



## Les Jeux Vidéo de demain Transmédia : des jeux communautaires aux jeux ubiquitaires

Conférence du 03/12/09,  
à l'école Arts et Métiers Paris Tech

14aine des Réseaux sociaux du G9+

Cette conférence a été organisée dans le cadre de la Quatorzaine des Réseaux sociaux du G9+, conjointement avec l'ENJMIN, l'EM Lyon Alumni Club NTIC, l'AAE ENSIMAG et le groupe Informatique et Télécom Arts et Métiers Paristech. Elle était également soutenue par le pôle de compétitivité Cap Digital.

La soirée a été retransmise en direct en divers lieux, avec le soutien et l'animation de Gadz.org tout au long de la soirée :

- à Aix-en-Provence, dans les locaux Arts et Métiers Paris Tech
- à Angers, dans les locaux Arts et Métiers Paris Tech
- à Angoulême, dans les locaux de l'ENJMIN
- à Grenoble, dans les locaux de l'ENSIMAG
- à Laval, dans les locaux Arts et Métiers Paris Tech
- à Lyon, dans les locaux de l'EM Lyon

ainsi que sur le web.

Une VoD est disponible à tout instant sur : <http://go.gadz.org/vod-20091203>

### Ordre du jour

---

Les jeux communautaires et le Transmédia sont « tendances » : les opérateurs de télécommunication et les chaînes de télévisions lancent appels d'offre et groupes de travail. Que recouvrent ces termes ? Le devenir des médias et des jeux vidéo, le futur des clubs de bridge et de sports, une activité de plus sur Facebook ou un moyen pour les grands de jouer aux cowboys et aux indiens dans la ville intelligente de demain....

Pour répondre à cette question l'Institut G9+ et le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam), par l'intermédiaire de l'ENJMIN et du laboratoire CEDRIC, co-organisent, avec le soutien du pôle de compétitivité Cap Digital, une rencontre sur ce thème.

Cette rencontre est organisée dans le cadre de la Quatorzaine des Réseaux Sociaux du G9+, qui a lieu du 25 novembre au 8 décembre. Pendant quatorze jours, des manifestations vulgarisent les réseaux sociaux et proposent des échanges d'expériences et de points de vue.

## Remerciements

---

Aux conférenciers :

- Mathieu Castelli, C4M Agence Mobile
- Annie Gentès, Télécom Paris
- Cyril Labordrie, Wizardbox
- Stéphane Natkin, ENJMIN
- Nathalie Ricard-Deffontaine, SFR
- Eric Viennot, Lexis Numérique

Aux organisateurs des retransmissions sur les différents sites

- à Aix : Guy Puech (Centrale Marseille) et Elodie Dane (école Arts et Métiers Paris Tech, Aix)
- à Angers : Olivier Christmann
- à Angoulême : Stéphane Natkin
- à Grenoble : Nadia Robinet
- à Laval : Simon Richir
- à Lyon : Pierre Dumolard, Emmanuel Guardiola (ENJMIN), François Scheid, co-directeur du Master MDSI à l'EMLYON, avec ses élèves, dont Serge Barberis et Guillaume Doutré ;
- l'équipe gadz.org : Frédéric Chauland, Karine Durand et Sébastien Varupenne,

Aux organisateurs de la conférence qui se tenait à Paris :

- Pierre Dumolard pour l'EM Lyon Alumni Club NTIC
- Valentine Ferréol pour le groupe Informatique et Télécom Arts et Métiers Paristech
- Stéphane Natkin, ENJMIN
- Nadia Robinet, AAE ENSIMAG

Nous remercions tout particulièrement l'Ecole Arts et métiers Paris Tech pour leur accueil et leur aide tout au long de la préparation et de la soirée : Pascal Caestecker, Jean-François Omhover, Bernadette Brigandat, Jean-Luc Lotti, Guy Saint-Val ainsi que Alex Remy directeur du centre Arts et Métiers Paris Tech de Paris.

## Introduction

---

L'image que l'on a des joueurs est, historiquement, celle de solitaires et même d'immatures. Cet à priori a beaucoup évolué au cours des dernières années. Les jeux font maintenant, bien au contraire, partie d'un mécanisme de socialisation.

Depuis 40 ans ce secteur existe, les cycles d'innovation techniques et innovations d'usages, dans le domaine des jeux vidéo sont sensiblement identiques. Nous avons assisté en 2009 à l'émergence d'un nouveau cycle, avec la généralisation du web 2.0 et des crossmédia plateformes. Les interfaces sont de plus en plus complexes et les jeux sont présents dans la quotidien... au-delà de la wifit, les objets domestiques deviennent également numériques et peuvent se transformer aussi en interface de jeu. De même les téléphones portables se transforment en consoles.

Tout le jeu des jeux est de casser un « cercle magique » afin que l'individu ne distingue plus l'univers du jeu de l'univers réel.

Avec la réalité augmentée, la dimension de l'Espace de ce cercle magique est rompue : la conscience du lieu, de son environnement s'atténue et la frontière entre réel et numérique devient difficile à percevoir. Le jeu ne doit jamais avouer qu'il est un jeu !

Au début des années 2000 apparaissent **les jeux pervasifs**, dans lesquels, le joueur est pro-actif et le jeu se déroule à n'importe quel moment et dans la ville.

En 2001, dans la continuité du film de Spielberg « AI » se développe le concept de réalité alternée.

Les jeux multi-joueurs ubiquitaires (MUG) sont des jeux pervasifs, sociaux et ubiquitaires : le jeu s'appuie sur la mobilité du joueur, plus largement des joueurs tout comme des non-joueurs et interagit avec des lieux dans des lieux non contrôlés par eux, via différents types d'objets. Jusque-là les MUG étaient très simples voire simplistes... mais qu'en sera-t-il dans quelques mois ou dans quelques années ?

## **Mogy, le premier jeu géolocalisé communautaire - Mathieu Castelli**

---

Lancé au Japon en avril 2003, ce jeu était le premier jeu de collection intelligent qui combinait les objets virtuels, présents en différents lieux, les horaires de la journée, la météorologie ainsi qu'une dimension collaborative avec une bourse d'échanges entre joueurs.

L'objectif du jeu était d'attraper des créatures ayant une vie propre, qui se déplaçaient et se métamorphosaient. La géolocalisation ne pouvant alors s'appuyer sur une technologie GPS elle était basée sur le GSM. La précision de la localisation pour la recherche était d'environ 400 mètres. Il n'existait pas une cartographie précise du relief qui puisse être utilisée sur les téléphones portables. L'interface de jeu était rustique et simple, tout comme la symbolique des Avatars et des créatures.

Alors que le contact social n'est pas, du fait de leur culture, habituel au Japon, de manière surprenante de nombreuses rencontres ont eu lieu et une entraide spontanée s'est développée dans le cadre du jeu.

La compréhension des règles et du fonctionnement ont été très bien appréhendées. Un public très large et diversifié y a participé. L'heureux gagnant du jeu était... un chauffeur de taxi !

Quelques chasses au trésor ont depuis été proposées mais ces initiatives restent isolées et trop souvent rébarbatives pour les joueurs. de manière surprenante, en 2009, ce secteur est toujours aussi vierge !

## **Une expérience d'ARG culturel en France - Nathalie Ricard-Deffontaine**

---

L'objectif du jeu « Can you stop it », lancé au printemps 2009 en partenariat avec la ville de Lille et l'association Lille 3000, était de mettre un événement culturel à la disposition du plus grand nombre et d'en élargir le public.

Le jeu a commencé dès l'ouverture de la manifestation Lille 3000 : un flash vidéo pirate a été diffusé lors d'une conférence de presse, à laquelle participait madame Martine Aubry. Les médias se sont ensuite approprié le contexte.

Des statues sur le thème « Ange ou démon », mi-enfant, mi-pokémon, sont exposées durant plusieurs mois en différents lieux. Ce jeu a duré 3 mois et chaque semaine une nouvelle énigme ou plutôt prophétie était publiée.

Dans ce contexte très anxiogène, toute une communauté s'est créée : les « vrais » gamers guidaient les non-initiés dans la quête des indices et pour la résolution des énigmes. Au-delà des objets numériques répartis à travers la ville, différents canaux et médias ont été mis en œuvre, de manière spontanée : 48 blogs, facebook, twitter...

La communauté formée par plus de 20 000 joueurs était à la fois hiérarchisée, autonome, autorégulée et solidaire. Et surtout cette communauté a dépassé le cadre du jeu car les participants ont prolongé leurs échanges dans la vie « réelle ».

A noter que ce jeu n'avait aucune vocation commerciale pour SFR. L'objectif principal de l'opération était de coupler une expérience innovante de convergence de média, de prolonger un partenariat existant avec la ville de Lille. De nouveaux jeux pourraient être organisés par exemple pour un événement culturel, le lancement d'un parfum ou plus largement le lancement d'un produit.

## **Transport amoureux : un réseau social sentimental et ubiquitaire - Cyril Labordrie**

L'animation « Transport amoureux » a été organisée dans le cadre de l'événement Futur en Seine, organisé par le pôle de compétitivité Cap Digital avec le conseil régional Ile-de-France. De fait, une couverture médiatique très large a été réalisée et a mis en visibilité l'opération.

Le principe était de créer un réseau social sur les mobiles Iphones, localisé sur une ligne de la RATP. La ligne de tramway T3 a été retenue pour ce projet, de part sa bonne couverture GSM ainsi que son environnement agréable. La RATP était bien évidemment partenaire de ce jeu et a souhaité une modération du contenu des messages déposés.

L'un des principaux risques identifiés au lancement du projet était d'établir un partenariat avec Apple ainsi qu'une certification de leur part.

Des post-it virtuels pouvaient être déposés par tous les participants. Ces messages, géolocalisés sur la ligne, en fonction du lieu où se trouvait l'émetteur sont restés accessibles à tous les usagers. Le paramétrage par défaut était d'afficher les messages de 3 stations successives, simultanément.

Cet événement était à la fois un jeu, un réseau social et une œuvre d'art générative !

Des expériences similaires ont été réalisées à San Francisco. De prochaines éditions pourraient être organisées, avec davantage d'anticipation, par exemple à l'occasion des Nuits Blanches parisiennes ou encore en partenariat avec les Aéroports de Paris.

## **Jeux pervasifs : design de média / design d'environnement - Annie Gentes**

Plusieurs expériences ont été réalisées, notamment dans une gare parisienne, au musée des Arts et Métiers.

Parallèlement, les jeux pervasifs s'appuient sur des technologies émergentes et des usages nouveaux. L'informatique pervasive quant à elle, augmente la valeur du lieu.

L'une des principales difficultés réside dans le choix de l'environnement et dans le design du jeu : quel est le contexte que l'on souhaite augmenter ?

Le milieu artistique s'intéresse tout particulièrement à la question des transmédias. Comme se détacher de la toile, comment passe d'un média à l'autre ?

L'environnement est déjà très dense et est un véritable réservoir de ressources : les différents objets de la ville deviennent autant de médias potentiels.

La mobilité, quant à elle, nécessite des compétences spécifiques : il est nécessaire d'expliquer les règles du jeu et la signification, l'usage des médias. Ce qui n'est pas visible doit être mis en visibilité et doit être expliqué pour permettre au plus grand nombre de participer.

En 2006, pour mémoire, les opérateurs de téléphonies mobiles avaient mis en place des stands et avaient mobilisé des hôtesses qui expliquaient aux usagers le principe et le fonctionnement des bornes wifi disponibles dans les lieux publics...

Pour ces expériences, il a été choisi de relayer « l'invisible » par une communication web ainsi que par une communication locale très explicite.

Dans un environnement comme le musée A&M, le risque était que le jeu soit redondant avec les informations déjà disponibles (affichage, audio-guide...).

Le besoin de jeu, de créativité, d'évasion et de rire est omniprésent, que ce soit chez les enfants comme chez les adultes. Le principe des jeux ubiquitaires et pervasifs vient du monde du jouet (référence à Rich

Gold). L'enjeu est d'être à la fois proche du lieu dans lequel l'événement est organisé, mais également qu'un décalage fort entre le sens premier des objets et la signification qui lui est donnée dans le cadre du jeu permette de relier ces médias différemment.

Le réseau social créé a permis d'établir une relation identitaire forte autour d'un lieu avec une double narration, rassemblant les gens qui s'y sont rendus, ceux qui y sont allés et ceux qui voudraient s'y rendre.

## **Du transmédia à la fiction totale - Éric Viennot**

---

Le jeu In mémoriam, lancé en 1999, était alors un pionnier du Transmédia. Le Transmédia, actuellement « à la mode » n'intéresse pas réellement les professionnels des jeux vidéo. Ils sont davantage concentrés sur les supports habituels tels que les consoles et les ordinateurs.

Le scénario, non linéaire, a été construit sur la base d'une enquête visant à arrêter un tueur en série. Chacun joue son propre rôle (et non celui d'un avatar) et le jeu devient un film dans lequel vous êtes l'acteur principal. Les lieux, personnages et les événements du scénario s'appuyaient intégralement sur la réalité physique et historique. Pour compléter l'immersion du jeu dans le monde réel, un comédien répondait 24h/24 et 7 jours/7 de manière personnalisée aux messages et appels téléphoniques des joueurs. Lesquels recevaient des indices ou des messages anxiogènes, via les différents médias de leur environnement, à tout instant du jour et de la nuit...

Ce jeu, basé sur le fonctionnement d'un ARG, a couplé différents média : le coffret du jeu contenait, notamment un CDrom ainsi qu'un film, les médias utilisés tout au long du jeu étaient bien évidemment internet (sites web, blogs), des emails, des films, des articles de presse auxquels se sont ajoutés ensuite sms et téléphones portables.

Quatre années ont été nécessaires à la constitution du scénario et au développement du jeu. Toute la difficulté était de créer un système participatif capable de s'enrichir au contact des joueurs et de générer à son tour de l'histoire.

A noter que, lors de son lancement commercial en 2003, les offres de téléphonies mobiles, fixes et des FAI étaient très loin du 4play illimité actuel....

En 2006 une suite a été commercialisée...et près de 200 sites ont été créés spontanément par les joueurs, des communautés se sont créées, avec l'émergence des réseaux sociaux numériques, qui ont ensuite donné lieu à des rencontres physiques entre joueurs.

Quelques conseils pour concevoir un ARG ? Penser l'interactivité très en amont, définir la place du joueur en créant un système participatif capable de s'enrichir au contact des joueurs et de générer à son tour des histoires. Une narration non linéaire ainsi qu'une prise en compte du temps réel sont à intégrer dans la scénographie.

## **Conclusion – Stéphane Natkin**

---

Le monde virtuel envoie maintenant des messages au monde réel, les événements des deux mondes interagissent, il existe une correspondance et une interaction entre les objets de ces deux mondes...

Entre réalité et fiction, les innovations techniques et les innovations d'usages sont telles que le cercle magique est maintenant rompu...

## Questions / réponses

---

En ARG, que se passe-t-il si un joueur a un accident ? Existe-t-il un risque de dérive comportemental ? Le risque de confusion entre réel et virtuel est-il réel ?

In Memoriam: La question a été débattue avec des psychiatres : le risque de propagande était bien réel et donc le danger présent dans le quotidien des joueurs. Il est important de préciser que la communauté des joueurs s'est en partie autoréglée et a alerté l'éditeur des dérives. Celui-ci a pu ensuite émettre des communiqués officiels

Sur le plan juridique, de responsabilité et de propriété intellectuelle, quelles étaient les règles du jeu définies dans les partenariats ?

Du fait des lieux et des informations sur lesquels s'appuyaient les jeux, une formalisation de la propriété intellectuelle était nécessaire. La RATP par exemple était très sensible aux éventuels impacts du jeu et avait insisté d'ailleurs pour que les messages soient modérés.

Les impacts n'ont pas toujours été bien mesurés jusque-là car ces jeux étaient alors pionniers et expérimentaux.

La réalité augmentée et ses usages se généralisent et ces aspects nécessitent effectivement d'être formalisés et partagés par tous les partenaires.

## Définitions

---

Un **jeu en réalité alternée** (*Alternate Reality Game - ARG*) est un jeu multimédia, qui de manière délibérée entretient le flou entre les expériences perçues lors du jeu et hors du jeu.

**Jeu Pervasif**: Le jeu interagit avec le joueur à des instants et en des lieux non contrôlés.

Un **environnement pervasif** est un fonctionnement de la communication où les objets communicants se reconnaissent et se localisent automatiquement entre eux. Les objets interagissent entre eux sans action particulière de l'utilisateur. Autrement dit, l'on peut être connecté partout et tout le temps.

L'**ubiquité** ou l'**omniprésence** est la capacité d'être présent en plusieurs lieux simultanément. L'environnement ubiquitaire numérique sous-entend la notion de pro-activité, c'est-à-dire que des processus peuvent envoyer de l'information à ces terminaux à cœur numérique et en obtenir sans action d'un utilisateur.

L'**informatique ubiquitaire** a pour but d'améliorer l'utilisation de l'informatique en donnant accès via l'environnement physique à un réseau d'ordinateurs, invisibles à l'utilisateur mais conscient et dépendant du contexte.

**Le cercle magique** : « L'espace et le temps dans lequel les règles du jeu outrepassent celle de la vie »  
Huitzinga 1976

### Transmédia

Le **cross-média** (ou plutôt *trans-média*) est le principe de la mise en réseau des médias. Dès lors, l'enjeu et l'intérêt des stratégies cross-média est de faire naître de ses interactions, des synergies générant des services à valeur ajoutée.

### Animation générative

L'animation et le scénario évoluent et sont influencés par les réactions des joueurs