

Journée thématique

« Faites vos jeux ! Rien ne va plus ? Les *serious games* en bibliothèque »

Enssib, 24 octobre 2012

Atelier n°1 : « Réaliser un projet de Serious Games »

Animateur : Sam Dahmani, 3DDUO

Présentation de 3DDUO

3DDUO est un studio de création de jeux vidéo. Le développement d'une branche d'activité plus spécifiquement liée aux *Serious Games* s'est faite suite à deux constats : les jeux vidéos sont de plus en plus appréciés par un public de non-joueurs, ou *casual gamers*, qui pratiquent essentiellement des jeux vidéos courts, sur des plages de quelques minutes, et la chaîne de production des *Serious Games* correspond à 90 % à celle du jeu vidéo classique.

Pour répondre aux exigences de ce nouveau marché, l'entreprise a visé une accessibilité très forte, via la dématérialisation de tout support : les jeux sont en ligne, il n'y a plus besoin d'une véritable expertise, savoir utiliser la souris suffit. Ce parti pris se retrouve en terme de gameplay, c'est-à-dire de mécanique d'accès au jeu, essentiellement basée sur du « point & click » : il suffit de promener la souris dans l'univers de jeu et de cliquer sur les éléments qui y sont présents pour jouer.

Attentes des participants

Chacune des quatre sessions de l'atelier a commencé par un tour de table des participants, ce qui a permis de cerner les attentes suscitées par la thématique. Ainsi, certains d'entre eux étaient là avant tout par curiosité intellectuelle, pour découvrir ce que sont les *Serious Games*, tandis que d'autres étaient à la recherche d'idées pour mettre en place de nouvelles offres et de nouveaux services à l'occasion de la construction ou du réaménagement de tout ou partie de leur bibliothèque. D'autres encore avaient des attentes et des questionnements très précis sur la thématique : le *Serious Game* peut-il être utilisé comme élément de promotion d'un service, en l'occurrence de question/réponse ? Un *Serious Game* peut-il aider les étudiants qui ne lisent pas le français à perfectionner leur pratique ? Quelles propositions peut-on faire autour du jeu vidéo en bibliothèque, tout en apportant un « plus », un apprentissage ? Enfin, l'intitulé même de l'atelier s'est révélé porteur d'une certaine ambiguïté : beaucoup de participants ont cru qu'ils allaient avoir des pistes pour créer eux-mêmes un *Serious Game* au sein de leur établissement. L'atelier a donc été l'occasion de leur expliquer qu'à l'heure actuelle, les *Serious Games* restent des objets numériques complexes, dont la création nécessite des compétences particulières, et donc le recours à des prestataires spécialisés.

Comment conçoit-on un *Serious Game* ?

Définition

Le *Serious Game* est une déclinaison du jeu vidéo classique : il permet, grâce à un apprentissage par l'échec, de former ou d'informer. Il repose sur un équilibre délicat entre une composante ludique et un contenu sérieux, ce qui nécessite une élaboration commune entre deux acteurs : le *game designer*, qui s'occupera des aspects « *Game* », et l'ingénieur pédagogique multimédia, qui supervisera le volet « *Serious* ». Il existe deux grandes tendances au sein des *Serious Games*, chacune ayant des objectifs précis :

- L'*Advert Game* a un objectif promotionnel : il vise à faire passer un bon moment pour valoriser une marque ou un service dans l'affectif du joueur. Il peut aussi s'agir de mettre en place une logique de *trafic* ou de *community management* : divertir avec pour objectif d'attirer le joueur sur, par exemple, un site internet. C'est une dynamique de fidélisation, avec toute une réflexion sur les moyens de faire venir et surtout revenir les joueurs.
- Le *Serious Game* proprement dit, qui peut s'organiser autour d'une logique de formation ou de sensibilisation. Les deux sont quasiment jumelles, à deux différences près : la formation requiert une ingénierie pédagogique là où la sensibilisation ne nécessite pas de ressources particulières, et l'on mettra en place des indicateurs de performance dans le premier cas, là où l'on préférera des indicateurs de fréquentation dans le second cas lorsqu'il s'agira de mesurer l'efficacité du *Serious Game*.

Relation Commanditaire – Prestataire

La création d'un *Serious Game* fait appel à des savoirs-faire et des outils souvent trop complexes pour les bibliothèques. Le recours à un prestataire extérieur reste donc préférable. Les entreprises comme 3DDUO apportent leurs compétences en matière de création d'univers, de création graphique et d'insertion dynamique, tandis que le commanditaire apportera son expertise et donc le contenu pédagogique, nécessaire pour amener l'information que l'on veut transmettre. La création d'un *Serious Game* repose donc d'abord et avant tout sur un partenariat étroit entre commanditaire et prestataire.

Comment mettre en place un SG

Le SG seul ne suffit pas

Le *Serious Game* n'est pas un outil miracle, qui se suffirait à lui seul : il doit être compris dans un plan d'action cohérent. Une simple envie de *Serious Game* ne suffit pas, il faut toujours avoir en tête la finalité avant de songer à la conception. Le public à atteindre est un élément primordial à prendre en compte.

Le budget

Le budget peut être une barrière, mais elle est loin d'être infranchissable. Il faut compter au strict minimum 20 000 €, tout en sachant qu'il vaut mieux se situer dans une fourchette de 30 000 – 50 000 € pour un résultat satisfaisant. Il existe aussi une alternative moins coûteuse à la création d'un *Serious Game* ex nihilo : il sera possible, grâce à un moteur développé par 3DDUO, de partir d'un jeu qui existe déjà, mais sera entièrement personnalisable en terme d'univers, de logo, de thématique abordé, etc... Grâce à la mutualisation de la production, notamment par achat de licence, les coûts peuvent diminuer de 30 à 60 %.

