modèle caractérisé par :*

- *l'échec répété à contrôler le comportement*
- *la poursuite du comportement malgré les conséquences négatives”*

*(Goodman, 1990)*

# Plan

Cyberaddiction

Bronzage

Voyance

Autres

# Cyberaddiction

## Définition ?

### “Cyberaddiction” ?

- sur quoi ?

Ordinateur, tablette, smartphone,  
télévision

- vers quoi ?

+/- Internet, Information,  
Télécommunication, Jeux (JV, JHA),  
Réseaux sociaux et plus, Achats

## Une entité addictologique ?

Internet =

médiateur d'addictions

(JHA, JV, achats, AS)

objet possiblement addictif lui-même :

réseaux sociaux ?

# Internet - état des lieux

## Internet Global



**87%**  
des Français



## Ordinateur



**81%**  
des Français

## Mobile



**70%**  
des Français

## Tablette



**41%**  
des Français



## Internet - Définition

*« Réseau télématique international qui résulte de l'interconnexion des ordinateurs du monde entier »*

(Larousse)

= s'informer, se divertir et communiquer, quels que soient le moment, les lieux, les supports

## Internet - potentiel addictogène

« ATAWAD : AnyTime, AnyWhere, AnyDevices  
»

temporalité « tout, tout de suite », « ici et maintenant »

« 5 S » de Pleux

(sur-consommation, sur-stimulation, sur-sollicitation, sur-protection, sur-valorisation)

# Internet - potentiel addictogène

## Le numérique ou l'ère du temps accéléré

Les contacts avec les médias  
et les loisirs numériques  
augmentent



► Source : Médiamétrie – Média in Life – Base Lundi-Dimanche Cumul 2006, 001-zilt // vague janvier-février 2015 – Ensemble 13 ans et plus

Le numérique  
donne un sentiment  
de gain de temps dans  
les domaines suivants



40% des internautes réinvestissent  
le temps libéré par le numérique  
dans les médias



► Source : Médiamétrie – Omnibus Médiafit – Octobre 2015

Les 3/4 des internautes  
de 15 ans et plus déclarent  
profiter des nouveaux modes  
de consommation des médias



► Source : Médiamétrie – Omnibus Médiafit – Octobre 2015

## Internet et le lien à l'autre

Question du regard et de la vision

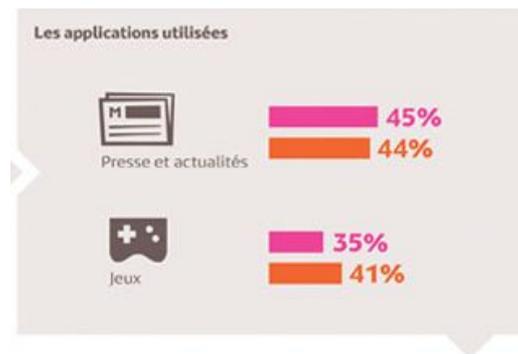
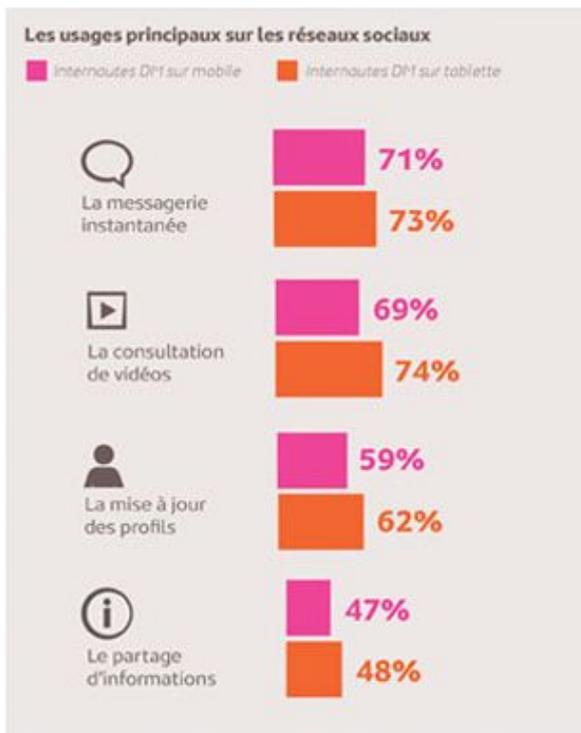
Société de l'image

S'exhiber pour se plaire et plaire

Sentiment d'intégration sociale

Lien / Construction identitaire

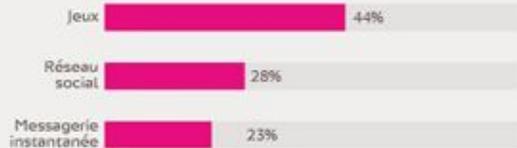
# Quel écran pour quelle utilisation ?



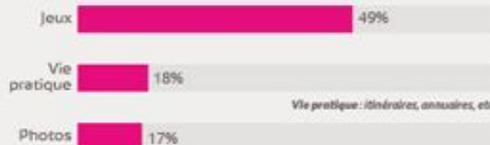
# Utilisation d'internet

## Applications mobiles : des cycles de vie différents selon les catégories d'applications

### TOP 3 des catégories d'applications téléchargées



### TOP 3 des catégories d'applications désinstallées



## Applications tablettes : à l'instar du smartphone, les jeux ont un cycle de vie plus court

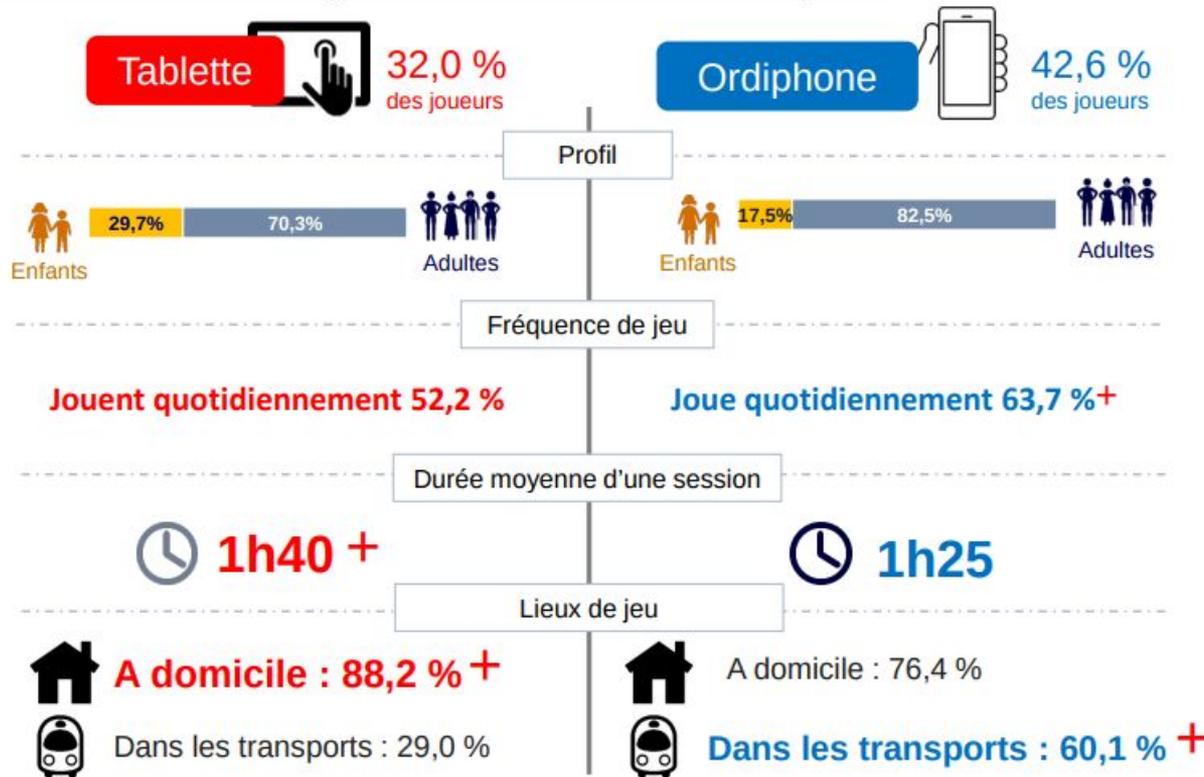
### TOP 3 des catégories d'applications téléchargées



### TOP 3 des catégories d'applications désinstallées



# Utilisation média



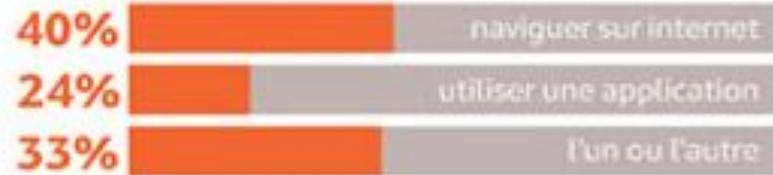
(CNC, 2015)

# Quel écran pour quelle utilisation ?

## Quelle utilisation pour les smartphones ?



## Quelle utilisation pour les tablettes ?



# Utilisation du téléphone

Attentes :

contenus informatifs (47%), ludiques, intéressants (41%) et concis (38%).

Utilisation selon le lieu :

travail : sites d'actualité (30%) et les réseaux sociaux (23%).

école : actualité (32%), réseaux sociaux (41%).

transports : jeux (24%), réseaux sociaux (22%)

domicile : réseaux sociaux (30%), sites d'actualité (21%).

# Utilisation de la tablette

Attentes :

Contenus instructifs (60% le réclament), ludiques et intéressants (48%), concis (27%).

Utilisation selon le lieu :

domicile : jeux (25,5%) puis l'actualité (23,3%).

transports : les jeux (13%) sur l'actualité (11%).

travail : les sites d'actualité (11,3%), les réseaux sociaux (11,2%).

# Réseaux sociaux

En synthèse, sur les 8 principales plateformes



## Social gaming

Activité ludique s'appuyant sur le jeu vidéo dans lequel l'implication des amis modifie l'expérience

- jeux sur réseaux sociaux (Farmville, Cityville...)
- jeux vidéo sociaux (Wii Sports, Guitar Hero...)
- jeux sociaux « casual » (Words with Friends, Bejewelled...)

## Social gaming

vs jeu social de marque :

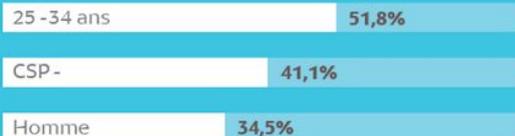
- Advergames, en réalisant un jeu complet intégrant l'univers de la marque
- In-game advertising, en intégrant la marque à un jeu existant
- Offer Wall, en proposant aux joueurs d'obtenir des offres spéciales dans leurs jeux préférés en effectuant une action

# e-sport

33%



des internautes qui connaissent le eSport ont déjà regardé une compétition



pour les compétitions principalement, mais aussi pour des interviews de joueurs...

## Raisons de regarder du eSport

Détente

53%



Découverte de nouveaux jeux

45%



Meilleure compréhension des stratégies de jeu

44%



Adrénaline

32%



Émotion

27%



## Intérêt pour les compétitions

Jeux vidéo...

19,9%

...de stratégie

19,8%

...de sport

19,5%

... de tir à la 1<sup>ère</sup> personne

18%

...de combat

17,8%

...de rôle en ligne

16%

...d'arène de bataille

## Les écrans de visionnage

55%

Téléviseur

écran le plus approprié pour visionner du eSport

33%



Les 15-24 ans

48%

38%

# Les consommateurs d'Internet

## Les CSP+ et les 15-34 ans surconsomment Internet

Les Français CSP+ sont les plus connectés : chaque jour ils sont près de 9 individus sur 10 (85%) quelque soit l'écran, soit 11,5 millions d'internautes. Parmi eux, plus de 3 sur 5 se connectent depuis leur smartphone (64%).

Les individus âgés de 15 à 34 ans ne sont pas en reste : 79% des Français de cette cible se connectent à Internet au quotidien sur au moins un des 3 écrans. Sur le mobile, ce sont les plus connectés devant les CSP+ avec 2 Français sur 3 (66%) âgés entre 15 et 34 ans qui se rendent sur Internet depuis ce support chaque jour.



CSP+

**85%**

des Français de cette cible se connectant chaque jour à Internet dont

**62%**

depuis leur mobile



15-34 ans

**79%**

des Français de cette cible se connectant chaque jour à Internet dont

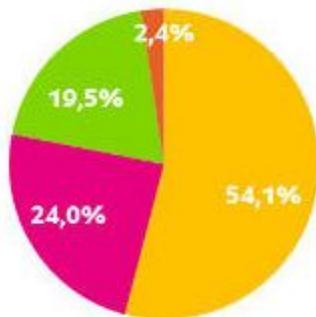
**66%**

depuis leur mobile

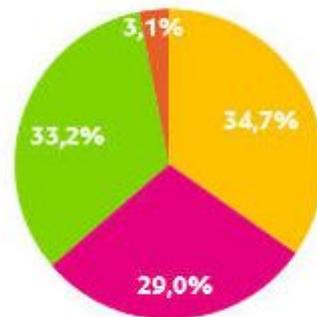
Les 15-34 ans :  
gros consommateurs

# Les jeunes internautes

Ensemble 13 ans et +



13 - 34 ans



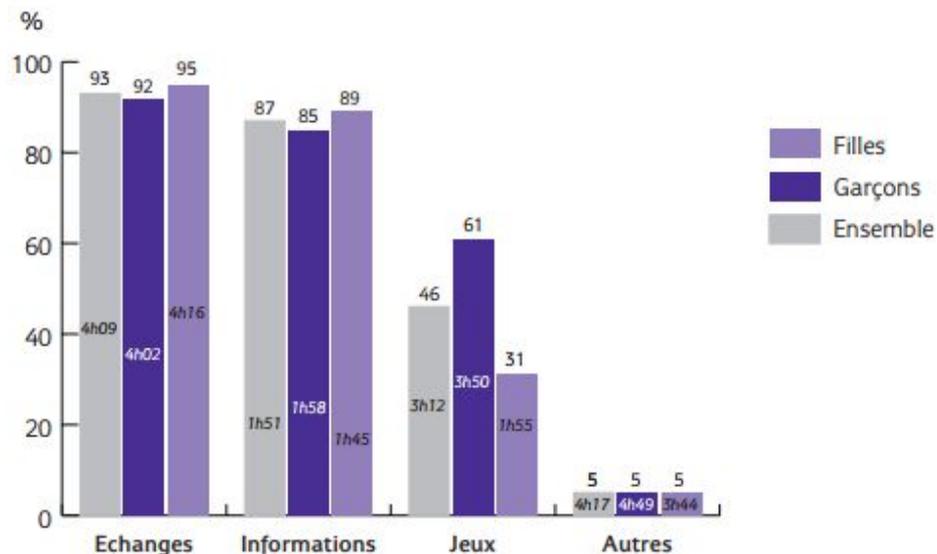
- Téléviseur
- Ordinateur
- Téléphone mobile
- Tablette

Source: Médiamétrie - Media In Life - Base Lundi-Dimanche cumul 2014, 00h-24h

Ensemble 13 ans et plus, 13-34 ans. Télévision support, téléphone mobile support, ordinateur support, tablette support, parts de présence

# Les jeunes internautes

Figure 2 - Usage d'Internet et temps moyen d'utilisation au cours des 7 derniers jours selon les catégories d'application et le sexe (%)

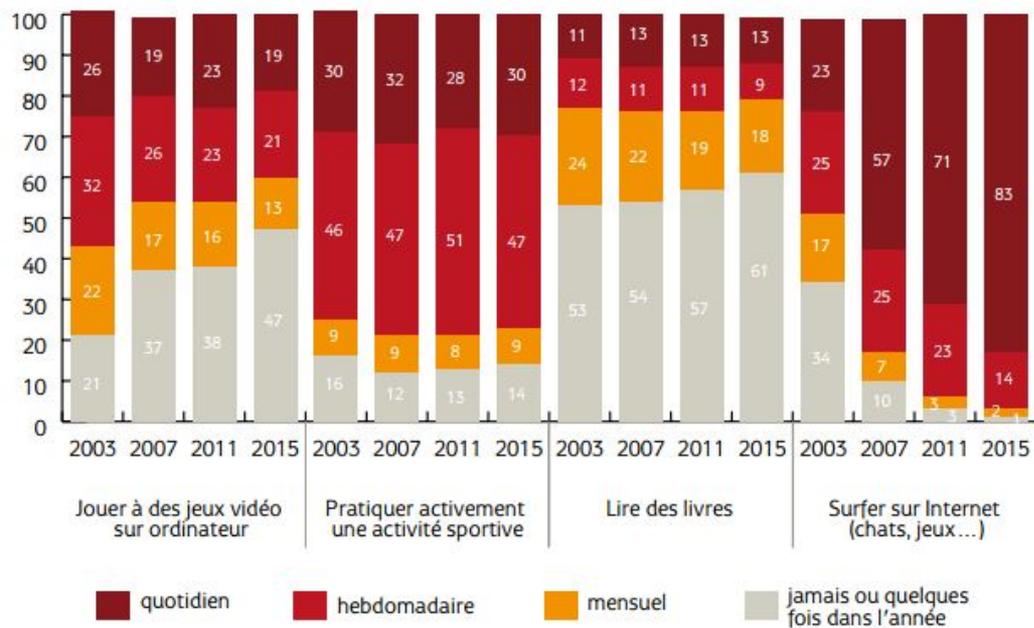


Source : Enquête ESCAPAD 2011, OFDT

Lecture : 87 % des adolescents ont utilisé Internet au cours de la semaine pour se documenter ou rechercher une information, sur une durée moyenne de 1h51.

# Internet et jeunes

Figure 3 - Évolution de la pratique des loisirs chez les jeunes de 16 ans entre 2003 et 2015 (%)



## “Profils”

Addicts aux réseaux sociaux : femmes >

Versus Addictions jeux vidéos : hommes >

Tendance anxiété associée à addiction réseaux sociaux

Tendance dépressive associée à addiction jeux vidéos en ligne

Absence de corrélation entre les différentes activités

Motivations à la pratique, orientent vers une pratique :

recherche de anonymous fantasizing -> cybersexe

recherche de achievement- and immersion -> MMORPGs

recherche de escapism -> cybersexe / MMORPG

## Internet : potentialiseur ou autonome ?

Vecteur d'addiction pour des objets addictifs

différenciés ?

Objet addictif propre ? Cyberaddiction ?

Les deux ?

## Quelques chiffres

**Tableau 59 - Combien de temps pouvez-vous vous passer d'internet sans que cela vous manque ?**

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -

	2011	2016
. Quelques heures .....	8	14
. Une journée .....	11	14
. Deux ou trois jours .....	22	21
. Une semaine ou deux .....	24	23
. Trois ou quatre semaines .....	11	8
. Plus longtemps .....	25	19
<b>Total (yc nsp) .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

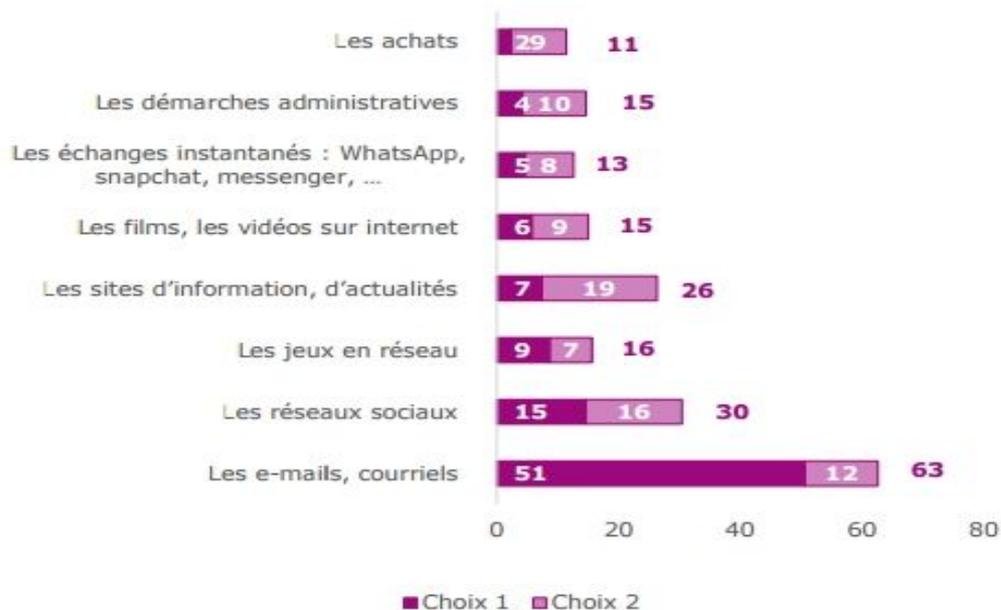
41

50

# Quelques chiffres

**Graphique 132 - Quels sont les deux services d'internet dont vous auriez le plus de mal à vous passer ? En premier, et en second ?**

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



## Quelques chiffres

Cyberdépendance (*Suissa, 2015 ; Kuss, 2014*) :

entre 1 - 2 % (voire 6 %) en Europe

1 % en Norvège

entre 0,9 et 4 % aux USA

entre 8,1 et 10,7 % en Asie

26,7 % des adolescents à Hong-Kong

## Quelques chiffres

**Table 1.** World-wide prevalence of Internet addiction

Country	Age group	Prevalence rates
United States	Adult	0.7-6%
	College	4-25%
Greece	Adolescents	3.1-15.3%
Italy	Adolescents	5.4%
	College	5%
Norway	General	1%
United Kingdom	College	18.3%
India	Adolescents	0.7%
	College	0.7%
Qatar	College	17.3%
South Korea	Adolescents	1.6-20.3%
China	Middle school	2.4-6.3%
	Adolescents	5.5-13.5%
	College	6.4%
Taiwan	College	17.9%
Croatia	High school	3.4%

*(Mihajlov, 2017)*

# IAT

1. Vous arrive-t-il de rester sur Internet plus longtemps que vous en aviez l'intention au départ ?
2. Vous arrive-t-il de négliger des tâches ménagères afin de passer plus de temps sur Internet ?
3. Vous arrive-t-il de préférer l'excitation/l'amusement d'Internet à l'intimité de votre partenaire ?
4. Vous arrive-t-il de vous faire de nouvelles relations avec des utilisateurs d'Internet ?
5. Vos proches vous reprochent-ils de passer trop de temps sur Internet ?
6. Arrive-t-il que vos notes ou vos devoirs scolaires souffrent du temps que vous passez sur Internet ?

7. Vous arrive-t-il de regarder d'abord votre messagerie avant d'accomplir une chose nécessaire et urgente ?
8. Arrive-t-il que vos performances au travail ou votre productivité souffrent à cause d'Internet ?
9. Vous arrive-t-il d'être sur votre défensive ou de refuser de répondre si quelqu'un vous demande ce que vous faites sur Internet ?
10. Vous arrive-t-il de chasser les soucis de votre vie quotidienne par la pensée réconfortante d'aller sur Internet ?

# IAT

11. Vous arrive-t-il de vous réjouir du moment où vous irez de nouveau sur Internet ?
12. Vous arrive-t-il de penser que la vie sans Internet serait ennuyeuse, vide et sans joie ?
13. Vous arrive-t-il de répondre d'un ton brusque, de crier ou de vous montrer agacé si quelqu'un vous dérange pendant que vous êtes sur Internet ?
14. Vous arrive-t-il de manquer de sommeil parce que vous êtes resté tard sur Internet ?
15. Lorsque vous n'êtes pas sur Internet, vous arrive-t-il d'y penser activement ou rêver y être ?
16. Vous arrive-t-il de vous dire « juste encore quelques minutes » lorsque vous êtes sur Internet ?

# IAT

17. Vous arrive-t-il d'essayer de diminuer le temps que vous passez sur Internet sans y arriver ?
18. Vous arrive-t-il de cacher aux autres combien de temps vous avez passé sur Internet ?
19. Vous arrive-t-il de choisir de passer plus de temps sur Internet plutôt que de sortir avec des proches ?
20. Vous arrive-t-il de vous sentir déprimé, de mauvaise humeur ou énervé lorsque vous n'êtes pas sur Internet, puis de vous sentir mieux lorsque vous y êtes ?

## Une addiction à Internet ?

Cyberdépendance ? Utilisation problématique d'Internet ?

(Goldberg, (1995)), Young (1996) et Griffiths (1999) >

Young délimite des catégories de cyberaddiction (cybersexe, etc.) vs Griffiths s'interroge sur la réalité de l'addiction : est-ce le médium d'une autre addiction ?

Addiction Internet généralisée ou Internet spécifique ?

Reste le sujet plus compliqué des réseaux sociaux : dépendance affective ? en débat

## FdR d'usage problématique - individuel

Âge (adolescence) ; sexe (selon activités)

Situation sociale difficile

Faible revenu

Problèmes psychiques (avant ou pendant ;  
anxiété, dépression)

Caractéristiques personnelles (faible estime  
de soi, introversión)

Faible soutien social

## Facteurs de risque - spécifiques

liés à Internet :

Grande accessibilité ; Continuité, le monde virtuel évolue même lorsqu'on éteint son appareil ; Contenu presque illimité ; Anonymat ; Offre un monde virtuel plus contrôlable que la réalité ; Offre la satisfaction immédiate de certains besoins

liés à l'activité :

trouver de la reconnaissance, du succès, du contrôle ou un sentiment d'appartenance

## FdR d'usage problématique - environnementaux

Famille “dysfonctionnelle”

Mauvaise communication au sein de la famille

Peu ou pas de surveillance des parents par rapport à l'utilisation d'Internet

Pression du groupe au sein du cercle d'amis

# Domages

chez les joueurs en ligne qui ont été pris en charge >

## Retentissement psychique :

Etat dépressif ; Sentiment de perte de contrôle ;  
Stress/surmenage

## Retentissement physique :

Mauvaise alimentation ; Prise de poids ; Impact sur  
musculature, la posture et le dos ; Impact sur le sommeil et la  
fatigue ; Altération de la vision

## Utilisation chronique de l'ordinateur - soma

Syndrome du canal carpien

Yeux secs

Migraines régulières

Douleur dorsale et cervicale

Alimentation irrégulière, repas sautés

Difficultés à assurer une hygiène correcte

Trouble du sommeil, changement de cycle du sommeil

## Domages

Possibles conséquences sociales :

Isolement ; Problèmes familiaux ; Impact négatif sur la vie professionnelle ou scolaire ; Problèmes d'argent selon les activités

## Prise en charge

assez classique, inspiration TCC  
en lien avec l'activité concernée  
importance de l'hygiène de vie

# Tanning

exposition aux UV

## Concept d'addiction

*“Processus dans lequel un comportement (le bronzage), qui peut à la fois produire du plaisir (avoir le teint hâlé) ou soulager un inconfort interne (être moins dans la dévalorisation ?), est employé selon un modèle caractérisé par :*

- *l'échec répété à contrôler le comportement*
- *la poursuite du comportement malgré les conséquences négatives”*

*(Goodman, 1990)*

## Définition

= exposition volontaire aux UV

indoor >> vs. outdoor

définition en terme de fréquence ??

! distingo entre seuils à risque de complication et processus  
addictif : relation à l'objet

outils : m CAGE et m DSM

## Outils

- m CAGE = adaptation à l'exposition aux UV de la CAGE (alcool)
- m DSM = adaptation du DSM
- Structured Interview of Tanning Abuse and Dependence (SITAD)
- Behavioral Addiction Indoor Tanning Screener (BAITS)

## Prévalence

UV : 10 millions par an aux usa, dont  $\frac{1}{3}$  de jeunes femmes caucasiennes *(cité dans Stapelton 2017)*

9 % de collégiens USA en cabines UV au moins 20 fois sur les 5 derniers mois *(Poorsattar & Hornung, 2007, dans Stapelton 2017)*

étude Texas sur 145 “amateurs de plage” : 26 % (m CAGE) et 53 % (m DSM IV) *(cité par Lejoyeux)*

## Fonction

dans une recherche esthétique de peau bronzée

un bronzage excessif pouvant être perçu comme excessif et non attractif également par les utilisateurs de cabines d'UV

“préparer la peau au soleil” : motivation première évoquée par les utilisateurs d'UV (*Scalbert, 2015*)

à noter : corrélation entre craving UV et symptômes TOC et BDD

UV -> processus de pigmentation cutanée

via : pro-opio-melano-cortin POMC

et son dérivé b-endorphine *(Cui, 2007, dans  
Stapelton 2017)*

b-endorphines et action dopaminergique

observée en imagerie SPECT, fonctionnelle. activité des récepteurs dopamine (// SPA), etc.

-> neurobiologie // autres conduites addictives

## Tolérance à l'exposition

expériences sur des souris.

augmentation du taux d'endorphines après stimulation,  
et apparition d'un sd de sevrage opioïde lors de la  
prescription de naloxone (antagoniste),

avec des souris qui s'auto-administrent des niveaux de  
morphine plus élevés que les souris non exposées

-> tolérance croisée ?

*(Fell, 2014, dans Stapelton 2017)*

Syndrome de sevrage / addictolytique

naltrexone

n = 8, frequent tanners

4/8 rapportent des effets indésirables, à moindre intensité : des symptômes de sd de sevrage opioïde

*(Kaur, 2006, dans Stapelton)*

étude randomisée contrôlée en aveugle :

n= 7

dans chaque cabine (UV versus contrôle, randomisés, aveugle), pendant 6 semaines, plusieurs fois par semaine

-> UV = DS : sujets plus relaxés, détendus

95 % pointent la cabine UV

## Critères-clés addiction

### Poursuite en dépit des dommages

#### / perte de contrôle

sujets au fait des risques, et préoccupés

poursuite malgré des brûlures récentes

poursuite malgré cancer de la peau, en lien ++ avec l'exposition UV  
(exposition indoor : 1/10<sup>è</sup> des mélanomes aux US)

#### expériences de craving

! 1 seule session d'UV augmenterait le risque de mélanome, relation dose-effet

*(cité dans Stapelton, 2017)*

## Facteurs individuels

génétiques

neurobiologiques

neurocognitifs

fonctionnement / tempérament / traits de personnalité

événements de vie

comorbidités psychiatriques

modalités de la pratique

## Facteurs environnementaux

Société addictogène

Importance du regard, de l'apparence, du corps physique, de la performance

Famille

Amis

## Facteur lié à l'objet addictif

potentiel addictogène

complications spécifiques

statut social / représentations sociales

## Modalités de prise en charge

repérage précoce - intervention brève

PEC bio psycho sociale

entretien motivationnel

TCC

## Entretien motivationnel

- Heckman, 2013 : NS (1 session d'EM)
- Turrisi, 2008 : DS (1 session d'EM ; diminution à 3 mois de suivi vs contrôle)

*(Stapelton, 2017)*

## Thérapie cognitivo-comportementale

Chait, 2015 : petit groupe, vs. éducation/information : NS (tendance à diminution du comportement, via diminution du temps passé à)

Stapelton, 2015 : internet : NS

programmes adaptés au BDD, axés sur l'image corporelle

-> intérêt d'ouvrir à des outils plus généraux et classiques de TCC

## Limites des études

population étudiée vs. population cible

ie. : étudiants, sex-ratio féminin, indoor >, critère d'inclusion sur la fréquence du comportement, définition manquant de clarté

absence d'étude longitudinale informant sur la trajectoire du trouble, ces facteurs de risque spécifiques, etc.

programmes thérapeutiques encore balbutiants

# Addiction à la voyance

## Case report

Femme de 45 ans

Atcds : 2 EDC sur rupture sentimentale

Psychothérapie / événements de vie  
douloureux

Manager, satisfaite  
divorcée, sans enfant

*(Grall-Bronnec, 2015)*

## Case report

consultant pour addiction à la voyance  
via le financier et le moment de vie :  
renoncement à la maternité

*(Grall-Bronnec, 2015)*

## Case report

1. début à 19 ans / orientation professionnelle/scolaire

prise de décision anxiogène, question du choix

-> rassurée

2. qqes consultations ensuite
3. pratique problématique entre 25 et 27 ans, en attente de réponse quant à sa relation amoureuse de l'époque
4. épisode actuel : depuis 37 ans, au début de son mariage, avec majoration au divorce

*(Grall-Bronnec, 2015)*

## Case report

consulte en ligne ou par tel

plusieurs personnes différentes

raccroche lorsque n'entend pas ce qu'elle désire

tolérance : temps et argent (jusque 8 h et 200 euros la journée) ; craving ; dommages, etc.

= critères DSM remplis

*(Grall-Bronnec, 2015)*

## Presse tout public

- Emmanuel, 38 ans, demandeur d'emploi : « Je dois assumer seul le risque de vivre, je l'ai enfin compris »

« Très inquiet par un projet commercial que je souhaitais monter, j'ai contacté un cabinet de voyance par téléphone. Peu à peu, je me suis mis à appeler tous les jours, puis plusieurs fois par jour. Dès que j'essayais de m'en passer, j'avais des bouffées d'angoisse. Non seulement, j'y ai laissé l'argent du projet, mais en plus je me suis retrouvé avec un important découvert. Ma banquière, à qui j'ai raconté mon histoire, m'a suggéré d'aller voir un psy. Cette rencontre m'a réveillé : j'ai compris que je devais assumer seul le risque de vivre. Aujourd'hui, je me débats avec mes problèmes, mais pas question d'aller me faire tirer les cartes pour savoir quand je vais m'en sortir. »

- [forum](#)

**Autres**

## Chirurgie esthétique

médecine esthétique : améliorer l'apparence physique du sujet

recherche de mieux être par le paraître

société : jeunisme conquérant, beauté stéréotypée

recherche d'une beauté absolue inatteignable

-> objet d'étude scientifique ?

-> objet d'articles de revue grand public



# Stimulation électrique

t-DCS ?



# Conclusion

## Conclusion

Toujours se reporter aux critères de Goodman,

s'interroger sur les critères-clés : perte de contrôle, avec poursuite en dépit des dommages

et similitudes / autres addictions à mettre en exergue

**Merci de votre attention**

**Des questions ?**

# Références principales

## Références principales

Billieux et Stakovic. Does the construct of Internet addiction reflect a single entity or a spectrum of disorders? *Clinical Neuropsychiatry*. February 2017

Billieux, et coll. Are We Overpathologizing Everyday Life? A Tenable Blueprint for Behavioral Addiction Research. *Journal of Behavioral Addictions*. February 2015

Goodman. Addiction: definition and implication. *British Journal of addiction*, 2010

Grall-Bronnec, et coll. Fortune telling addiction: Unfortunately a serious topic About a case report. *Journal of Behavioral Addictions*, 2015

Kardefelt-Winther et coll. How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours? *Addiction*, October 2017

Kuss D.J., Griffiths M.D., Karila L., Billieux J. Internet addiction : a systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current pharmaceutical design*, 2014

Lantieri. Chirurgie et médecine esthétiques, une addiction ? *La Lettre du Gynécologue*, 2014

## Références principales

Mihajlov et coll. Internet addiction: a review of the first twenty years. *Psychiatria Danubina*, 2017

Suissa et coll. Cyberaddictions : toward a psychosocial perspective. *Journal of Addictive Behaviors*, 2014

Scalbert, et coll. Cabines de bronzage : étude des motivations et croyances des utilisateurs et non-utilisateurs dans la population lilloise. *Annales de dermatologie et vénéréologie*, 2015

Stapelton, et coll. Review of Interventions to Reduce Ultraviolet Tanning: Need for Treatments Targeting Excessive Tanning, An Emerging Addictive behavior. *Psychology of Addictive Behaviors*, 2017

# Références principales

## Livres :

Karila, Benhaiem. *Accro*. Poche Marabout. 2015

Lejoyeux. *Addictologie*. 2017

Stora, Ulpat. *Hyperconnexion*. Larousse. 2017

## Revue :

Taquet, Romo, Dufour, Khazaal, et coll. Écrans et TCC : de l'usage à l'addiction.  
*Journal de Thérapie Comportementale et Cognitive*. 2017

# Références principales

Sites internet :

CNC

Le blog du modérateur

Médiamétrie

OFDT

Autre :

Pleux, Didier. Intervention AFTCC. 2015.

**Qqes diapos supplémentaires...**

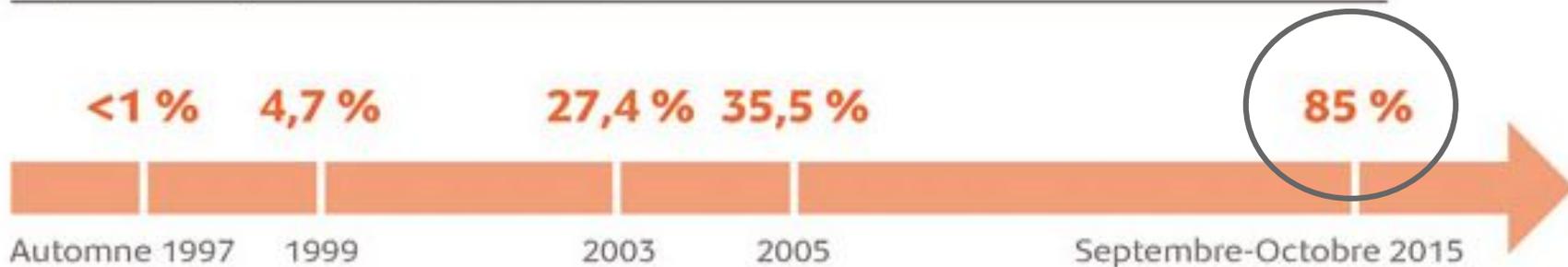
# État des lieux - multimédia

## Nombre de contacts médias sur un jour moyen



# État des lieux - Internet

## Foyers français connectés à internet



# État des lieux - Internet

## Audience Internet Global mensuelle et quotidienne en juillet 2016



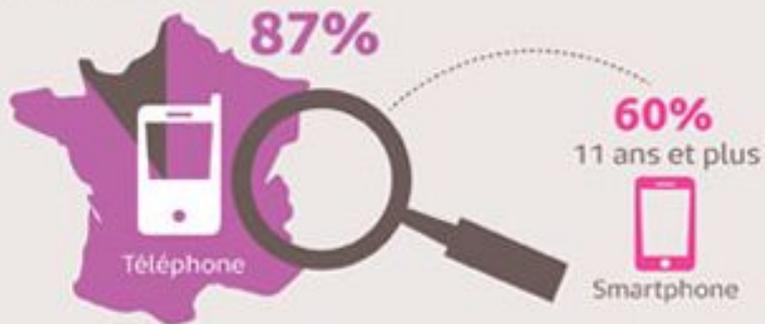
# État des lieux

## Audience Internet mensuelle et quotidienne par écran en juillet 2016



# État des lieux

Ce que possèdent les Français



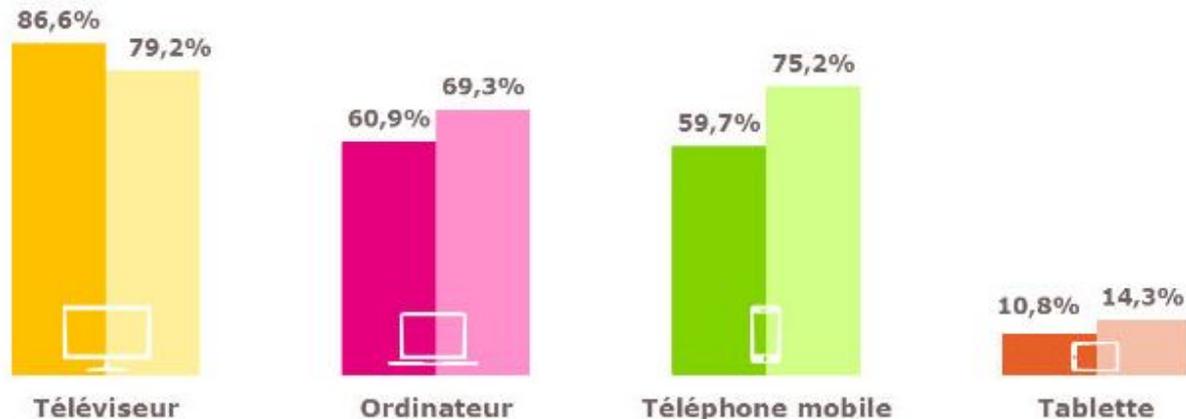
Source : Médiamétrie - Home Devices - T4 2015

# Utilisation des écrans selon l'âge

## L'usage des 4 écrans pour les contenus médias et multimédias

En 2014, pour accéder à des contenus médias et multimédias, les Français sont 86,6% à utiliser le téléviseur. Ils sont 6 sur 10 à recourir à l'ordinateur et au téléphone mobile sur une journée moyenne.

Les 13-34 ans sont davantage à utiliser le téléphone mobile, l'ordinateur et la tablette que l'ensemble des 13 ans et +. A noter que le téléphone mobile atteint quasiment le même niveau que le téléviseur chez les -35 ans.



■ Ensemble 13 ans et + ■ 13-34 ans

Source: Médiamétrie - Media In Life - Base Lundi-Dimanche - cumul 2014, 00h-24h

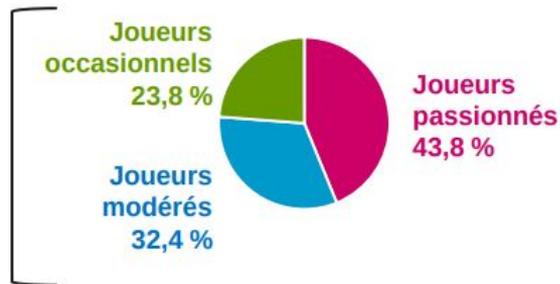
Ensemble 13 ans et plus, 13-34 ans. Télévision support, téléphone mobile support, ordinateur support, tablette support, taux de pénétration

# Les jeunes internautes



# Les joueurs

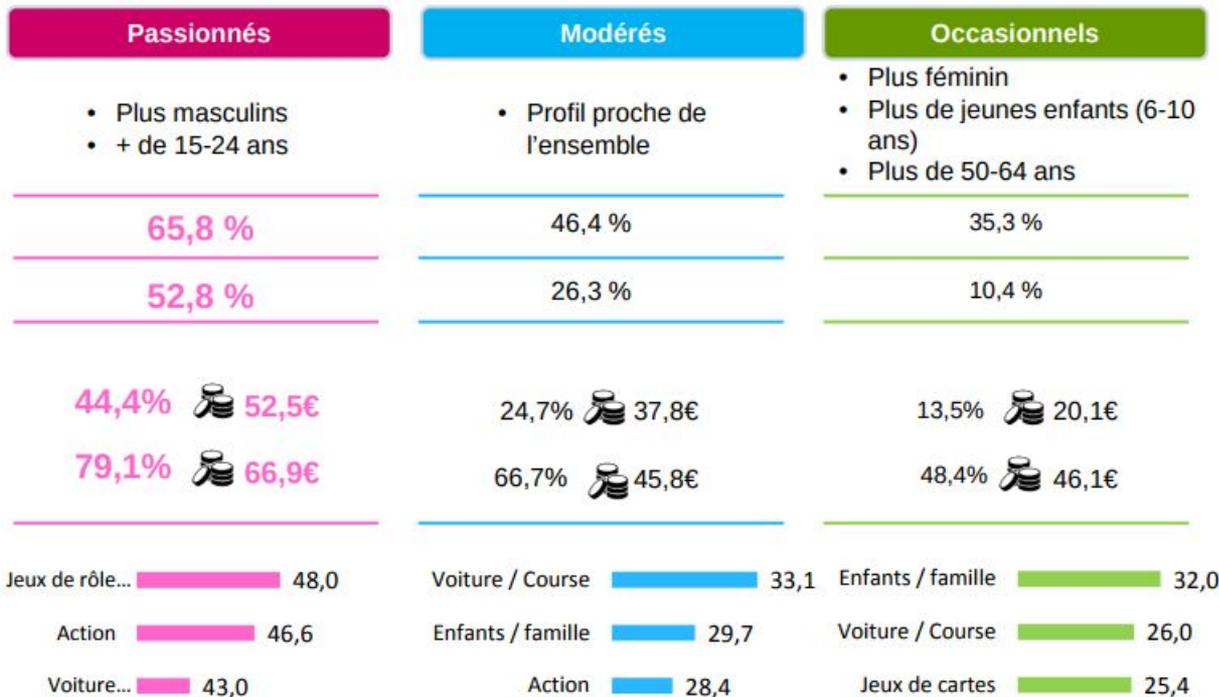
L'échantillon de joueurs a été scindé en 3 catégories :



Durée de session	Fréquence de jeu		
	Journalier	Hebdomadaire	Occasionnelle
<b>Courte</b> (Au maximum 1h)	Joueurs modérés	Joueurs occasionnels	Joueurs occasionnels
<b>Moyenne</b> (entre 1h et 2h)	Joueurs passionnés	Joueurs modérés	Joueurs occasionnels
<b>Longue</b> (plus de 2h)	Joueurs passionnés	Joueurs passionnés	Joueurs modérés

(CNC, 2015)

# Jeux vidéos - caractéristiques



(CNC, 2015)

# Jeux vidéos - caractéristiques



Temps moyen d'une session

Passionnés

3h00

Modérés

1h32

Occasionnels

1h00

## Contexte de jeu

En famille

61,3%

72,6%

77,1%

Avec des amis

63,5%

53,8%

33,3%

Avec d'autres joueurs

26,0%

11,3%

5,5%

• En journée

70,7

64,5

71,0

• En soirée

67,5

60,7

45,2

• Jouent la nuit

18,0

5,6

3,8

Nombre moyen d'appareils utilisés pour jouer

2,9 appareils

2,2 appareils

1,9 appareils

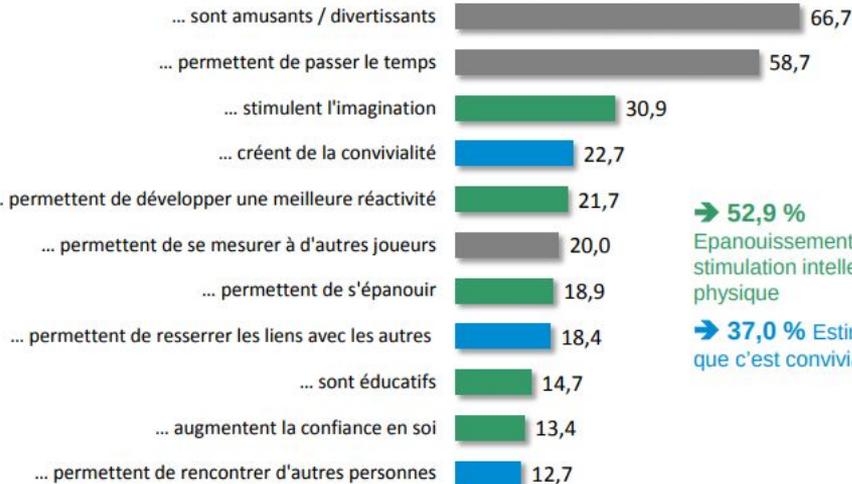
(CNC, 2015)

# Jeux vidéos - Motivations à jouer

Q : Pourquoi jouez-vous aux jeux vidéo ?

## Les jeux vidéo ...

### Motivations de jeu (%)



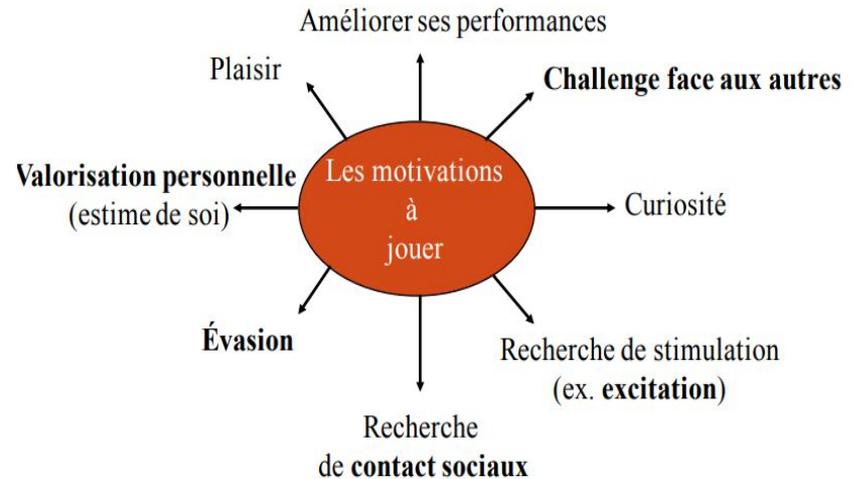
→ 52,9 %  
Epanouissement /  
stimulation intellectuelle ou  
physique

→ 37,0 % Estiment  
que c'est convivial

(CNC, 2015)

## Pour les joueurs de jeux vidéo

(Mehroof et Griffiths, 2010 ; Taquet, 2014 ; Yee, 2006)



# Jeux vidéos - genre du jeu

Pénétration des jeux vidéo selon le genre au deuxième semestre 2011 <sup>1</sup> (% des joueurs)

	tous jeux	jeux en ligne totalement gratuits	jeux en ligne gratuits avec options payantes non achetées	jeux en ligne gratuits avec options payantes achetées	jeux en ligne avec accès payant	jeux achetés dans le commerce et connectés à internet	jeux achetés dans le commerce et non connectés à internet
action	27,3	21,9	24,7	18,5	20,5	45,1	35,3
plates-formes	21,0	24,5	19,6	14,6	19,8	16,6	22,1
combat	12,8	8,6	7,9	13,2	18,0	25,3	17,5
football	10,3	8,3	6,9	7,8	8,5	15,8	16,3
sport (autres que football)	10,5	8,3	7,4	8,4	7,5	12,4	17,9
FPS	14,5	13,7	12,0	15,5	12,7	26,5	14,5
MMORPG / MMO	16,5	15,2	19,2	20,3	26,4	26,6	7,4
RPG	27,8	23,5	27,5	23,6	25,1	32,9	33,8
voitures	15,9	15,3	11,4	12,1	12,2	21,7	22,0
simulation	11,6	9,6	8,7	8,9	13,1	16,6	15,8
stratégie	25,3	30,3	25,1	27,2	22,6	24,5	19,8
enfants / famille	15,1	17,6	13,1	8,7	10,7	14,2	17,8
social games	7,8	8,3	12,0	6,1	7,4	3,5	4,4
cartes	20,9	29,3	26,9	12,4	10,4	17,8	9,8
musique	8,1	7,1	5,7	3,5	6,2	10,5	13,3
autres	13,8	15,9	17,4	9,3	6,5	8,4	12,3

<sup>1</sup> Plusieurs réponses possibles.

Lecture : Au deuxième semestre 2011, 27,3 % des joueurs de 10 ans et plus ont joué à des jeux d'action.

Source : CNC – GfK.

## Jeux vidéos - media / finances

### Pénétration des jeux vidéo selon le mode d'accès<sup>1</sup> (% des joueurs)

	juil-déc 2009	juil-déc 2010	juil-déc 2011
jeux non connectés à internet	39,4	35,2	43,6
jeux en ligne	75,0	76,9	80,1
dont :			
jeux gratuits	73,4	75,8	77,0
jeux payants	18,0	16,2	31,1

<sup>1</sup> Plusieurs réponses possibles.

Lecture : Au deuxième semestre 2011, 77,0 % des joueurs de 10 ans et plus jouent à des jeux en ligne gratuits.

Source : CNC – GfK.

## Jeux vidéos et relations sociales

### Type de relations des joueurs de jeux en réseau (% des joueurs en réseau)

	juil-déc 2010	juil-déc 2011
relations personnelles	13,1	16,0
relations amicales uniquement en ligne	6,4	12,3
relations régulières suivies autour des jeux	5,1	13,6
relations régulières autour des jeux	39,1	22,2
aucune relation	36,3	35,8
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Lecture : Au deuxième semestre 2011, 22,2 % des joueurs de jeux en réseau ont des relations régulières avec d'autres joueurs autour des jeux.

Source : CNC – GfK.

# Jeux vidéos et vidéos de jeux vidéos

(CNC, 2015)

**Vidéo Let's Play**  
Vidéo montrant une session de jeu avec le commentaire libre (critique, sensations, humour...) du joueur pendant qu'il joue.

Base : joueurs  
jeu vidéo en  
ligne / hors ligne



## Vidéos Let's Play (%)



Joueurs de jeux en ligne ou hors ligne

52,7 % ont déjà entendu parler de ce type de vidéos

25,7 % en regardent

8,6 % en ont déjà publié

## Pourquoi regarder ces vidéos ?

Pour me divertir, comme je regarderais un film 49,6

Pour m'informer sur le jeu avant de décider de l'acheter 47,6

Pour m'aider à progresser dans ma façon de jouer, apprendre des astuces 37,2

Pour communiquer, partager des impressions en commentant la vidéo 17,8