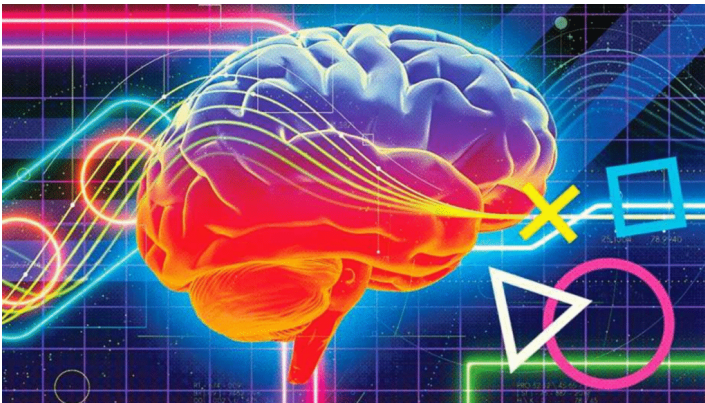


Quand jeux vidéo et jeux d'argent s'inspirent du même cerveau



Antoine Dugast

Publié le 11 décembre 2025 . Lecture estimée : 10 min



Les mécaniques psychologiques qui font tourner Fortnite, Overwatch ou FIFA ressemblent fortement à celles qui animent les machines à sous et les paris sportifs. Pour les équipes produit, ce n'est pas un hasard. Ce sont les mêmes ressorts cognitifs, documentés depuis des décennies. Leur maîtrise ouvre des opportunités business, mais aussi quelques zones grises que la régulation peine à anticiper.

En travaillant dans le jeu, on finit tous par faire le même constat. Qu'un joueur ouvre une lootbox ou qu'il lance un Espresso, son cerveau réagit selon des schémas bien connus. Rien de magique. Les product managers des deux secteurs utilisent la même boîte à outils comportementale, alimentée par des années de recherche académique.

Ce n'est pas un jugement de valeur, simplement un état des lieux. Et comprendre ces mécaniques, c'est se donner les moyens de construire de meilleures expériences, plus efficaces, plus assumées.

En France, l'[Autorité Nationale des Jeux](#) encadre les taux de retour, les limites de mises, la publicité. Mais la plupart des mécanismes dont il sera question ici échappent à son périmètre.

1. Le renforcement à ratio variable

En 1938, un psychologue comportementaliste de Harvard, B.F. Skinner, découvre un fait contre-intuitif en observant ses rats de laboratoire : ils appuient davantage sur le levier quand ils ne savent pas quand la récompense va tomber. Des décennies plus tard, des études sur des sujets humains confirmeront le même effet. Skinner en tire un principe fondamental : l'incertitude sur le moment de la récompense crée un engagement plus fort qu'une récompense prévisible.

Dans *FIFA Ultimate Team*, chaque pack ouvert pourrait contenir Mbappé ou un joueur anonyme. Dans un *Espresso*, le multiplicateur pourrait être x2 ou x1000. Même incertitude, même ressort.

La lecture de cet article est réservée aux membres

[Abonnez-vous gratuitement](#) ou [connectez-vous](#)

Envie de lire la suite ?

Créez gratuitement votre profil Les Enjeux !

- Accédez à 100% du contenu Les Enjeux
- Recevez une newsletter éditoriale tous les mardis
- Restez au contact de l'évolution des Enjeux

[Je crée mon profil](#)

Déjà abonné ?

Connectez-vous :

Adresse E-mail *

Mot de passe *

[Mot de passe oublié ?](#)

Connexion