



Imprimez ceci. Épinglez-le où vous pouvez le voir. Lisez-le avant votre prochain quart.

Une aide-mémoire — pas un module de formation. Elle suppose que vous avez terminé et réussi les deux modules Tous les employés. Quelque chose ici vous semble inconnu ? Revoyez d'abord le module concerné.

## 1 Ce que Playbook EST — et N'EST PAS

PLAYBOOK	PLAYBOOK
Une marque de contenu et de média	Une ressource clinique
La couche éducative de l'expérience	Une case à cocher réglementaire
Construit comme du marketing, pas de la conformité	Anti-jeu, paternaliste, ou un substitut à l'aide professionnelle

**En une phrase :** Playbook est une marque de contenu et de média — la couche d'éducation et de sensibilisation qui aide les joueurs à comprendre comment le jeu fonctionne réellement.

## 2 Les quatre concepts qui régissent tout

CONCEPT	DÉFINITION EN UNE LIGNE
<b>Écart d'engagement</b>	Pourquoi le contenu RG traditionnel échoue — invisible, clinique, générique, déconnecté de la marque. Le problème de l'industrie.
<b>Écart de connaissances</b>	Ce qui manque aux joueurs — mécaniques de jeu, avantages de la maison, stratégie, vrais risques, outils disponibles. Le problème du joueur.
<b>Modèle du choix éclairé</b>	Quatre prémisses : la plupart des joueurs vont bien, le jeu est un divertissement, les difficultés viennent d'un manque d'info, la responsabilité est partagée.
<b>Deux piliers</b>	<b>Ouvert</b> — « Pas de petits caractères » (transparence). <b>Social</b> — « Mérite d'être partagé » (contenu fait pour voyager).

**Le filtre :** Est-ce que cela rend les choses plus transparentes ? Est-ce que cela donne envie aux gens de le partager ? Si ni l'un ni l'autre — ce n'est pas du contenu Playbook.

## 3 Les deux niveaux — contexte, pas sujet

	(95 %)	(5 %)
<b>Quoi</b>	Culture du divertissement	Soutien et crise
<b>Ton</b>	Assuré, informatif, parfois spirituel	Chaleureux, direct, sans humour
<b>Quand</b>	Le joueur navigue, joue, est curieux	Le joueur cherche de l'aide, est en détresse
<b>Sonne comme</b>	Un ami qui connaît le jeu	Une présence calme et posée

**Même numéro d'assistance, registre émotionnel différent selon l'endroit où il apparaît.** La liste des quatre questions — que fait le

joueur en ce moment / dans quel état est-il / que voulons-nous qu'il fasse / l'humour conviendrait-il ici — décide du niveau. En cas de doute, allez vers le chaleureux.

## 4 Les 10 principales substitutions de langage sans stigmatisation

#	N'EMPLOYEZ PAS	EMPLOYEZ PLUTÔT
1	Joueur problématique	Joueur
2	Jeu responsable	Fixer un budget / Connaître les cotes
3	Parieur	Joueur
4	Dépendance au jeu	Difficulté avec le jeu
5	S'auto-exclure (au Niveau 1)	Faire une pause / Mettre son compte en pause
6	Intervention	Fonctionnalité / Outil
7	Rappel à la réalité	Rappel de session
8	Vous devriez	Vous pouvez
9	AVERTISSEMENT	Petit rappel
10	Les cotes sont contre vous	L'avantage de la maison est de [chiffre précis]

**Le principe :** mettez la personne avant la condition. Décrivez des comportements, pas des personnes. Offrez des options, pas des mandats.

## 5 Quand passer au Niveau 2

Arrêtez ce que vous faites et passez au Niveau 2 si le joueur montre l'un de ces signes :

- Détresse émotionnelle — pleurs, désespoir, accès de colère tournés contre soi
- Crise financière — incapacité à payer les factures, mention de dettes, demande d'emprunt
- « Je n'arrive pas à arrêter » ou « Je ne sais pas quoi faire »
- **Toute mention d'automutilation ou de désespoir — activez immédiatement le protocole de crise**

**En cas de doute, allez vers le chaleureux.** Il est toujours sûr d'être bienveillant. Il n'est jamais sûr d'être désinvolte.

**Assistance :** 1-800-522-4700 — gratuite, confidentielle, 24h/24 et 7j/7.

## 6 Glossaire — définitions rapides

- **Langage sans stigmatisation :** des choix de mots qui décrivent des comportements, pas des personnes. « Joueur », pas « joueur problématique ».
- **Langage centré sur la personne :** le principe plus large derrière les substitutions sans stigmatisation — la personne passe avant toute condition ou étiquette.
- **Pilier Ouvert :** l'engagement de transparence de Playbook. Accroche : *Pas de petits caractères.*
- **Pilier Social :** l'engagement de partageabilité de Playbook. Accroche : *Mérite d'être partagé.*
- **Niveau 1 :** la voix par défaut — assurée, informative, parfois spirituelle. ~95 % du contenu.
- **Niveau 2 :** la voix du soutien — chaleureuse, directe, sans humour. ~5 % du contenu.