



**HAL**  
open science

# La mise en représentation du concepteur de jeu vidéo par Valve : étude des plateformes Steam et SteamWorks

Julie Cappe de Baillon

## ► To cite this version:

Julie Cappe de Baillon. La mise en représentation du concepteur de jeu vidéo par Valve : étude des plateformes Steam et SteamWorks. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-02053357

**HAL Id: dumas-02053357**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02053357>**

Submitted on 1 Mar 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

# La mise en représentation du concepteur de jeu vidéo par Valve

## Étude des plateformes Steam et SteamWorks

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pauline Chasseray-Peraldi

Nom, prénom : CAPPE DE BAILLON Julie

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 31/10/2017

Mention du mémoire : Très bien



## Remerciements

À ma directrice de mémoire, Pauline Chasseray-Peraldi, qui a su me guider avec précision, m'apporter conseils et méthodologie, ainsi qu'une prise de recul tout au long de ce travail.

À Jérôme Denis, mon rapporteur professionnel, qui m'a permis d'aborder sereinement mes entretiens et de les étudier avec précision.

À Guillaume Laporte et Clément Germanicus pour m'avoir accordé des entretiens, ainsi que pour être restés disponibles après lesdits entretiens pour répondre à des questions de précision.

Aux professeurs du CELSA pour leurs enseignements très riches et leurs conseils lors des séances de séminaires.

À mes amis et ma famille pour leur soutien durant cette période de travail et leurs retours sur le résultat de ce travail.

À Tom, pour sa patience, sa présence à mes côtés et son aide précieuse.

Merci.

# Sommaire

Remerciements	3
Introduction	7
I. La structure normative de l'industrie du jeu vidéo	14
<b>A. La structuration de l'industrie par le modèle dominant du jeu AAA</b>	14
1. <i>Une industrie construite autour d'acteurs hégémoniques</i>	15
a. <b>L'intervention de plusieurs acteurs au sein de l'industrie</b>	15
b. <b>L'émergence de la figure centrale de l'éditeur</b>	16
c. <b>Le jeu AAA comme norme à suivre</b>	18
2. <i>Des terminologies glissantes qui séparent les acteurs</i>	20
a. <b>Face au jeu AAA, le contre-modèle du jeu indépendant</b>	20
b. <b>Le glissement du terme d'indépendant à amateur</b>	22
c. <b>Les termes d'amateur et professionnel comme indicateurs d'une tension</b>	23
<b>B. Une industrie marquée par une tension inhérente à son modèle</b>	25
1. <i>Une tension entre amateur et professionnel qui suggère une différence dans les pratiques de conception</i>	25
a. <b>Des pratiques de conception fondamentalement identiques</b>	25
b. <b>La motivation comme facteur de différence dans les pratiques</b>	27
c. <b>Des pratiques dépendantes de leur cadre d'acquisition</b>	28
2. <i>Une légitimité des pratiques acquise par l'expérience</i>	29
II. Valve, contributeur de la normalisation de l'industrie par la structure de son marché	32
<b>A. Steam, une plateforme marchande structurée par une dimension communautaire</b>	33
1. <i>Un espace de tension entre pratiques individuelles et communautaires</i>	33
a. <b>L'encadrement des pratiques individuelles par des pratiques communautaires</b>	33
b. <b>L'encouragement communautaire de l'énonciation individuelle du joueur</b>	34
2. <i>Une gamification des pratiques communautaires pour les encourager</i>	36
a. <b>Les succès à débloquent : une récompense communautaire pour une pratique individuelle</b>	36
b. <b>Le prolongement communautaire des pratiques individuelles apporté par le système des cartes à échanger</b>	37
c. <b>Le Niveau Steam comme témoignage de pratiques communautaires</b>	39
3. <i>Les Artworks et le Steam Workshop comme espaces de valorisation de l'énonciation communautaire</i>	40

<b>B. Une dimension marchande construite avec l'appui de la dimension communautaire</b>	43
1. <i>La construction de l'autorité de Valve sur son magasin à travers la communauté</i>	43
a. <b>La page d'accueil Steam comme le lieu de passage des utilisateurs vers le catalogue</b>	43
b. <b>Un pouvoir éditorial partagé entre Valve et la communauté</b>	44
2. <i>Une omniprésence de l'énonciation de Valve qui encadre la parole dans l'enceinte de la plateforme</i>	46
a. <b>La pratique communautaire du tagging comme le reflet d'un déséquilibre entre les pratiques des concepteurs et de la communauté</b>	46
b. <b>Par l'appropriation des discours des concepteurs, Valve structure son marché</b>	47
<b>III. L'imposition par Valve d'une représentation du concepteur à travers le fonctionnement de l'outil SteamWorks</b>	50
<b>A. Des concepteurs en quête de légitimité et de reconnaissance</b>	51
1. <i>Steam Greenlight, une forme quantitative de légitimation</i>	51
a. <b>Un processus de légitimation social marqué par l'autorité discursive de la communauté</b>	51
b. <b>Une forme de légitimation quantitative exprimée par une pratique communautaire</b>	52
c. <b>L'encadrement du processus social par l'énonciation de Valve</b>	54
2. <i>Steam Direct, une double forme de légitimation par le discours</i>	55
a. <b>Une légitimité du concepteur acquise à travers celle des Curateurs Steam</b>	56
b. <b>Le travail de légitimation du concepteur vis-à-vis de sa communauté</b>	57
<b>B. SteamWorks, le lieu de normalisation des pratiques</b>	59
1. <i>Une démocratisation des pratiques permise par Valve</i>	60
a. <b>La démocratisation de l'accès SteamWorks afin de permettre la démocratisation des pratiques</b>	60
b. <b>Le positionnement de Valve en tant que distributeur pour guider le concepteur dans les pratiques</b>	61
c. <b>La transmission des bonnes pratiques par Valve grâce à des <i>architextes</i></b>	62
2. <i>Une dilution de l'existence d'auteur du concepteur</i>	64
a. <b>La rigidité du canevas imposée par les <i>architextes</i> produits par Valve</b>	66
b. <b>Une volonté de Valve de normaliser les pratiques de conception à travers la normalisation des pratiques de mise en représentation</b>	65
Conclusion	69
Bibliographie	73
Annexes	76
Résumé	146
Mots-clefs	146



## Introduction

Traditionnellement, la création du tout premier jeu vidéo, *Spacewar*<sup>1</sup>, est attribuée à des étudiants du MIT en 1960 qui cherchaient de nouvelles façons de coder sur le PDP-1<sup>2</sup>, qui venait tout juste de sortir. En moins de trente ans, cette pratique amateur s'est transformée en l'une des premières industries culturelles avec un chiffre d'affaires estimé à un milliard d'euros par an<sup>3</sup>. On peut situer les prémises de cette industrie à 1972 avec le succès rencontré par Atari et son jeu *Pong*, et par le fait que les constructeurs de bornes d'arcade se sont alors lancés dans la production massive afin de tenter de reproduire ce succès commercial. Progressivement, les cadres de production des jeux vidéo se sont structurés, industrialisés, jusqu'à devenir aujourd'hui ce que l'on peut appeler des « studios hollywoodiens<sup>4</sup> ». En parallèle, les jeux ont également évolué jusqu'à devenir des superproductions dites « AAA<sup>5</sup> ».

Avec une production et une distribution massives, le jeu vidéo s'est progressivement transformé en un produit issu de l'industrie culturelle. Apparue au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, le terme « industrie culturelle » renvoie à une théorie développée par Théodore Adorno et Max Horkheimer dans une société au sein de laquelle le rôle de la culture est complètement bouleversé. Leurs travaux s'inscrivent dans la continuité de ceux de Walter Benjamin qui s'interrogeait sur le statut de l'œuvre d'art lorsqu'il était possible de la reproduire à l'infini, sur la perte de son statut lorsqu'elle devenait un objet en série<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Tous les jeux vidéo cités sont présentés dans l'index situé en Annexe 1, page 77.

<sup>2</sup> TRICLOT Matthieu, *Philosophie des jeux vidéo*, Zones, mai 2011.

<sup>3</sup> ARTE France et Bonne Compagnie, *Jeux vidéo, les nouveaux maîtres du monde*, réalisé par Jérôme Fritel, d'après une idée originale de Olivier Heckmann, diffusé le 15 novembre 2016.

<sup>4</sup> « Yara Khoury : "Plus les jeux vidéo grandissent, plus il est dur d'avoir une vue d'ensemble" », interview de Yara Khoury sur Le Monde.fr, [en ligne] sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/09/20/yara-khoury-plus-les-jeux-video-grandissent-plus-il-est-dur-d-avoir-une-vue-d-ensemble\\_5000881\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/09/20/yara-khoury-plus-les-jeux-video-grandissent-plus-il-est-dur-d-avoir-une-vue-d-ensemble_5000881_4408996.html)

<sup>5</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>6</sup> BENJAMIN Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique)*, Allemagne, 1935. Première traduction française en 1936.



En 1947, Théodore Adorno et Max Horkheimer avancent que le développement des médias de masse n'est pas seulement une extension des pratiques culturelles, une dégradation de l'aura de l'œuvre, mais l'expansion d'une manipulation par des logiques économiques<sup>7</sup>. Pour eux, lorsque la culture s'industrialise, elle devient un marché, et l'on peut donc parler d'industrie culturelle. Économiquement, une industrie culturelle concerne la production industrialisée de biens dont la valeur est essentiellement symbolique. Ainsi, en raison d'un statut artistique fortement discuté et de cadres de production industrialisés, le jeu vidéo peut être considéré comme un produit issu de l'industrie culturelle.

Ce mémoire s'inscrit dans la continuité de mon expérience personnelle de *game designer*<sup>8</sup> amateur. J'ai eu la possibilité de participer à la réalisation de deux jeux : le premier<sup>9</sup>, développé dans le cadre du concours Imagine Cup de Microsoft, n'a jamais abouti, tandis que le second<sup>10</sup> est aujourd'hui commercialisé sur la plateforme de téléchargement légal Steam.

C'est avec ce second jeu que j'ai pu découvrir les cadres de production d'un jeu vidéo et en apprendre les pratiques de conception. C'est également grâce à ce jeu que j'ai, aujourd'hui, accès à la plateforme SteamWorks permettant aux concepteurs de jeux de gérer la commercialisation de leurs titres sur le magasin Steam.

C'est en réalisant ce jeu, puis en le commercialisant sur Steam, que j'ai commencé à m'interroger sur les pratiques de conception d'un jeu, sur la place accordée aux joueurs et sur celle occupée par le concepteur. J'ai ainsi choisi de profiter de cet accès exceptionnel à la plateforme SteamWorks — je montrerai plus tard que les conditions d'accès à cette plateforme sont très difficiles — pour l'étudier et m'interroger sur les relations éditoriales existant entre les modérateurs de Steam et les concepteurs de jeux.

---

<sup>7</sup> ADORNO Théodore, HORKHEIMER Max, *Dialektik der Aufklärung (La Dialectique de la Raison)*, Amsterdam, 1947. Première traduction française en 1974.

<sup>8</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>9</sup> *Dead Ends*, réalisé en 2015 – médaille d'argent nationale de l'édition 2015 dans la catégorie « jeux vidéo ».

<sup>10</sup> *How to Shoot a Criminal*, réalisé entre septembre 2015 et décembre 2016, commercialisé sur Steam depuis le 20 janvier 2017.

Lancée le 12 septembre 2003 par l'éditeur américain Valve, Steam est une plateforme de distribution de contenu en ligne, de gestion des droits et de communication, orientée autour des jeux vidéo. La plateforme permet aux utilisateurs d'acheter des jeux, du contenu supplémentaire pour ceux-ci, de les mettre à jour automatiquement, de gérer des parties multijoueurs, d'intégrer des communautés, ou encore de bénéficier d'une bibliothèque virtuelle des jeux qu'ils auront achetés. En mars 2017, Steam proposait plus de 14 000 jeux dans son catalogue<sup>11</sup>, comptabilisait 12 millions de joueurs quotidiens, et plus de 125 millions de comptes utilisateurs inscrits<sup>12</sup>. En quatorze ans d'existence, Steam a su se rendre indissociable du marché des jeux vidéo sur ordinateur : il s'agit de la plateforme principale choisie par les joueurs, soit le leader du marché<sup>12</sup>.

Outre proposer aux utilisateurs d'acheter et de gérer leurs jeux, la plateforme permet aux concepteurs de vendre leurs jeux dans le catalogue officiel, de gérer leur page de magasin, de suivre les ventes de leurs titres, et de gérer leur communauté, tout ceci grâce à un compte SteamWorks. Afin d'accéder à cette plateforme de gestion, il est obligatoire pour les concepteurs amateurs de passer par une étape de sélection, le Steam Greenlight<sup>13</sup> — je suppose que l'accès est simplifié pour les studios et éditeurs professionnels. Durant le processus du Steam Greenlight, les concepteurs amateurs soumettent leurs titres au vote des utilisateurs Steam qui peuvent ainsi sélectionner les jeux qu'ils souhaiteraient voir commercialisés officiellement. Ces votes permettent donc aux modérateurs de la plateforme d'avoir une visibilité sur les soumissions les plus populaires : ce sont eux qui détiennent le pouvoir de « *greenlighter*<sup>14</sup> » un jeu, à savoir de l'accepter sur le magasin officiel de Steam.

Steam, en tant que plateforme marchande, joue un rôle d'intermédiation en mettant en relation les joueurs avec les concepteurs de jeux et leurs produits. Économiquement parlant, Steam met en relation l'offre et la demande, pouvant ainsi être considérée comme une plateforme économique ; et, parce qu'il s'agit d'une application, Steam est ainsi une plateforme

---

<sup>11</sup> Catalogue officiel de la plateforme Steam consulté le 2 mai 2017.

<sup>12</sup> FRANÇOIS Yann, « Steam et le PC : centrale à vapeur », *JV – Sortons le Grand Jeu*, 2017 (n°42), pp.36-39.

<sup>13</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>14</sup> Terme employé par la plateforme pour indiquer les jeux qui ont été sélectionnés pour être commercialisés sur le catalogue officiel de la plateforme Steam.

numérique. Selon Vincent Bullich et Thomas Guignard, on peut définir une plateforme numérique en ce qu'elle « désigne un système de distribution de biens et de services immatériels qui ne trouvent leur existence que sur les réseaux, nécessitant de fait une connexion<sup>15</sup> ».

La plateforme se compose d'un support, physique ou numérique, qui facilite les interactions ou transactions entre plusieurs groupes d'agents économiques<sup>16</sup>, cela suppose ainsi qu'il existe un besoin de coordination des actions des agents. C'est ce rôle qu'endosse la plateforme, jouant alors un rôle d'intermédiation afin de mettre en relation les agents présents et de coordonner leurs actions<sup>16</sup>.

La plateforme donne lieu à un marché biface : elle réunit deux types d'acteurs différents et interdépendants. Le modèle classique de la plateforme va facturer un kit de développement logiciel<sup>17</sup> (*Software Development Kit* ou SDK) au fournisseur de contenus et, parfois, facturera l'accès à son catalogue<sup>18</sup>. En parallèle, l'utilisateur paiera, mais la transaction ira au fournisseur, la plateforme récupérant une taxe au passage. Ainsi, la plateforme exerce principalement une action d'intermédiation, plutôt que de production de contenus.

Si Steam ne se différencie pas beaucoup de ce modèle économique, il est toutefois important de souligner la forte dimension communautaire revêtue par la plateforme. De plus, la plateforme est l'objet de plus en plus de controverses, au moins une par an, quant aux nombreux remaniements de sa politique commerciale. Parmi ces controverses, on peut citer les

---

<sup>15</sup> BULLICH Vincent, GUIGNARD Thomas, « Les plateformes d'accès aux contenus : des dispositifs au cœur de la reconfiguration des filières communicationnelles. », dans AGOSTINELLI Serge, AUGÉY Dominique, LAURIE Frédéric (dir.), *La Richesse des réseaux numériques*, Actes du colloque MÉDIAS 011, 2012, Aix-en-Provence, PUAM, pp.145-160.

<sup>16</sup> DE VOGELEER Elena, LESCOP Denis, « Plateformes, coordination et incitations », *Management & Avenir* 2011/6 (n° 46), pp. 200-218.

<sup>17</sup> Ce kit de développement logiciel se présente sous forme de morceaux de code que le fournisseur de contenus doit intégrer dans le code source de son produit afin de rendre celui-ci compatible avec la plateforme.

<sup>18</sup> DAVIDOVICI-NORA Myriam, BOURREAU Marc, « Les marchés à deux versants dans l'industrie des jeux vidéo », *Réseaux* 2012/3 (n° 173-174), pp. 97-135.

révélations<sup>19</sup> faites par les *modders*<sup>20</sup> de *Dota 2* ou *Team Fortress* : Valve a annoncé leur avoir reversé plus de 50 millions de dollars en quatre ans, toutefois il s'agit seulement de 25 % du total perçu, permettant à l'éditeur de s'octroyer ainsi une marge de 170 millions de dollars en contrepartie, en ayant uniquement le rôle d'intermédiation entre joueurs et concepteurs<sup>21</sup>.

La problématique à laquelle je tenterai de répondre est donc la suivante : dans quelle mesure Valve construit une représentation du concepteur de jeu vidéo et la met en circulation à travers ses plateformes Steam et SteamWorks ?

Afin de tenter de répondre à cette problématique, je poserai les trois hypothèses suivantes :

- L'industrie du jeu vidéo est dominée par de grands studios qui la structurent en imposant une normalisation de ce que doit être un jeu vidéo.
- Dans cette industrie, Valve, devenu un acteur majeur grâce à sa plateforme de distribution, contribue à cette normalisation du marché.
- De par sa position hégémonique, Valve possède ainsi un pouvoir éditorial sur les concepteurs présents sur sa plateforme, et plus particulièrement sur les concepteurs amateurs.

La méthodologie que j'emploierai afin de mener au mieux ce travail se composera d'une observation participative, d'entretiens semi-directifs et d'une analyse technosémiotique des plateformes Steam et SteamWorks.

L'observation participative comprendra mon expérience de *game designer* pour le jeu *How to Shoot a Criminal*, ainsi que ma pratique de la plateforme SteamWorks, à laquelle j'ai accès depuis le compte de concepteur de mon jeu. Je compléterai cette observation participative

---

<sup>19</sup> Plusieurs sujets de discussion (topic) sont créés sur le réseau social Reddit afin de discuter de l'importance pour les *modders* d'être payés par Steam : [https://www.reddit.com/r/Steam/comments/5tajni/valve\\_modders\\_absolutely\\_need\\_to\\_be\\_paid/](https://www.reddit.com/r/Steam/comments/5tajni/valve_modders_absolutely_need_to_be_paid/) (topic de discussion générale sur le sujet).

[https://www.reddit.com/r/pcmasterrace/comments/33optv/content\\_creator\\_for\\_dota\\_2\\_here\\_i\\_make\\_mods\\_and/](https://www.reddit.com/r/pcmasterrace/comments/33optv/content_creator_for_dota_2_here_i_make_mods_and/) (topic précis sur le cas d'un *modders* de *Dota 2*).

<sup>20</sup> En français, « moddeur » : joueur proposant aux autres joueurs d'ajouter du contenu complémentaire non officiel à un jeu. Ce contenu est alors appelé « mod » (abréviation de « modification »).

<sup>21</sup> FRANÇOIS Yann, « Steam et le PC : centrale à vapeur », *JV – Sortons le Grand Jeu*, 2017 (n°42), pp.36-39.

d'entretiens semi-directifs réalisés avec des concepteurs amateurs et professionnels ainsi que par une analyse du discours recueilli. Je m'appuierai, pour cette analyse, sur les travaux menés par Patrice Flichy<sup>22</sup> autour de la notion de l'amateur.

Pour réaliser mon analyse technosémiotique des plateformes Steam et SteamWorks, je m'appuierai sur les travaux menés par Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier<sup>23</sup> autour de la notion de l'énonciation éditoriale et des écrits d'écran. Je m'appuierai également sur le travail mené par Étienne Candé<sup>24</sup> sur le portail informatique. J'agrémenterai cette analyse technosémiotique d'études sur la notion de l'auctorialité et de la légitimation en ligne<sup>25</sup>.

Dans un premier temps, j'étudierai l'industrie du jeu vidéo ainsi que sa structure. Je tâcherai alors de faire émerger l'existence d'un modèle dominant sur le marché en commençant par présenter la structure de cette industrie afin de mettre en avant l'existence d'acteurs hégémoniques. Je m'appliquerai également à étudier les terminologies employées pour faire remonter une tension existant entre les concepteurs amateurs et les concepteurs professionnels. Cela me permettra de questionner les pratiques de conception et l'expérience des concepteurs grâce aux entretiens semi-directifs afin de soulever la question de la légitimation des pratiques de conception.

Dans un second temps, je tâcherai d'étudier la plateforme Steam afin de mettre en avant l'existence d'une tension entre dimension communautaire et dimension marchande sur cette plateforme de commercialisation des jeux vidéo. Pour cela, je commencerai par étudier la dimension communautaire structurante de la plateforme en m'intéressant aux principes de *ramification* de la plateforme et des pratiques communautaires et en m'intéressant à la mise en

---

<sup>22</sup> FLICHY Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.

<sup>23</sup> JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. « L'empreinte de la technique dans le livre ». pp. 3-15.

SOUCHIER Emmanuël, « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », *Communication et langages*, n°154, 2007. « L'énonciation éditoriale en question ». pp. 23-38.

<sup>24</sup> CANDEL Etienne, « L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. « Tout peut-il être média ? » pp. 19-34.

<sup>25</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066> – pp. 5-11

ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – pp.53-61

valeur de ces pratiques communautaires. Ensuite, je montrerai comment la dimension marchande de la plateforme s'appuie sur la dimension communautaire et comment cela permet de faire émerger l'autorité discursive de Valve. Pour cela, j'étudierai le magasin Steam comme un portail, cela me permettra de mettre en question la notion de popularité et de montrer la priorité de l'énonciation des joueurs sur celle des concepteurs.

Enfin, dans un dernier temps, je montrerai que, pour les concepteurs amateurs, l'accès au catalogue Steam représente une tension entre légitimation et normalisation des pratiques de conception. Pour cela, je commencerai par étudier les processus Steam Greenlight et Steam Direct<sup>26</sup> afin de montrer l'évolution d'une forme de légitimation communautaire basée sur le quantitatif à une autre forme communautaire basée sur le discours. Ceci me permettra de soulever la question de l'auctorialité et de la légitimation des pratiques des concepteurs. Puis, je montrerai comment ce processus de légitimation est devenu un processus de normalisation des pratiques de mise en représentation. Je tâcherai alors de montrer comment Valve exerce un pouvoir éditorial sur les concepteurs à travers la plateforme SteamWorks et dans quelle mesure la normalisation des pratiques de représentation tend vers une normalisation des pratiques de conception.

---

<sup>26</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

## I. La structuration normative de l'industrie du jeu vidéo

Inventé dans les années 1970, le terme « jeu vidéo » désignait à l'origine le support utilisé pour jouer<sup>27</sup>. Progressivement, par antonomase, le terme finit par être employé pour désigner le logiciel de jeu<sup>28</sup>. Ce glissement d'utilisation illustre l'indissociabilité entre la technologie utilisée pour jouer et la technologie utilisée pour développer les jeux vidéo.

L'industrie du jeu vidéo et son marché se sont ainsi construits progressivement en suivant l'évolution de ces technologies, permettant à de grands acteurs d'émerger et de s'imposer sur le marché, ce qui m'amène à poser l'hypothèse suivante : l'industrie du jeu vidéo est dominée par de grands studios qui la structurent en imposant une normalisation de ce que doit être un jeu vidéo.

Dans un premier temps, je tâcherai de faire émerger l'existence d'un modèle dominant et de le définir. Je commencerai par présenter la structure de cette industrie ainsi que le marché et les grands acteurs ; je continuerai par étudier les terminologies glissantes employées dans cette industrie ce qui me permettra de mettre en avant l'existence d'une tension entre les concepteurs dits amateurs et les concepteurs dits professionnels.

Je creuserai ensuite cette tension en m'appuyant sur les entretiens semi-directifs de deux concepteurs, ce qui me permettra d'abord de poser la question des pratiques de conception et de l'expérience, puis de m'interroger sur la question de la légitimité de ces pratiques.

### A. La structuration de l'industrie par le modèle dominant du jeu AAA

---

<sup>27</sup> Trésor de la langue Française informatisée (TLFI), définition historique de « vidéo », [en ligne] sur <http://www.cnrtl.fr/definition/vidéo>

<sup>28</sup> En 1978 le terme est employé pour l'un des premières fois comme nom commun dans un article publié par *Le Point*, 6 févr. 1978, p. 98, col. 3

Avant de s'intéresser aux pratiques de conception des jeux vidéo et à la tension existant entre les concepteurs amateurs et les concepteurs professionnels, il est nécessaire de présenter la structure de l'industrie et du marché, ce qui me permet de montrer l'existence d'un modèle dominant, celui des jeux Triple-A.

### *1. Une industrie construite autour d'acteurs hégémoniques*

#### **a. L'intervention de plusieurs acteurs au sein de l'industrie**

De manière absolue, il existe quatre grandes figures intervenant dans l'industrie du jeu vidéo que l'on peut résumer ainsi : le joueur, le distributeur, l'éditeur et le concepteur. Le joueur représente l'utilisateur final, le consommateur. Il existe plusieurs types de joueurs selon la fréquence de jeu, la pratique de jeu, le type de jeu, etc. Cette typologie des joueurs permet aux trois autres figures de concevoir un jeu répondant aux besoins et aux attentes de la cible finale. Par exemple, les jeux sur *smartphones* ciblent les utilisateurs qui jouent occasionnellement dans les transports en commun<sup>29</sup>.

Les figures du concepteur, de l'éditeur et du distributeur vont travailler ensemble avec des degrés de relation différents : le concepteur, par exemple, sera rarement mis en relation directe avec le distributeur, l'éditeur faisant l'intermédiaire.

La figure du concepteur regroupe tous les corps de métiers nécessaires à la conception d'un jeu — l'Agence Française pour le Jeu Vidéo (AFJV) en décompte vingt-huit différents<sup>30</sup>, l'un des plus importants étant celui du *game designer* chargé de construire la structure ludique et interactive propre au jeu vidéo. La figure du concepteur est ainsi chargée de concevoir et de produire un jeu, depuis le scénario jusqu'à la version commercialisée. Les besoins et attentes des joueurs sont intégrés dans le jeu par le concepteur.

L'éditeur, lui, est chargé de financer la production d'un jeu et de la superviser. Les éditeurs de taille importante tels qu'Ubisoft possèdent plusieurs studios de production et travaillent avec

---

<sup>29</sup> ARTE France et Bonne Compagnie, *Jeux vidéo, les nouveaux maîtres du monde*, réalisé par Jérôme Fritel, d'après une idée originale de Olivier Heckmann, diffusé le 15 novembre 2016.

<sup>30</sup> FORSANS, Emmanuel, « L'emploi, les métiers et les rémunérations dans le secteur du jeu vidéo en France », étude publiée le 16 octobre 2012 sur le site de l'AFJV [en ligne] sur [http://www.afjv.com/news/1709\\_etude-emploi-metiers-salaires-jeu-video.htm](http://www.afjv.com/news/1709_etude-emploi-metiers-salaires-jeu-video.htm)



plusieurs studios de création externes. Toutes les décisions relatives à l'identité d'un titre — identité artistique, musicale, ludique — seront prises par l'éditeur, qui sera alors considéré comme le concepteur au sens premier du terme<sup>31</sup>, tandis que les studios exécuteront techniquement ces décisions. À l'inverse, les concepteurs travaillant avec un éditeur de plus petite taille conservent leur pouvoir de conception sur leur titre, l'éditeur ne jouant qu'un rôle de conseiller et d'intermédiation avec le distributeur.

Le distributeur est ainsi chargé de commercialiser le titre auprès des grossistes. Il peut être interne ou externe à l'éditeur, en fonction de la taille de celui-ci. Historiquement, les distributeurs étaient les fabricants de consoles, ce qui conduisait à des associations entre éditeur et distributeurs<sup>32</sup>, assurant ainsi l'exclusivité d'un titre pour une console. Avec les jeux multiplateformes, le rôle du distributeur a évolué, se détachant des fabricants de consoles et assurant un rôle d'intermédiaire auprès des grossistes. Et avec le processus de dématérialisation des jeux vidéo, le rôle du distributeur a, une nouvelle fois, évolué pour converger vers les plateformes numériques telles que Steam. Cette évolution permet alors aux éditeurs de gérer eux-mêmes la commercialisation de leurs titres, mais également aux concepteurs de se passer d'éditeur pour commercialiser leurs jeux. Toutefois, le rôle du distributeur n'a pas totalement disparu, il s'est mélangé à celui d'éditeur : de nombreux grands éditeurs distribuent eux-mêmes leurs titres, comme les cas de Microsoft ou Ubisoft.

Si, grâce à l'évolution du rôle du distributeur, les concepteurs peuvent se passer d'éditeur pour la commercialisation de leurs titres, l'éditeur reste un acteur fondamental dans l'industrie du jeu vidéo.

### **b. L'émergence de la figure centrale de l'éditeur**

À partir du début des années 1990, la technologie — constituée alors de consoles et d'ordinateurs personnels — a connu une forte évolution : la taille de la mémoire vive disponible a rapidement augmenté, de même pour les capacités de stockage permanent et la résolution

---

<sup>31</sup> Le Larousse définit le concepteur comme étant la « personne chargée de la conception des projets, des produits dans une entreprise ». Définition de « concepteur » par Le Larousse en ligne, [en ligne] sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/concepteur/17877?q=concepteur#17751>

<sup>32</sup> TRICLOT, Matthieu, *Philosophie des jeux vidéo*, Zones, mai 2011.

graphique. Cette évolution rapide a ainsi entraîné une augmentation des coûts de production des jeux, et également une augmentation de la taille des équipes de développement<sup>33</sup>. Parmi les nombreux éditeurs et concepteurs existants alors, seuls ceux capables d'augmenter le financement de leurs titres ont pu suivre cette évolution.

On constate ainsi que l'industrie du jeu vidéo s'est construite, dès le début, sur des logiques économiques et non artistiques, contrairement à l'industrie du cinéma par exemple. Ainsi, l'industrie du jeu vidéo est toujours régie aujourd'hui par des logiques économiques et les éditeurs sont classés par chiffres d'affaires — bien qu'il n'existe pas de classement officiel.

En 2015, le site Statista classait les dix plus gros éditeurs selon leurs chiffres d'affaires (en milliards d'euros)<sup>34</sup> : Sony Computer Entertainment (Japon – 9.89), Tencent (Chine – 7.73), Microsoft (États-Unis, 7.25), Nintendo (Japon – 3.92), Activision Blizzard (États-Unis – 3.32), Electronic Arts (États-Unis — 3.25), Bandai Namco Games (Japon – 2.05), King Digital Entertainment (Irlande – 1.7), Ubisoft (France – 1.46) et GungHo Online Entertainment (Japon – 1.26). Ainsi, l'industrie du jeu vidéo est dominée par plusieurs éditeurs qui sont en mesure de financer plusieurs titres par an et d'inonder le marché de ces titres : l'industrie du jeu vidéo est structurée par un modèle économique précis, celui du hit, qui nécessite l'existence d'un modèle dominant, le jeu Triple-A.

Selon Alain Le Diberder, l'économie du hit représente un risque pour le producteur de jeu, car il fait « le pari qu'au moins un de ses titres décrochera le gros lot et financera les autres.<sup>35</sup> ». Cela suppose ainsi que l'éditeur a atteint une taille critique afin de pouvoir produire régulièrement de tels jeux : économiquement parlant, il peut supporter plusieurs échecs commerciaux financés par le succès d'un titre, et humainement parlant, les équipes de développement rassemblent plusieurs centaines de personnes. Toujours selon Alain Le

---

<sup>33</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.136-143.

<sup>34</sup> Étude de Statista « Revenue of the largest computer and video game publishers worldwide in 2015 (in billion euros) » [en ligne] sur <https://www.statista.com/statistics/273838/revenue-of-the-largest-video-game-publishers-worldwide/>

<sup>35</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.137.

Diberder, ces équipes sont mesurées en « hommes-mois » et « la taille standard d'une équipe de développement est passée d'environ 60 au début des années 1990 à 400, dix ans après.<sup>36</sup> ». Ainsi, puisque l'industrie du jeu vidéo est dominée par des éditeurs puissants d'un point de vue économique, les titres ainsi produits représentent donc le modèle dominant.

### **c. Le jeu AAA comme norme à suivre**

En comparant quinze de ces titres Triple-A<sup>37</sup> — certains sortis depuis un certain temps, d'autres, récemment sortis, et d'autres encore en voie de parution — j'ai constaté de nombreux points communs entre eux concernant la dimension artistique, le scénario ou encore le *game design*.

Tous les jeux étudiés présentent des graphismes en 3D, même si ceux-ci sont différents les uns des autres en fonction de l'identité visuelle du jeu. Par exemple, des jeux tels qu'*Anthem* ou *MX GP 3* ont des graphismes réalistes tandis que des jeux tels que *Overwatch* ou *Mario Kart 8 Deluxe* ont des graphismes dans un style similaire à celui de bandes dessinées. Le *sound design*<sup>38</sup> est également un élément important : j'ai constaté que la musique est non seulement présente dans les menus, mais également durant les parties, et que celle-ci est travaillée afin de souligner l'action et être en adéquation avec celle-ci. Dans le cas des jeux ne présentant pas de musique lors des parties, l'ambiance et les effets sonores sont particulièrement travaillés afin de pallier cette absence volontaire de musique.

Concernant le scénario, j'ai observé deux types de jeux : le premier rassemblant les jeux de type narratif (tels que *The Legend of Zelda : Breath of The Wild* ou *Assassin's Creed Origins*), et le deuxième rassemblant les jeux de types compétitifs (tels que *Mario Kart 8 Deluxe* ou *PlayerUnknown's BattleGrounds*). Pour les jeux narratifs, l'intrigue représente l'élément central du jeu : elle doit être suffisamment développée pour conserver l'attention du joueur qui doit être capable de comprendre les dénouements de l'intrigue au fil de sa progression dans le jeu. L'univers et les personnages doivent également être détaillés et les informations les concernant doivent être intégrées dans le jeu et données au joueur.

---

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Voir la grille de comparaison en Annexe 3, page 81.

<sup>38</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

Pour les jeux compétitifs, l'intrigue représente un simple contexte dans lequel s'inscrit la compétition, il n'est ainsi pas nécessaire de donner des détails très précis au joueur. Les personnages doivent être suffisamment développés pour permettre au joueur de les prendre en main, l'univers est souvent détaillé sur d'autres supports.

Enfin, tous les jeux étudiés présentent un *gameplay*<sup>39</sup> riche. Qu'il s'agisse ou non d'un monde ouvert, chaque jeu propose de nombreuses fonctionnalités qui s'équilibrent entre elles. La difficulté des jeux est évolutive, permettant une marge de progression au joueur pour le laisser prendre en main les contrôles et s'appropriier le jeu. Cette progression est permise, non seulement par la structure évolutive, mais également par la présence d'un tutoriel intégré qui va indiquer au joueur les touches permettant de réaliser les actions.

En ce qui concerne les jeux compétitifs, la difficulté ne dépend pas du jeu et de la construction des arènes (qu'il s'agisse de cartes pour *Overwatch*, de circuits de course pour *Mario Kart* ou d'arènes pour *Tekken 7*), mais des joueurs en compétition.

Enfin, je constate une uniformisation des contrôles des jeux qui sont tous les mêmes — les touches Z-Q-S-D sur le clavier de l'ordinateur par exemple — ce qui permet ainsi au joueur de maîtriser rapidement un jeu et de passer d'un l'un à l'autre.

Ainsi, puisque tous les jeux étudiés présentent de très nombreux points communs, on peut supposer une normalisation des pratiques de conception visant à renforcer ce modèle dominant du jeu Triple-A. Selon Alain Le Diberder, « l'ensemble des habitudes de la profession, la manière de rédiger les *curriculum vitae*, l'organisation des salons, celle de la presse spécialisée [est] pensé uniquement en fonction de ces gros titres "AAA" vendus en boîte dans des magasins. Tout le reste des jeux vidéo [sont] des sous-jeux, les professionnels qui y [travaillent sont] de simples acteurs de deuxième division.<sup>40</sup> »

L'industrie du jeu vidéo est structurée par des logiques économiques : le marché est dominé par de grands éditeurs qui financent la production de plusieurs gros titres coûteux par an. Les

---

<sup>39</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>40</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.138.

titres ainsi produits qui récoltent un succès commercial sont alors appelés « jeux Triple-A » et permettent à l'éditeur de rentabiliser la production des autres titres.

Cette classification est ainsi attribuée aux titres produits dans des cadres industrialisés et dont le succès commercial est prévisible : il s'agit de « “licences” imposées par les directions de marketing, après enquêtes auprès des magasins sur les attentes supposées du public.<sup>41</sup> ». Ces titres constituent ainsi le modèle dominant du marché, entraînant une normalisation des pratiques de conception.

Toutefois, depuis 2012, on observe une « vague de jeux vidéo indépendants » qui s'oppose ainsi au modèle dominant. Cette terminologie employée illustre une opposition entre les jeux conformes au modèle dominant et ceux qui en dévient, néanmoins une étude des terminologies employées me permet de situer la tension, non pas entre indépendant et modèle dominant, mais entre amateur et professionnel.

## *2. Des terminologies glissantes qui séparent les acteurs*

### **a. Face au jeu AAA, le contre-modèle du jeu indépendant**

Ainsi que je l'ai montré, le modèle dominant de l'industrie du jeu vidéo est celui du jeu Triple-A que l'on pourrait également qualifier d'industriel au vu des cadres de production. Par opposition, les jeux qui ne sont pas produits par de tels éditeurs peuvent être qualifiés de jeux « indépendants ». La production de tels jeux n'est donc pas supportée d'une quelconque façon par un éditeur quel qu'il soit, et le financement de ces jeux n'est donc pas à la même échelle. Ainsi, la majorité des jeux indépendants sont autofinancés par leurs concepteurs et l'équipe de production est souvent minimaliste.

La définition précise d'un jeu indépendant reste sujette à débat. Si la définition la plus répandue et la plus admise est celle du financement — comme on peut le dire dans le domaine de la musique ou du cinéma — certains définissent le jeu vidéo indépendant comme une sorte de contre-modèle souhaitant garder une indépendance de créativité. C'est ce que Sam Barlow,

---

<sup>41</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.137.

producteur des jeux *Silent Hill* et *Her Story*, a exprimé lors d'entretiens donnés pour la sortie de son jeu indépendant : « la façon dont les budgets sont attribués [dans l'industrie du jeu vidéo] fait que l'on est juste concentrés sur les *blockbusters*. [...] *Her Story* m'a permis de faire tout ce que je rêvais de faire depuis 10 ans.<sup>42</sup> ». On retrouve l'idée d'une normalisation des pratiques de conception dans cette citation de Sam Barlow : en réalisant *Her Story*, un jeu de type FMV<sup>43</sup>, il s'est éloigné du modèle dominant et de la normalisation des pratiques.

Cette définition du jeu vidéo indépendant comme un contre-modèle créatif est en partie portée par le modèle dominant lui-même. En effet, en comparant les jeux Triple-A, j'ai constaté que douze de ces jeux étaient un nouveau volet d'une série de jeux (*Tekken 7*, *Assassin's Creed Origins*, *Grand Theft Auto V*, etc.). On peut ainsi dire qu'il y a un manque de renouvellement créatif du modèle dominant<sup>44</sup> et que les éditeurs se contentent de ressortir des jeux à succès. Au contraire, les jeux indépendants présentent une créativité et une originalité dans l'offre proposée. Par exemple, Sam Barlow a choisi de reprendre un type de jeu datant des années 1990, se démarquant ainsi du modèle dominant par la structure même de son jeu. Le jeu *The First Tree* est un jeu d'exploration, mais il se démarque par son histoire, proposant aux joueurs de découvrir deux histoires entremêlées, celle d'une renarde cherchant ses petits et celle d'un fils voulant se rapprocher de son père.

Les jeux vidéo indépendants se présentent ainsi comme un contre-modèle des jeux Triple-A aussi bien sur le plan financier que sur le plan créatif. Puisque le financement des jeux indépendants est bien moindre que celui des jeux Triple-A, le rendu technique est également différent (qualité des graphismes, taille du logiciel, correction des bugs, etc.). De plus, les jeux indépendants présentent moins de fonctionnalités, ou alors celles-ci sont moins bien intégrées, ce qui conduit à un glissement de terminologie où le jeu vidéo « indépendant » devient un jeu vidéo « amateur ».

---

<sup>42</sup> Interview de Sam Barlow pour *Variety* à propos de *Telling Lies* son prochain jeu, publiée le 14 juillet 2017, [en ligne] sur <http://variety.com/2017/digital/news/sam-barlow-telling-lies-video-game-annapurna-1202496071/> (traduction libre)

<sup>43</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>44</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.136-143.

## **b. Le glissement du terme d'indépendant à amateur**

Avec la démocratisation d'Internet au début du XXI<sup>ème</sup> siècle, les amateurs sont de plus en plus présents et leurs productions ne sont plus marginales, mais mises en lumière<sup>45</sup>. Pour Patrice Flichy, un amateur n'a pas de « compétences précises ni de diplômes particuliers ; et pourtant leur parole est devenue omniprésente, indispensable.<sup>46</sup> ». Il associe cette montée en puissance des amateurs à une nouvelle ère de démocratisation qui est celle des compétences : grâce à Internet, « chacun peut accéder aux savoirs qu'il recherche et les mettre en pratique.<sup>47</sup> ». Ainsi, les amateurs peuvent partager leur savoir et leurs expériences avec un public, et avoir accès aux savoirs et expériences des autres amateurs. Cette nouvelle ère de démocratisation « s'appuie sur des individus qui, grâce à leur niveau d'éducation et aux nouveaux outils informatiques, peuvent acquérir des compétences fondamentales dans le cadre de leurs loisirs.<sup>48</sup> ». Ainsi, il s'agit ici de développer une expertise ordinaire acquise par l'expérience — celle de l'amateur et celle des autres — qui permet alors de réaliser, sur son temps libre, des activités que l'amateur aime et choisit<sup>49</sup>.

Dans le domaine du jeu vidéo, grâce à la dématérialisation de la distribution, les amateurs peuvent créer des jeux et les partager avec d'autres amateurs. L'amateur va alors avoir recours à des sites spécialisés tels que Jeuxvideo.com ou Gamekult.com afin de partager son expérience de jeu ; il peut également accéder à des forums spécialisés, tels que Developpez.net, où il partagera son expérience technique quant à la programmation (dans la catégorie « Développement, 2D, 3D et Jeux » du site, à la date du 26 juillet 2017, 16 407 discussions ont été créées et 126 337 messages ont été postés<sup>50</sup>).

---

<sup>45</sup> FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.

<sup>46</sup> Ibid., p.7

<sup>47</sup> Ibid., p.8

<sup>48</sup> Ibid., p.9

<sup>49</sup> Idem.

<sup>50</sup> Catégorie « Développement, 2D, 3D et Jeux » sur forum Developpez.net [en ligne] sur <https://www.developpez.net/forums/f66/applications/developpement-2d-3d-jeux/>

Cependant, parce que l'activité de l'amateur est essentiellement non marchande<sup>51</sup> et parce qu'il est un particulier qui s'adonne à une activité sur son temps libre, lorsque l'amateur décide de commercialiser sa production, son expérience, il va commencer par s'autofinancer. Ainsi, dans le domaine des jeux vidéo, la grande majorité des titres développés par des amateurs sont des jeux indépendants, car autofinancés. Ainsi, « indépendant » devient synonyme « d'amateur », bien que certains jeux indépendants soient développés par de petits studios ayant déjà plusieurs titres à leur actif.

### **c. Les termes d'amateur et professionnel comme indicateurs d'une tension**

S'il existe un « jeu vidéo amateur », il doit forcément exister un « jeu vidéo professionnel » qui se pose à l'opposé. Le Larousse définit le « professionnel » comme étant celui « qui exerce régulièrement une profession, un métier, par opposition à amateur<sup>52</sup> » et comme celui « qui exerce une activité de manière très compétente.<sup>52</sup> ». Ainsi, le professionnel est celui qui détient le savoir et le savoir-faire, qui les exerce de manière continue et non sur son temps libre comme simple activité.

Plutôt que de parler de « professionnel », Patrice Flichy emploie le terme « expert » pour désigner celui qui détient le savoir, l'expertise<sup>53</sup>. Selon Richard Sennett, le mot « expert » a deux significations : la première comprend une acceptation traditionnelle (celui qui est rendu habile par l'expérience) et la seconde comprend une acceptation plus contemporaine (celui qui est spécialiste)<sup>54</sup>. C'est cette deuxième acceptation du terme « expert » que l'on retrouve dans le deuxième sens de la définition du Larousse du terme « professionnel ».

Toutefois, dans le domaine du jeu vidéo, il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'une industrie structurée par des logiques économiques et par un modèle dominant. Ainsi que l'exprime Alain Le Diberder, « en cherchant un emploi dans le secteur, mieux [vaut] avoir occupé un petit poste

---

<sup>51</sup> FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.

<sup>52</sup> Deux premiers sens de la définition du terme « professionnel » par Le Larousse [en ligne] sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/professionnel/64161?q=professionnel#63441>

<sup>53</sup> FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.

<sup>54</sup> SENNETT, Richard, *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Paris, Albin Michel, 2010.



dans un *gros jeu* qu'un poste important dans un *petit jeu*.<sup>55</sup> ». Ainsi, on peut définir le professionnel comme celui qui a acquis son expérience auprès d'un éditeur et dont les pratiques de conception sont conformes à celles du modèle dominant.

Par opposition, l'expérience et les pratiques de l'amateur sont considérées comme marginales et non conformes au modèle dominant. Ainsi la production de l'amateur, quelle que soit sa qualité, ne peut pas être entièrement considérée comme de qualité professionnelle, car elle est toujours nuancée par son origine amateur, comme le montrent ces extraits d'évaluations du jeu *How to Shoot a Criminal* : « *How to Shoot a Criminal* s'avère être une agréable surprise pour peu que l'on ne s'attende pas à une superproduction américaine au niveau de l'énigme ou du jeu d'acteurs.<sup>56</sup> » ; « Que dire sans vouloir dévaloriser ce jeu qui, à l'instar de *Her Story*, est bien, mais est déconcertant.<sup>57</sup> » ; « Ceci étant dit, ils ont apparemment choisi de travailler sans un éditeur.<sup>58</sup> ». Au mieux, un jeu vidéo amateur pourra être qualifié d'indépendant.

L'industrie du jeu vidéo est structurée par des logiques économiques qui valorisent les grands éditeurs capables de suivre le modèle économique du hit en produisant plusieurs jeux coûteux dans l'objectif que le succès de l'un finance les échecs des autres. Les jeux ainsi produits parvenant en têtes des ventes la semaine de leur sortie<sup>59</sup> sont désignés comme des « jeux Triple-A » et constituent le modèle dominant de l'industrie qui va alors normaliser celle-ci, aussi bien dans les pratiques de conception que dans l'expérience acquise par les concepteurs. Tous les jeux n'étant pas produits dans de tels cadres sont alors considérés comme indépendants en offrant une liberté de créativité et de pratiques.

---

<sup>55</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.138.

<sup>56</sup> Évaluation du jeu *How to Shoot a Criminal* rédigée par Loutre Perfide, rédigée le 22 janvier 2017, [en ligne] sur [http://steamcommunity.com/id/Loutre\\_Perfide/recommended/518130/](http://steamcommunity.com/id/Loutre_Perfide/recommended/518130/)

<sup>57</sup> Évaluation du jeu *How to Shoot a Criminal* rédigée par thefabmin, rédigée le 11 février 2017, [en ligne] sur <http://steamcommunity.com/profiles/76561198053684891/recommended/518130/>

<sup>58</sup> Évaluation du jeu *How to Shoot a Criminal* rédigée par Gamer Guy (In A Suit), rédigée le 23 janvier 2017, [en ligne] sur <http://steamcommunity.com/id/GamerGuyInASuit/recommended/518130/> Traduction libre.

<sup>59</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), pp.136-143.

Cette opposition s'observe également dans les notions d'amateur et de professionnel qui opposent l'exercice des pratiques de conception et l'acquisition de l'expérience : le professionnel existe sur le marché, car il monétise son expérience et ses pratiques qui sont conformes au modèle dominant, tandis que l'amateur ne monétise pas son expérience ni ses pratiques qu'il acquiert sur son temps libre et qu'il choisit de partager avec d'autres amateurs.

## **B. Une industrie marquée par une tension inhérente à son modèle**

En étudiant les terminologies employées dans l'industrie du jeu vidéo, j'ai constaté l'existence d'une tension entre amateur et professionnel qui suppose une différence dans les pratiques de conception et dans l'expérience acquise. Afin d'étudier cette tension, je m'appuierai sur une observation participative de mon expérience personnelle en tant que *game designer*, ainsi que sur des entretiens semi-directifs menés avec deux concepteurs : Guillaume Laporte, concepteur amateur, et Clément Germanicus, concepteur professionnel en contrat avec Voodoo.

### *1. Une tension entre amateur et professionnel qui suggère une différence dans les pratiques de conception*

#### **a. Des pratiques de conception fondamentalement identiques**

Les pratiques de conception désignent l'ensemble des étapes nécessaires à la conception d'un jeu et que l'on peut résumer de la sorte : l'élaboration du scénario, le *game design*, les graphismes, la musique et le développement.

L'élaboration du scénario est l'une des premières étapes, car il s'agit de définir la trame narrative du jeu, les dialogues, les scripts, ainsi qu'une bible qui contiendra toutes les informations détaillées relatives au scénario : histoire, personnages, univers, objets, créatures, contexte, etc. Cette bible<sup>60</sup> sert de document de référence pour toutes les étapes suivantes.

---

<sup>60</sup> Voir, par exemple, un extrait de la bible du jeu *How to Shoot a Criminal* en Annexe 6, page 118.

L'étape du *game design* est fondamentale, car c'est durant cette étape que l'architecture ludique du jeu est établie. Il s'agit alors de prendre le scénario et de le transformer en jeu à travers des *game designs documents* : le *game designer* est chargé d'établir l'évolution du joueur, la gradation de la difficulté, les niveaux et la structure spécifique à chacun d'entre eux<sup>61</sup>, etc.

La création des graphismes se fait en parallèle de l'élaboration du *game design* et va déterminer l'identité visuelle du jeu. La création de la musique se fait à partir du moment où l'identité visuelle du jeu a été trouvée afin de pouvoir être en accord. L'ajout de l'ambiance sonore, des effets sonores et des doublages des personnages se fait vers la fin du développement.

Enfin, l'étape du développement consiste en la réalisation technique du jeu. Le développeur s'appuie sur les *game designs documents* qui ont été établis, il doit également intégrer les graphismes et la musique.

Ces étapes, résumées simplement, sont donc toutes nécessaires à la conception d'un jeu et, ainsi qu'en a témoigné Guillaume Laporte, il n'est pas nécessaire de réunir une équipe complète pour la conception d'un jeu, car un concepteur peut développer seul un jeu en faisant appel à des ressources externes. C'est, par exemple, le cas du jeu *The First Tree*, commercialisé sur Steam : David Wehle a réalisé seul ce jeu en se procurant les *assets*<sup>62</sup> manquants auprès d'artistes externes<sup>63</sup>.

Il est évident que ces étapes, bien que fondamentales, vont être différentes d'un jeu à l'autre. Par exemple, l'étape d'élaboration du scénario pour un jeu tel que *Her Story* sera bien plus conséquente que pour un jeu tel que *Candy Crush*. De même, l'élaboration du *game design* d'un jeu de plateforme ne sera pas la même que pour un jeu de type FPS<sup>64</sup>.

Les pratiques de conception des graphismes seront différentes selon l'identité visuelle voulue, car on ne développe pas des graphismes en 2D comme des graphismes en 3D, cependant

---

<sup>61</sup> Voir, par exemple, un extrait du *level design* du jeu *How to Shoot a Criminal* en Annexe 7, page 127.

<sup>62</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>63</sup> Article de blog publié par David WHELE sur la communauté Unity en 2016 [en ligne] sur <https://connect.unity.com/p/articles-so-many-projects-so-little-time>

<sup>64</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

les pratiques seront sensiblement similaires. Les pratiques de création de la musique, d'enregistrement des dialogues, des effets sonores, etc. seront identiques. Les pratiques de développement seront les mêmes dans la mesure où les développeurs utilisent largement des logiciels tels que Unity ou Unreal Engine, ou le langage C/C++ ou JavaScript. Seules les pratiques de scénario et particulièrement de *game design* vont changer d'un jeu à l'autre.

Si, fondamentalement, les pratiques de conception sont les mêmes, elles vont néanmoins différer selon la motivation du concepteur, mais également son expérience et le cadre d'acquisition de cette dernière.

### **b. La motivation comme facteur de différence dans les pratiques**

Interrogés tous deux sur les raisons qui les ont conduits à développer des jeux vidéo, Guillaume Laporte et Clément Germanicus ont évoqué un amateurisme pour les jeux vidéo.

Il faut ici comprendre « amateurisme » dans le sens que lui a donné Antoine Hennion : l'amateur est celui qui développe un goût pour une chose et qui va cultiver ce goût, cet amateurisme, en multipliant les expériences similaires<sup>65</sup>. Ainsi, ces deux concepteurs ont cultivé leur amateurisme en produisant eux-mêmes des jeux vidéo, devenant alors des amateurs au sens où l'entend Patrice Flichy. Pour lui, l'amateur est celui qui, d'une part, collectionne, et qui, d'autre part, produit par plaisir<sup>66</sup>. Ainsi, l'amateur dans le domaine du jeu vidéo réunit ces deux conceptions du terme, car il s'agit d'un « domaine dans lequel [...] on va trouver beaucoup de gens passionnés.<sup>67</sup> ».

On peut ainsi supposer que la notion de plaisir est fondamentale dans les pratiques de conception de jeu vidéo. C'est ce que l'on ressent dans les discours des concepteurs interrogés qui avouent avoir appris à développer informatiquement avec des jeux vidéo, car c'était plus agréable. Cette notion de plaisir devient une « motivation » pour Guillaume Laporte qui va alors établir sa feuille de route selon ce qu'il a envie de développer en premier afin de continuer la conception d'un jeu. Clément Germanicus, lui, parle « d'esprit *gamer* » qui le conduit à ajouter à son jeu des fonctionnalités qu'il apprécie en tant que joueur.

---

<sup>65</sup> HENNION, Antoine, « Réflexivités. L'activité de l'amateur. », *Réseaux*, 2009/1 (n0153), p.55-78.

<sup>66</sup> FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.

<sup>67</sup> Entretien avec Guillaume Laporte, réalisé le 2 juillet 2017, voir la retranscription en Annexe 4, page 86.

Néanmoins, je constate que cette notion de plaisir s'estompe et devient un simple facteur lorsque les pratiques sont réalisées dans un cadre professionnel et motivées par une logique plus économique, ainsi que l'a expliqué Clément Germanicus : « Il y a des moments où j'ai dû faire des concessions, car notre éditeur refusait parce que, d'un point de vue business, ce n'était pas correct. Et c'est là que l'esprit *gamer* a un peu disparu.<sup>68</sup> ». De plus, selon lui, ses pratiques de conception ont évolué au contact de son éditeur pour devenir plus professionnelles, car il est, désormais, conscient de la logique économique<sup>69</sup> et lorsqu'il conçoit un jeu, il le fait selon cette logique et non plus selon son « esprit *gamer* »<sup>70</sup>.

On note donc une différence dans les pratiques de conception selon la motivation du concepteur : l'amateur sera motivé par le plaisir et organisera ses pratiques de conception de sorte à conserver ce plaisir, tandis que le professionnel sera structuré par une logique économique et organisera ses pratiques afin de répondre à cette logique.

### **c. Des pratiques dépendantes de leur cadre d'acquisition**

Ce qui ressort des entretiens menés et que l'on retrouve sur des supports plus officiels tels que l'AFJV est le fait que les pratiques de conception de jeu vidéo ne font pas l'objet d'un apprentissage encadré comme peut l'être l'apprentissage des pratiques de montage dans le cinéma. Ainsi que me l'ont confié Guillaume Laporte et Clément Germanicus, ils ont acquis leur expérience et leurs pratiques par eux-mêmes : en tirant des enseignements d'une discipline proche telle que le développement de logiciels, en appliquant une règle tirée du business comme celle du Système 1/Système 2<sup>71</sup>, en lisant des livres, en suivant des tutoriels, etc.

C'est ce qui me permet en partie d'expliquer les différences de pratiques de conception que l'on peut trouver : chaque concepteur possède sa propre expérience qui va se différencier des autres et ainsi apporter des enseignements différents qui vont nourrir les pratiques. Néanmoins, le cadre d'acquisition de l'expérience est très important, car il va influencer sur l'expérience

---

<sup>68</sup> Entretien Clément Germanicus, réalisé le 4 septembre 2017, voir la retranscription en Annexe 5, page 105.

<sup>69</sup> Idem., question 28, p. 116.

<sup>70</sup> Idem., question 15, p. 110.

<sup>71</sup> Ibid.

acquise : plus le cadre d'acquisition sera normalisé, plus l'expérience sera elle-même normalisée et les pratiques, ainsi nourries, seront, elles aussi, normalisées.

On retrouve ainsi l'omniprésence structurante du modèle dominant du jeu Triple-A dans le cadre d'acquisition d'expérience des concepteurs qui vont alors nourrir leurs pratiques et les faire correspondre au cadre dans lequel ils évoluent et ainsi normaliser leurs pratiques. La différence soulevée par les termes « amateur » et « professionnel » désigne, non pas une différence fondamentale des pratiques, mais une différence d'expérience. Cette expérience confère de fait au professionnel un statut plus légitime qu'à l'amateur, car son expérience est plus professionnelle, normalisée.

## 2. Une légitimité des pratiques acquise par l'expérience

Tel que je l'ai dit dans la première moitié de cette partie, il s'agit d'une industrie culturelle structurée par une logique économique. Par conséquent, tous les acteurs intervenant dans l'industrie, dont les concepteurs, doivent se valoriser sur le marché en vendant leurs compétences et ainsi leur expérience. Mais ce qui a le plus de poids c'est le cadre d'acquisition de l'expérience, car, ainsi que le dit Alain Le Diberder, « en cherchant un emploi dans le secteur, mieux [vaut] avoir occupé un petit poste dans un *gros jeu* qu'un poste important dans un *petit jeu*.<sup>72</sup> ». On observe ainsi un premier processus de légitimation des concepteurs grâce à leur expérience et surtout au cadre d'acquisition de celle-ci : plus le cadre d'acquisition sera conforme à la norme imposée par le modèle dominant, plus l'expérience sera légitime et plus le concepteur sera légitimé dans ses pratiques.

On peut observer un deuxième processus de légitimation dans l'énonciation même des concepteurs. J'ai relevé dans le discours de Guillaume Laporte des marques de distanciation avec des termes tels que « je ne sais pas qui je suis pour dire ça », « à mon avis » ou « je crois ». Il nuance ainsi lui-même sa propre légitimité et celle de son expérience en se plaçant comme inférieur à un professionnel, en indiquant par-là que son discours et, à travers lui, son

---

<sup>72</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.138.

expérience sont moins légitimes que le discours et l'expérience d'un professionnel. Il inscrit également sa propre expérience comme faisant partie d'un corps d'amateur en faisant quasiment systématiquement référence à un tutoriel qu'il a suivi, à l'enseignement qu'il a tiré de l'expérience de quelqu'un d'autre.

À l'inverse, le discours de Clément Germanicus apparaît beaucoup plus sûr et légitime, notamment avec l'emploi très fréquent de la locution conjonctive « parce que »<sup>73</sup> qui confère à l'énonciateur une légitimité dans son discours. Cette légitimité est également apportée par le fait qu'il acquiert son expérience auprès d'un éditeur, donc par le cadre d'acquisition de l'expérience.

Depuis la création des premiers jeux vidéo en 1950, l'industrie s'est structurée, devenant aujourd'hui l'une des premières industries dans le domaine du divertissement<sup>74</sup>. Cette industrie est aujourd'hui structurée par le modèle économique du hit et par le modèle dominant du jeu Triple-A, ce qui entraîne une normalisation du marché, aussi bien d'un point de vue marketing que production<sup>75</sup>. Les terminologies employées reflètent l'omniprésence de ce modèle dominant, mais mettent également en lumière une tension entre amateur et professionnel qui suppose une différence dans les pratiques.

Si, fondamentalement, les pratiques de conception sont identiques, elles vont néanmoins se différencier les unes des autres en fonction de l'expérience du concepteur et du cadre d'acquisition de cette expérience : plus le cadre d'expérience est conforme à la norme, plus les pratiques de conceptions sont, elles aussi, conformes à la norme et donc « professionnelles ». Ce qui, d'une part, confère la légitimité au concepteur et, d'autre part, montre l'omniprésence

---

<sup>73</sup> Cette locution conjonctive sert à marquer la raison, la cause de ce qui est dit.

<sup>74</sup> En 2015, l'industrie du jeu vidéo est la deuxième industrie culturelle en France.

Source : « Le jeu vidéo, deuxième industrie culturelle de France », *Influencia*, publié le 2 novembre 2015, [en ligne] sur <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com.culture.jeu-video-deuxieme-industrie-culturelle-france,5839.html>

<sup>75</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.138.

du modèle dominant. On peut ainsi dire que l'industrie du jeu vidéo est normée par de grands éditeurs.

Toutefois, on peut supposer que les amateurs et indépendants éprouvent des difficultés à exister sur ce marché dominé par le jeu Triple-A. Avec sa plateforme de distribution, Steam, Valve semble proposer une sorte de marché alternatif favorisant les jeux indépendants et amateurs. Néanmoins, Valve n'est pas qu'un simple distributeur, il est avant tout un éditeur de jeux considérés comme Triple-A. Je vais alors m'intéresser à cette plateforme numérique en me demandant si Valve ne participerait pas à cette normalisation du marché.



## II. Valve, contributeur de la normalisation de l'industrie par la structure de son marché

Lancée en 2003 par l'éditeur de jeux vidéo Valve, la plateforme numérique Steam est présentée comme une plateforme de distribution permettant à l'utilisateur d'accéder à un magasin virtuel de jeux vidéo qu'il peut acheter, télécharger et gérer. Cette plateforme comporte ainsi une très forte dimension marchande. Toutefois, l'une des raisons ayant conduit à la création de cette plateforme est celle de créer une communauté autour des jeux édités par Valve et de proposer un espace communautaire aux utilisateurs. On peut ainsi considérer Steam comme un réseau social autour des jeux vidéo de Valve.

Steam, en tant que plateforme, présente alors une forme d'hybridation, étant à la fois une plateforme marchande et une plateforme communautaire. J'ai donc choisi d'étudier la plateforme selon cet axe afin de montrer comment la dimension marchande s'appuie sur la dimension communautaire. Néanmoins, il ne faut pas oublier que Valve est, avant tout, un éditeur de jeu vidéo qui se classe parmi les plus importants acteurs de l'industrie : en 2014, le chiffre d'affaires de Valve est estimé à \$730 millions<sup>76</sup>. Ainsi, les jeux édités par Valve sont produits dans des cadres de production normalisés et conformes au modèle dominant du jeu Triple-A. Dans la mesure où Valve devient distributeur grâce à sa plateforme Steam, je pose l'hypothèse selon laquelle Steam permet à Valve de contribuer à la normalisation de l'industrie du jeu vidéo.

Dans un premier temps, j'étudierai la dimension communautaire afin de comprendre comment elle fonctionne sur la plateforme et comment elle la structure. Pour cela, je commencerai par étudier la tension entre individualité et communauté sur la plateforme en

---

<sup>76</sup> Dans la mesure où Valve ne communique pas ses informations financières, ceci n'est qu'une estimation. Source : SAVAGE, Phil, « Market data firm claims Valve made \$730 million last year » sur *PC Gamer*, publié le 27 juillet 2015, [en ligne] sur [http://www.pcgamer.com/market-data-firm-claims-valve-made-730-million-last-year/?ns\\_campaign=article-feed&ns\\_mchannel=ref&ns\\_source=steam&ns\\_linkname=0&ns\\_fee=0](http://www.pcgamer.com/market-data-firm-claims-valve-made-730-million-last-year/?ns_campaign=article-feed&ns_mchannel=ref&ns_source=steam&ns_linkname=0&ns_fee=0)

m'intéressant aux injonctions communautaires omniprésentes et à la parole du joueur comme étant systématiquement communautaire même lorsque celui-ci n'en est pas conscient. Je continuerai avec l'étude du processus de *gamification* de la plateforme, avec les succès, les cartes à échanger et les Niveaux Steam. Puis je me pencherai sur la valorisation de la parole du joueur par Valve.

Dans un second temps, j'étudierai l'expression du pouvoir éditorial de Valve à travers l'étude du magasin Steam. Je commencerai par étudier l'autorité discursive de Valve en considérant le magasin Steam comme un portail, puis en montrant les principes de hiérarchisation du contenu. Je continuerai par analyser l'omniprésence des traces d'énonciation de Valve en mettant en avant l'effacement du discours des concepteurs et en étudiant le système des tags et des genres comme étant la parole des utilisateurs.

## **A. Steam, une plateforme marchande structurée par une dimension communautaire**

Il ne s'agit pas d'opposer l'étude de la dimension marchande à celle de la dimension communautaire, mais plutôt de comprendre comment, sur Steam, la structure de la première s'appuie sur celle de la seconde. Pour cela, j'ai choisi de commencer par montrer l'importance de cette dimension en étudiant les injonctions communautaires, le processus de *gamification* des pratiques communautaires et, enfin, la mise en valeur de la parole du joueur.

### *1. Un espace de tension entre pratiques individuelles et communautaires*

#### **a. L'encadrement des pratiques individuelles par des pratiques communautaires**

Lorsque l'on accède à la plateforme Steam<sup>77</sup>, on constate l'omniprésence d'injonctions communautaires sur la page d'accueil du magasin. Ces injonctions se présentent sous les expressions de « populaire », « recommandé », ou encore sous la forme d'évaluations rédigées

---

<sup>77</sup> Voir la capture d'écran 1 en Annexe 8, page 133.

par les utilisateurs, ou de tags populaires appliqués par les utilisateurs. Ces traces indiquent, ainsi que je le montrerai plus tard, l'existence d'une communauté qui revêt une importance sur la plateforme.

De plus, ces injonctions communautaires n'apparaissent pas seulement sur l'espace public de la page d'accueil du magasin, mais apparaissent également sur l'espace privé de la bibliothèque virtuelle de l'utilisateur<sup>78</sup>. Dans ce cas, les injonctions communautaires proposent alors à l'utilisateur de consulter le hub de communauté, de rédiger une évaluation, ou bien lui indiquent quels sont, parmi sa liste d'amis, ceux qui jouent au même jeu que lui. L'utilisateur a également la possibilité de consulter les succès qu'il a obtenus dans le jeu et, en même temps, de se comparer au reste de la communauté et à ses amis<sup>79</sup>. De même, si un jeu propose un Steam Workshop<sup>80</sup>, cela s'affichera dans la bibliothèque virtuelle et le contenu alors proposé sera systématiquement celui le plus populaire parmi la communauté.

Ainsi, cette grande importance revêtue par la communauté entre en conflit avec les pratiques individuelles supposées par la plateforme : s'inscrire, acheter un jeu, l'installer sur son ordinateur, gérer sa bibliothèque virtuelle, jouer — il s'agit de pratiques individuelles, car mettant en relation un individu seul devant son écran interagissant avec la plateforme numérique. Sans pour autant les effacer totalement, la dimension communautaire va encadrer ces pratiques individuelles et les augmenter de pratiques communautaires.

### **b. L'encouragement communautaire de l'énonciation individuelle du joueur**

Dans la mesure où Steam peut être considéré comme un réseau social — car l'utilisateur a la possibilité de gérer son profil, d'avoir une liste d'amis avec qui discuter par messagerie privée, de participer à des hubs de communauté, etc. —, l'une des principales pratiques communautaires est celle de la prise de parole. Cette prise de parole est encadrée et permise dans des espaces précis : messagerie privée, profil communautaire, pages de magasin, hubs de communauté. Dans chacun de ces espaces, la prise de parole de l'utilisateur est systématiquement qualifiée dans sa forme et sa typologie.

---

<sup>78</sup> Voir la capture d'écran 2 en Annexe 8, page 134.

<sup>79</sup> Voir la capture d'écran 11 en Annexe 8, page 138.

<sup>80</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

Par exemple, les hubs de communauté sont structurés par des onglets<sup>81</sup> qui définissent le type de discours. L'onglet « Évaluations »<sup>82</sup> ne va contenir que les évaluations rédigées par les joueurs, qu'elles soient positives ou négatives, le type de discours sera alors celui de la critique, de la recommandation. Dans l'onglet « Discussions »<sup>83</sup>, la forme de discours sera écrite et la typologie de discours sera celle du forum, permettant ainsi aux utilisateurs de s'adresser directement au concepteur ou de faire appel à la communauté. Ou encore, dans des onglets tels que « Vidéos »<sup>84</sup> ou « Captures d'écran »<sup>85</sup>, la forme de discours sera avant tout graphique même si l'utilisateur a la possibilité d'y ajouter un texte qui sera alors d'importance moindre.

Ces prises de parole dans l'espace communautaire sont volontaires et le résultat d'une action consciente de la part de l'utilisateur dans la mesure où c'est lui qui choisit de s'exprimer dans un cadre précis et selon une forme et une typologie de discours précises. Toutefois, dans le cas où l'utilisateur ne souhaite pas prendre part au discours communautaire, comme c'est le cas pour mon expérience personnelle sur la plateforme, on observe quand même la trace d'une énonciation communautaire de la part du joueur.

Cette trace d'énonciation communautaire involontaire est liée à la pratique individuelle d'acquisition d'un jeu et la pratique individuelle de jouer. On peut observer cette trace à deux endroits, sur le profil du joueur et dans les hubs de communauté. En consultant le profil d'un utilisateur<sup>86</sup>, on constate que la principale information est liée à la pratique personnelle du joueur : sont affichés les derniers jeux auxquels il a joué, les succès qu'il a remportés, mais également son temps de jeu général et détaillé. Ces informations constituent une forme d'énonciation renseignant sur les pratiques individuelles de l'utilisateur, et dans la mesure où ces données s'affichent automatiquement, on peut considérer qu'il s'agit d'une énonciation involontaire.

---

<sup>81</sup> Voir la capture d'écran 3 en Annexe 8, page 134.

<sup>82</sup> Voir la capture d'écran 4 en Annexe 8, page 135.

<sup>83</sup> Voir la capture d'écran 5 en Annexe 8, page 135.

<sup>84</sup> Voir la capture d'écran 6 en Annexe 8, page 136.

<sup>85</sup> Voir la capture d'écran 7 en Annexe 8, page 136.

<sup>86</sup> Voir la capture d'écran 9 en Annexe 8, page 137.

La deuxième trace de cette énonciation involontaire se trouve dans le hub de communauté d'un jeu, en haut à droite, sous forme d'une métrique<sup>87</sup> indiquant : « X dans un jeu ». Il s'agit du nombre de joueurs ayant, en temps réel, lancé le jeu. Ainsi, la pratique individuelle de jouer devient une énonciation communautaire adressée aux autres joueurs — cette énonciation prend particulièrement son sens pour les jeux multijoueurs, étant alors la promesse de trouver des alliés et adversaires avec qui jouer. Contrairement aux informations indiquées sur le profil d'un joueur, cette trace d'énonciation est rendue anonyme, car réduite à une simple métrique.

Bien évidemment, cette énonciation involontaire est à nuancer, car l'utilisateur a la possibilité de régler le degré de confidentialité de son profil, ou se mettre en « mode hors-ligne » pour jouer. Néanmoins, cela est représentatif du fait que les pratiques individuelles d'un utilisateur sur la plateforme sont systématiquement encadrées par des pratiques et une dimension communautaires. Cela est particulièrement visible dans le processus de *gamification* de la plateforme Steam.

## 2. Une gamification des pratiques communautaires pour les encourager

### **a. Les succès à débloquer : une récompense communautaire pour une pratique individuelle**

Les succès à débloquer sont définis par le concepteur du jeu et proposent à l'utilisateur des variations dans sa pratique de jeu. Par exemple, plusieurs succès du jeu *Bioshock Infinite* proposent d'utiliser exclusivement certaines armes, d'autres proposent de finir le jeu avec un mode de difficulté précis. Il s'agit ainsi de proposer à l'utilisateur une expérience différente en variant sa pratique du jeu, mais également en la valorisant par l'acquisition d'un nouveau succès. Pour les joueurs souhaitant simplement finir un jeu en s'amusant, les succès proposent alors une variation dans le plaisir de jouer, tandis que, pour un certain type de joueur, les succès représentent un défi à relever proposant la possibilité de posséder entièrement le jeu.

---

<sup>87</sup> Voir la capture d'écran 8 en Annexe 8, page 137.

Cette notion de possession est liée à la pratique du jeu : en cherchant à obtenir un succès précis, le joueur va pratiquer le jeu selon un angle précis conforme au succès voulu. Ainsi, plus le joueur obtient de succès, plus sa pratique du jeu se précise, s'améliore. L'obtention de tous les succès confère alors au joueur le sentiment de posséder pleinement le jeu par sa pratique parce qu'il a vécu intégralement l'expérience ludique proposée. Mais cette obtention de tous les succès permet également de rendre visibles la pratique et l'expérience du joueur au sein de la communauté : non seulement il a la possibilité de consulter sa propre progression dans l'obtention des succès<sup>88</sup>, mais il peut également se confronter à celle de ses amis<sup>89</sup> ou de la communauté.

Lorsque le joueur compare sa progression dans l'obtention des succès à celle de la communauté<sup>90</sup>, celle-ci est indiquée selon chaque succès sous la forme d'un pourcentage. Plus le pourcentage est faible, plus cela signifie que le succès est difficile à obtenir, et si le joueur a obtenu ce succès, cela va le conforter et le valoriser dans sa pratique et son expérience du jeu.

Les succès permettent à l'utilisateur d'éprouver un sentiment de possession du jeu à travers sa pratique et son expérience, ainsi qu'une valorisation communautaire de cette pratique et cette expérience. Sans être pleinement un exemple du processus de *gamification* de la plateforme, les succès participent à l'encadrement des pratiques individuelles par des pratiques communautaires de *quantified self*. Le sentiment de possession procuré par l'obtention des succès est le même que celui procuré par les cartes à échanger, à l'exception près que l'effet créé par les succès est lié aux pratiques individuelles et celui créé par les cartes l'est aux pratiques communautaires.

#### **b. Le prolongement communautaire des pratiques individuelles apporté par le système des cartes à échanger**

Les cartes à échanger sont des objets collectionnables prenant la forme d'une carte composée d'une image, d'un cadre et du titre du jeu concerné. Chaque concepteur choisit d'activer ou non la fonctionnalité des cartes à échanger pour son jeu. Dans le cas où il choisit d'activer cette

---

<sup>88</sup> Voir la capture d'écran 10 en Annexe 8, page 138.

<sup>89</sup> Voir la capture d'écran 11 en Annexe 8, page 138.

<sup>90</sup> Voir la capture d'écran 12 en Annexe 8, page 139.

fonctionnalité, il doit alors créer un ensemble de cartes comportant au minimum cinq éléments. On peut observer trois effets liés aux cartes : la valorisation, la collection et la possession.

L'effet de valorisation est lié à la pratique individuelle du joueur : en effet, le joueur peut obtenir une première série de cartes en jouant au jeu. Par exemple, le jeu *How to Shoot a Criminal* propose cinq cartes à échanger, et un joueur peut obtenir jusqu'à trois de ces cartes en jouant. Contrairement aux succès, le joueur ne peut choisir la carte qu'il veut obtenir, car la distribution des cartes est faite de manière aléatoire par un algorithme de Steam. Ainsi, le fait d'obtenir une carte va valoriser la pratique générale du joueur et non une pratique précise adaptée à la récompense voulue, contrairement aux succès.

L'effet de collection est produit par le fait que le concepteur crée un nombre défini de cartes et par le fait que le joueur puisse connaître les cartes qu'il lui manque, ce qui va alors créer un besoin de posséder ces cartes. De plus, lorsque le joueur complète un jeu de cartes, il obtient une récompense sous la forme d'un badge qu'il peut alors afficher sur son profil. Pour obtenir les cartes manquantes d'un jeu, le joueur doit obligatoirement participer au marché de la communauté, soit en échangeant, soit en achetant. Ainsi, la pratique individuelle de la collection se transforme en pratique communautaire de l'échange.

Enfin, l'effet de possession est entraîné par celui de collection. Majoritairement, les cartes représentent graphiquement les personnages, les lieux, les objets du jeu, et le fait d'obtenir une carte représentant un morceau du jeu confère au joueur ce sentiment de possession. Le fait de posséder la collection complète des cartes permet au joueur d'éprouver le sentiment de posséder intégralement le jeu, complétant l'effet créé par l'obtention des succès. Toutefois, parce que le joueur est obligé de passer par le marché de la communauté pour posséder toutes les cartes, il ne pourra posséder pleinement le jeu qu'en adoptant des pratiques communautaires.

On observe ainsi, avec l'exemple des cartes à échanger, un prolongement des pratiques individuelles par des pratiques communautaires. De plus, la référence aux traditionnels jeux de cartes intégrée dans un système communautaire tend à participer au processus de *gamification* de la plateforme Steam, en rendant ludique la pratique communautaire de l'échange ou même celle de l'achat. Ce processus de *gamification* s'observe également avec le fonctionnement des Niveaux Steam et leur valeur communautaire.

### c. Le Niveau Steam comme témoignage de pratiques communautaires

Les Niveaux Steam font directement référence aux jeux multijoueurs dans la mesure où les utilisateurs gagnent de l'expérience afin de passer au niveau supérieur. Si, dans les jeux multijoueurs tels que *World of Warcraft*, l'expérience se gagne dans la pratique du jeu et le niveau témoigne alors de cette pratique, sur Steam, l'expérience se gagne en réalisant des actions communautaires — collectionner les cartes, gagner des badges, avoir un certain nombre d'amis, participer aux grands événements tels que les Steam Awards<sup>91</sup>, etc. Le Niveau Steam est alors un témoignage de l'implication communautaire de l'utilisateur.

Dans la mesure où le Niveau Steam est visible par l'ensemble de la communauté, il s'agit de témoigner publiquement de son implication, de confronter ses pratiques à celles des autres utilisateurs. Plus le niveau sera élevé, plus l'utilisateur sera impliqué dans la communauté et plus ses pratiques seront reconnues comme légitimes<sup>92</sup>. Il s'agit ainsi, d'une certaine façon, d'acquérir une forme de reconnaissance auprès de ses pairs, d'être reconnu comme étant un membre actif de la communauté.

Lorsqu'un joueur passe une dizaine de niveaux, il atteint un palier et gagne une récompense communautaire lui permettant d'afficher plus de badges sur son profil, d'avoir une plus grande liste d'amis, d'avoir un plus grand taux de chance de recevoir une carte à échanger en jouant, de bénéficier de réductions, etc. Il s'agit ainsi d'encourager les pratiques communautaires en les récompensant. De plus, au fur et à mesure que l'utilisateur monte en niveau, l'expérience nécessaire pour atteindre le niveau supérieur est de plus en plus importante : l'utilisateur doit alors multiplier les pratiques communautaires pour gagner cette expérience.

Les Niveaux Steam participent ainsi pleinement au processus de *gamification* de la plateforme Steam dans la mesure où il s'agit d'encourager les pratiques communautaires en les

---

<sup>91</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>92</sup> ROLLANDIN, Marion, « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni* [En ligne], 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, consulté le 07 juin 2017. URL : <http://quaderni.revues.org/1076>



rendant ludiques. Ainsi, Steam s'apparente à un espace public rapprochant des gens ayant pour point commun les jeux vidéo, plutôt qu'à une simple plateforme marchande tournée vers les jeux vidéo.

Ce processus de *gamification* des pratiques communautaires contribue à valoriser ces pratiques et à valoriser les actions des utilisateurs. On retrouve cette valorisation de l'utilisateur avec les *artworks* et le Steam Workshop des hubs de communauté qui mettent ainsi en avant les formes d'expression des joueurs.

### 3. Les artworks et le Steam Workshop comme espaces de valorisation de l'énonciation communautaire

Ainsi que je l'ai précisé plus haut, Steam a été lancé en partie pour créer des communautés autour des jeux édités par Valve, mais également pour offrir aux joueurs un espace pour partager leurs créations autour des jeux. S'il s'agissait à l'origine d'encadrer les productions des joueurs autour des jeux *Half-Life* et *Counter Strike*, il s'agit aujourd'hui de permettre aux joueurs de créer librement autour de tous les jeux disponibles dans les espaces dédiés des *Artworks* et du Steam Workshop.

Composé des deux mots anglais « *art* » et « *work* », un *artwork* est littéralement un « travail d'art » : il s'agit de créations artistiques réalisées pour mettre en avant un produit culturel. Dans le domaine du jeu vidéo, il s'agit des illustrations réalisées lors de la préproduction afin d'aider les graphistes : ces créations permettent de visualiser l'ambiance du jeu ainsi que les décors et personnages<sup>93</sup>. Ainsi, les *artworks* sont des créations artistiques officielles, à la différence des *fanarts* qui sont des créations artistiques réalisées par des amateurs passionnés par un jeu, livre, film, ou tout autre produit culturel.

Pour Steam, contrairement à cet usage traditionnel du terme, l'*artwork* est le fruit de la création d'un joueur<sup>94</sup> qu'il peut librement partager avec les autres joueurs à travers la

---

<sup>93</sup> Définition du terme *artwork* sur le site *Gameart.eu* [en ligne] sur <http://www.gameart.eu/publi/dossiers/lexique/artwork.html>

<sup>94</sup> Article concernant la réglementation des *artworks* sur le support Steam [en ligne] sur [https://support.steampowered.com/kb\\_article.php?ref=4506-DGHX-5190&l=french](https://support.steampowered.com/kb_article.php?ref=4506-DGHX-5190&l=french)

communauté tant que « l'*artwork* publié est connexe au produit du hub de la communauté.<sup>94</sup> ». Si l'on consulte les *artworks* publiés dans le hub de communauté d'un jeu tel que *Batman Arkham City*<sup>95</sup>, on constate que le contenu publié ressemble fort à des *fanarts* plus qu'à des illustrations officielles (qui peuvent être débloquées sous forme de bonus dans le jeu en lui-même). Ainsi, Steam emploie le terme d'*artwork* pour désigner des créations artistiques réalisées par les joueurs, des *fanarts* : l'emploi du terme apporte alors une valorisation aux créations des joueurs et une légitimation de ceux-ci, plus que ne le fait le terme *fanart*.

Cette valorisation du joueur se retrouve également dans le Steam Workshop<sup>96</sup> : grâce à cet outil proposé par Steam et activé, ou non, par les concepteurs des jeux, les joueurs ont la possibilité de créer du contenu complémentaire pour les jeux. Les joueurs peuvent ainsi créer des niveaux, des objets, des costumes pour les personnages, etc. Ainsi que l'explique Valve, chaque jeu intègre le Workshop de façon différente : « Certains jeux, comme *Team Fortress 2*, vous permettent de créer et de soumettre de nouveaux objets (chapeaux, armes, badges, chaussures...) pour qu'ils soient intégrés dans le jeu. D'autres jeux comme *Elder Scrolls V : Skyrim* permettent aux créateurs de publier leur contenu directement dans le Workshop et aux joueurs de venir choisir les *mods* qu'ils souhaitent utiliser dans leur jeu.<sup>97</sup> ». Comme pour les *artworks*, il s'agit ici de rendre légitimes les créations des joueurs en encadrant leurs productions et en intégrant directement ces productions au sein du jeu original. Ces productions peuvent alors s'apparenter aux contenus complémentaires officiels produits par les concepteurs du jeu.

Toutes ces productions, *artworks* et Steam Workshop, sont, selon Sébastien Genvo, des « formes de faire soi-même », une pratique courante dans l'industrie du jeu vidéo — on peut penser par exemple aux premiers jeux, qui ont été créés dans une chambre d'étudiants du MIT<sup>98</sup>. Pour Sébastien Genvo, il existe plusieurs formes de faire soi-même selon différents degrés, de

---

<sup>95</sup> Voir la capture d'écran 13 en Annexe 8, page 139.

<sup>96</sup> Voir la capture d'écran 14 en Annexe 8, page 140.

<sup>97</sup> Présentation du Steam Workshop par Valve [en ligne] sur <http://steamcommunity.com/workshop/workshopsubmitinfo/>

<sup>98</sup> GENVO, Sébastien, « Comprendre les différentes formes de "faire soi-même" dans les jeux vidéo », *Ludovia* 2008, Ax-Les-Thermes, [en ligne] sur [http://www.ludologique.com/publis/articles\\_en\\_ligne.html](http://www.ludologique.com/publis/articles_en_ligne.html)

la réappropriation à l'usage détourné<sup>99</sup>. Dans le cas des *artworks* et du Steam Workshop, il ne s'agit pas d'un usage détourné comme l'a été la création du jeu *Counter Strike* à partir du jeu *Half-Life*, mais d'un usage permis et encouragé par les concepteurs dans la mesure où ceux-ci choisissent d'intégrer le Steam Workshop à leur jeu et d'autoriser les *artworks* sur leur hub de communauté. Les productions des joueurs sont alors respectueuses du jeu original, de l'univers de celui-ci et contribuent à «diffuser et reproduire les modèles engendrés par les multinationales<sup>100</sup>».

On retrouve ici la présence du modèle dominant du jeu Triple-A jusque dans les productions des joueurs et le partage de ces productions sur la plateforme Steam. On peut ainsi supposer que Steam, en encadrant les productions des joueurs, contribue à renforcer le modèle dominant et à la normalisation de l'industrie — ce que Sébastien Genvo appelle « les modèles engendrés par les multinationales.<sup>100</sup> ».

Présenté comme une plateforme numérique marchande spécialisée dans le jeu vidéo, Steam apparaît également comme une plateforme sociale rassemblant des utilisateurs autour des jeux vidéo. Les pratiques individuelles sont encadrées et prolongées par des pratiques communautaires qui deviennent alors dominantes sur la plateforme. Steam devient un espace public où les utilisateurs sont hiérarchisés selon leur expérience et leurs pratiques communautaires. Valve apparaît comme l'instance organisatrice qui encadre les pratiques communautaires des utilisateurs en définissant précisément la parole des utilisateurs et en l'encourageant en lui dédiant des espaces d'expression.

Cet encadrement des pratiques communautaires s'exprime par l'existence de règles de conduite sociale — les conditions d'utilisation. Si la pratique d'un utilisateur n'est pas conforme aux règles établies, son droit à la parole lui est alors retiré — il sera banni — et l'utilisateur n'aura donc plus la possibilité d'appartenir à la communauté. Toutefois, en plus de

---

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> Ibid., p. 13.

ne plus pouvoir participer à la communauté, l'utilisateur n'a plus le droit d'accéder à sa bibliothèque, ses pratiques individuelles lui étant également interdites<sup>101</sup>.

Avec cet exemple, on constate que Valve exerce un pouvoir beaucoup plus grand que celui qu'il laisse apercevoir, ce qui me permet de supposer l'existence d'un pouvoir éditorial de Valve extrêmement puissant, aussi bien auprès des joueurs que des concepteurs.

## **B. Une dimension marchande construite avec l'appui de la dimension communautaire**

Tel que je viens de le montrer, la dimension communautaire est un élément essentiel dans l'étude de la plateforme Steam. Je suppose alors que Valve s'appuie sur cette communauté — tout en l'encadrant très précisément — afin de construire la dimension marchande de la plateforme. Afin de mettre en lumière cette construction, j'étudierai la forme éditoriale de Steam en tant que portail puis l'omniprésence des traces d'énonciation de Valve.

### *1. La construction de l'autorité de Valve sur son magasin à travers la communauté*

#### **a. La page d'accueil Steam comme le lieu de passage des utilisateurs vers le catalogue**

Selon Etienne Candé, le portail « n'a pas pour vocation de s'ériger en "site" à part entière<sup>102</sup> », car il n'a pas pour objectif de garder l'utilisateur dans un même espace<sup>103</sup>. Le portail sert ainsi de lieu de passage entre deux espaces, permettant à l'utilisateur d'explorer Internet selon l'angle de sa recherche<sup>104</sup>. Dans la mesure où la page d'accueil de Steam propose à

---

<sup>101</sup> HUMPHRIES, Matthew, « Steam proves that we don't own the games we buy » publié le 1<sup>er</sup> février 2012 sur Geek.com [en ligne] sur <https://www.geek.com/games/steam-proves-we-dont-own-the-games-we-buy-1464093/>

CHAMPEAU, Guillaume, « Steam : tu signes, ou tu perds tout ! » publié le 7 septembre 2012 sur Numerama.com [en ligne] sur <http://www.numerama.com/magazine/23647-steam-tu-signes-ou-tu-perds-tout.html>

<sup>102</sup> CANDEL, Etienne, « L'imaginaire du "portail" : le cas de Rezo.net. », *Communication et langages*, n° 146, 4<sup>ème</sup> trimestre 2005, p. 21

<sup>103</sup> Idem.

<sup>104</sup> Idem.

l'utilisateur d'explorer le catalogue Steam, on peut considérer cette page comme un portail ouvrant sur le réseau interne de la plateforme et faisant ainsi passer l'utilisateur d'un espace à l'autre par le biais de la recherche de jeux. On constate également que la forme éditoriale de cette page d'accueil rappelle celle du portail avec sa « structure en arche, la place centrale de l'information essentielle [...] qui hiérarchise le texte et son métatexte éditorial.<sup>105</sup> ». On notera que, contrairement au portail défini par Étienne Candé, l'information essentielle présentée par la page d'accueil Steam est constituée de liens internes, faisant de Steam un réseau fermé.

Parce que Steam peut être considéré comme un portail, on peut dire qu'il s'agit d'un site médiateur<sup>106</sup> dans la mesure où une double médiation éditoriale et marchande va s'opérer. Tel que précisé en introduction, Steam est une plateforme marchande qui joue un rôle d'intermédiation entre deux groupes d'agents économiques incarnant l'offre et la demande<sup>107</sup>. Mais, en tant que portail, Steam opère une médiation éditoriale en mettant en relation l'utilisateur avec le résultat de sa recherche, la page d'un jeu : il s'agit alors d'étudier comment la médiation éditoriale permet la médiation marchande.

En observant la page d'accueil Steam, on constate que les titres sont présentés selon une certaine hiérarchie. Cette organisation des liens suppose l'existence d'une autorité discursive<sup>108</sup> que l'on peut supposer être Valve.

### **b. Un pouvoir éditorial partagé entre Valve et la communauté**

La hiérarchisation est, avec la sélection et la présentation, une opération de médiation exercée par l'énonciateur du portail, considéré comme autorité discursive<sup>109</sup>. La sélection permet de guider et d'orienter la lecture de l'utilisateur, faisant alors apparaître les choix de l'énonciateur comme transcendants<sup>110</sup>. Il s'agit de sélectionner de façon restrictive les liens qui apparaissent sur le portail, ici de choisir les jeux mis en avant sur la page d'accueil.

---

<sup>105</sup> Ibid., p.22.

<sup>106</sup> Idem.

<sup>107</sup> DE VOGELEER Elena, LESCOP Denis, « Plateformes, coordination et incitations », *Management & Avenir* 2011/6 (n° 46), p. 200-218. DOI 10.3917/mav.046.0200.

<sup>108</sup> CANDEL, Étienne, « L'imaginaire du "portail" : le cas de Rezo.net. », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005, pp. 19-34.

<sup>109</sup> Idem.

<sup>110</sup> Idem.

La hiérarchisation relève d'une compétence éditoriale pouvant être apparentée à un travail d'autorité<sup>111</sup>. La hiérarchisation est alors une expression à la fois syntagmatique, en organisant spatialement la lecture, et paradigmatique, en valorisant inégalement les titres présentés<sup>112</sup>. Enfin, la présentation concerne la façon dont les liens sont présentés sur le portail<sup>113</sup> : si un portail classique présente les liens sous forme textuelle, ceux-ci sont présentés sous forme graphique sur Steam. De plus, cette forme graphique est imposée par Valve aux concepteurs à l'aide d'un modèle à remplir.

Les pratiques de sélection et de hiérarchisation des jeux sur la page d'accueil de Steam tournent autour de la notion de popularité qu'il convient de remettre en question.

La popularité peut être définie comme la « faveur dont on jouit auprès de la population, du plus grand nombre<sup>114</sup> », ainsi un jeu populaire est plébiscité par la communauté Steam. Ce plébiscite s'exprime de façon quantitative par des métriques visibles — les évaluations — et dissimulées — nombre de vue de la page de magasin, nombre d'achats, nombre de joueurs en train de jouer, etc. Par conséquent, plus ces métriques seront élevées, plus le jeu sera considéré comme populaire.

Ainsi, on peut supposer que le pouvoir éditorial de sélection est partagé entre Valve et la communauté. Toutefois, en observant la page d'accueil, on constate que tous les jeux populaires n'apparaissent pas sur cette page : par exemple, les trois jeux les plus joués sur Steam ne sont pas présents. Ainsi, Valve exerce une pratique de sélection éditoriale plus importante que celle de la communauté en choisissant parmi les titres popularisés par la communauté ceux qui apparaissent sur la page d'accueil. De plus, le travail de hiérarchisation des titres sur cette page relève entièrement de l'exercice du pouvoir éditorial de Valve dans la mesure où celui-ci détient la plateforme et est l'auteur du code informatique de cette même plateforme.

Par la mise en avant de l'apparent pouvoir éditorial de la communauté dans la sélection des titres populaires, Valve s'appuie en réalité sur cette communauté pour fonder et justifier son

---

<sup>111</sup> Idem.

<sup>112</sup> Idem.

<sup>113</sup> Idem.

<sup>114</sup> Première définition du terme « popularité » sur le dictionnaire Le Larousse, [en ligne] sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/popularité/62617?q=popularité#61913>

propre pouvoir éditorial, ce qui entraîne un semblant de valorisation de l'énonciation de la communauté et une quasi-disparition de l'énonciation des concepteurs.

## 2. Une omniprésence de l'énonciation de Valve qui encadre la parole dans l'enceinte de la plateforme

### a. La pratique communautaire du *tagging* comme le reflet d'un déséquilibre entre les pratiques des concepteurs et de la communauté

À travers ces pratiques de sélection et de hiérarchisation, Valve, en tant qu'énonciateur, affirme ses pratiques discursives, car, selon Etienne Candell, « le geste de sélection qualifie celui qui sélectionne<sup>115</sup> ». En agissant sur la sélection des titres, Valve affirme son autorité sur les discours cités en les validant. Le terme « discours » désigne ici la pratique de la communauté de décider quels jeux sont populaires. Cette pratique représente alors l'énonciation de la communauté auprès de l'instance médiatrice qu'est Valve. Cette énonciation de la communauté s'observe de deux façons : dans les évaluations et dans les tags populaires.

Les évaluations rédigées par les joueurs constituent une forme quantitative de légitimation des jeux<sup>116</sup>. En effet, l'algorithme de popularité de Steam établit un ratio entre le nombre d'évaluations positives et négatives : plus ce ratio est en faveur des évaluations positives, plus le jeu est considéré comme populaire et donc légitimé. On peut ainsi dire que la communauté affirme son autorité sur les concepteurs en les légitimant par leurs votes. Par conséquent, la communauté peut être considérée comme une instance énonciatrice intermédiaire dans la mesure où la véritable légitimation est accordée par Valve dans la pratique de sélection des titres de la page d'accueil.

L'attribution des tags permet aux joueurs de classer les jeux du catalogue Steam selon des critères représentatifs de leurs pratiques de jeux – on peut trouver des tags portant sur le niveau

---

<sup>115</sup> CANDEL, Etienne, « L'imaginaire du "portail" : le cas de Rezo.net. », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005, pp. 29-30.

<sup>116</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066>

du jeu avec « Difficile », ou des tags sur le type de jeu tels que « Jeu d'horreur », etc. Cette pratique collective du *tagging* était, à l'origine, une pratique individuelle sur Steam : les utilisateurs pouvaient alors attribuer des tags aux jeux qu'ils possédaient dans leur bibliothèque afin de les ranger selon leurs pratiques de jeu. Devant la popularité de cette pratique, Valve a étendu le système de *tagging* à l'intégralité du catalogue : les utilisateurs peuvent alors attribuer n'importe quel tag à n'importe quel jeu.

Dans la mesure où les utilisateurs peuvent ajouter n'importe quel tag à un jeu, qu'il soit déjà utilisé ou nouveau, tandis que le concepteur doit obligatoirement choisir parmi onze genres définis par Valve<sup>117</sup>, on observe un déséquilibre entre les pratiques des concepteurs et de la communauté. De plus, d'après Valve, les tags populaires deviennent beaucoup plus pertinents que les genres choisis par le concepteur, entraînant ainsi un déséquilibre de poids des énonciations, accordant plus de crédit à l'énonciation de la communauté. Toutefois, dans la mesure où il s'agit d'une plateforme marchande, ce déséquilibre se justifie. Néanmoins, d'un point de vue éditorial, ce déséquilibre montre un effacement de la source du discours, à savoir, le concepteur.

### **b. Par l'appropriation des discours des concepteurs, Valve structure son marché**

La pratique discursive de présentation des liens concerne également la mise en forme de la source du lien, mais aussi l'intégration des discours au sein du portail par l'énonciateur<sup>118</sup>.

En observant la page de portail de Steam, on constate que les liens sont, dans la grande majorité, présentés sous forme graphique. Lors du survol d'un lien, une fenêtre s'affiche présentant alors des captures d'écrans, les évaluations positives des joueurs ou les tags populaires parmi les utilisateurs. On ne constate aucune trace de la source du discours, soit aucune mention du concepteur du jeu. Cet effacement de la source s'inscrit dans les pratiques éditoriales de Valve en tant qu'énonciateur.

---

<sup>117</sup> Voir la capture d'écran 15 en Annexe 8, page 140.

<sup>118</sup> CANDEL, Etienne, « L'imaginaire du "portail" : le cas de Rezo.net. », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005, pp. 19-34.



Dans un premier temps, le travail de présentation des liens sous une forme graphique précise s'apparente au travail d'un éditeur littéraire sur les titres d'une collection pour obtenir une homogénéisation de la présentation de cette collection. Valve n'apparaît plus seulement comme un distributeur, mais semble également jouer un rôle d'éditeur en uniformisant la représentation des jeux sur sa plateforme. Dans un second temps, cet effacement de la source conduit à une appropriation des discours par Valve.

Cette appropriation est illustrée par le fait qu'un simple concepteur amateur ne puisse pas retirer son jeu du marché Steam, ce qui permet de dire que les jeux, d'une certaine façon, appartiennent à Valve. Ainsi, l'effacement de la source des discours est quelque peu justifié, conduisant alors à une appropriation des discours par Valve mettant alors en avant l'omniprésence de l'énonciation de ce dernier. Cette omniprésence est visible sur le portail à travers les noms des catégories – « Populaire et recommandé », « Offres spéciales », etc. —, mais particulièrement à travers le système de recommandation de jeux en fonction des pratiques de l'utilisateur. Ce système de recommandations n'apparaît plus comme une simple suggestion de liens pertinents vis-à-vis de la recherche de l'utilisateur, mais comme un véritable travail d'autorité de la part de Valve.

Steam, en tant que plateforme marchande, possède une dimension communautaire structurante. Les pratiques individuelles sont alors encadrées et prolongées par des pratiques communautaires visant à valoriser l'énonciation de la communauté, notamment grâce aux *artworks* et au Steam Workshop. Cette valorisation de l'énonciation de la communauté se retrouve dans la dimension marchande de la plateforme avec, notamment, les évaluations, les tags, mais surtout la notion de popularité des titres. Cette popularité permet alors à Valve d'exercer des pratiques éditoriales de sélection et de hiérarchisation des titres à présenter sur la page d'accueil de son magasin.

Ces pratiques entraînent un déséquilibre entre la parole de la communauté et celle des concepteurs, conduisant à un quasi-effacement de l'énonciation de ces derniers. Par conséquent, Valve est alors en mesure de s'appropriier les discours des concepteurs, exerçant

ainsi une autorité discursive, lui permettant de hiérarchiser librement les titres sur la page d'accueil de sa plateforme et d'homogénéiser cette même page. Cette homogénéisation favorise les titres populaires qui rencontrent un succès auprès de la communauté, mais également un succès financier.

On retrouve ainsi, à plus petite échelle, les mêmes logiques économiques du marché de l'industrie du jeu vidéo structurée par le modèle dominant du jeu Triple-A. Ainsi, en structurant son propre marché, Valve contribue à la normalisation du marché de l'industrie, et ce, en s'appropriant les discours des concepteurs au point de quasiment les effacer.

Cet effacement du discours du concepteur pose plusieurs questions liées à la place même du concepteur sur la plateforme, et, plus particulièrement, du concepteur amateur en quête de légitimation. Il convient alors de s'interroger sur la tension entre légitimation et normalisation des pratiques des concepteurs au sein de la plateforme Steam.

### III. L'imposition par Valve d'une représentation du concepteur à travers le fonctionnement de l'outil SteamWorks

Avec le lancement de Steam Greenlight en 2012, puis de Steam Direct en 2017, Valve offre aux concepteurs amateurs et indépendants la possibilité de commercialiser leurs jeux sur le marché de l'industrie sans l'aide d'un éditeur. En ayant commercialisé 16 488 jeux grâce au Steam Greenlight<sup>119</sup>, Valve est devenu un acteur hégémonique et Steam une porte d'entrée royale sur le marché pour tout concepteur amateur<sup>120</sup>. Si le Steam Greenlight sélectionnait les jeux commercialisés, le Steam Direct permet à tous les utilisateurs de proposer leur jeu sans aucune sélection, ce qui pose la question de la saturation du marché, mais également celle de la visibilité des titres.

De plus, ainsi que je l'ai dit précédemment, Valve structure son propre marché par des pratiques éditoriales de sélection et de hiérarchisation, en faveur des jeux conformes au modèle dominant du jeu Triple-A. Ce qui pose ainsi la question de la place du concepteur amateur au sein de ce marché structuré, me permettant alors de poser l'hypothèse suivante : grâce à cette structuration du marché et à sa position d'acteur hégémonique, Valve exerce un pouvoir éditorial sur les concepteurs présents sur sa plateforme et, plus particulièrement, sur les concepteurs amateurs.

Afin de faire émerger la tension entre légitimation et normalisation des pratiques des concepteurs sur la plateforme Steam, il s'agira d'étudier les processus Steam Greenlight et Steam Direct, ainsi que l'outil SteamWorks. Dans un premier temps, je m'intéresserai aux processus Steam Greenlight et Steam Direct afin d'étudier les différentes formes de légitimation : pour cela, je montrerai comment le premier processus présente une forme de

---

<sup>119</sup> Catalogue officiel des jeux commercialisés sur Steam Greenlight, juin 2017, [en ligne] sur <http://steamcommunity.com/workshop/browse/?appid=765&browsesort=accepted&section=items&browsefilter=accepted&p=1>

<sup>120</sup> FRANÇOIS Yann, « Steam et le PC : centrale à vapeur », *JV – Sortons le Grand Jeu*, 2017 (n°42), pp.36-39.

légitimation sociale et quantitative, avant d'évoluer vers une forme de légitimation par le discours avec le second processus.

Dans un deuxième temps, je tâcherai de montrer comment SteamWorks permet à Valve de normaliser les pratiques des concepteurs, d'abord en démocratisant les pratiques de mise en représentation et en se positionnant comme un éditeur bienveillant qui partage les bonnes pratiques. J'étudierai ensuite le problème éditorial soulevé par SteamWorks dans la mesure où le concepteur ne peut exercer sa liberté d'auteur et comment Valve se positionne alors en autorité éditoriale.

## **A. Des concepteurs en quête de légitimité et de reconnaissance**

Steam Greenlight et Steam Direct sont deux processus au cours desquels les concepteurs peuvent soumettre leurs titres à Valve dans l'objectif de les commercialiser. Afin de montrer les formes de légitimation apportées par ces processus, j'étudierai ceux-ci dans l'ordre chronologique de leur lancement, ce qui me permettra alors de montrer l'évolution des formes de légitimation.

### *1. Steam Greenlight, une forme quantitative de légitimation*

#### **a. Un processus de légitimation social marqué par l'autorité discursive de la communauté**

Le Steam Greenlight permet aux concepteurs de soumettre leurs titres à Valve dans l'objectif de les commercialiser sur Steam ; la communauté, elle, a alors la possibilité de voter pour les titres qu'elle souhaiterait voir apparaître sur le catalogue officiel. En explorant la plateforme Steam Greenlight<sup>121</sup>, on observe que l'énonciation de Valve y est bien moins présente que sur la plateforme principale Steam — dans la mesure où la plateforme appartient à Valve, il est bien évident que le discours de l'éditeur reste présent afin d'encadrer les pratiques et les prises de parole de la communauté et des concepteurs.

---

<sup>121</sup> Voir la capture d'écran 16 en Annexe 8, page 141.

Puisque l'énonciation de Valve est beaucoup moins présente sur la plateforme, on peut également observer que l'énonciation de la communauté y est dominante avec, notamment, les pratiques discursives de sélection et de hiérarchisation.

La pratique de sélection s'observe à travers la pratique démocratique du vote : en votant pour un jeu, la communauté indique que ce jeu est digne d'intérêt. Il est également clairement énoncé par Valve que la communauté choisit les jeux qu'elle souhaite voir commercialiser avec l'expression : « Aidez à choisir de nouveaux jeux pour Steam<sup>122</sup> ». Cette expression valorise ainsi la communauté et légitimise sa pratique de sélection en la mettant au même niveau que celle de Valve.

La pratique de hiérarchisation s'observe à travers celle de sélection avec, notamment, l'existence d'un « Top 100 » qui hiérarchise les jeux en fonction du nombre de votes reçus. Cette pratique n'est pas directement exercée par la communauté, mais plutôt permise par la pratique de sélection et par l'action de Valve qui met alors en place un algorithme de classement. Néanmoins, cette pratique de hiérarchisation est en accord avec l'expression « Aidez à choisir », car, en votant, les utilisateurs classent les titres proposés et indiquent ainsi à Valve leur ordre de préférence.

Ainsi, la communauté possède une autorité discursive au sein de Steam Greenlight, étant alors en mesure d'accorder, ou non, une légitimité aux discours des concepteurs.

#### **b. Une forme de légitimation quantitative exprimée par une pratique communautaire**

La forme de légitimité accordée est alors quantitative, car il s'agit des votes accordés par la communauté. Selon Étienne Candel, « dans le social, donner un chiffre, une mesure, une élaboration numérique de l'objet du discours, c'est apporter à la chose dite le caractère de l'exactitude, la validité supposée évidente, voire indiscutable, que porte un traitement statistique ou mathématique, une mesure.<sup>123</sup> ». Il est donc nécessaire pour les concepteurs d'obtenir des votes pour apparaître dans le Top 100 et ainsi commercialiser leur jeu sur Steam.

---

<sup>122</sup> Voir la capture d'écran 16 en Annexe 8, page 141.

<sup>123</sup> CANDEL Étienne, « Une ration quotidienne de statistiques. La pratique éditoriale du “chiffre du jour” dans la presse écrite », in *MEI*, n° 28, « La communication nombre », 2008, pp. 37-53.

Les concepteurs vont alors développer des pratiques destinées à leur apporter plus de votes. Ce type de pratiques doit obligatoirement cibler les utilisateurs Steam, car eux seuls sont en mesure de voter — de plus, ils ne doivent pas avoir de compte limité<sup>124</sup>. Les concepteurs peuvent alors s'adresser aux Curateurs Steam<sup>125</sup> ou s'exprimer dans les forums de discussion de la communauté sur la plateforme principale. Les concepteurs peuvent également se tourner vers des plateformes externes telles que Twitter, Twitch ou YouTube, sur lesquelles les joueurs sont connus pour être présents.

Il s'agit là de pratiques visant à augmenter le nombre de votes reçus par le jeu, à créer une communauté autour du jeu. Les concepteurs sont alors dans la quête d'autorité par le vote qui leur permet de gagner en visibilité au sein du Steam Greenlight.

La « visibilité » étant alors, pour les professionnels, « une présence forte dans un univers de surabondance informationnelle.<sup>126</sup> ». Cette notion de la visibilité est ici doublement valable car, d'une part, il s'agit pour les concepteurs de se démarquer sur le Steam Greenlight parmi plus de 30 000 titres proposés ; d'autre part, il s'agit ensuite de se démarquer sur le marché Steam. Il est donc nécessaire pour les concepteurs de se créer une communauté avant de commercialiser leur jeu afin de développer cette visibilité.

Le processus de légitimation apporté par Steam Greenlight est un processus social<sup>127</sup> dans la mesure où « l'attribution de valeur et de légitimité [...] est toujours extérieure.<sup>128</sup> ». En effet, le pouvoir décisionnel appartient à la communauté et non aux concepteurs. Mais cette légitimation est également apportée par des procédures axiologiques basées sur la quantification, soit le vote, de la plateforme.

De plus, la pratique discursive de sélection de la communauté constitue le principal élément du processus de légitimation, car « le geste de sélection qualifie celui qui sélectionne : en se

---

<sup>124</sup> Voir le glossaire en Annexe 2, page 79.

<sup>125</sup> Semblable à Twitter ou Youtube, le système des Curateurs Steam permet aux utilisateurs de suivre une ou plusieurs personnes qui vont alors parler des jeux qu'ils ont testés, les recommander ou non.

<sup>126</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066>

<sup>127</sup> Idem.

<sup>128</sup> Idem.

faisant instance de sélection, [la communauté] affirme son autorité sur les discours cités, les valide.<sup>129</sup> ». Ainsi, le fait qu'un jeu soit sélectionné par la communauté va légitimer, à travers lui, son concepteur et les pratiques de celui-ci.

### **c. L'encadrement du processus social par l'énonciation de Valve**

Dans la mesure où la communauté n'est pas à l'origine de la création de la plateforme Steam Greenlight, la légitimation apportée par l'autorité discursive de cette communauté ne peut être totale. En effet, afin de légitimer le concepteur et ses pratiques à travers son jeu, Valve doit nécessairement intervenir dans la pratique de sélection.

De fait, l'expression « Aidez à choisir de nouveaux jeux pour Steam » valorise la pratique de sélection de la communauté en la mettant au même niveau que celle de Valve, mais sous-entend également que Valve conserve une pratique de sélection plus importante. Ceci est sous-entendu par le verbe « aider » qui désigne la sélection de la communauté comme une simple énonciation que l'on va écouter, prendre en compte, mais qui n'est nullement assimilable à une décision finale, celle-ci appartenant à Valve.

Ainsi, malgré l'énonciation discrète de Valve sur la plateforme Steam Greenlight, on constate que l'éditeur reste présent et continue d'encadrer les pratiques de la communauté. Néanmoins, cet apparent pouvoir de la communauté est, une fois encore, remis en question par l'opacité du processus Greenlight.

Cette opacité est justifiée par le pouvoir décisionnel final de Valve, car, selon sa politique d'entreprise, l'éditeur ne donne pas de justification à l'acceptation ou au refus d'un jeu<sup>130</sup>. Dans la mesure où il s'agit d'un marché économique, on peut supposer que les jeux qui sont *greenlightés* le sont parce qu'ils répondent aux demandes du marché.

Par exemple, lorsque le jeu *How to Shoot a Criminal* a été *greenlighté* en juin 2016, la tendance du marché indépendant était un peu revenue aux jeux de type FMV. Ceci, notamment,

---

<sup>129</sup> CANDEL, Etienne, « L'imaginaire du "portail" : le cas de Rezo.net. », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005, pp. 29-30.

<sup>130</sup> WATSHAM, Jools, « Muddy Steam - Before and After Greenlight », publié le 30 mars 2013 sur son blog personnel, [en ligne] sur <http://joolswatsham.blogspot.fr/2013/03/muddy-steam-before-and-after-greenlight.html>

grâce à *Her Story*, car Sam Barlow avait annoncé en janvier de la même année être en train de travailler sur la suite du jeu ; il a alors donné de nombreuses interviews tout au long de l'année, suscitant à nouveau l'intérêt pour *Her Story*, sorti en 2015.

Cet exemple me permet de dire que le rôle discursif de la communauté est plus proche de celui du conseiller que véritablement décisionnel. En effet, *How to Shoot a Criminal* a été accepté avec seulement 376 votes positifs contre 426 votes négatifs<sup>131</sup>. Les statistiques de votes du jeu indiquent également que la moyenne de votes obtenue par le titre est bien inférieure à celle du Top 50 — il est évident que les titres apparaissant dans le Top 20 sont *greenlightés* dans la mesure où Valve peut y voir un aspect financier positif.

La pratique discursive de la communauté s'apparente plus à une suggestion, un souhait, qu'une véritable légitimation, car celle-ci ne peut être véritablement accordée que par Valve. Néanmoins, parce que Steam Greenlight est un processus social basé sur la pratique démocratique du vote<sup>132</sup>, les concepteurs peuvent percevoir une forme de légitimation quantitative qui leur apporte alors une visibilité et une popularité. La véritable légitimité des pratiques de conception est alors apportée par Valve qui garantit un accès au marché et une possibilité de professionnalisation en monétisant la production de pratiques amateurs.

Parce que la communauté effectuait un travail d'autorité en sélectionnant les titres et en leur accordant ainsi une popularité, Steam Greenlight était une sorte de gage de qualité des jeux avec cette double étape de sélection. Avec l'arrêt du processus et le lancement de Steam Direct en juin 2017, la légitimation des discours des concepteurs ne se fait plus quantitativement, mais par le discours.

## 2. *Steam Direct, une double forme de légitimation par le discours*

---

<sup>131</sup> Voir la capture d'écran 17 en Annexe 8, page 141.

<sup>132</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066> – pp. 5-11



Steam Direct permet à tous les utilisateurs Steam de soumettre leur titre au catalogue officiel, moyennant un financement de \$100. Le processus communautaire du vote n'a plus lieu d'être puisque chacun peut préparer la commercialisation de son titre cinq jours après soumission dudit titre auprès de Valve. On est ici dans un processus de la quasi-immédiateté et le processus de légitimation évolue pour s'effectuer par le discours, notamment grâce aux Curateurs Steam. Toutefois, cette forme de légitimation s'opère en deux temps.

#### **a. Une légitimité du concepteur acquise à travers celle des Curateurs Steam**

Les Curateurs Steam<sup>133</sup> sont des utilisateurs Steam que les autres utilisateurs peuvent choisir de suivre ; ils rédigent des évaluations de jeux qu'ils testent de sorte à les recommander ou non. Il s'agit ainsi d'utilisateurs reconnus officiellement par Valve et leurs pairs comme détenteurs d'une expertise.

Le premier temps dans le processus de légitimation des concepteurs concerne principalement les Curateurs qui doivent alors acquérir le droit à la parole avant d'être reconnus comme détenteurs d'une expertise<sup>134</sup>.

Pour cela, il faut, d'après Valve, appartenir à un groupe de discussion au sein de la plateforme et avoir fait une dizaine de recommandations<sup>135</sup>. De la sorte, chaque Curateur « interprète et adopte un rôle lié au rôle-modèle<sup>136</sup> » attendu par Valve et gagne ainsi son droit à la parole. Ce droit à la parole est visible par la communauté de deux manières : par le fait que l'utilisateur apparaisse dans la liste officielle des Curateurs Steam, mais également par la création d'un profil Curateur dédié<sup>137</sup>.

---

<sup>133</sup> Page officielle de présentation des Curateurs Steam, [en ligne] sur <http://store.steampowered.com/curators/topcurators/?filter=all&keywords=>

<sup>134</sup> ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – pp.53-61

<sup>135</sup> Article du Support Steam sur les Curateurs, [en ligne] sur <http://store.steampowered.com/about/curators/>

<sup>136</sup> ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – p.55

<sup>137</sup> Exemple d'un profil de Curateur Steam [en ligne] sur <http://store.steampowered.com/curator/7785583-DanField/>

La reconnaissance du Curateur en tant que tel par ses pairs se fait quantitativement par le nombre de personnes abonnées à son profil — on retrouve ici une forme de légitimation quantitative par le nombre de « likes »<sup>138</sup>. Mais cette reconnaissance se fait également par le nombre d'évaluations rédigées par le Curateur, ce qui témoignera alors d'un engagement dans l'activité et d'un respect pour les autres participants<sup>139</sup> — ceux-ci étant les utilisateurs qui vont lire ces recommandations et ainsi former une communauté autour de la personnalité du Curateur, répondant alors à un « besoin collectif de suivre des personnalités superlatives et charismatiques.<sup>140</sup> ».

Ainsi que je viens de le dire, le nombre d'évaluations rédigées par le Curateur est un élément dans la reconnaissance de celui-ci par ses pairs, mais cela traduit également « une intensité de pratique qu'on lie souvent à une meilleure connaissance de l'activité.<sup>141</sup> ». Il s'agit alors de l'expérience du Curateur qu'il partage avec la communauté à laquelle il appartient et au sein de laquelle il gagne son droit de parole et sa reconnaissance.

La première étape de légitimation des concepteurs repose dans la légitimation des Curateurs Steam qui gagnent le droit à la parole ainsi que la reconnaissance communautaire de ce droit à la parole et de leur expérience. Parce que le discours du Curateur est reconnu officiellement et communautairement comme le témoignage d'une expertise, le Curateur est en mesure d'apporter une légitimation au concepteur par ce discours.

## **b. Le travail de légitimation du concepteur vis-à-vis de sa communauté**

---

<sup>138</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066> – pp. 5-11

<sup>139</sup> ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – pp.53-61

<sup>140</sup> CANDEL, Etienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1066> – p. 7.

<sup>141</sup> ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – p. 57.

La seconde étape dans le processus de légitimation du concepteur dépend directement des pratiques communautaires de celui-ci. Il a, ainsi que je viens de le montrer, la possibilité de faire appel aux Curateurs Steam et de développer des pratiques sur des plateformes externes, telles que Twitter.

Néanmoins, le processus de légitimation entamé par le Curateur Steam ne peut être complet si le concepteur ne gagne pas son droit à la parole au sein de sa propre communauté, mais également au sein de la communauté Steam dans son ensemble.

Avant le lancement de Steam Direct, le droit à la parole du concepteur se gagnait en partie lors de l'étape du Steam Greenlight avec des annonces régulières publiées par le concepteur. Il s'agit alors, comme pour les Curateurs, de témoigner de son implication dans l'activité et de son respect pour la communauté naissante<sup>142</sup>.

Avec Steam Direct, cette étape n'existe plus, le concepteur doit alors gagner son droit à la parole lors de la préparation du lancement de son jeu de la même façon : en publiant régulièrement des annonces dans le hub de communauté de son jeu et sur la page de magasin de celui-ci. Le concepteur a également la possibilité de rejoindre des groupes partageant des points de discussion communs avec le jeu. Cela permet alors au concepteur de s'inscrire dans une communauté et de se légitimer vis-à-vis de celle-ci en gagnant son droit à la parole. Ce qui permet alors au concepteur de légitimer sa place et celle de son jeu sur la plateforme.

Une fois le jeu officiellement sorti et disponible, il est nécessaire pour le concepteur de conserver cette implication auprès de la communauté, car, ainsi que l'exprime Marion Rollandin, « les diminutions de l'attention accordée à l'activité exposent un usager à la perte de son statut de partenaire de l'activité et au risque d'exclusion.<sup>143</sup> ».

Il reste toutefois une trace de légitimation quantitative par le vote avec les évaluations rédigées par les utilisateurs : il ne s'agit pas tant du contenu que de l'attribution d'un « pouce bleu » ou d'un « pouce rouge ». Cette forme de légitimation par le vote permet ainsi de légitimer directement les pratiques de conception d'un concepteur, car ces votes sont attribués après avoir

---

<sup>142</sup> Ibid.

<sup>143</sup> Ibid., p.56.

testé le jeu, contrairement aux votes Steam Greenlight qui étaient attribués selon une promesse d'expérience de jeu.

Avec l'évolution du processus de soumission des titres au catalogue Steam, le processus de légitimation des concepteurs par la communauté a évolué. Avec le Steam Greenlight, la forme de légitimation était principalement basée sur la pratique démocratique du vote, tandis qu'avec Steam Direct, la forme de légitimation est basée sur le discours des Curateurs Steam, mais également celui des concepteurs.

Comme je l'ai dit, avec une double sélection des titres, Steam Greenlight représentait un gage de qualité des jeux, toutefois, avec Steam Direct, ce gage de qualité disparaît, car l'accès au catalogue est ouvert à tous les utilisateurs sans sélection préalable par la communauté. Cette sélection est effectuée une fois le jeu sorti, mais elle relève d'une pratique individuelle et non plus communautaire, car cela dépendra de chaque Curateur et de sa position vis-à-vis du rôle-modèle attendu par Valve.

L'ouverture de l'accès au catalogue Steam à tous les utilisateurs grâce à Steam Direct ne relève plus d'une pratique de sélection qualitative, mais d'une logique de démocratisation. En permettant à tous les utilisateurs de commercialiser leurs titres sur Steam, Valve démocratise ainsi l'accès à son catalogue, mais démocratise également les pratiques de commercialisation et de mise en représentation en œuvre sur sa plateforme. Cela me permet de supposer une volonté de Valve de normaliser ces pratiques auprès des concepteurs et, particulièrement, les concepteurs amateurs.

## **B. SteamWorks, le lieu de normalisation des pratiques**

Ainsi que je viens de le montrer, les concepteurs amateurs soumettent leurs jeux à Valve dans l'objectif de se légitimer, de légitimer leurs pratiques en étant reconnus comme porteurs d'une expertise, ce qui leur permettra ainsi de se professionnaliser au sein de l'industrie via Steam. Le fait que les amateurs veulent être reconnus comme porteurs d'une expertise témoigne

qu'ils n'ont pas acquis leur expérience dans un cadre professionnel, que leurs pratiques ne sont pas encore normalisées et que ces concepteurs n'ont pas « d'attitude professionnelle », ainsi que la nomme Clément Germanicus. C'est ce qui me permet de supposer que le travail de normalisation des pratiques par Valve est beaucoup plus visible auprès de ces concepteurs.

Afin de comprendre ce travail de normalisation des pratiques, il s'agira, dans un premier temps, de montrer comment l'outil SteamWorks démocratise les pratiques de commercialisation et de mise en représentation. Dans un second temps, je soulèverai le problème posé par SteamWorks : le concepteur ne peut pas exprimer sa liberté d'auteur au sein de la plateforme, ce qui permet alors à Valve de lui imposer une image.

### *1. Une démocratisation des pratiques permise par Valve*

SteamWorks est un outil mis à disposition des concepteurs par Valve afin de leur permettre de gérer la commercialisation de leur titre et la mise en représentation de celui-ci au sein du magasin Steam.

#### **a. La démocratisation de l'accès SteamWorks afin de permettre la démocratisation des pratiques**

Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier définissent la démocratisation des pratiques lorsque le scripteur et le lecteur d'un texte se voient investis de nouveaux rôles et fonctions, leur permettant ainsi d'accéder et d'intervenir à des niveaux qui étaient réservés à des experts<sup>144</sup>.

On observe une démocratisation des pratiques au sein de l'industrie du jeu vidéo à plusieurs échelles : au niveau de la conception avec des logiciels tels que Unity qui permettent à des individus non formés en codage informatique de développer intégralement un jeu. Ou au niveau de la commercialisation et de la mise en représentation avec l'outil SteamWorks.

De plus, la démocratisation des pratiques apportée par SteamWorks provient également du fait que l'accès à SteamWorks a lui-même été démocratisé grâce à Steam Direct. En effet, avant

---

<sup>144</sup> JEANNERET, Yves, SOUCHIER, Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. », *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. *L'empreinte de la technique dans le livre*. pp. 3-15.

juin 2017, les concepteurs devaient obligatoirement passer par le Steam Greenlight afin d'obtenir un code officiel auprès de Valve qui leur permettait d'activer leur compte SteamWorks. Avec Steam Direct, tous les utilisateurs peuvent se connecter à l'outil et soumettre directement un jeu. Cette démocratisation de l'accès à SteamWorks suppose également une démocratisation de la pratique de proposition d'un titre à Valve et, à travers cette pratique, celle d'accéder au marché de l'industrie — ici représenté par le marché Steam.

Ainsi, avec Steam Direct, Valve démocratise plusieurs pratiques : la soumission d'un titre au catalogue Steam, l'accès à l'outil SteamWorks et, grâce à cela, les pratiques de commercialisation et de mise en représentation. Je vais à présent étudier le rôle endossé par Valve avant de m'intéresser à la démocratisation de ces pratiques au sein de l'outil SteamWorks.

### **b. Le positionnement de Valve en tant que distributeur pour guider le concepteur dans les pratiques**

En tant qu'acteur hégémonique de l'industrie du jeu vidéo, Valve doit se positionner vis-à-vis de deux rôles-modèles : celui d'éditeur et celui de distributeur grâce à Steam. Ces deux rôles-modèles correspondent « à une gamme d'actions et de comportements attendus par l'institution conceptrice.<sup>145</sup> ». L'institution conceptrice est ici représentée par l'industrie normalisée par le modèle dominant du jeu Triple-A. Il s'agit ainsi pour Valve, en fonction du contexte dans lequel son action s'inscrit, d'interpréter et d'adopter un rôle lié à l'un de ces deux rôles-modèles — dans la mesure où Valve ne peut totalement s'éloigner de l'un des deux.

Par exemple, lors de l'étude de la page d'accueil Steam, j'ai montré que Valve exerce une autorité discursive : en sélectionnant et hiérarchisant cette page, Valve adopte alors un rôle lié au rôle-modèle de distributeur tout en se positionnant vis-à-vis du rôle-modèle d'éditeur par le fait d'uniformiser la présentation de la page. À l'inverse, dans le contexte du processus Steam Greenlight, le rôle alors endossé par Valve est lié à celui d'éditeur, car il s'agit de sélectionner les titres devant figurer dans son catalogue, donc de conserver une certaine image en tant

---

<sup>145</sup> ROLLANDIN, Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2019, [en ligne] sur <http://quaderni.revues.org/1076> – p. 55.

qu'éditeur de jeux ; mais ce rôle endossé par Valve est également lié à celui de distributeur, car il s'agit de sélectionner des produits à commercialiser.

Dans le contexte lié à SteamWorks, Valve adopte un rôle en lien avec celui de distributeur dans la mesure où Valve se propose d'aider les concepteurs dans la commercialisation de leurs titres. Néanmoins, ce rôle de distributeur est également en lien avec le rôle-modèle d'éditeur, car Valve guide les concepteurs en leur suggérant des pratiques de mise en représentation, ainsi que je vais le montrer. On retrouve ici le rôle de l'éditeur tel que le présente Clément Germanicus dans la mesure où il s'agit de conseiller le concepteur sur les bonnes pratiques à avoir<sup>146</sup>.

Ce rôle endossé se ressent dans l'énonciation de Valve au sein de l'outil SteamWorks et dans la façon dont les pratiques sont conseillées aux concepteurs ainsi que je vais le montrer.

### **c. La transmission des bonnes pratiques par Valve grâce à des *architextes***

En parcourant l'outil SteamWorks<sup>147</sup>, on constate que l'énonciation de Valve y est omniprésente, car il s'agit d'encadrer les concepteurs. Cette énonciation de Valve s'observe de manière directe grâce à la documentation, aux commentaires laissés par les modérateurs sur les pratiques du concepteur<sup>148</sup>, mais également par les recommandations et conseils intégrés directement au sein de l'architecture de l'outil. Mais cette énonciation de Valve peut également s'observer de manière plus indirecte dans l'architecture même de l'outil qui se compose alors de nombreux *architextes*.

Les recommandations et conseils prodigués par Valve et intégrés directement au sein de l'architecture de SteamWorks se présentent sous la forme d'un tableau de bord<sup>149</sup> qui répertorie des actions à effectuer. Lorsque le concepteur effectue les actions celles-ci sont alors indiquées comme réalisées. Ce tableau de bord agit à la fois comme un aide-mémoire pour le concepteur et une sorte de guide de la part de Valve afin que le concepteur puisse acquérir les bonnes pratiques à avoir dans la commercialisation d'un titre. De plus, lorsque le concepteur effectue

---

<sup>146</sup> Entretien avec Clément Germanicus en Annexe 5, question 10, page 107.

<sup>147</sup> Voir la capture d'écran 18 en Annexe 8, page 142.

<sup>148</sup> Voir la capture d'écran 19 en Annexe 8, page 143.

<sup>149</sup> Voir la capture d'écran 20 en Annexe 8, page 143.

une ou plusieurs de ces actions, il doit en informer les modérateurs Valve qui s'assurent de la bonne réalisation de l'action et donnent ainsi un retour au concepteur, lui permettant d'apprendre.

Dans tous les aspects de l'outil SteamWorks — par exemple, dans la gestion de la page de magasin<sup>150</sup> —, Valve est présent pour le concepteur par le biais d'une redirection vers la documentation afin de renseigner au mieux celui-ci. Ainsi, Valve endosse un rôle de distributeur en s'assurant que la commercialisation du jeu soit correctement préparée, mais Valve endosse également un léger rôle d'éditeur en aidant les concepteurs à acquérir des pratiques dans un cadre professionnalisé.

Cet encadrement du concepteur s'observe particulièrement dans les *architextes* de l'outil SteamWorks<sup>150</sup>. Le terme *architexte* désigne « les outils qui permettent l'existence de l'écrit à l'écran et qui, non contents de représenter la structure du texte, en commandent l'exécution et la réalisation. Autrement dit, le texte naît de l'*architexte* qui en balise l'écriture.<sup>151</sup> ». Ainsi, sur SteamWorks, tous les aspects de la commercialisation et de la mise en représentation d'un jeu se font par le biais d'*architextes*. Ceux-ci présentent aux concepteurs amateurs un cadre délimité à l'intérieur duquel les concepteurs peuvent inscrire leurs marques.<sup>152</sup>

Ces *architextes* sont perçus comme bénéfiques par les concepteurs amateurs dans la mesure où ils offrent un cadre structuré par une instance reconnue pour son expertise, Valve, et permettant aux concepteurs d'acquérir correctement des pratiques. Ainsi, la présence de ces *architextes* permet la démocratisation des pratiques de commercialisation et de mise en représentation dans la mesure où ils offrent une simplification des pratiques aux concepteurs — ceux-ci n'ont plus qu'à inscrire leurs marques dans les espaces d'écriture prévus, et SteamWorks, en tant qu'outil, transformera ces marques en une page de magasin, en un hub de communauté, etc.

---

<sup>150</sup> Voir la capture d'écran 21 en Annexe 8, page 144

<sup>151</sup> DAVALLON Jean, DESPRÉS-LONNET Marie, et al., « Introduction », SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, LE MAREC Joëlle, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI, 2003. – p. 10

<sup>152</sup> Ibid., p. 59



Avec Steam Direct, Valve démocratise les pratiques de commercialisation et de mise en représentation en permettant à tous les utilisateurs Steam d'accéder à l'outil SteamWorks et de préparer la sortie de leurs jeux. Cette démocratisation des pratiques nécessite que Valve endosse un rôle de distributeur vis-à-vis des concepteurs, mais également, dans une certaine mesure, un rôle d'éditeur en encadrant les concepteurs. Cet encadrement s'exprime de façon directe par une présence de Valve auprès du concepteur, mais également de façon indirecte par les *architextes* constituant l'outil SteamWorks.

Ceux-ci proposent alors aux concepteurs un cadre d'énonciation et de pratique. Toutefois, il faut souligner que, si les *architextes* peuvent représenter un espace de liberté pour les concepteurs<sup>153</sup>, ils peuvent également représenter un espace de contraintes dans la mesure où « le rôle des architextes structure ce qui s'écrit.<sup>154</sup> » Ainsi, je peux supposer que, en produisant les *architextes*, Valve exerce un pouvoir éditorial sur les concepteurs.

## 2. Une dilution de l'existence d'auteur du concepteur

### a. La rigidité du canevas imposée par les *architextes* produits par Valve

Comme je viens de le dire, les *architextes* de SteamWorks sont produits par Valve, et, dans la mesure où ils imposent une structure au concepteur, on peut dire que ceux-ci ne peuvent exprimer leur entière subjectivité.

SteamWorks, en tant qu'outil composé d'*architextes*, impose aux concepteurs une mise en représentation qu'ils doivent obligatoirement respecter. Par exemple, ils ne peuvent déplacer les éléments de la page de magasin de leur jeu, où ils ne peuvent en ajouter. La forme ainsi imposée par l'*architexte* impose un usage que les concepteurs ne peuvent détourner, contrairement aux outils d'écriture tels que Unity.

Unity, en tant que logiciel de conception de jeu, s'apparente aux logiciels d'écriture étudiés par Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier. Ce logiciel propose un cadre à l'intérieur duquel

---

<sup>153</sup> Ibid.

<sup>154</sup> Ibid., p.104.

l'utilisateur a accès à des formes-modèles inscrites dans des médiations sociales et culturelles. Ces formes-modèles suggèrent ainsi une utilisation et des pratiques à l'utilisateur qui a la possibilité de les détourner, de se les approprier<sup>155</sup>.

Par exemple, le logiciel Unity prend en charge tous les formats graphiques et audio, mais ne supporte pas les formats vidéo. Cela suggère ainsi une pratique et une utilisation du logiciel par l'utilisateur. Toutefois, lors de la conception de *How to Shoot a Criminal*, mon équipe et moi-même avons détourné les pratiques de conception supposées afin de pouvoir intégrer des formats vidéo.

Selon Michel de Certeau, ce détournement des pratiques permet ainsi au concepteur de « se faire un espace, de signer son existence d'auteur.<sup>156</sup> » Cependant, parce que SteamWorks est composé exclusivement d'*architextes* qui imposent une mise en forme qu'il est impossible de modifier, le concepteur n'a pas la place nécessaire pour marquer son activité, exprimer sa subjectivité et, par-là, son existence en tant qu'auteur.

Ainsi, dans la mesure où les concepteurs n'ont pas la possibilité d'exprimer leur subjectivité au sein de l'outil SteamWorks, on peut s'interroger sur l'énonciation des concepteurs. Toutefois, cette énonciation est permise et encouragée, bien encadrée, par les *architextes*, ainsi on peut en conclure qu'il s'agit bien de l'énonciation des concepteurs. Cependant les *architextes* sont produits par Valve et constituent la grande majorité de l'énonciation des concepteurs — sur la page de magasin d'un jeu<sup>157</sup>, il s'agit du paratexte encadrant la parole du concepteur, soit près de 80 % du discours. Ainsi, Valve s'approprie en partie l'énonciation des concepteurs, contribuant à l'effacement de ceux-ci.

SteamWorks, en tant qu'outil de mise en représentation et constitué exclusivement d'*architextes* produits par Valve, encadre et guide les pratiques des concepteurs, me permettant ainsi de dire que Valve travaille à la normalisation des pratiques des concepteurs.

---

<sup>155</sup> JEANNERET, Yves, SOUCHIER, Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. », *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. *L'empreinte de la technique dans le livre*. pp. 3-15.

<sup>156</sup> DE CERTEAU, Michel, « Une culture très ordinaire », *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris, Éditions Gallimard, 1990 – p. 53.

<sup>157</sup> Voir la capture d'écran 23 en Annexe 8, page 145.

## **b. Une volonté de Valve de normaliser les pratiques de conception à travers la normalisation des pratiques de mise en représentation**

Du fait de la démocratisation des pratiques de mise en représentation via SteamWorks, et de l'encadrement de ces pratiques par des *architextes*, Valve tend à normaliser les pratiques auprès des concepteurs. Cette normalisation des pratiques au sein du marché Steam s'inscrit dans la normalisation générale des pratiques au sein de l'industrie selon le modèle dominant du jeu Triple-A. De plus, on peut dire que, en normalisant les pratiques de mise en représentation au sein de sa plateforme, Valve cherche à normaliser les pratiques de conception des concepteurs présents sur cette même plateforme ainsi que l'exprime Steve Filby, responsable marketing du studio Motion Twin : « Aux derniers Steam Dev Days, Valve nous a distribué une documentation très fournie de recommandations. Ce qui prouve une chose : ils veulent s'assurer que les studios ne prennent pas la chose à la légère.<sup>158</sup> ».

On peut également observer cette volonté de normalisation des pratiques de conceptions grâce aux campagnes de visibilité mise à disposition par l'outil SteamWorks<sup>159</sup>. En effet, ces campagnes peuvent être enclenchées par les concepteurs lorsque ceux-ci ajoutent une mise à jour très importante à leur jeu. Ce système tend à favoriser les jeux qui peuvent effectuer des mises à jour régulières : la structure ludique initiale doit le permettre, mais également la structure financière. Par exemple, Clément Germanicus m'a confié ajouter régulièrement de nouvelles fonctionnalités à son jeu, car la structure initiale de celui-ci le permet<sup>160</sup>.

Autre exemple, la structure ludique du jeu *How to Shoot a Criminal* ne permet pas de telles mises à jour, car il s'agit d'une structure ludique complète et fermée, de même que la structure financière de l'équipe de conception ne peut assurer le financement de telles mises à jour. Par conséquent, on peut suggérer que ces campagnes de visibilité favorisent les jeux conçus selon le modèle dominant du marché.

Par conséquent, en mettant en place un tel système, on peut supposer que Valve a pour objectif de normaliser les pratiques de conception des studios présents sur sa plateforme —

---

<sup>158</sup> Propos rapportés dans FRANÇOIS Yann, « Steam et le PC : centrale à vapeur », *JV – Sortons le Grand Jeu*, 2017 (n°42), p.39.

<sup>159</sup> Voir la capture d'écran 22 en Annexe 8, page 144.

<sup>160</sup> Entretien avec Clément Germanicus en Annexe 5, question 15, page 110.

plus simplement, si les studios veulent continuer d'exister sur le marché et monétiser leurs expertises, ils doivent appliquer la recette du modèle dominant<sup>161</sup>.

L'étude des processus Steam Greenlight et Steam Direct m'a permis de montrer l'évolution du processus de légitimation par lequel passent les concepteurs. D'une première forme de légitimation quantitative par le vote, le processus a évolué vers une légitimation par le discours.

Cette légitimation par le discours s'effectue alors en deux étapes, la première concernant les Curateurs Steam qui doivent gagner leur droit à la parole, et la deuxième concernant directement les concepteurs qui doivent également gagner leur droit à la parole au sein de la plateforme. Ce droit à la parole, ainsi que je l'ai montré, s'accompagne d'une reconnaissance du concepteur comme détenteur d'une certaine expertise, et donc, d'une légitimation des pratiques de conception. Toutefois, la véritable légitimation des pratiques ne peut être accordée que par Valve dans la mesure où l'autorité discursive de cette instance domine celle de la communauté, et dans la mesure où le marché visé lui appartient.

Avec le lancement de Steam Direct en 2017, Valve démocratise l'accès à la plateforme SteamWorks, mais également les pratiques de l'outil. Ainsi que l'expliquent Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier, cette démocratisation permet à des acteurs d'accéder à des niveaux qui leur étaient jusque-là inaccessibles<sup>162</sup>. De plus, cette démocratisation d'accès et des pratiques nécessite que Valve endosse majoritairement un rôle de distributeur tout en se positionnant en tant qu'éditeur : Valve est alors en mesure de guider les concepteurs en leur suggérant les bonnes pratiques qu'ils doivent adopter et en leur proposant un cadre d'acquisition structuré, qui s'apparente alors à une multitude d'*architextes*.

---

<sup>161</sup> LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.136-143.

<sup>162</sup> JEANNERET, Yves, SOUCHIER, Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. », *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. *L'empreinte de la technique dans le livre*. pp. 3-15.

Néanmoins, ces *architextes*, en étant produits par Valve, ne permettent pas au concepteur de se créer un espace et ainsi d'exprimer son existence d'auteur<sup>163</sup>. Parce que les *architextes* supposent des pratiques et des usages, et que l'utilisateur ne peut modifier leur forme ou se soustraire à celle-ci, on peut dire que les *architextes* imposent des pratiques aux concepteurs.

Ainsi, on peut dire que Valve impose aux concepteurs des pratiques de mise en représentation et, à travers celles-ci, une mise en représentation.

---

<sup>163</sup> DE CERTEAU, Michel, « Une culture très ordinaire », *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris, Éditions Gallimard, 1990.

## Conclusion

Lancée en 2003 par Valve Corporation, Steam est devenue la première plateforme de téléchargement de jeux vidéo. Avec le lancement de Steam Greenlight en 2012 et Steam Direct en 2017, Steam est ainsi devenue une porte d'entrée sur le marché du jeu vidéo pour tous les concepteurs amateurs en quête de professionnalisation. Grâce à mon expérience de *game designer* pour le jeu *How to Shoot a Criminal* commercialisé sur la plateforme Steam, j'ai pu avoir accès à l'outil SteamWorks et ainsi m'interroger sur la place accordée au concepteur amateur par Valve.

Afin de pouvoir faire émerger et comprendre les relations qui se jouent au sein de la plateforme Steam et de l'outil SteamWorks, j'ai commencé par étudier l'industrie du jeu vidéo dans son intégralité en supposant que celle-ci était structurée par de grands éditeurs qui normalisaient les pratiques.

J'ai ainsi montré que cette industrie est, aujourd'hui, structurée par le modèle économique du hit et par le modèle dominant du jeu Triple-A, ce qui entraîne une normalisation du marché, aussi bien d'un point de vue marketing que de production. Avec l'étude des terminologies employées dans l'industrie, j'ai pu montrer que celles-ci reflètent l'omniprésence du modèle dominant, mais mettent également en lumière une tension entre amateur et professionnel qui suppose une différence dans les pratiques de conception.

Grâce à des entretiens menés avec des concepteurs, j'ai montré que les pratiques étaient fondamentalement identiques, mais se différenciaient selon l'expérience du concepteur et le cadre d'acquisition de cette expérience, ce qui montre à nouveau l'omniprésence du modèle dominant. Ainsi, je peux dire que l'industrie du jeu vidéo est structurée, non pas par de grands éditeurs, mais plutôt par un modèle économique et un modèle dominant de produit. Ce qui me permet de dire que l'industrie est dominée par de grands éditeurs est le fait que ces éditeurs inscrivent leurs pratiques, leurs expériences et le cadre d'acquisition de celles-ci dans le respect de ces modèles.

Dans la mesure où Valve, grâce à sa plateforme de distribution Steam, constitue en acteur hégémonique de l'industrie, je me suis alors demandé si cet acteur ne contribuait pas, à plus petite échelle, à la normalisation de l'industrie. Je me suis alors intéressée à la tension existant au sein de la plateforme entre dimension communautaire et dimension marchande. J'ai commencé par montrer de quelle façon la dimension communautaire était un élément structurant de cette plateforme, et de quelle façon les pratiques individuelles étaient encadrées et prolongées par des pratiques communautaires visant à valoriser l'énonciation de la communauté, notamment grâce aux *artworks* et au Steam Workshop.

Cette valorisation de l'énonciation de la communauté s'est retrouvée dans l'étude de la dimension marchande de la plateforme avec, notamment, les évaluations, les tags, mais surtout la notion de popularité des titres. J'ai alors montré que cette notion de popularité permettait à Valve d'exercer des pratiques éditoriales de sélection et de hiérarchisation des titres à présenter sur la page d'accueil de son magasin. Ce travail éditorial de hiérarchisation de la page d'accueil de Steam me permet de dire que Valve homogénéise cette page, et que cette homogénéisation favorise les titres populaires, à savoir conformes au modèle du jeu Triple-A.

Par conséquent, j'ai pu montrer que l'on retrouvait sur le marché Steam les mêmes logiques économiques que celles du marché de l'industrie du jeu vidéo structurée par le modèle dominant du jeu Triple-A. Cela me permet de dire que, en structurant son propre marché, Valve contribue à la normalisation du marché de l'industrie.

Enfin, après avoir étudié la dimension communautaire sur Steam, je me suis interrogée sur les pratiques des concepteurs au sein de la plateforme Steam, et ce notamment grâce à l'outil SteamWorks. Avec le lancement de Steam Direct, j'ai constaté une volonté de la part de Valve de normaliser les pratiques des concepteurs et j'ai alors posé l'hypothèse selon laquelle Valve exerçait un pouvoir éditorial sur les concepteurs, et plus particulièrement les amateurs, dans le but de normaliser leurs pratiques.

J'ai commencé par montrer que la légitimation des concepteurs était apportée par le discours des Curateurs Steam, mais également celui des concepteurs, ainsi que par la pratique communautaire du vote avec les évaluations des joueurs. Cette volonté de légitimation de la

part des concepteurs répond à un besoin de ceux-ci d'être reconnus par leurs pairs comme détenteurs d'une expertise. Cette reconnaissance s'accompagne d'un sentiment de professionnalisation des concepteurs. Ce sentiment s'exprime pleinement lorsque Valve accepte de commercialiser les titres, dans la mesure où cet acteur, à travers la structuration de son propre marché, structure le marché de l'industrie ; mais également dans la mesure où Valve possède une autorité discursive et la capacité de valider les discours.

J'ai ensuite démontré que ce processus de légitimation se transformait en processus de normalisation lorsque le concepteur accède à la plateforme SteamWorks : Valve endosse alors le rôle d'un éditeur en produisant des *architextes* qui imposent une mise en forme et des pratiques aux concepteurs. Ceux-ci ne peuvent exprimer leur existence d'auteur dans la mesure où ils n'ont pas d'autre choix que d'inscrire leurs pratiques à l'intérieur de ces *architextes*.

De fait, en imposant des pratiques de mise en représentation, je peux dire que Valve impose une représentation des concepteurs. De plus, comme le marché visé par ces concepteurs appartient à Valve, on peut également dire que Valve contrôle la mise en circulation de ces représentations.

La problématique à laquelle j'ai tenté de répondre était la suivante : dans quelle mesure Valve construit une représentation du concepteur de jeu vidéo et la met en circulation à travers ses plateformes Steam et SteamWorks ?

En commençant par montrer la structuration et la normalisation de l'industrie du jeu vidéo en général, j'ai pu ensuite montrer comment Valve reproduisait ces logiques de structuration au sein de son propre marché, ce qui m'a alors conduit à étudier les pratiques des concepteurs au sein de la plateforme SteamWorks. J'ai ainsi pu montrer comment Valve normalisait ces pratiques avec, notamment, la production d'*architextes*. Ainsi, en contrôlant précisément les pratiques de mise en représentation des concepteurs, et en structurant son propre marché, Valve est en mesure d'imposer une représentation normalisée aux concepteurs et de mettre cette représentation en circulation au sein de sa propre plateforme et de son propre marché.

Néanmoins, cette normalisation des pratiques tend à déshumaniser la relation entre Valve et les concepteurs. De plus, avec la démocratisation de l'accès à SteamWorks, Valve entre dans une logique économique de regroupement et de consolidation — on peut observer le même



effet avec le moteur de recherche Google qui est devenu le seul acteur dominant dans son secteur. Cet effet de regroupement fait que Steam devient alors une plateforme obligatoire, tant pour les concepteurs que pour les joueurs, dans la mesure où le marché du jeu vidéo sur ordinateur se concentre quasiment exclusivement sur cette plateforme.

Dans la mesure où Valve et Steam sont devenus incontournables, il serait difficile de se passer totalement de ces acteurs. Néanmoins, il existe des alternatives plus saines dans la relation avec le concepteur qu'il serait bon de mieux connaître — comme les plateformes Gamejolt ou itch.io. De plus, certains acteurs majeurs de l'industrie réagissent également en investissant dans les jeux indépendants, comme c'est le cas de Square Enix qui a lancé sa plateforme Square Enix Collective<sup>164</sup> afin de permettre aux indépendants de soumettre leurs titres à la communauté de l'éditeur qui s'engage à aider le projet gagnant. De plus, le marché des jeux vidéo indépendants semble s'être tourné vers le Japon et la Chine depuis le lancement de la Nintendo Switch<sup>165</sup>.

Il peut être ainsi intéressant d'étudier et de comparer la gestion des concepteurs indépendants par Nintendo et Steam, ou bien d'étudier les pratiques de conception au sein même des studios travaillant avec Valve afin de voir comment cet acteur se place au sein de l'industrie, non pas en tant que distributeur, mais en tant qu'éditeur.

---

<sup>164</sup> Plateforme Square Enix Collective lancée en 2014, [en ligne] sur <https://collective.square-enix.com>

<sup>165</sup> AUDUREAU, William, « Jeu vidéo : face au marché saturé, les indés se tournent vers la Switch et la Chine. » publié le 10 juillet 2017 sur *Le Monde.fr* [en ligne] sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/10/jeu-video-face-au-marche-sature-les-indes-se-tournent-vers-la-switch-et-la-chine\\_5158602\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/10/jeu-video-face-au-marche-sature-les-indes-se-tournent-vers-la-switch-et-la-chine_5158602_4408996.html)

# Bibliographie

## BIBLIOGRAPHIE ANALYTIQUE

### Ouvrages

- ADORNO Théodore, HORKHEIMER Max, *Dialektik der Aufklärung (La Dialectique de la Raison)*, Amsterdam, 1947. Première traduction française en 1974.
- BENJAMIN Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique)*, Allemagne, 1935. Première traduction française en 1936.
- DE CERTEAU, Michel, « Une culture très ordinaire », *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris, Éditions Gallimard, 1990.
- FLICHY Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2010.
- SENNETT, Richard, *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Paris, Albin Michel, 2010.
- TRICLOT Matthieu, *Philosophie des jeux vidéo*, Zones, mai 2011.

### Articles et études

- BULLICH Vincent, GUIGNARD Thomas, « Les plateformes d'accès aux contenus : des dispositifs au cœur de la reconfiguration des filières communicationnelles. », dans AGOSTINELLI Serge, AUGÉY Dominique, LAURIE Frédéric (dir.), *La Richesse des réseaux numériques*, Actes du colloque MÉDIAS 011, 2012, Aix-en-Provence, PUAM, p.145-160.
- CANDEL Etienne, « L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net », *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. « Tout peut-il être média ? » pp. 19-34.
- CANDEL Étienne, « Une ration quotidienne de statistiques. La pratique éditoriale du “chiffre du jour” dans la presse écrite », in *MEI*, n° 28, « La communication nombre », 2008, pp. 37-53.
- CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017 – pp. 5-11.
- DAVALLON Jean, DESPRÉS-LONNET Marie, et al., « Introduction », SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, LE MAREC Joëlle, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI, 2003.
- DAVIDOVICI-NORA Myriam, BOURREAU Marc, « Les marchés à deux versants dans l'industrie des jeux vidéo », *Réseaux* 2012/3 (n° 173-174), p. 97-135.

- DE VOGELEER Elena, LESCOP Denis, « Plateformes, coordination et incitations », *Management & Avenir* 2011/6 (n° 46), p. 200-218.
- GENVO, Sébastien, « Comprendre les différentes formes de "faire soi-même" dans les jeux vidéo », *Ludovia* 2008, Ax-Les-Thermes.
- HENNION, Antoine, « Réflexivités. L'activité de l'amateur. », *Réseaux*, 2009/1 (n0153), p.55-78.
- JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. « L'empreinte de la technique dans le livre ». pp. 3-15.
- LE DIBERDER, Alain, « Le modèle économique des jeux vidéo, un colosse en péril » *Hermès, La Revue* 2012/1 (n° 62), p.136-143.
- ROLLANDIN Marion, « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni* 93 | Printemps 2017, mis en ligne le 05 mai 2017 – pp. 53-61.
- SOUCHIER Emmanuël, « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », *Communication et langages*, n°154, 2007. « L'énonciation éditoriale en question ». pp. 23-38.

## BIBLIOGRAPHIE DOCUMENTAIRE

### Articles

- AUDUREAU, William, « Jeu vidéo : face au marché saturé, les indés se tournent vers la Switch et la Chine. » publié le 10 juillet 2017 sur *Le Monde.fr* [en ligne] sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/10/jeu-video-face-au-marche-sature-les-indes-se-tournent-vers-la-switch-et-la-chine\\_5158602\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/10/jeu-video-face-au-marche-sature-les-indes-se-tournent-vers-la-switch-et-la-chine_5158602_4408996.html)
- CHAMPEAU, Guillaume, « Steam : tu signes, ou tu perds tout ! » publié le 7 septembre 2012 sur Numerama.com [en ligne] sur <http://www.numerama.com/magazine/23647-steam-tu-signes-ou-tu-perds-tout.html>
- FORSANS, Emmanuel, « L'emploi, les métiers et les rémunérations dans le secteur du jeu vidéo en France », étude publiée le 16 octobre 2012 sur le site de l'AFJV [en ligne] sur [http://www.afjv.com/news/1709\\_etude-emploi-metiers-salaires-jeu-video.htm](http://www.afjv.com/news/1709_etude-emploi-metiers-salaires-jeu-video.htm)
- FRANÇOIS Yann, « Steam et le PC : centrale à vapeur », *JV – Sortons le Grand Jeu*, 2017 (n°42), p.36-39.
- HUMPHRIES, Matthew, « Steam proves that we don't own the games we buy » publié le 1<sup>er</sup> février 2012 sur Geek.com [en ligne] sur <https://www.geek.com/games/steam-proves-we-dont-own-the-games-we-buy-1464093/>
- SAVAGE, Phil, « Market data firm claims Valve made \$730 million last year » sur *PC Gamer*, publié le 27 juillet 2015, [en ligne] sur <http://www.pcgamer.com/market-data-firm->

[claims-valve-made-730-million-last-year/?ns\\_campaign=article-feed&ns\\_mchannel=ref&ns\\_source=steam&ns\\_linkname=0&ns\\_fee=0](http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,culture,jeu-video-deuxieme-industrie-culturelle-france,5839.html)

« Le jeu vidéo, deuxième industrie culturelle de France », *Influencia*, publié le 2 novembre 2015, [en ligne] sur <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,culture,jeu-video-deuxieme-industrie-culturelle-france,5839.html>

## Interviews

« Yara Khoury : "Plus les jeux vidéo grandissent, plus il est dur d'avoir une vue d'ensemble" », interview de Yara Khoury sur Le Monde.fr, [en ligne] sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/09/20/yara-khoury-plus-les-jeux-video-grandissent-plus-il-est-dur-d-avoir-une-vue-d-ensemble\\_5000881\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/09/20/yara-khoury-plus-les-jeux-video-grandissent-plus-il-est-dur-d-avoir-une-vue-d-ensemble_5000881_4408996.html)

Interview de Sam Barlow pour Variety à propos de Telling Lies son prochain jeu, publiée le 14 juillet 2017, [en ligne] sur <http://variety.com/2017/digital/news/sam-barlow-telling-lies-video-game-annapurna-1202496071/>

## Documentaire

ARTE France et Bonne Compagnie, Jeux vidéo, les nouveaux maîtres du monde, réalisé par Jérôme Fritel, d'après une idée originale de Olivier Heckmann, diffusé le 15 novembre 2016.

## Dictionnaires

Trésor de la langue Française informatisée (TLFI), [en ligne] sur <http://www.cnrtl.fr/portail/>  
Dictionnaire Larousse en ligne, [en ligne] sur <http://www.larousse.fr>

## Autre

WATSHAM, Jools, « Muddy Steam - Before and After Greenlight », publié le 30 mars 2013 sur son blog personnel, [en ligne] sur <http://joolswatsham.blogspot.fr/2013/03/muddy-steam-before-and-after-greenlight.html>

WEHLE, David, article de blog sur la progression du développement de *The First Tree*, publié sur la communauté Unity, 2016, [en ligne] sur <https://connect.unity.com/p/articles-so-many-projects-so-little-time>

Étude de Statista « Revenue of the largest computer and video game publishers worldwide in 2015 (in billion euros) » [en ligne] sur <https://www.statista.com/statistics/273838/revenue-of-the-largest-video-game-publishers-worldwide/>

Sujets de discussions sur le réseau social Reddit à propos des *modders* du jeu *Dota 2* :  
[https://www.reddit.com/r/Steam/comments/5tajni/valve\\_modders\\_absolutely\\_need\\_to\\_be\\_paid/](https://www.reddit.com/r/Steam/comments/5tajni/valve_modders_absolutely_need_to_be_paid/) (topic de discussion générale sur le sujet).  
[https://www.reddit.com/r/pcmasterrace/comments/33optv/content\\_creator\\_for\\_dota\\_2\\_her\\_e\\_i\\_make\\_mods\\_and/](https://www.reddit.com/r/pcmasterrace/comments/33optv/content_creator_for_dota_2_her_e_i_make_mods_and/) (topic précis sur le cas d'un *modders* de *Dota 2*).

## Sommaire des Annexes

Annexe 1 – <i>Index des jeux cités</i>	77
Annexe 2 – <i>Glossaire</i>	79
Annexe 3 – <i>Grille de comparaison</i>	81
Annexe 4 – <i>Entretien avec Guillaume Laporte</i>	86
Annexe 5 – <i>Entretien avec Clément Germanicus</i>	105
Annexe 6 – <i>Extrait de la bible du jeu How to Shoot a Criminal</i>	118
<i>Élément 1</i> – Extrait du roman initial	119
<i>Élément 2</i> – Extrait correspondant du séquencier	121
<i>Élément 3</i> – Extrait correspondant du scénario	122
<i>Élément 4</i> – Fiche de présentation du personnage d’Aaron Williams	125
Annexe 7 – <i>Extrait du level design du jeu How to Shoot a Criminal</i>	127
<i>Élément 1</i> – Première ébauche du <i>game design</i> général	128
<i>Élément 2</i> – <i>Level design</i> du premier niveau	130
Annexe 8 – <i>Captures d’écran</i>	132

## Annexe 1 – Index des jeux cités

- Anthem**, développé par Bioware, édité par Electronic Arts, 2018.
- Assassin's Creed Origins**, conçu par Ashraf ISMAIL et Jean GUESDON, développé et édité par Ubisoft, fin 2017.
- Batman Arkham City**, conçu par Paul DINI, développé par Rocksteady, édité par Warner Bros Games et Feral Interactive, 2011-2012.
- Bioshock Infinite**, conçu par Ken LEVINE, développé par Irrational Games, édité par 2K Games, 2013.
- Candy Crush**, développé par King, 2012-2014.
- Counter Strike**, conçu par Minh LE et Jess CLIFFE, développé par Valve Corporation et édité par Sierra Studios, 2000.
- Dead Ends**, équipe Tranzalore, réalisé en 2015 – médaille d'argent nationale de l'édition 2015 du concours Microsoft Imagine Cup dans la catégorie « jeux vidéo ».
- Dota 2**, ancien mod du jeu Warcraft III : Reign of Chaos, conçu par IceFrog, développé et édité par Valve Corporation, 2013.
- Elder Scrolls V : Skyrim**, conçu par Todd HOWARD, développé par Bethesda Game Studios, édité par Bethesda Softworks, 2011.
- Grand Theft Auto V**, conçu par Dan HOUSER, développé et édité par Rockstar Games, 2013-2015.
- Half-Life**, développé et édité par Valve Corporation, 1998.
- Her Story**, conçu, développé et édité par Sam BARLOW, 2015.
- How to Shoot a Criminal**, studio Pandorica, réalisé entre septembre 2015 et décembre 2016, commercialisé sur Steam depuis le 20 janvier 2017.
- Mario Kart**, série de jeux développés et édités par Nintendo, premier jeu sorti en 1992.
- Mario Kart 8 Deluxe**, conçu par Hideki KONNO et Kosuke YABUKI, développé par Nintendo et Bandai Namco Games, édité par Nintendo, 2017.
- Mario + The Lapins Crétins : Kingdom Battle**, conçu par Xavier MANZANARES et Davide SOLIANI, développé par Ubisoft, édité par Ubisoft, distribué par Nintendo, 2017.
- Metroid Prime 4**, conçu par Kensuke TANABE, édité par Nintendo, en cours de production.
- MX GP3**, développé et édité par Milestone, 2017.
- Overwatch**, conçu par Aaron KELLER, Chris METZEN et Jeffrey KAPLAN, développé et édité par Blizzard Entertainment, 2016.
- Payday 2**, conçu par David GOLDFARB, développé par Overkill Software, édité par 505 Games, 2013-2015.
- PlayerUnknown's BattleGrounds**, conçu par Chang-han KIM et Brendan GREENE, développé et édité par Bluehole, 2017.

***Pong***, imaginé par Nolan BUSHNELL, développé par Allan ACORN, commercialisé par Atari, 1972.

***Silent Hill***, série de jeux d'abord développés et édités par Konami (premier jeu de la série sorti en 1999), puis développés par Climax Group (premier jeu sorti en 2007).

***Spacewar!***, développé par Steve RUSSEL en collaboration avec Martin GRAETZ, Wayne WIITANEN, Bob SAUNDERS, Steve PINER, Alan KOTOK, Peter SAMSON et Dan EDWARDS, 1962.

***Spiderman***, développé par Insomniac Games, édité par Sony Interactive Entertainment, 2018.

***Team Fortress 2***, conçu par John COOK et Robin WALKER, développé et édité par Valve Corporation, 2007.

***Tekken 7***, conçu par Katsuhiro HARADA, développé et édité par Bandai Namco Games, 2015-2017.

***The First Tree***, conçu, développé et édité par David WEHLE, 2017.

***The Legend of Zelda : Breath of the Wild***, conçu par Hidemaro FUJIBAYASHI et Eiji AONUMA, développé et édité par Nintendo, 2017.

***World of Warcraft***, conçu par Chris METZEN, Robert PARDO et Ayman ADHAM, développé et édité par Blizzard Entertainment, 2004-2008.

## Annexe 2 – Glossaire

**AAA ou Triple-A** : classification employée dans l'industrie du jeu vidéo afin de désigner une superproduction destinée à apparaître au sommet des ventes le jour de sa sortie.

**Asset** : ressource basique informatique nécessaire au développement d'un jeu tels que le son, les graphismes, le texte, le code, la vidéo, l'animation.

**FMV ou Full Motion Video** : type de jeu incluant des vidéos au sein d'un jeu afin de remplacer les graphismes, comme, par exemple, pour les films interactifs. Les premiers jeux en FMV sont apparus en 1983 avec les machines d'arcades équipées de Laserdisc et sont abandonnés avec l'avènement de la 3D en temps réel. Ce type de jeu nécessite un *gameplay* et des mécanismes de jeux très simples car les vidéos sont tournées en amont et ne peuvent être véritablement modifiées par les actions du joueur, son parcours de jeu étant très précisément établi.

**FPS ou First Person Shooter** : jeu de tir en vue subjective. Ce type de jeu peut être joué en « mode solo » tels que *Bioshock Infinite*, ou en « mode multijoueur » tels que *Overwatch*.

**Game designer** : il « a pour métier de prédire l'avenir » car il est chargé d'imaginer, de concevoir la structure du jeu de façon théorique via des documents de travail. C'est le *game designer* qui est chargé d'intégrer la dimension interactive au scénario en prenant l'histoire du point de vue du joueur. Il est chargé d'établir le *game design* et le *game play*, il peut être également chargé du *level design*. Il est également chargé d'imaginer les différentes interfaces que le joueur est amené à rencontrer dans le jeu, que ce soit dans les menus généraux comme le menu d'accueil ou dans le menu de sélection d'armes comme pour un jeu de tir.

**Gameplay** : la part d'interactivité d'un jeu. On peut le qualifier selon trois aspects :

- **Jouabilité** : ensemble des actions possibles que le joueur peut effectuer, celles-ci peuvent être plus ou moins nombreuses, rendant ainsi le *gameplay* plus ou moins riche.

- **Maniabilité** : dispositif par lequel le joueur doit passer afin d'interagir avec le jeu (touches du clavier, souris, touches directionnelles virtuelles sur téléphone portable, manette de console, etc.). Le *gameplay* sera qualifié d'immersif si le dispositif est utilisable de manière intuitive (barre d'espace pour sauter, touches directionnelles ou touches QAWS pour se déplacer, bouton Z de la manette pour tirer, etc.).

- **Difficulté** : la structure d'un jeu fait partie du *gameplay* bien que celle-ci soit plus souvent évoquée lorsqu'on parle des niveaux ou du *game design* de façon plus générale. Néanmoins, lors des critiques de jeu émises par les joueurs, la complexité et l'originalité de la structure d'un jeu est souvent évoquée dans la rubrique du *gameplay*, permettant ainsi de le qualifier de complexe, de riche, de pauvre, etc.



**Profil limité Steam** : mesure de sécurité mise en place par Valve afin d'éviter la création de faux comptes. Un utilisateur au profil limité ne peut pas accéder aux fonctionnalités communautaires suivantes : *ajouter des utilisateurs Steam – initier un chat Steam – voter pour un jeu sur Steam Greenlight – acheter ou vendre des objets sur le marché de la communauté – gagner des cartes à échanger Steam – monter son Niveau Steam – poster du contenu sur le Steam Workshop – diffuser un stream au sein du hub Steam – accéder à l'API Steam – créer un sujet de discussion dans les hubs de communauté.*

Pour débloquer son compte, l'utilisateur doit dépenser l'équivalent de \$5 sur le marché Steam de quelque façon.

**Sound design ou conception sonore** : étape durant laquelle l'identité sonore du jeu est établie et créée à l'aide de musique, ambiance sonore, effets sonores, doublages, etc.

**Steam Awards** : événement communautaire semblable aux Oscars durant lequel les utilisateurs peuvent proposer d'ajouter des jeux à la compétition, mais également voter pour la sélection de jeux proposée par Valve.

**Steam Direct** : lancé en juin 2017, nouveau processus par lequel les concepteurs doivent passer pour soumettre leurs titres au catalogue Steam.

**Steam Greenlight** : lancé en 2012 et arrêté en 2017, processus par lequel les concepteurs passaient pour soumettre leurs titres au catalogue Steam. Durant ce processus, les membres de la communauté Steam votaient pour leurs jeux préférés.

**Steam Workshop** : outil proposé par Valve et activé par les concepteurs de jeux afin de permettre aux utilisateurs de créer du contenu supplémentaire pour le jeu tels que des objets, des cartes, des costumes de personnages, etc.

## Annexe 3 – Grille de comparaison

Cette annexe est utilisée dans la première partie, à la page 18. Cette grille de comparaison a été découpée comme ceci : la présentation des jeux, le *gameplay*, le scénario et la part artistique. Les jeux ont été numérotés de 1 à 15. La grille se trouve de la page 82 à la page 85.

### **Jeux étudiés**

Le top 5 des jeux les plus vendus en France à la date du 18 juin 2017 selon Bourse Directe : *Tekken 7 – Overwatch – Mario Kart 8 Deluxe – The Legend of Zelda : Breath of the Wild – MX GP 3*

Le top 5 des jeux les plus partagés sur les réseaux sociaux lors de l'édition 2017 du salon de l'E3 selon l'étude de Brandwatch : *Assassin's Creed Origins – Metroid Prime 4 – Spiderman – Anthem – Mario + The Lapins Crétins : Kingdom Battle*

Le top 5 des jeux les plus joués sur Steam à la date du 18 juin 2017 : *Dota 2 – Counter Strike : Global Offensive – PlayerUnknown's BattleGrounds – Payday 2 – Grand Theft Auto V*

PRÉSENTATION							MODE	
#	NOM	ÉDITEUR	ANNEE	PLATEFORME	DESCRIPTION	TYPE	MODE	
TOP 5 - BOURSE DIRECTE	1	Tekken 7	Bandai Namco Entertainment	2015	PS4	Septième épisode de la série.	Combat	Solo Multi loc.
	2	Overwatch Origins Edition	Activision Blizzard	2016	PC / PS4	FPS multijoueur en équipe, fondé sur un système de héros aux talents particuliers qui prend place en 2074.	FPS	Multi ligne
	3	Mario Kart 8 Deluxe	Nintendo	2017	Switch	Jeu de course de karts et de motos dans un univers colorés dans lequel s'affrontent les personnages phares des grandes licences Nintendo.	Course	Solo Multi loc. et ligne
	4	The Legend of Zelda Breath of the Wild	Nintendo	2017	Switch	Nouvel épisode de la série The Legend of Zelda. Le personnage principal, Link, se réveille après un sommeil de 100 ans pour affronter Ganondorf.	Action-aventure / monde ouvert	Solo
	5	MX GP 3	Milestone	2017	PS4	Jeu de course de Motocross.	Course	Solo Multi ligne.
TOP 5 - E3	6	Assassin's Creed Origins	Ubisoft	2017	PC / PS4 / XBOX	Nouvel épisode de la série Assassin's Creed. Cet épisode revient aux origines de la confrérie des assassins en Égypte antique.	Action-RPG	Solo
	7	Metroid Prime 4	Nintendo	<i>En cours</i>	Switch	Nouvel épisode de la série Métrôid.	Action	—
	8	Spiderman	Sony Interactive Entertainment / Insomniac Games	2018	PS4	Nouvel épisode de l'univers Spiderman inspiré des comics.	Action- Aventure	Solo
	9	Anthem	BioWare	2018	PC / PS4 / XBOX ONE X	RPG d'action en univers partagé : le joueur et ses amis sont des mercenaires partis explorer des terres primitives et affronter leurs dangers.	Action-RPG	Solo Coopération
	10	Mario + The Lapins Crétins : Kingdom Battle	Nintendo / Ubisoft	2017	Switch	RPG en tour par tour dans lequel les personnages de Mario et des Lapins Crétins protégeront le Royaume Champignon de la destruction.	RPG	Solo Multi loc.
TOP 5 - STEAM	11	Dota 2	IceFrog / Valve	2013	PC	Ancien mod de Warcraft III.	Stratégie-MOBA	Multi ligne
	12	Counter Strike : Global Offensive	Hidden Path / Valve	2012	PC / PS3 / XBOX 360 / MAC	Ancien mod de Half Life	Action-FPS	Multi ligne
	13	PlayerUnknown's BattleGrounds	Bluehole	2017	PC / XBOX	Jeu de tir inspiré du film Battle Royal : le joueur doit trouver des armes et des ressources afin d'être le dernier survivant	Action-aventure / MMO	Multi ligne Coopération
	14	Payday 2	Overkill	2013	PC / Switch / PS3 / XBOX 360	Le joueur doit organiser des casses et les réaliser sans accros.	Action / FPS	Solo Multi loc. et ligne
	15	Grand Theft Auto V	Rockstar Games	2013	PC / PS3 / PS4 / XBOX / XBOX 360	Jeu d'action à monde ouvert dans lequel le joueur peut incarner trois personnages.	Action / FPS	Solo Multi ligne

GAMEPLAY				
#	JOUABILITÉ	MANIABILITÉ	DIFFICULTÉ	
TOP 5 – BOURSE DIRECTE	<b>1</b>	Manque de contenu. Fonctionnalités de combat, possibilité de les combiner.	Absence de tutoriel. Mêmes contrôles que les précédents opus. Contrôles différents.	Pauvre vis-à-vis des autres opus. Pas de niveaux mais différents combats en mode histoire. Différents modes possibles
	<b>2</b>	Ensemble d'actions possibles peu large (peu de capacités par personnages mais différentes d'un personnage à l'autre). Nombreux contenus ajoutés régulièrement. Équilibre entre les personnages et leurs fonctionnalités.	Présence d'un tutoriel léger. Mêmes contrôles qu'un autre type de jeu, quelques contrôles supplémentaires. Bonne gestion des fonctionnalités. Prise en main en fonction de l'expérience FPS des joueurs.	Pas de graduation de difficulté (niveau des joueurs en fonction d'expérience de jeu). Difficulté en fonction des joueurs avec qui on joue. Marge de progression pour prendre en main les personnages. Différents modes possibles
	<b>3</b>	Variété des fonctionnalités en fonction des circuits et des objets disponibles. Pas de contenu supplémentaire disponible.	Présence d'un tutoriel. Prise en main simple. Mêmes contrôles que les précédents opus.	Difficulté croissante en mode solo. Différents niveaux de difficulté en fonction de la rapidité (50CC, 150CC, etc.) Difficulté en fonction des autres joueurs.
	<b>4</b>	Richesse de fonctionnalités (monde ouvert). Nombreuses possibilités d'action, interaction entre les fonctionnalités. Équilibre entre les fonctionnalités (nécessité d'obtenir une capacité pour débloquer une autre).	Présence d'un tutoriel équivalent à une phase d'apprentissage. Nouveaux contrôles, ajout de nouvelles fonctionnalités. Plus de richesse de contrôles vis-à-vis des précédents opus.	Difficulté haute dès le début. Mise à niveau progressive du joueur. Difficulté constante.
	<b>5</b>	Pauvreté en contenu, peu de complexité, redondance. Peu de fonctionnalités. Perte de fonctionnalités vis-à-vis des précédents opus.	Absence de tutoriel. Mêmes contrôles qu'un autre type de jeu. Quelques difficultés au début de la prise en main mais prise en main rapide et accessible.	Différentes courses afin de graduer la difficulté (équivalent de niveaux). Marge de progression assez faible. Différents modes possibles
TOP 5 – E3	<b>6</b>	Richesse de fonctionnalités (monde ouvert). Continuité avec les précédents opus et ajout de nouvelles fonctionnalités.	Nouveaux contrôles. Perte de richesse dans les contrôles/mouvements possibles.	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>
	<b>7</b>	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>
	<b>8</b>	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>	Tutoriel intégré (indication des touches pour réaliser les actions). Mêmes contrôles qu'un autre jeu.	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>
	<b>9</b>	Richesse de fonctionnalités (monde ouvert et multijoueur). Événements ponctuels	Tutoriel intégré (indication des touches pour réaliser les actions). Mêmes contrôles qu'un autre jeu.	<i>En attente de la sortie du jeu.</i>
	<b>10</b>	Certaine limite car RPG tactique au tour par tour. Interactions avec le décor et autres joueurs pour créer des fonctionnalités. Variété de contenu.	Tutoriel intégré (indication des touches pour réaliser les actions). Mêmes contrôles qu'un autre jeu.	Difficulté évolutive en fonction de la progression. Structure linéaire ponctuée par la variété. Possibilité de changer la difficulté durant le jeu.
TOP 5 - STEAM	<b>11</b>	Richesse croissante en fonction du temps de jeu. Fonctionnalités supplémentaires et variables en fonction des personnages.	Absence de tutoriel. Difficile à prendre en main, richesse des fonctionnalités une fois maîtrisés. Contrôles différents.	Pas de graduation de difficulté (niveau des joueurs en fonction d'expérience de jeu). Marge de progression pour prendre en main les personnages.
	<b>12</b>	Fonctionnalités simples imitant la réalité. Ajout de fonctionnalités par les modders	Absence d'un tutoriel mais existence d'un mode entraînement. Mêmes contrôles qu'un autre type de jeu.	Pas de graduation de difficulté (niveau des joueurs en fonction d'expérience de jeu). Plusieurs modes disponibles.
	<b>13</b>	Richesse de fonctionnalités (monde ouvert).	Tutoriel intégré. Mêmes contrôles qu'un autre jeu.	Difficulté croissante (1 contre 99) en fonction des autres joueurs. Plusieurs modes disponibles.
	<b>14</b>	Richesse de fonctionnalités, fonctionnalités qui s'ajoutent au fur et mesure de la progression.	Léger tutoriel. Même contrôles et même prise en main qu'un FPS classique.	Plusieurs missions renouvelées régulièrement et aléatoires. Difficulté en fonction des autres joueurs. Plusieurs niveaux.
	<b>15</b>	Richesse de fonctionnalités, fonctionnalités qui s'ajoutent au fur et mesure de la progression.	Absence de tutoriel. Mêmes contrôles qu'un autre type de jeu, quelques différences (véhicules).	Trois intrigues avec différentes missions. Plusieurs modes possibles.

SCÉNARIO				
#	INTRIGUE	UNIVERS	PERSONNAGES	
	TOP 5 - BOURSE DIRECTE	<b>1</b>	Intrigue présente, prolongement sur les différents opus. Mode histoire disponible. Cinématiques pour cadrer.	Univers étendu et multimédias : films, comics, jeux, spin-off...
<b>2</b>		Intrigue développée sur des contenus annexes. Peu de détails dans le jeu. Contexte général. Intrigue développée dans les événements ponctuels sous forme de chapitres.	Univers étendu et multimédias : films, comics, jeux, spin-off...	Personnages détaillés. Présence d'informations dans le jeu, liens entre les personnages. Informations plus complètes dans l'univers étendu.
<b>3</b>		Contexte général (courses différentes pour gagner des coupes). Référence aux contextes des différents personnages. Circuits supplémentaires. Aucune cohérence.	Univers original des jeux Mario intégré avec des clins d'œil aux autres personnages des autres jeux Nintendo. Univers original étendu et multimédias.	Personnages non détaillés. Reprise des univers des grands titres de Nintendo. Détails des personnages dans les jeux originaux.
<b>4</b>		Mode histoire disponible. Intrigue moins présente que dans les précédents opus. Univers plus intéressant.	Univers original de The Legend of Zelda étendu. Présence d'une introduction.	Personnages détaillés, nombreuses informations dans le jeu et dans l'univers étendu. Liens entre les personnages à travers les différents opus.
<b>5</b>		Pas d'intrigue. Contexte général réaliste (débuter puis gravir les échelons).	Aucun univers.	Personnages non détaillés.
TOP 5 - E3	<b>6</b>	Intrigue très présente dans le jeu. Prolongation de l'intrigue des précédents opus. Mode histoire disponible et ajout d'un mode exploration.	Univers étendu et multimédias : films, comics, spin-off...	Personnages détaillés, de nombreuses informations durant le jeu. Liens entre les personnages à travers les opus.
	<b>7</b>	Intrigue très présente dans le jeu. Prolongation de l'intrigue des précédents opus.	Univers étendu.	Personnages détaillés, de nombreuses informations durant le jeu. Liens entre les personnages à travers les opus.
	<b>8</b>	Intrigue présente.	Univers étendu et multimédias : films, comics, spin-off...	Personnages détaillés, de nombreuses informations durant le jeu. Liens entre les personnages inspirés des comics et des films.
	<b>9</b>	Intrigue présente.	Univers qui semble étendu.	Personnages qui semblent détaillés et présentés dans le jeu.
	<b>10</b>	Intrigue présente comme contexte général présenté par des cinématiques.	Rencontre de deux univers étendus respectifs.	Reprise des personnages originaux et ajout de détails pour les rattacher au contexte.
TOP 5 - STEAM	<b>11</b>	Contexte général. Reprise d'éléments du jeu original Warcraft III	Reprise de l'univers original. Ajout de détails.	Reprise des personnages du jeu original. Ajout de détails.
	<b>12</b>	Contexte général.	Pas d'univers (volonté réaliste)	Pas de détails (deux grands groupes : armée US et terroristes)
	<b>13</b>	Reprise du contexte général du film Battle Royal	Pas d'univers.	Pas de détails
	<b>14</b>	Contexte général précisé tout au long du jeu. Intrigue présente qui se poursuit sur les différents opus.	Univers étendu sur les différents opus et détaillé.	Personnages détaillés qui se retrouvent dans les différents opus.
	<b>15</b>	Contexte général conforme aux opus précédents. Trois intrigues différentes en fonction du personnage choisi. Présence de cinématique.	Univers étendu qui s'intègre dans la réalité (reprise de villes existantes et d'éléments existants).	Personnages détaillés dont on connaît les informations au cours du jeu.

PART ARTISTIQUE			
#	NOM	GRAPHISMES	SOUND DESIGN
TOP 5 - BOURSE DIRECTE	1	Tekken 7	Graphismes 3D Musique en adéquation avec le contexte (combats). Effets sonores. Forte présence de la musique.
	2	Overwatch Origins Edition	Graphismes 3D Musique pour les menus en adéquation avec les cartes. Pas de musique lors des parties. Ambiance sonore. Effets sonores.
	3	Mario Kart 8 Deluxe	Graphismes 3D Musique très présente et adaptée aux circuits. Musique lors des menus. Ambiance sonore. Effets sonores.
	4	The Legend of Zelda Breath of the Wild	Graphismes 3D Musique moins présente que dans les précédents opus. Musique qui souligne l'action dans le mode histoire. Ambiance sonore. Effets sonores.
	5	MX GP 3	Graphismes 3D Musique présente lors des menus. Pas de musique lors des courses. Ambiance sonore. Effets sonores.
TOP 5 - E3	6	Assassin's Creed Origins	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
	7	Metroid Prime 4	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
	8	Spiderman	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
	9	Anthem	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
	10	Mario + The Lapins Crétins : Kingdom Battle	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
TOP 5 - STEAM	11	Dota 2	Graphismes 3D Musique existante. Ambiance sonore. Effets sonores.
	12	Counter Strike : Global Offensive	Graphismes 3D Musique présente lors des menus. Ambiance sonore. Effets sonores.
	13	PlayerUnknown's BattleGrounds	Graphismes 3D Pas de musique. Ambiance sonore. Effets sonores.
	14	Payday 2	Graphismes 3D Musique présente qui souligne l'action. Ambiance sonore. Effets sonores.
	15	Grand Theft Auto V	Graphismes 3D Musique présente lors des menus et écrans de chargement. Ambiance sonore. Effets sonores. Intégration de la musique durant le jeu par la radio.

## Annexe 4 – Entretien avec Guillaume Laporte

Cette annexe est utilisée dans la première partie, page 27. Entretien réalisé le 2 juillet 2017, la retranscription va de la page 86 à la page 104.

### **1-Nous allons commencer par ton expérience personnelle. Comment as-tu commencé à développer des jeux vidéo ?**

Je crois que c'était en quatrième, avec un langage qui s'appelle Just BASIC et j'avais commencé un suivre un tutoriel pour faire un *Space Invaders*<sup>166</sup>. A l'époque, je ne comprenais pas très bien ce que je faisais, je suivais le tutoriel en faisant des copier-coller des morceaux de code qu'il y avait. Bon, ça n'allait pas bien loin.

Après avoir fait ce *Space Invaders*, je me suis mis aux langages C et C++, donc en fin de quatrième. Et pendant deux ans je faisais des petites choses mais ça n'allait pas très loin. C'est-à-dire que j'avais fait les tutoriels que tout le monde suit sur Open Classrooms pour faire des pendus, des *Sokoban*<sup>167</sup> et compagnie. J'avais commencé à avoir quelques idées de jeux mais je les faisais surtout dans la console ou alors avec la SFML, mais ça restait très basique.

### **2-Qu'est-ce que la SFML ?**

Alors, tu vois ce qu'est la SDL ? [Non ?] En fait, en C++... Même si maintenant on a tendance à beaucoup moins utiliser directement le C++ pour faire des jeux vidéo parce que c'est beaucoup plus facile d'utiliser Unity<sup>168</sup> ou Unreal Engine<sup>169</sup>, ou même il y a des gens qui font des jeux en Javascript. C'est de moins en moins utilisé le C++ dans le jeu vidéo amateur parce qu'on a des rendus beaucoup plus impressionnants avec des outils tout faits, mais quand on développe des jeux vidéo C++, c'est bas niveau. Bas niveau, ça veut dire qu'on est plus proche du langage machine donc c'est plus complexe.

On a donc besoin d'utiliser des bibliothèques qui proposent des fonctions pour les programmes et dans les bibliothèques dont on a besoin pour faire un jeu vidéo il y a bien sûr celles qui vont gérer le multimédia, c'est-à-dire le son et l'affichage. Et, historiquement, on utilisait beaucoup la SDL<sup>170</sup> qui était une bibliothèque de fonctions qu'on pouvait utiliser dans un programme en C, et, par extension, ce qui marche en C, marche en C++. Et ça permettait donc d'ouvrir des fenêtres, d'afficher ce qu'on voulait, par exemple des images dans des fenêtres, et d'avoir du son.

Ça c'était la SDL qui est encore utilisée par des gens, parce qu'il y a un tutoriel sur Open Classrooms qui apprend à faire un *Sokoban* avec. Mais à priori ça devrait plus trop être utilisé actuellement – après je ne sais pas trop qui je suis pour dire ça – parce que ça fait des jeux vidéo

---

<sup>166</sup> *Space Invaders*, conçu par Tomohiro Nishikado, développé par Taito, sorti en 1978.

<sup>167</sup> *Sokoban*, conçu par Hiroyuki Imabayashi, sorti en 1982.

<sup>168</sup> Moteur de jeu multi-plateforme développé par Unity Technologies. Il s'agit du plus répandu.

<sup>169</sup> Moteur de jeu développé par Epic Games.

<sup>170</sup> *Simple DirectMedia Layer*

qui utilisent uniquement le processeur de l'ordinateur, ce qui est quand même un peu dommage quand on sait que la plupart des ordinateurs ont de très bonnes cartes graphiques maintenant. Donc à la place, on conseille d'utiliser la SFML<sup>171</sup> à la place de la SDL, qui est une autre bibliothèque de fonctions qui permet de faire des jeux vidéo. Et qui, elle, va être beaucoup plus performante parce qu'elle utilise en-dessous quelque chose qui s'appelle OpenGL et qui permet de communiquer avec la carte graphique.

Donc on code des jeux vidéo en C++ qui vont utiliser la carte graphique et on peut ainsi décupler les performances. Par exemple, admettons qu'on affiche dans notre fenêtre cinq cent entités qui sont en train de tourner sur elles-mêmes : on va avoir six cent FPS<sup>172</sup> avec SFML, alors qu'avec la SDL on aurait à peine deux FPS.

### **3-Donc c'est pour faire des jeux plus performants ?**

La SFML oui. Et en plus c'est un peu mieux structuré parce qu'elle est écrite en C++. Quand on code en C++, autant utiliser des choses écrites en C++ et pas en C, on profite un peu plus des fonctionnalités du langage.

### **4-Pourquoi as-tu décidé de faire des jeux vidéo ?**

Parce que j'aimais beaucoup la programmation, enfin, la manière de réfléchir que l'on a dans la programmation. Et j'ai commencé à développer des jeux vidéo parce que c'est ce qui me semblait le plus motivant pour programmer. Donc c'était une excuse pour programmer.

Il y a des moments où j'ai codé des logiciels qui n'avaient rien à voir avec les jeux vidéo et ça m'intéressait tout autant, mais le jeu vidéo c'est vraiment juste parce que ça m'amusait.

### **5-Donc pour toi c'est vraiment le but de programmer quelque chose et pas d'aller vers le jeu vidéo à tout prix ?**

Voilà. C'est pour ça que j'ai beaucoup de mes jeux qui vont être parfois très aboutis mais avec juste un ou deux niveaux et pas plus, parce que ce qui m'intéresse c'est vraiment le développement et pas le fait de pouvoir commercialiser un jeu. De voir des gens y jouer, à la limite, mais ça ne m'amuse pas plus que ça. Je suis beaucoup plus développeur que développeur de jeux vidéo.

### **6-Et donc qu'est-ce qui te plaît dans le développement de façon générale ?**

J'aime bien me concentrer vraiment très fort sur des problèmes. Et ça, globalement, je trouve qu'on peut le faire sur des problèmes de physique à partir de la prépa, sur des maths de manière générale, ou sur de la programmation. Il fallait choisir un des trois et il s'avère que j'ai fini par incliner vers la programmation, sans pour autant dire que je délaisse les deux autres. Je trouve que pour faire des choses concrètes, pour produire quelque chose, que ce soit un logiciel ou un jeu vidéo, dans les deux cas on a un sentiment de création assez agréable. Je trouvais donc que c'était bien de pouvoir satisfaire cette envie de bien me concentrer sur quelque chose et créer des structures assez complexes, tout en ayant une sorte d'esprit créatif derrière. Donc la programmation j'aime bien. J'aurais pu faire des maths à la place mais c'est moins créatif.

### **7-Donc c'est résoudre des problèmes avec un aspect créatif ?**

---

<sup>171</sup> *Simple and Fast Multimedia Library*

<sup>172</sup> *Frames Per Seconds*



Tout à fait.

## **8-Et comment as-tu appris tout ce qu'il fallait faire, notamment pour le jeu vidéo ? Comment tu as su qu'il fallait faire comme ça ?**

En fait j'ai commencé par essayer d'apprendre à développer des jeux vidéo directement. Du coup j'ai beaucoup appris en essayant et en recommençant. Donc j'ai commencé à développer un des premiers jeux que j'ai faits : un petit *Tower Defense*<sup>173</sup> en 2D isométrique<sup>174</sup> pour avoir un peu de perspective. Finalement j'ai dû passer six mois dessus, pour un rendu qui était assez médiocre. Et je me suis rendu compte que j'avais passé un moment, quasiment un mois, à développer sans pouvoir appuyer sur *play* sur mon jeu. Et donc, dans tous mes projets suivants, je me suis rendu compte qu'il fallait vraiment que, à tout moment dans mon développement, je devais pouvoir tester. Même après deux jours de développement grand maximum, mais je devais pouvoir tester mon jeu à tout moment. Parce que ce n'est pas motivant de passer un mois avec des œillères dans son code en sachant pertinemment que, quand on essaiera d'y jouer, ce sera soit pleins de bugs, soit parfois plein d'erreurs de compilations qu'on aura pas détectées tout de suite.

Donc j'avais tiré un enseignement de mon *Tower Defense* et j'ai continué comme ça, à suivre des enseignements que je tirais moi-même ou que je tirais de sites internet. Mais il n'y a pas vraiment de ressources qui apprennent à bien faire des jeux vidéo. C'est-à-dire que c'est quand même beaucoup par soi-même et par des ressources pour développeurs qu'on apprend, je pense.

Par exemple, je parlais de contrôle de versions : ce genre de système-là, c'est extrêmement puissant à utiliser dans des jeux vidéo, et pourtant on ne va pas en entendre parler très souvent dans les sections « 2D-3D jeux » de *Developper.net* par exemple. Alors que, pour tout développeur qui va faire des logiciels vraiment informatiques, on apprend très vite l'existence de ces systèmes de contrôle de versions, de *Git*<sup>175</sup>, et on va très très vite se rendre compte que c'est totalement indispensable.

Donc, quelqu'un qui va directement essayer de faire des jeux vidéo en suivant juste des tutoriels pour jeux vidéo sur internet, ne va pas totalement profiter de tous ces avantages qu'on peut avoir du monde du développement en général. Et souvent ça peut faire entrer dans l'ombre.

J'ai aussi acheté quelques livres qui apprennent à faire des jeux vidéo. Un des premiers livres que j'ai achetés était un livre qui s'appelait « *Devenez un petit génie des jeux vidéo* ». Alors, sur le coup déjà il ne m'avait pas beaucoup aidé, et ma principale conclusion que j'avais tiré de ce livre était : le jeu vidéo, il suffit de le développer comme on peut ; à partir du moment où ça marche bien et qu'on s'y retrouve dans son code, ça passe ; et il n'y a pas trop de règles préétablies.

C'est donc la conclusion que j'avais tirée du livre et, rétrospectivement, on se rend compte qu'il y a énormément de tutoriels qui sont faits comme ça. C'est-à-dire que, quand on débute dans le jeu vidéo, on va trouver des tutoriels qui disent : « moi je développe avec cette architecture-là tous mes jeux vidéo, c'est trop bien, faites comme ça ! ». Et on se rend compte que, finalement, parfois ils proposent des modèles qu'ils utilisent peut-être depuis trois-quatre

---

<sup>173</sup> Type de jeu vidéo dans lequel le joueur doit défendre une zone en repoussant différentes vagues d'ennemis.

<sup>174</sup> Méthode de représentation en perspective dans laquelle les trois directions de l'espace sont représentées avec la même importance.

<sup>175</sup> Logiciel libre de gestion de versions décentralisé, créé par Linus Torvalds et Junio Hamano en 2005.

ans et qui marchent bien, mais qui ne sont absolument pas le B.A-BA de la programmation de jeu vidéo, et qui ne sont absolument pas les seuls modèles qu'on peut suivre pour développer des jeux.

Je trouve que c'est un peu un piège tout ce qui va être livre ou documentation qui va s'inscrire comme une bible pour « devenir un petit génie du développement de jeux vidéo », parce qu'il n'y a pas vraiment de modèle préétabli dans le domaine du jeu vidéo. Quitte à faire des modèles préétablis, autant utiliser des outils de développement de jeu vidéo comme Unity, qui vont vraiment fixer un cadre bien droit de comment il faut s'y prendre. Mais, à partir du moment où on a décidé de faire un jeu vidéo en code, parce qu'on a envie de coder, c'est comme on veut, l'essentiel c'est de respecter surtout les critères principaux du développement et pas du développement de jeu vidéo en particulier qui sont : la robustesse, la modularité, la clarté du code.

### **9-Donc, en gros, tu as appris par toi-même comment développer un jeu vidéo : tu as testé, tu es allé voir ailleurs ?**

Oui, c'est beaucoup par moi-même. Je dirais à 60 % de mes enseignements... Non, plutôt 40% d'enseignements par moi-même. Après je dirais 40% qui va être sur des tutoriels ou alors des guides sur internet de comment faire-ci, comme faire ça. Et 20% dans des livres.

### **10-Et que penses-tu des écoles en vogue aujourd'hui, du style « je vais vous apprendre à faire du jeu vidéo » ?**

Je pense que c'est un peu comme n'importe quel cursus de ce genre, comme pour le développement web, etc. Les entreprises se rendent bien compte que les gens qui vont être les meilleurs en développement web, ce sont souvent des gens qui ont fait ça par plaisir plus que, parce qu'en fin de lycée, ils se sont dit : « tiens je vais aller dans une école de développement web ou de jeu vidéo, parce que j'aime bien ça et je n'en ai encore jamais fait. » Finalement, ils vont arriver en école, ils vont se rendre compte que le post-bac c'est super marrant, ils ne vont pas forcément se concentrer à fond sur les études, ils vont prendre ça comme une corvée plus qu'autre chose...

Enfin, pour avoir connu des gens qui ont fait ça, plus en développement web qu'en jeu vidéo - puisque c'est encore très récent les écoles de jeu vidéo il n'y en a pas beaucoup – mais en tout cas pour le développement web, et je pense que pour le jeu vidéo c'est pareil, on se rend compte que, finalement, les entreprises ne cherchent pas vraiment ce profil-là pour leurs développeurs. Parce que souvent ça va être des gens qui n'étaient pas à fond dedans. Et les quelques personnes qui faisaient déjà du développement de jeu vidéo par passion vont tout de suite ressortir du lot, ils vont tout de suite le mettre sur leur CV, presque au-dessus du fait qu'ils ont fait une école de dev' web ou jeu vidéo. Ils vont tout de suite faire ressortir sur leur CV : « à cette URL-là vous pouvez télécharger mon jeu ou tester mon site web ». Et ça, ce sera beaucoup plus recherché. Enfin, j'imagine.

### **11-Pour toi, c'est donc la passion le plus important dans le développement ?**

Disons que c'est vraiment un domaine dans lequel c'est possible de trouver beaucoup de gens passionnés. Et du coup il va de soi que ce sont ces gens-là qui vont souvent aller plus loin et aussi souvent être plus intéressants pour les entreprises.

## 12-Question que nous n'avons toujours pas abordée mais est-ce que tu joues aux jeux vidéo ?

Pas beaucoup en fait, étonnement. C'est-à-dire que j'ai mes jeux préférés, je ne suis pas sûr que ce soit très utile de faire une liste, mais j'ai mes quatre-cinq jeux préférés auxquels je joue assez souvent – pour ceux qu'on peut refaire. Par exemple, *Portal*<sup>176</sup> j'y joue très souvent, *The Last of Us*<sup>177</sup> c'est sûr que je ne vais pas faire six fois la campagne non plus. Donc voilà, j'ai mes petits jeux préférés, et de temps en temps je tombe sur des jeux que j'adore. J'ai beaucoup, beaucoup joué à *WoW*<sup>178</sup> et à *League of Legends*<sup>179</sup> aussi, mais, somme toute, je ne suis pas non plus quelqu'un qui a une très, très grosse culture jeu vidéo. Je n'ai pas non plus joué à des centaines et des centaines de jeux. Et j'ai beaucoup d'amis qui s'y connaissent beaucoup mieux que moi : quand on fait des quizz jeux vidéo en apéro, typiquement ce n'est pas moi qui gagne.

## 13-Tu joues principalement sur PC ?

Oui. Sauf *The Last of Us*, j'y joues sur PS4 et j'ai beaucoup joué à *Halo* sur Xbox. Sauf exceptions d'exclusivité parce que mon frère a des consoles donc, quand il y a des exclusivités sur console, je joue sur console. Mais quand je peux, je joue sur PC. Avec une manette de console.

## 14-Quand tu développes un jeu vidéo, comment travailles-tu ? Quand tu décides d'en développer un, quelles sont les étapes par lesquelles tu passes ?

Ça va déjà être très différent selon si c'est un travail de groupe ou un travail tout seul. J'ai quand même plus travaillé tout seul qu'en groupe, donc je vais commencer par là.

Quand je travaille tout seul sur un jeu vidéo – j'imagine qu'en groupe c'est ce que devrait faire le manager – je commence par essayer de spécifier dans les grandes lignes mon jeu. Je ne vais pas faire un *game design document* ultra détaillé d'absolument tout ce que je veux dans mon jeu. Parce que dans 90% des cas, je vais me rendre compte que, finalement, il n'est pas tout à fait adapté et je vais m'en rendre compte très, très vite.

C'est-à-dire que, je vais savoir que j'ai envie de faire un jeu qui est inspiré de *Bombberman*<sup>180</sup>, qui y ressemble un peu, je vais commencer à faire mon *game design document*, je vais avancer un peu. Et, après même pas deux semaines de développement, alors que j'ai à peine le menu titre, un truc qui ressemble à *Pokémon*<sup>181</sup> à l'intérieur alors que c'était censé être un *Bombberman*, et on peut un peu se déplacer sur la *map*, eh bien rien qu'en jouant et en expérimentant un tout petit peu, je vais me rendre compte qu'il y a déjà des variations que j'aimerais faire par rapport à mon *game design document* du départ. Je définis donc plutôt le

---

<sup>176</sup> *Portal*, conçu par Erik Wolpaw, Chet Faliszek et Kim Swift, développé par Valve Software, sorti en 2007.

<sup>177</sup> *The Last of Us*, conçu par Neil Druckmann et Bruce Straley, développé par Naughty Dogs, sorti en 2013.

<sup>178</sup> *World of Warcraft* (abrégié en *WoW*), conçu par Chris Metzen, Robert Pardo et Ayman Adham, développé par Blizzard Entertainment, sorti en 2004-2005.

<sup>179</sup> *League of Legends*, conçu par Christina Norman, Rob Garret et Steve « Guinsoo » Feak, développé par Riot Games, sorti en 2009.

<sup>180</sup> *Bombberman*, franchise développée par Hudson Soft, le premier jeu est sorti en 1983.

<sup>181</sup> *Pokémon*, franchise créée par Satoshi Tajiri en 1996, développée par Nintendo, le premier jeu est sorti en 1996.

jeu dans les grandes lignes – avant, je le faisais dans les détails. Après je vais essayer de réaliser tout de suite une *road map*, du moins le début de celle-ci, de la direction dans laquelle j’ai envie de partir et de ce que j’ai envie de voir en premier comme fonctionnalités dans mon jeu, et là, je vais prendre la fonctionnalité que je veux voir tout de suite.

Par exemple, là je développe un jeu – peut-être l’un des plus simples que j’ai développés mais je trouvais ça marrant parce que j’ai envie de développer pour la première fois un jeu web online et pas un *standalone*<sup>182</sup> – et donc, ce que je voulais voir tout de suite, c’était un mode solo dans lequel on peut se balader dans le labyrinthe et avoir de la réflexion : des labyrinthes compliqués, avec beaucoup de mécanismes à l’intérieur, etc. Et je me suis donc focalisé pour avoir ce résultat-là le plus vite possible dans mon code. Et c’est une approche parmi d’autres, j’aurais pu me dire que ce que je voulais absolument avoir c’était un labyrinthe partagé par deux personnes et ces deux personnes peuvent se voir toutes les deux en même temps et se balader en même temps. D’un côté, je privilégiais vraiment la génération de cartes que je voulais vraiment bien ficeler, de l’autre j’aurais pu privilégier le multijoueur et avoir, dès le départ, un jeu multijoueur, les deux approches se valent.

Je pense que l’approche qu’il faut choisir, finalement, n’est pas par rapport à « j’ai lu tel bouquin de programmation qui m’a dit qu’il vaut mieux commencer par le réseau ou il vaut mieux commencer par le moteur de génération de terrains ». Je pense que, ce qu’il faut, c’est se dire « qu’est-ce qui va le plus me motiver pour que je continue mon jeu après ? ». Alors, ça ce n’est pas vrai quand on est un développeur professionnel, mais dans le développement amateur – et je pense qu’il y a beaucoup de développeurs amateurs qui diront ça – il y a un problème qui est la motivation. Et pour être motivé, il faut, dès le départ, faire ce qu’on a envie de faire, ce qu’on a envie de voir tout de suite, en sachant que c’est ce qui va nous motiver ensuite à vouloir ajouter des fonctionnalités. Je pense que ça, c’est primordial pour établir, une fois qu’on a les grandes lignes du jeu, dans quel ordre on va programmer tout ça.

C’est quand même important de définir les grandes lignes dès le départ : certes j’ai commencé pour mon jeu web par développer la partie solo avec un bon générateur de *maps* qui en génère des compliquées, mais j’ai quand même gardé en tête le fait que j’allais passer le jeu multijoueur plus tard. C’est-à-dire que j’ai déjà dans mon code source quelques squelettes : là le jeu est certes en solo et pourrait être envoyé de manière synchrone aux sites web, mais non. Je fais déjà les choses avec des soquettes, j’ouvre les soquettes, je fais en sorte qu’il y ait du temps réel, des échanges serveurs-clients qui sont, je n’irai pas jusqu’à dire inutile, mais qui pourraient être beaucoup plus simples si le jeu n’avait pas pour but d’être multijoueur plus tard. Donc, il faut garder en tête toute la globalité du jeu.

### **15-Du coup, quand tu es tout seul, tu assumes les rôles de toutes les personnes qui interviennent dans une production de groupe ?**

Oui, forcément. Si on oublie un rôle, ça ne marchera pas.

### **16-Donc Donc, pour résumer, on a le *game designer*, le développeur, le manager qui supervise, les graphistes... Tu m’avais dit que tu faisais appel à des ressources externes que tu achetais pour les graphismes ?<sup>183</sup>**

---

<sup>182</sup> En jeu vidéo, le terme désigne une application à part entière (sans les extensions ou les *plugins*).

<sup>183</sup> Discussion de préparation d’entretien avec Guillaume Laporte le 11 juillet 2017.

Oui. Même si la plupart du temps j'essaye de trouver des choses open source. Il y a des sites web qui font ça : Open Game Art, ou pas cher il va y avoir Graphic River. Ou alors, tout simple, faire des recherches Google en précisant qu'on cherche des images libres de droits. Ensuite, on fait ce qu'on veut mais on vérifie quand même sur le site qu'on peut les prendre. Donc je vais quand même chercher en priorité sur l'open source mais après, c'est sûr que quand on commence à partir sur des jeux 3D, là, en open source, on aura beaucoup, beaucoup moins de bonnes ressources, ce sera surtout de la qualité très, très médiocre pour de la 3D. Et donc, là, il faut payer. Et j'ai déjà payé : je ne pense pas avoir dépassé les trois cent euros en ressources que j'ai achetées, quoique, enfin c'est un ordre de grandeur, donc ça ne revient pas non plus trop cher. On obtient pour un jeu 3D, de très bonnes ressources en ne payant pas trop cher.

Je disais hier qu'effectivement, pour un prix entre cinquante et cent euros, on peut avoir de quoi faire un jeu qui a des graphismes à la *Assassin's Creed*<sup>184</sup> et qui vont être vraiment ultra aboutis avec beaucoup de détails. On peut faire une ville Steampunk qui va faire peut-être cinq kilomètres par cinq kilomètres et qui va n'avoir presque pas de répétitions dans les motifs et les modèles 3D, pour soixante-dix soixante-quinze euros. Pareil, si on veut avoir la jungle ou un vaisseau spatial. Le vaisseau spatial ce n'est pas très cher en fait parce que ça se trouve beaucoup, beaucoup sur les *assets*<sup>185</sup> store et, du coup, on peut avoir des vaisseaux spatiaux magnifiques pour trente euros, voir vingt euros. Donc ça aide et ça soulage beaucoup de pouvoir acheter à des développeurs comme ça.

Pareil pour le son. Typiquement, quand je développe un jeu 2D, je vais très facilement pouvoir faire moi-même mes ressources pour que ça ressemble vraiment à ce dont j'ai envie, et parce que je maîtrise quand même Gimp et Photoshop car j'aime bien la photographie. J'ai donc l'habitude de manipuler des images. Autant pour le son, là si je n'achète pas ou si je ne trouve pas de l'open source, je n'arriverai jamais à faire une bande son correcte pour un jeu.

Il ne faut pas oublier qu'on peut aussi acheter des ressources, certes graphiques et sonores, mais aussi de programmation. C'est-à-dire que c'est moins courant quand on fait un jeu en pur C++ ou je ne sais quoi – je n'ai pas envie de dire Java parce que quand on fait un jeu en Java, à part *Minecraft*<sup>186</sup>, ça ne marche pas très bien. Donc c'est moins courant quand on code en C++, mais quand on développe avec Unity, par exemple, là ça peut être beaucoup plus courant et beaucoup plus pertinent de payer des *assets* qui vont rajouter des fonctionnalités à notre code.

Je pense par exemple à des *assets* toutes faites qui vont permettre d'avoir des HUD<sup>187</sup> qui sont très jolies, très fonctionnelles, même si ce n'est pas graphique, juste fournir le code nécessaire pour faire des HUD arrondies, intéressantes. Ou alors, fournir le code nécessaire pour faire un jeu multijoueur qui s'interface très bien avec des technologies de multijoueur sur Steam ou je ne sais quoi. On peut donc dire : « Est-ce que je vais passer deux semaines à faire un système de multijoueur pour un FPS<sup>188</sup> ? – sachant que ça a été codé des milliers et des

---

<sup>184</sup> *Assassin's Creed*, franchise développée par Ubisoft, le premier jeu est sorti en 2007.

<sup>185</sup> Ressource basique informatique contenant le son, l'image, le texte ou la vidéo qui compose un jeu.

<sup>186</sup> *Minecraft*, conçu par Markus Persson et Jens Bergensten, développé par Mojang, Microsoft Studios et 4J Studios, sorti en 2011.

<sup>187</sup> *Head Up Display*, ensemble d'informations affichées en périphérie du centre de l'écran et renseignant le joueur sur son personnage ou environnement.

<sup>188</sup> *First Person Shooter* (Jeu de tir à la première personne), type de jeu dans lequel le joueur est en vue subjective et doit abattre des ennemis.

milliers de fois par des programmeurs dans le monde – Ou est-ce que, plutôt que de perdre ces deux semaines à faire un truc déjà existant, je ne vais pas payer dix euros un développeur qui met à disposition un *framework*<sup>189</sup> qui sera beaucoup plus puissant que le mien, beaucoup plus optimisé et qui permet déjà de faire du multijoueur ? » Donc, ça, ce n'est pas mal.

Ça peut aussi être un piège, quand même. C'est-à-dire que je connais des gens qui développent des *assets* de programmation comme ça et qui arrivent à les vendre, et qui pourtant ne sont pas de très bons développeurs. Et j'ai déjà aussi acheté – enfin, acheté pour un euro – des *assets* de programmation comme ça, bon, certes quand on voit que ça coûte un euro on se doute que ça ne va pas être de très bonne qualité, mais parfois on est désagréablement surpris de la qualité de l'*asset* qui, finalement... Enfin, c'est juste quelqu'un qui ne développe pas très bien et qui a voulu se faire un peu d'argent avec ça. Donc il faut quand même être vigilant, beaucoup plus qu'avec du son ou de l'image, parce que là, il suffit juste d'avoir le *preview* pour savoir si ça va bien marcher.

### **17-Donc, à t'entendre, un développeur ou un concepteur amateur – pour peu qu'il soit suffisamment débrouillard – est capable de faire un jeu vidéo tout seul, en fait ?**

Oui, je pense. Par exemple, j'avais dit que j'essayais de créer, de développer un jeu à un moment même si je n'ai pas terminé parce que je n'ai fait qu'un ou deux niveaux – il y a même deux jeux dans ce style-là que j'avais fait.

Là je vais parler d'un premier jeu que j'avais fait qui ressemblait beaucoup à *Portal*, et qui, graphiquement, était presque mieux que *Portal* je dirais sur certaines salles. C'est-à-dire que, dans *Portal 2*<sup>190</sup> il y a une très grande partie du jeu qui va se passer dans les entrailles du centre ou alors en extérieur, enfin, avec la nature qui reprend le dessus sur les salles. Donc là, bon, c'est une très bonne qualité graphique. Mais alors, dans les parties où ça va être typiquement – je ne sais pas si tu as joué à *Portal 2* ? **[Oui]** – Donc où ça va être Wheatley<sup>191</sup> qui reprend le contrôle et qui fait des salles de test toutes basiques avec des blocs noirs, blancs **[Ça devient n'importe quoi]** Oui voilà, ça devient n'importe quoi. Et, graphiquement, ce n'est pas... Enfin, ça ne fait pas particulièrement plaisir à l'œil. Et donc, typiquement, mon jeu était largement meilleur que ces salles je pense. Donc j'avais des graphismes vraiment agréables – que j'avais payés parce que là, pour le coup, en 3D, j'ai beaucoup plus de mal.

Et donc, ce jeu-là, j'étais tout seul. J'avais fait un moteur qui permettait de faire du déplacement non-vomitif alors qu'on changeait la gravité de la salle en fait : on avait une sorte de *gravity gun* et donc en touchant le mur la gravité va s'orienter sur ce mur-là. J'avais créé le moteur, j'avais créé un système de gestion de salles, de score, on pouvait avoir de la persistance entre les niveaux. J'avais trouvé – acheté ? Je ne sais plus si j'avais acheté ou trouvé gratuitement – mais des super musiques de jeu... C'était vraiment très, très sympa et je m'amusais même à jouer sur mes propres *maps* parce que c'est super marrant d'avoir un *gravity gun* et, jusque-là, je n'avais jamais joué au moindre jeu – je ne suis même pas sûr que ça existe, enfin, je n'en ai encore jamais rencontré en tout cas, de jeu où on a un *gravity gun* et où on peut

---

<sup>189</sup> Ensemble cohérent de composants logiciels structurels qui sert à créer les fondations ainsi que les grandes lignes de tout ou d'une partie d'un logiciel.

<sup>190</sup> *Portal 2*, conçu par Joshua Weier, Erik Wolpaw, Jay Pinkerton, Chet Faliszek, Gab Newell, Jeremy Bennett et Randy Lundeen, développé par Valve Software, sorti en 2011.

<sup>191</sup> Personnage du jeu *Portal 2*.

se retourner dans la salle n'importe comment, et franchement... C'est typiquement un jeu qui, sur Steam Greenlight, aurait probablement reçu beaucoup de fonds et qui aurait pu bien marcher et, si je n'avais pas arrêté le développement – j'ai arrêté le développement il y a peut-être un an et demi – je pense que là, je pourrais déjà le commercialiser alors que j'étais tout seul.

Donc oui, pour répondre à ta question, tout seul on peut faire des bons jeux.

### **18-Tu as dit que, pour un développeur amateur, ce qui était important, c'était la motivation. Et après tu as dit que ce n'était pas pareil pour un professionnel ?**

Oui parce que, de toute façon, les professionnels sont payés : donc, déjà, ils savent qu'ils ne seront plus payés s'ils ne sont pas assez motivés, ça suffit déjà à motiver en soi. Par ailleurs, il y a très peu de développeur professionnel – alors, là, je ne sais pas. Ce qui me permet de dire ça c'est un développeur professionnel<sup>192</sup> à qui j'ai parlé. Il m'avait dit que le développement de jeux vidéo, lui, il trouvait ça très, très rébarbatif parce qu'on ne voit pas du tout ce qu'on fait et, il me parlait d'automatisation des tests.

C'est-à-dire que, quand on rajoute une fonctionnalité, on ne va même pas pouvoir vraiment la tester dans le jeu, on va juste vérifier que les tests fonctionnent. C'est-à-dire qu'il y a des programmeurs, ce n'est même pas nous – et ces programmeurs-là sont aussi des développeurs de jeu vidéo et ils doivent s'amuser encore moins car ils écrivent des tests et c'est tout. Et donc, il va y avoir un système de test qui va vérifier que tout marche bien et lui doit juste écrire un code qui doit être vérifié positivement par un autre code.

On est très, très loin du développeur d'une équipe de dix qui va faire ses petites modifications, appuyer sur *play* et pouvoir avoir son truc en *live*. Et donc ça, c'est un peu dommage et je pense que c'est moins motivant et, du coup, il y a beaucoup de développeurs de jeu vidéo qui, à mon avis, sont assez peu motivés par ce qu'ils font. C'est probablement moins le cas de ceux qui vont être plus dans le management des développeurs, probablement moins le cas peut-être des *game designer* ou des infographistes. Mais alors, pour les développeurs purs et durs, c'est vrai que c'est plus efficace de faire, de demander à une dizaine de développeurs de bosser sur des tout petits morceaux que de les faire s'amuser à faire un petit peu ce qu'ils veulent. Et du coup je pense qu'on s'ennuie un peu plus. Donc, la motivation est moins une question parce que ça devient industrialisé.

Il y a probablement des exceptions – alors là je ne saurais pas dire si c'est Ubisoft, EA, ou je ne sais pas qui, qui a de bonnes réputations pour les développeurs de jeu vidéo – mais il y a quelques boîtes de développement où on a des *feedbacks* positifs. Ça, ça se trouve bien – si tu en cherches – sur Developer.net je crois. À mon avis, sur Developer.net, dans les forums tu dois pouvoir en trouver. Dans les forums « 2D-3D jeux », si tu cherches un peu sur la fiche des gens, ils vont dire où ils bossent et tu peux assez rapidement avoir leur *feedback* sur est-ce qu'ils s'ennuient ou pas.

### **19-Qu'est-ce qui, pour toi, est un bon jeu vidéo ?**

Alors, étant une personne qui ne joue pas beaucoup aux jeux vidéo, je pense que ce n'est pas très pertinent comme réponse.

---

<sup>192</sup> Ancien élève de Supélec venu à un des forums organisés par l'école.

## 20-Au contraire ! Comme tu ne joues pas beaucoup, tu sélectionnes soigneusement tes jeux. Du coup, pour toi, cela veut dire que ces jeux-là sont de bons jeux vidéo.

Oui, oui, on peut voir ça comme ça.

## 21-Et, en même temps, qu'est-ce qui, d'un point de vue développement, doit faire un bon jeu vidéo pour toi ?

Alors, pour moi, ce qui fait que j'adore un jeu vidéo, ça va être – c'est bien un *ou* et pas un *et* – soit une histoire et des personnages ultra attachants, quelque chose de très immersif ; soit une mécanique de jeu qui soit innovante et qui fasse réfléchir en fait. [C'est-à-dire ?] Un *Portal*. [D'accord.]

*Portal, The Talos Principle*<sup>193</sup> – c'est le même style que *Portal*. C'est-à-dire qu'on évolue dans des mondes avec des énigmes et qui ne sont pas des énigmes pourries. On a vraiment besoin de réfléchir et quand on découvre un nouvel élément de jeu – donc dans *Portal* c'est comme quand on a fini le un, on lance le deux et on voit son premier *excursion funnel*<sup>194</sup> ou son premier pont de lumière : on est tout fou. Eh bien, c'est pareil dans *The Talos Principle* : les premières fois qu'on va voir, je ne sais pas moi, un déflecteur de champ magnétique ou des trucs comme ça, on se dit : « oh c'est trop bien ! » Alors on l'essaye, on bouge dans tous les sens. Donc voilà, le fait d'avoir des jeux avec des mécaniques qu'on découvre tout au long du jeu, toujours émerveillé par les nouvelles mécaniques, et avoir vraiment de la réflexion. Dans *Portal*, la réflexion est faite par le mécanisme de *Portal* lui-même. Dans *The Talos Principle*, ça va être beaucoup les lasers, on ne sait jamais dans quel sens il faut les mettre, et ça aide beaucoup aussi la procédure – dans quel ordre on doit ouvrir et fermer les passages pour ne pas se perdre. Est-ce qu'il y a d'autres jeux dans le style ? Oui, il doit y en avoir... Enfin, ça c'est vraiment le genre de chose qui va beaucoup me plaire.

Il y avait un jeu qui s'inspirait beaucoup de ça d'ailleurs, qui s'appelait *Revive* je pense, qui était sur Steam Greenlight. Je ne sais pas s'il a coulé ou pas mais c'est typiquement, à mon avis, un jeu qui avait un potentiel pour être très, très, très bon. Et on sentait beaucoup – d'ailleurs c'était un mélange de *Portal* et de *The Talos Principle* je pense. Donc oui, un très, très bon jeu.

## 22-Et d'un point de vue développement ?

Ça va être des jeux qui sont très faciles, à mon avis, au niveau du moteur, à développer. Enfin, très faciles, tout est relatif. Mais je pense que n'importe quel développeur indépendant qui a suffisamment l'habitude et suffisamment l'expérience y arriverait tout seul. En revanche, pour le *level design*, ce sont des jeux qui sont monstrueux. C'est-à-dire que, pour avoir essayé de développer des *maps* – j'en ai fait trois et demi on va dire, dont deux qui étaient vraiment bien, bien finalisées, pour le jeu dont je parlais avec le *gravity gun* – j'ai aussi essayé de faire des *maps* avec le *Hammer*<sup>195</sup> pour *Portal* : dans les deux cas, on se rend compte que c'est extrêmement difficile de créer et de faire du *level design* pour des jeux de réflexion comme ça qui me plaisent beaucoup. Typiquement, *Portal* – puisque tu y as joué – quand on essaye de

---

<sup>193</sup> *The Talos Principle*, conçu par Tom Jubert et Jonas Kyratzes, développé par Croteam, sorti en 2014-2015.

<sup>194</sup> Le Halo d'Excursion (vf) est une mécanique de jeu introduite dans *Portal 2* : le Halo est représenté par un large faisceau lumineux bleu dans lequel le joueur peut entrer et sortir à volonté, lui permettant de flotter en apesanteur.

<sup>195</sup> Éditeur de cartes (niveaux) de Valve pour *Portal 2* et les autres jeux open source.



développer une *map* basique en utilisant l'éditeur intégré de *Portal*, pourquoi pas. On arrive à faire un truc plus ou moins sympathique, et encore.

Tu peux noter Mevius si tu veux, c'est un développeur de cartes sur *Portal* et qui en fait des absolument fantastiques. Ce gars, si je faisais partie de l'équipe de *Portal*, je l'embaucherais, je trouverai son mail, son adresse, je lui enverrai tout ce qu'il faut pour le recruter à deux fois son salaire actuel. Mevius, ce gars il fait des *maps* de *Portal* qui sont vraiment, vraiment bien faites et qui ont tout ce que j'attends d'un bon développeur, d'un bon *level designer*. Et des gens comme Mevius, il y en a très, très peu alors que pourtant il y a un nombre... enfin, c'est la folie : des *maps* communautaires de *Portal* il y en a des tonnes et des tonnes ! et il y a très, très, très peu – pour passer beaucoup de temps sur *Portal* je peux le dire – de développeurs de *maps* de *Portal* qui font des bonnes *maps*.

Et donc, ça prouve bien que le *level design* est quelque chose de très, très difficile pour ce genre de jeux de réflexion et c'est ça la difficulté, je pense. Beaucoup plus que le développement. Développer le jeu, ça va. Même l'histoire, à la limite, quand on voit le nombre de jeux qui ont des histoires un peu à la GLaDOS<sup>196</sup>, ça se fait je pense. Par contre, le *level design*, ça, c'est... Faire quelque chose qui va avoir de la difficulté croissante, qui va vraiment maintenir l'utilisateur éveillé... Ce n'est pas facile.

Donc ça, c'était le premier genre de jeu qui me plaît beaucoup. Et le deuxième, ça va être pour l'histoire.

Donc, là, peu importe la mécanique de jeu. C'est-à-dire que ça peut être un truc, un *First Person Shooter* comme *The Last of Us* dont j'ai parlé tout à l'heure et que je trouve génial à cause de l'histoire. Ça peut être *Life is Strange*<sup>197</sup> où, alors-là pour le coup, on est à l'autre bout quoi, c'est à dire qu'il n'y a... Je ne sais pas si tu connais ? **[Oui, mais je ne peux pas y jouer à cause de ma carte graphique.]** Dommage. Pourtant les graphismes ne sont pas fous mais... Mais donc, *Life is Strange*, typiquement, c'est l'inverse : on a un bouton, c'est retour dans le temps. Alors, certes, ce n'est pas mal comme truc mais ce n'est pas si bien exploité que ça en plus, comme mécanique, parce que, globalement, le retour dans le temps... C'est marrant mais on n'a pas tant l'opportunité de faire précisément ce qu'on veut dans les retours dans le temps. C'est donc un jeu que j'aime, même pas tant que ça pour la mécanique elle-même. Clairement pas pour la possibilité d'actions qu'on a parce qu'on est quand même globalement assez à l'étroit dans ce jeu et la seule action vraiment réelle qu'on peut faire c'est retour dans le temps d'une minute en arrière, c'est quand même vraiment pas impressionnant : il n'est pas question de prendre une arme, pas question de ramasser des objets, pas question de... je ne sais pas, d'échapper au script du jeu. Et pourtant c'est un jeu que je trouve génial parce que l'histoire est super.

Après, si tu regardes sur Internet, tu verras que *Life is Strange* est quand même très tergiversé. C'est-à-dire que tu as vraiment une bissection de la communauté par rapport à *Life is Strange* : concrètement, soit les gens vont trouver que c'est un jeu génial et vont adorer ; soit ils vont trouver que c'est super pourri, que c'est un truc de fillette et ils ne joueront jamais à un

---

<sup>196</sup> Personnage des jeux de la série *Portal*.

<sup>197</sup> *Life is Strange*, conçu par Raoul Barbet, Michel Koch, Luc Baghdadoust, Baptiste Moisan, Sébastien Gaillard, Christian Divine et Jean-Luc Cano, développé par Dontnod Entertainment, sorti en 2015.

jeu qui ressemble à ça. Donc, c'est assez spécial. C'est beaucoup moins largement admis comme bon jeu que *The Last of Us* par exemple.

Ce sont donc des jeux qui ont de très bonnes histoires et que j'aime beaucoup.

**23-Donc : soit c'est le système de jeu qui est extrêmement bien développé, la construction du jeu en lui-même, que ça soit très bien construit ; soit, c'est l'histoire qui est absolument captivante, même si on appuie juste sur un bouton ?**

Oui. Et surtout, qu'il fasse réfléchir. Ou alors, qu'il demande une dextérité, mais bien évolutive. Après on peut avoir les deux. Des jeux avec les deux il n'y en a pas tant que ça. *Portal*, l'histoire est bien mais pas non plus fantastique. Pas très mise en avant. Et c'est compréhensible, ils doivent passer tellement de temps à faire du *level design*...

**24-As-tu déjà rencontré des difficultés quand tu développais un jeu ? Est-ce que tu t'es déjà retrouvé coincé à un stade de développement ?**

Oui, à peu près tout le temps en fait. Globalement, avec de la motivation, on arrive à franchir à peu près toutes les barrières. Ça recoupe un peu ce que je disais tout à l'heure – un développeur tout seul est capable de faire un jeu de qualité quasiment professionnelle, voir professionnelle je pense. Et donc, ça veut tout dire. Clairement, à partir du moment où une personne toute seule est capable de faire un jeu pro', ça signifie que toutes les barrières sont franchissables.

Après, effectivement, on a toujours des moments où on bloque un peu. Quand j'ai commencé à faire mes premiers jeux multi-joueurs, je me posais énormément de questions par rapport à : « est-ce que je fais les choses bien ? est-ce que c'est comme ça qu'on censé faire du multi-joueurs ? est-ce que tout va bien ? » Et c'est vraiment la panique parce que, pour le coup c'est le multi-joueurs, mais on peut trouver sur Internet tout et son contraire : sur les conseils, il y a des gens qui vont imposer leur avis en donnant l'impression que c'est des professionnels du jeu vidéo et ils vont dire « voilà, un moteur de jeu vidéo, je le fais comme ça, comme ça, comme ça, et tout autre modèle est nul. » Tu vas avoir des gens qui vont pas du tout être sûrs d'eux et qui vont dire « Oui moi ça fait trois ans que je développe, je suis pas du tout sûr mais mes jeux je les fais plutôt comme ça » et finalement ils disent des choses vachement pertinentes. Donc, le multi-joueurs par exemple, c'était un cap à franchir et au début je tâtonnais beaucoup parce que c'est très difficile, on a vraiment l'impression de faire des bêtises en fait, ça c'est ce qui ressort vraiment. Il y a des moments où, quand on commence à faire des choses pour la première fois dans un jeu vidéo, on a vraiment l'impression de faire des bêtises. Et le multi-joueurs est un bon exemple.

Après, on finit toujours par tomber sur des bonnes ressources. Par exemple pour le multi-joueurs – comme pour beaucoup de choses j'ai envie de dire, comme dans les jeux vidéo 3D en ligne – se baser sur le moteur source sur tout ce que Valve va communiquer par rapport au moteur source, comment ils s'y sont pris pour développer *Half Life*<sup>198</sup>, pour développer *Counter Strike*<sup>199</sup>, c'est de l'or. Enfin, ces gars-là ont vraiment tout compris sur comment faire un bon jeu et leurs ressources – ou ce qu'on peut deviner des ressources, parce que parfois ce n'est pas très explicite – c'est quand même de l'or. C'est de très, très bonne qualité.

---

<sup>198</sup> *Half Life*, développé par Valve Corporation, sorti en 1998-2001-2013. C'est pour la commercialisation de ce jeu que la plateforme Steam a été créée.

<sup>199</sup> *Counter Strike*, conçu par Minh Le et Jesse Cliffe, développé par Valve Corporation, sorti en 1999.

Parfois il y a des difficultés de pur développement. On peut être bloqué de manière bête devant un truc. J'ai déjà arrêté quasiment un mois le développement d'un jeu – ça c'était quand je commençais en C++ – juste parce que j'avais un problème d'inclusion circulaire. C'est un problème qui est typiquement un problème de programmeur et qui n'a rien à voir avec le jeu vidéo et ça m'a bloqué pendant un mois. On peut donc avoir plein de problèmes comme ça.

## **25-Tu as parlé de « qualité professionnelle » dans le rendu d'un jeu vidéo, qu'entends-tu par là ?**

Pour moi, ce qui fait qu'un jeu est de qualité professionnelle, c'est le fait qu'on a l'impression que c'est un studio qui l'a fait. Et cette impression découle du fait que le jeu est abouti, soigné graphiquement et d'un point de vue navigation. C'est-à-dire que, quand on prend un jeu, qu'on le lance et où tout de suite on arrive dans le jeu – ça je ne t'en parle même pas, on voit tout de suite que c'est totalement amateur, il faut au moins avoir un menu titre.

Et quand on a un menu titre qui n'est pas soigné, quand il n'y a pas de crédits, quand il n'y a pas de petit point d'interrogation sur le coin, quand il n'y a même pas d'options, il y a juste *Jouer* et *Tutoriel* – et encore, parfois il n'y a même pas de tutoriel – *Options*, enfin non, pas options... Parfois il y a juste *Jouer* et *Quitter*. Ce genre de truc ne fait vraiment pas professionnel. Les jeux en ligne, où parfois tu vas appuyer sur *Multi-joueurs* et tu vas avoir trois écrans successifs qui vont ressembler à des espèces de carrés moches avec une bordure qui n'est même pas en accord avec l'écran titre ; donc trois écrans successifs qui vont te demander des informations, du style l'adresse IP du serveur auquel tu te connectes, ton pseudo, etc. Et ces écrans vont te le demander à la suite alors qu'ils auraient pu tout te demander en même temps. Ou alors, quand tu fais *Play* et que la structure des menus, fait que tu n'es pas sûr si tu es en train de recommencer une partie ou de continuer celle d'avant. Ou alors, parfois quand tu vas enregistrer, tu te poses la question : « je suis en train d'enregistrer ? j'enregistre où ? qu'est-ce que j'enregistre vraiment ? ». Ou, typiquement, parfois on ne remarque pas qu'il y a des checkpoint<sup>200</sup> dans le jeu et, du coup, on va enregistrer et on se dit: « est-ce que je quitte ou pas ? dans le doute, je vais juste faire *echap*<sup>201</sup>, je vais manger et je reviens ». Mais on vient de sauvegarder et on n'est pas sûr de vouloir quitter, de *pouvoir* quitter parce que le jeu n'est pas suffisamment explicite sur quand est-ce que la sauvegarde s'est vraiment faite : est-ce que j'ai sauvé ma progression au pixel près ou est-ce que j'ai fait un *sauvegarder* qui ne sert à rien et qui, finalement, me ramènera au dernier checkpoint comme si j'avais fait ALT F4<sup>202</sup> d'un coup ? Le fait d'avoir une seule partie également, ça ne fait pas très professionnel. Tout ça, ce sont des choses assez basiques qui, finalement, vont tout de suite, personnellement, me donner une mauvaise impression du jeu. Donc ça joue beaucoup.

Pareil, toujours dans les menus, graphiquement si le menu du jeu est moche – et ça inclut aussi, par exemple, le texte – si le texte, par exemple, a de l'*aliasing* – ça veut dire si qu'on a l'impression qu'on voit bien les petits pixels, si ce n'est pas lissé, si les lettres on voit vraiment

---

<sup>200</sup> Sauvegarde automatiques qui s'activent quand le joueur atteint un certain point dans la progression du jeu (lorsqu'un niveau est fini, ou qu'un ennemi particulier est battu par exemple)

<sup>201</sup> La touche *echap* du clavier permet de mettre le jeu en pause.

<sup>202</sup> Manipulation qui consiste à forcer le jeu à quitter (ou à fermer tout logiciel). Dans la culture vidéo ludique on parlera de *rage quit* car la manipulation est souvent utilisée pour quitter le jeu lorsque le joueur est en train de perdre.

les pixels – même si l’arrière-plan de l’écran titre est vraiment magnifique, on est pas censés avoir un *aliasing* dans un écran titre. Et ça ne fait vraiment pas professionnel. Sauf pour *Minecraft*. Mais sinon ça ne fait pas professionnel du tout.

Donc, ça c’est la première chose. Et la deuxième chose, ensuite, c’est à l’intérieur même du jeu : l’interface doit être claire. C’est-à-dire que dans un jeu, on ne doit pas se dire : « ah, est-ce qu’il me reste beaucoup de vie ? » et puis chercher parmi tout le tour de l’écran à quel endroit est la barre de vie. Non, une barre de vie c’est censé être bien visible. Ou alors, si elle est cachée, c’est que ça fait vraiment partie du jeu que la barre de vie ne soit pas importante.

Quand on a envie de faire quelque chose, il faut savoir comment le faire. Soit qu’il y ait eu un tutoriel ; soit qu’il y ait encore mieux – et ça c’est un truc qui fait extrêmement professionnel dans les jeux et qu’il n’y a, enfin je pense, même pas 5% de jeux amateurs qui font ça et c’est ça qui fait qu’ils n’ont pas cette qualité professionnelle. Il n’y a même pas 5% des jeux qui vont – quand tu commences à jouer même pas la première heure – devant un mur par exemple que tu as besoin de sauter, t’écrire « Appuyer sur espace pour sauter » ou tu arrives devant ton premier objet du jeu, ils vont écrire « Appuyer sur F pour ramasser l’objet », ce genre de choses. Avec, éventuellement, en haut de l’écran, écrit « Au fait, vous pouvez réassigner les touches si vous le voulez dans le menu options ».

Ce genre de choses, c’est ce que j’appelle la qualité professionnelle. Le fait qu’on ne soit pas perdu dans le jeu, à passer la première heure de manière désagréable à se demander « bon, alors, comment marchent mes sauvegardes ? comment marchent mes touches ? est-ce que je fais les trucs bien ? est-ce que, là, je n’ai pas manqué un truc ? est-ce que je suis en train de faire une quête secondaire sans le savoir ? » ou « je ne suis même pas dans le bon mode de jeu » parce que parfois il va y avoir écrit *Mode arcade* et *Mode aventure*, mais je fais quoi ? À priori on va faire le mode aventure mais parfois il y a le mode arcade au-dessus et on ne sait pas trop si on est censés jouer dans ce mode-là ou pas.

Donc, on passe une première heure désagréable et, même si le jeu est super après, ça ne fait vraiment pas professionnel de passer la première heure de manière super désagréable et puis, à chaque fois qu’on lance le jeu, de se retrouver devant un écran titre moche – même si on a un jeu qui, derrière, peut-être magnifique et super une fois qu’on a les contrôles en main, etc. C’est quand même dommage de gâcher le jeu parce qu’on a bâclé la navigation dans le jeu et qu’on a bâclé les contrôles.

Mais ce sont des erreurs par lesquelles tout le monde passe dans le développement de jeu vidéo. C’est impossible de faire un jeu vidéo amateur dès le départ – déjà parce qu’on en aurait probablement pas la capacité – en se disant : « je veux avoir un menu titre magnifique, dans mes options il faut qu’on puisse changer le niveau d’anticrénelage<sup>203</sup> ». Quand tu développes ton premier jeu vidéo, tu ne sais même pas encore ce que c’est que l’anticrénelage ! Tu ne sais même pas encore vraiment comment tu es censé faire la distinction, d’un point de vue programmation, entre l’écran titre et l’écran de jeu. On en est encore à l’étape de « Ok, j’ai une boucle infinie dans laquelle il y a mon jeu qui tourne ». On est obligé de passer par-là à un moment, même si, après, ça nous semble un peu ridicule rétrospectivement. On fait tous les

---

<sup>203</sup> Méthode permettant d’éviter le crénelage, soit un phénomène qui survient lorsque l’on visualise certaines images numériques dans certaines résolutions (on verra alors les pixels des contours).

mêmes erreurs, et on le voit bien d'ailleurs dans les jeux indépendants sur Steam : ils ont tous les mêmes problèmes.

## **26-On va justement en venir à Steam : qu'en penses-tu ?**

Moi ? je trouve ça génial. J'étais très, très énervé par Steam au tout début. [Pourquoi ?] Quand j'ai commencé – je fais quand même des jeux vidéo même si je ne suis pas un gros *gamer* – donc quand j'ai commencé dans le monde des jeux vidéo, c'était encore l'époque où, pour jouer à un jeu, on avait le raccourci sur son bureau, on double cliquait et il nous rappelait qu'on avait oublié d'insérer le CD, on mettait le CD et on lançait le jeu. Parfois, lors de la première installation, il proposait « Installer le jeu en *full*, entre parenthèses vous n'aurez plus besoin de mettre le CD ». Alors on tapait sa clef de produit. Et moi j'aimais beaucoup ce système, en plus on pouvait même prêter les jeux. Je trouvais ça vraiment pratique et ce que j'aimais bien c'était que c'était une installation minimale, c'est-à-dire qu'il y avait même pas mal de jeux où, en lançant le bon exécutable<sup>204</sup> sur le CD, on pouvait même y jouer directement sans même avoir installé quoi que ce soit sur son ordinateur. Et ça donnait un sentiment de propreté que j'appréciais beaucoup.

Et j'étais très, très énervé par *Half Life*, typiquement, qui était le premier jeu à m'avoir obligé à installer Steam. Et moi, je voulais juste jouer à *Half Life* en double cliquant sur mon exécutable et en gardant mon ordinateur propre. Et là, on me dit : « Vous êtes obligé d'installer la plateforme, c'est saoulant, créez-vous un compte ; au fait, vous avez acheté le CD mais en fait ça servait à rien ; au fait, vous ne pourrez plus partager votre jeu, vous allez être obligé de bidouiller » C'était assez désagréable. En plus, à l'époque, Steam marchait quand même assez mal, le nombre d'erreurs de mise à jour pendant les mises à jour Steam que j'avais, on avait aussi des mises à jour Steam qui dureraient trois plombes aussi parce qu'on n'avait pas de très bonnes connections internet. Et puis, on veut jouer à *Portal* - donc en l'occurrence c'était *Half Life* – et puis il nous dit : « non, vous ne pouvez pas jouer à *Half Life* parce qu'il y a Steam qui est en train de se mettre à jour » et là, on est devant son écran penaud et on se dit « mais quel rapport ? Steam n'est pas à jour, ok, fais ta mise à jour si tu veux mais laisse-moi jouer à *Half Life* ! »

Donc voilà, j'ai détesté Steam au départ – en plus il mettait des pubs ! mais enfin, un logiciel qui t'affiche des pubs sur ton ordi... mais c'est insupportable ! – Et il le fait encore maintenant d'ailleurs, mais je crois qu'on peut le désactiver, je ne sais plus... On ne peut peut-être pas désactiver *toutes* les pubs. Par exemple, quand on commence à fermer la fenêtre Steam, parfois il rouvre un petit truc en disant « eh au fait, voici des jeux, si vous y jouiez ? » – Il y a quand même encore quelques pubs, moins qu'avant. Donc voilà, c'était très désagréable.

Mais, maintenant, Steam, je trouve ça génial, dans le sens où c'est totalement dématérialisé, je peux changer d'ordinateur sans problème. Et c'est aussi – alors déjà il n'y a plus besoin de se soucier des clefs produits – un luxe pas croyable de pouvoir reformater son PC sans avoir à se dire « est-ce que je suis en train de perdre ma licence ? ». Là, ce n'est plus le cas, alors que je me souviens avoir perdu des licences de jeux vidéo, avoir perdu des licences – Microsoft

---

<sup>204</sup> Fichier informatique contenant un programme et identifié par le système d'exploitation en tant que tel. Le chargement du fichier entraîne la création d'un processus dans le système et ainsi l'exécution du programme contenu.

Office ça avait marché, mais on perd de licences Windows, des licences de je ne sais plus quel logiciel, de Flash une fois. Mais voilà, on perd des licences quand on formate : avec Steam, il n'y a pas le moindre souci, on se dit « ok, je peux reformater, je m'en fiche de mes jeux » à la limite, ils sont tous dans le même... – ah oui, et en plus ça.

Avant, je n'aimais pas Steam parce que ça obligeait à installer pleins de trucs, maintenant j'aime bien Steam parce que ça uniformise : tous les jeux sont au même endroit. Je sais que j'ai juste à dire à Steam que je veux stocker tous mes jeux dans mon disque dur secondaire sur mon ordi, quand je reformate, je reformate juste le premier, je réinstalle Steam et je lui dis « tiens, pointe sur ce répertoire » et j'ai tous mes jeux qui sont réinstallés instantanément. Et ça, c'est génial Steam.

Donc, j'adore vraiment informatiquement Steam parce que ça centralise tout, on ne se retrouve plus à devoir installer – comme c'était une époque, par exemple *Crysis* le fait encore un peu je crois – des logiciels en parallèle qui vont lancer les trucs. Bon, de temps en temps on se retrouve obligé d'installer Origin<sup>205</sup> et pour le coup j'aime pas Origin parce que pourquoi ils ne sont pas sur Steam ? J'aime bien que tout soit centralisé. Donc j'aime bien Steam parce que ça centralise tout et si on ne pouvait utiliser que Steam, ça serait pas mal je trouve.

### **27-Donc, pour toi, ça représente une révolution dans la manière d'installer les jeux ?**

Oui, voilà, dans la manière d'installer les jeux. Après, dans le jeu vidéo, je ne pense pas que ce soit une plus grosse révolution que ça mais en tout cas, le fait de tout centraliser, je trouve ça super agréable.

Bon, les soldes ont un côté marrant - je n'irai pas jusqu'à dire que c'est vraiment génial parce qu'on peut trouver moins cher en général sur Amazon ou ailleurs – mais ça a un côté super marrant d'avoir ses petites soldes, son petit panier.

Et puis quand on cherche un jeu vidéo, on ne va plus sur Jeuxvideo.com en fait, on va directement sur Steam. Et c'est agréable d'avoir des recherches : par exemple, avec le HTC Vive<sup>206</sup>, tu coches la case « HTC Vive » et tu vois tous les jeux qui sont compatibles. Tu veux un jeu multi-joueurs coopératif, tu coches « multi-joueurs coopératif », et il trouve. C'est super agréable d'avoir un système de tags qui sont bien remplis, d'avoir une uniformité dans les vidéos, dans les *screenshots*, dans les textes de présentation des jeux. Il y en a beaucoup avec des commentaires – enfin, il y a plein, plein de commentaires – les pourcentages de pouces verts<sup>207</sup> ... Tout ça c'est quand même très sympa. Pour les développeurs ce n'est pas forcément génial mais bon.

### **28-C'est-à-dire ?**

Cela oblige à comprendre comment Steam marche et à l'intégrer dans son jeu. On ne peut plus tranquillement sauvegarder les parties comme on veut, les *screenshots* comme on veut. On ne peut plus gérer le multijoueur ou les *achievements* comme on veut. Tout doit passer par Steam. C'est génial car cela aide les développeurs, et une fois habitué c'est facile. Mais pour des

---

<sup>205</sup> Anciennement *EA Store* : plateforme de distribution numérique avec gestion des droits numériques d'Electronic Arts.

<sup>206</sup> Casque de réalité virtuelle développé par Valve, commercialisé depuis le 5 avril 2016.

<sup>207</sup> Système d'évaluation des jeux sur Steam par les joueurs.

développeurs amateurs qui n'ont pas l'habitude, ça peut faire peur, et on se retrouve avec des jeux sans *achievements* Steam, avec des sauvegardes un peu buggées ou rangées on ne sait où.

Par ailleurs, si on a déjà développé un jeu entièrement et qu'on souhaite le porter sur Steam, c'est plus délicat car il faut se replonger dans le code, parfois profondément, pour s'interfacer correctement avec la plateforme. Malgré ça je reste pour l'interfaçage des jeux avec la plateforme !

### **29-Tu as dit qu'informatiquement tu aimais Steam, mais cela laisse sous-entendre que, d'une certaine façon, tu n'aimes pas Steam ?**

Je n'aime pas trop Steam dans le sens où c'est quand même un logiciel supplémentaire que je suis forcé d'installer pour jouer à des jeux. Et moi, j'aime bien avoir sur mon ordinateur uniquement des logiciels, enfin le strict minimum. Et on m'oblige maintenant à avoir Steam qui fait partie de mon strict minimum.

### **30-Donc on t'oblige à te conformer à quelque chose en installant obligatoirement Steam ?**

Voilà, c'est ça. Je n'aime pas trop non plus parce qu'on ne peut pas prêter ses jeux de manière facile. On se retrouve à devoir donner son mot de passe aux gens, ce n'est pas très agréable. Admettons que mon frère ait envie de jouer à *Portal*, enfin... ça ne se partage pas Steam. Et ce serait bien de pouvoir partager un minimum dans la famille. C'est-à-dire que, par exemple, on se retrouve souvent à faire des bidouilles du style : admettons que mon frère et moi ayons tous les deux envie de jouer à *Portal* en même temps dans la campagne. On peut, mais ce n'est pas facile, et on est obligés de détourner Steam, c'est-à-dire que moi je vais lancer *Portal* sur mon ordinateur, je vais retirer mon câble Ethernet, mon frère va lancer *Portal* sur son ordinateur, ensuite je reconnecte mon câble Ethernet et ça y est, avec un seul compte Steam on a réussi à jouer à *Portal* sur deux ordinateurs.

Donc on se retrouve à faire ce genre de bidouille, alors qu'avant on achetait le CD du jeu, et c'est quand même la moindre des choses qu'on puisse y jouer sur deux ordinateurs. Je n'irais pas jusqu'à dire la moindre des choses, parce que, pour les développeurs, ce n'est pas très sympathique. Mais, malgré tout, ce n'est pas justifié d'acheter deux fois un jeu juste parce qu'on l'adore. Même si je l'ai fait, par exemple, *Portal 2* je l'ai acheté deux fois.

### **31-Pourquoi est-ce que, pour les développeurs, ce n'est pas très sympathique ?**

Parce que, du coup, ils sont moins rémunérés. Après, personnellement, je développe pour le plaisir. Typiquement, si je sortais un jeu, ça ne me gênerait pas plus que ça qu'on le pirate. Mais, c'est un avis très, très personnel et je comprends complètement que des personnes trouvent que c'est du vol et détestent ça. Et, pour une entreprise, d'ailleurs, c'est encore pire parce qu'elles vont vraiment voir ça comme un manque à gagner. Les développeurs indépendants, je ne sais pas.

### **32-Pour toi, si tu développes un jeu et que tu décides de le partager, ce serait gratuitement ?**

Ah non, ce serait payant pour que je gagne de l'argent si mon jeu est bien. Mais je n'en voudrais pas plus que ça aux gens qui le pirateraient.

**33-Donc, pour toi, ce serait plus une notion de partage ? Il y a forcément une notion économique qui intervient, non ?**

Même pas. Moi, je développe juste pour le plaisir. Comme je te l'ai dit, mes jeux, je ne les diffuse pas, je ne les finis pas toujours. Là, en ce moment, je fais un jeu que je vais finir : pour une fois je me suis dit « celui-là je le finis ». Mais je pense que je ne suis pas trop un exemple de personne qui va essayer de diffuser ses jeux.

**34-Donc, pour toi, le Steam Greenlight c'est positif ? Puisque le principe du Steam Greenlight est de permettre à n'importe qui de soumettre son jeu, les joueurs votent et après le jeu est proposé sur le store officiel de Steam.**

Oui, pourquoi pas. C'est sympa. Après, je ne vais pas pleurer parce qu'ils l'ont retiré.

Je précise que, je dis tout ça mais je ne pirate pas le moindre jeu vidéo. Je trouve que c'est quand même éthiquement plus correct de payer une personne pour ce qu'elle a développé, ça semble assez logique – certains n'ont pas cette logique ou ne peuvent pas se permettre de payer. Mais il y a des gens qui piratent alors qu'ils pourraient se permettre de payer des jeux, parce que pour eux, ils ne trouvent pas ça logique de payer le développeur. Typiquement, moi, je n'ai jamais piraté un seul jeu, sauf *The Witcher*<sup>208</sup> mais c'était pour des raisons compliquées, j'y ai joué une heure et après j'ai arrêté, donc, ce n'est pas plus mal que je ne l'ai pas acheté.

Par contre, partager les jeux, je trouve que c'est la moindre des choses. Quand j'achète *Portal*, le fait de pouvoir laisser mon frère y jouer – je parle toujours de *Portal* parce que j'y joue beaucoup. Mais voilà, j'achète *Portal*, *Life is Strange*, c'est quand même la moindre des choses que je puisse prêter *Portal* à mon frère pendant que je joue à *Life is Strange*. Et ça, je ne peux pas sans débrancher le câble réseau parce que Steam va m'empêcher de jouer à deux de mes jeux en même temps. Et, pour le coup, je trouve que ce n'est pas tout à fait normal. Informatiquement, après, c'est très difficile de vérifier que les deux personnes se connaissent, que les gens en abusent pas, etc. Donc c'est quand même compréhensible que Steam bloque ça.

En tant que développeur, autant ça ne me dérangerait pas qu'on pirate mes jeux – ça ne me plairait pas tant que ça. Par contre, le fait qu'on achète une seule licence pour y jouer à quinze dans la famille, ça je ne vois vraiment pas le problème : c'est une famille, ils ont le droit de se partager le jeu.

**35-Si tu devais sortir ton jeu, est-ce que tu passerais par Steam ?**

Oui. [Pourquoi ?] Parce que, quand je cherche un jeu, je cherche sur Steam. Donc, il va de soi que, si je voulais développer un jeu, j'aimerais bien que ce soit un jeu que je trouverais moi-même, donc je le mettrais sur Steam.

**36-Parce que, pour toi, Steam c'est la plateforme numéro une aujourd'hui ?**

Oui. Après, je sais qu'il y a des concurrents mais je n'ai jamais été suffisamment un gros *gamer* pour avoir besoin d'aller sur les plateformes concurrentes. Et je n'ai jamais été contre les monopoles. Je ne trouve pas que Yahoo soit nécessaire dans le monde actuel pour faire de l'ombre à Google qui a trop le monopole. Tout comme je trouve que Desura<sup>209</sup> n'est pas particulièrement nécessaire pour faire de l'ombre à Steam. Steam peut avoir son monopole s'il

---

<sup>208</sup> *The Witcher*, développé par CD Projekt, sorti en 2007.

<sup>209</sup> Plateforme de distribution en ligne développée par DesuraNET.



veut, moi je trouve ça plus pratique comme ça j'installe un seul truc sur mon ordinateur et pas cinquante.

### **37-En tant qu'amateur, est-ce que le fait de passer par Steam te donnerait une sorte de légitimation, de professionnalisation ?**

Pas particulièrement. Je trouve que, ce qui commence à légitimer – ou en tout cas à professionnaliser dans la diffusion de son jeu – c'est d'avoir un site web. Maintenant, on sait très bien que sur Steam, il y a des jeux indépendants un peu pourris – je veux dire, on s'habitue à trouver des jeux qui sont pas incroyables. Du coup, pour moi, ce qui légitime c'est le fait que, Steam, il y a d'écrit « site du jeu » et de pouvoir cliquer, arriver sur Google avec une belle page bien présentée du jeu qui va faire un peu de promotion. Je trouve, que c'est plus ça qui va me donner confiance en un jeu que je vois sur Steam. Donc, de la même manière, si je développais en tant que développeur indépendant et que je mettais sur Steam, je pense que je ne me sentirais pas légitime si je n'avais pas, quand même, en parallèle, un petit site web qui faisait la promotion de mon jeu. Parce que ça ne suffit plus maintenant de juste avoir une page Steam, les gens sont blazés : une page Steam, ce n'est rien, le jeu peut très bien être pourri, peut très bien être en accès anticipé avec même pas un quart des fonctionnalités. Ce n'est plus un gage de qualité.

### **38-On revient donc à ce que tu disais sur la qualité professionnelle : faire attention aux détails.**

Oui, c'est ça. C'est avoir un bon écran titre – ça rejoint un peu aussi avoir un bon site web, pourquoi pas. Si je te demande de citer des jeux vidéo très, très bons qui n'ont pas de site web, je ne suis pas sûr que tu arrives à en trouver beaucoup. Même s'il s'agit de jeux indé. Un bon jeu a une bonne finition et le fait d'avoir un site web fait partie de la finition.

Tout comme le fait d'être multiplateformes<sup>210</sup>, ou, au moins, de bien marcher sur toutes les versions de Windows et sur toutes les cartes graphiques. C'est quand même ridicule quand on a un jeu vidéo avec des graphismes pourris qui ne vont pas marcher sur une GTX 570<sup>211</sup> en 2017, enfin, ce genre de chose est assez intolérable. Ou alors – je n'ai jamais eu des ATI<sup>212</sup> mais j'ai des amis qui lancent le jeu et on leur dit : « le jeu risque d'avoir des problèmes parce que votre carte graphique ne supporte pas les *drivers* NVIDIA » bah oui j'ai une ATI...

---

<sup>210</sup> Un jeu est dit multiplateformes lorsqu'il est compatible avec plusieurs systèmes d'exploitation / supports de jeux : Mac OS, Windows, PlayStation, Xbox, etc.

<sup>211</sup> GeForce, série de cartes graphiques fabriquées par NVIDIA depuis 1999.

<sup>212</sup> ATI Technologies INC. devenue filiale d'AMD puis disparue au profit de celle-ci : entreprise de fabrication de microprocesseurs pour cartes graphiques.

## Annexe 5 – Entretien avec Clément Germanicus

Cette annexe est utilisée dans la première partie, page 28, ainsi que dans la troisième partie, pages 62 et 66. Entretien réalisé le 4 septembre 2017, la retranscription va de la page 105 à la page 117.

### **1-Commençons par ton expérience personnelle : comment as-tu débuté le développement de jeux vidéo ?**

C'est une très bonne question. En fait, je pense que j'ai commencé comme la plupart des gens : à la base je suis un *gamer* et, un jour, ça m'a intéressé d'aller plus loin, de me dire « comment sont créés les jeux ? Est-ce que je pourrais moi aussi m'y mettre ? » Et ça fait longtemps que je fais ça, c'est quelque chose que j'ai commencé il y a au moins une dizaine d'années. J'ai commencé avec des logiciels un peu... pas pour bébé mais presque. Des trucs un peu plus simples qui ne requièrent pas forcément du code brut. Et, de fil en aiguille, forcément, tu vas t'intéresser à aller encore plus loin et j'ai fini sur le logiciel que j'utilise aujourd'hui. Mais c'est vrai que c'est vraiment l'amour du jeu qui m'a donné envie de faire ça.

Et, pour m'orienter vers le mobile c'est simple : j'étais parti du principe que j'allais faire surtout des jeux pour ordinateur, c'est ce qui m'intéressait le plus. Et puis, un jour, mon cousin m'a dit : « ça ne t'intéresserait pas qu'on essaye de faire des jeux mobiles ? », j'ai répondu « ok, pourquoi pas ». Et c'est comme ça qu'on est partis.

### **2-Quels sont les logiciels avec lesquels tu as commencé ?**

Alors, le tout premier c'était les Lego Mindstorm, je ne sais pas si tu connais ? [Non ?] C'est, en gros, de la robotique avec des Lego : tu as des lego avec une base centrale qui est programmable, avec des *inputs* pour des moteurs, des capteurs, etc. Et après tu as un logiciel sur l'ordinateur où tu assembles des blocs et ça crée des conditions, etc. C'est de la programmation visuelle. Donc, ça, c'était vraiment le tout début de la programmation.

Ensuite, je suis passé sur RPG Maker qui était un peu dans le même principe, c'est-à-dire que tu crées un peu l'univers de manière graphique et après ce ne sont pas des blocs mais des lignes de code que tu choisis dans des menus. Donc tu ne tapes rien au clavier, c'était uniquement du glisser-déposer mais c'était beaucoup plus poussé.

Et après je suis passé sur Adobe Flash CS4 pour faire des applications flash parce que, je ne sais pas si tu te rappelles, c'était la grande mode, sur Internet il n'y avait que ça. Donc je suis passé là-dessus, et après je suis arrivé sur le logiciel que j'utilise actuellement.

### **3-Et c'est lequel ?**

Unity 3D. C'est un logiciel qui a énormément d'avantages car il est simple d'utilisation, effectivement, et il y a du code brut, donc tu peux tout faire. Et, en plus, il est complètement *cross-platforms* ce qui fait que moi, par exemple, je développe là-dessus mes jeux et après je peux les exporter pour Android ou IOS de la même manière. [Donc c'est un logiciel qui te permet de tout faire ?] Voilà, c'est ça, tu peux couvrir toutes les plateformes existantes.

#### **4-Tu m'as dit que tu avais décidé de développer des jeux vidéo parce qu'à la base tu y jouais ?**

Voilà, c'est ça. [Donc ça t'intéressait de savoir comment on faisait ?] Oui. À la base je n'ai aucune connaissance informatique et c'est ça qui m'y a amené, l'envie de savoir.

#### **5-Et, du coup, comment as-tu appris à développer des jeux vidéo ?**

Sur le tas en fait. Le meilleur exemple que j'ai c'est quand j'ai commencé Unity : c'était le premier vrai logiciel où j'avais besoin de programmation. Je me rappelle de Flash, et quand je faisais des applications flash : je ne m'étais pas suffisamment intéressé au code et je récupérais des bouts de code par-ci, par-là et j'essayais de faire des choses. Donc il n'y avait pas vraiment d'engagement au niveau du code de ma part et Unity a été le moment où il a fallu que je m'y mette et je n'y connaissais pas grand-chose : je n'avais vu aucun tutoriel, j'avais juste téléchargé le logiciel et bidouillé des trucs avec. Et, en gros, c'était vraiment du « tiens, j'ai envie de faire ça, comment je peux faire ? » je regarde vite fait sur Internet un tuto, deux-trois lignes de code, c'est bon, c'est réglé. Et après, de fil en aiguille, on finit par apprendre le truc.

#### **6-Donc, selon toi, il n'y a pas de « cours » obligatoire à suivre ? comme on peut le faire pour apprendre à écrire par exemple ?**

Non. Pour moi, l'informatique est, limite, le seul domaine où tu peux t'en sortir sans aucun cours. Il faut juste la volonté d'aller chercher par toi-même sur internet, mais sinon tu n'as besoin d'aucun cours. Évidemment, je ne dis pas que les cours ne peuvent pas t'aider à mieux programmer ou quoi que ce soit. Mais toutes mes connaissances actuelles de la programmation, je ne les ai pas eues en cours. [C'est donc de l'expérience personnelle ?] Voilà, uniquement de l'expérience personnelle.

#### **7-Tu es donc passé aux jeux mobiles parce que ton cousin t'en a parlé, c'est ça ?**

C'est ça. Parce que mon cousin savait vers quelles études je m'orientais et lui est dans le domaine de la start-up – il est coach pour des start-up. Et, du coup, un jour, il m'a dit : « ça serait bien qu'on combine nos deux capacités parce qu'on peut faire des choses comme monter une start-up, faire un site internet, quoi que ce soit. » et il a ajouté « mais moi j'aimerais bien qu'on fasse du jeu mobile parce que c'est un marché qui est en train de croître de manière assez incroyable et ça serait bien qu'on se cale dessus vu que tu programmes des jeux. »

Moi je n'avais pas forcément mieux à faire, j'avais des petits projets personnels sans intérêt et, quand il m'a dit ça, je me suis dit que ça serait l'occasion de déboucher sur un vrai truc. Ce qui, heureusement, est le cas – mais, à l'époque, c'était plus pour m'amuser.

#### **8-Et comment ça s'est passé ?**

En gros, ça s'est passé que lui avait plein d'idées de concept mais il ne sait pas programmer une ligne de code. Du coup, il m'a présenté pleins de concepts, on a regardé ensemble et on s'est dit « celui-là est sympa, on peut peut-être essayer de commencer par celui-là ». On a développé un prototype, on l'a montré à la famille, c'était marrant.

Et après il y a eu une période de mou parce que c'était les concours en prépa, ou je ne sais plus trop. Et on a repris après et, là, on a fait notre premier vrai jeu mobile qu'on a publié sur l'AppStore et l'Android Store. Mon cousin a ensuite essayé de faire un peu de communication

pour que ça décolle mais ça n'a pas du tout décollé parce que c'est impossible de décoller par soi-même dans ce domaine. J'imagine. Ce n'était pas vraiment un échec parce qu'on avait fait beau jeu, mais c'est vrai qu'il n'a pas décollé et, au final, ça a servi à rien. Au moins c'était un truc à mettre sur le CV.

Et puis, un an plus tard – donc il y a quatre mois – la copine de mon cousin, qui est, elle, en école de communication, devait faire un stage. Et lui s'est dit que ce serait bien qu'on relance un peu notre duo et qu'on utilise sa copine pour communiquer auprès d'éditeurs : il a donc pris sa copine en stage. Elle a envoyé des mails à une quinzaine d'éditeurs et son mail était vraiment très bien construit parce qu'on a eu à peu près la moitié de réponses. Ce qui est vraiment très rare parce que, normalement, les éditeurs refusent assez facilement vu le nombre de mails qu'ils reçoivent par jour. Et elle a réussi à cibler le truc pour qu'on passe entre les mailles du filet. Mais ce qui était très important c'était qu'on n'a pas proposé à l'éditeur d'éditer notre jeu actuellement sur le store, on leur a juste dit qu'on était un duo très motivé, qu'on avait fait un jeu pour leur montrer un exemple de ce qu'on était capables de réaliser techniquement et qu'on était hyper enthousiastes à l'idée de développer plus de concepts, de les essayer, etc. Et c'est ce qui a fonctionné, je pense. **[Vous leur avez donc proposé de travailler avec eux, en fait ?]** C'est ça. On ne leur a pas proposé un jeu, on leur a proposé une collaboration. C'est ça la différence.

### **9-Et cette collaboration, aujourd'hui, elle existe ?**

Elle existe pleinement oui : on est en dialogue avec leur équipe technique qui s'occupe de notre jeu ; on est en dialogue avec...

En gros, il faut considérer que, dans la hiérarchie de Voodoo, il y a les deux PDG qui sont tout en haut, et, ensuite, juste en-dessous, on a ce qu'on appelle les directeurs de la publication, les *publish managers*. Ce sont eux qui vont s'occuper de gérer tous les studios et les jeux des studios et, en l'occurrence, nous on a été en contact avec leur *publish manager* – maintenant il y en a deux mais, à l'époque, quand on les a contactés il n'y en avait qu'un. On a reçu une sorte de coaching, pas intensif mais un peu personnalisé, de sa part parce qu'il a vu qu'on était ultra motivés, qu'on faisait des jeux de qualité, etc. Ça l'a aidé un peu à bien nous voir et à nous faire ce coaching.

### **10-Comment se passe cette relation avec eux, concrètement ?**

Disons que, en termes de relation pure, c'est surtout mon cousin qui gère la relation parce que moi j'ai tellement de travail en pôle technique que je ne vais pas commencer à faire aussi la communication avec eux, donc c'est surtout lui – et puis il a des années d'expérience de coaching en start-up, de relations avec les entreprises, il est hyper diplomate, il sait ce qu'il faut dire ou ne pas dire, donc c'est lui qui fait le plus gros de la relation. Mais, en fait, pour la communication, on utilise majoritairement Slack : on a une conversation avec tous les gens concernés dédiés à notre studio et, après, on a une conversation dédiée à chacun des membres si jamais on doit leur parler directement. Mais, grosso modo, la relation avec eux passe majoritairement par deux personnes : le *publish manager* avec qui on discute.

Dans notre contrat avec Voodoo, pour le jeu *Flappy Dunk* en tout cas, il stipule que, s'ils nous font gagner plus de dix mille euros de bénéfices, à chacun de nous, ils gagnent l'exclusivité du jeu. Les dix mille euros ont été atteints en deux secondes, donc le jeu leur appartient. Et, à

partir de maintenant, comme le jeu leur appartient, il faut que chaque changement majeur que nous on apporte au jeu passe par eux. C'est-à-dire que, ce qu'il se passe, une fois qu'on publie une version, on va prévoir la version suivante. Et, pour prévoir la version suivante, il faut qu'on ait un *meeting* avec le *publish manager* et qu'on lui dise : « voilà, pour la prochaine mise à jour, on a prévu ça, ça, ça, ça. ». Il nous répond « ça, par expérience, ce n'est franchement pas génial, ne le faites pas, ça va vous faire perdre du temps. ».

Il nous le dit clairement parce que lui a une énorme expérience en termes de ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas car ils ont déjà plusieurs studios, ils ont fait pas mal d'échecs et ils savent ce qui ne marchent pas. Disons donc qu'on l'écoute assez facilement parce que sa parole vaut quelque chose. Il nous dit aussi « ça c'est bien, faites-le ». Et donc c'est vraiment lui qui choisit un peu ce qu'on ajoute ou qu'on n'ajoute pas et nous on propose simplement nos idées.

Ensuite, une fois qu'on a pris les décisions, on crée ce qu'on appelle un *sprint* – c'est généralement une semaine, une semaine et demie – et durant lequel les *features* qu'on a acceptées, enfin qu'on acceptées avec le *publish manager*, on les développe et, à la fin de la semaine et demie, on est censés envoyer la mise à jour. Et après on recommence : on revoie avec lui ce qu'on fait pour la prochaine mise à jour, etc.,

### **11-Donc, en quelque sorte, c'est eux qui vous guident dans votre travail ?**

Alors, je n'aime pas trop dire ça parce que ça fait un peu qu'on bosse pour eux alors que ce n'est pas le cas. Disons que c'est eux qui... qui nous guident dans nos idées. **[Ils ne vous imposent pas un jeu, c'est vous qui le choisissez]** Oui, c'est sûr. Grosso modo, les idées viennent de nous et c'est juste eux qui disent « ça on prend, ça on ne prend pas ». On leur propose du service. **[Ils vous guident quand même un peu sur ce qui marcherait ou ce qui ne marcherait pas.]** Oui, effectivement, ils nous guident dessus.

Et la deuxième personne avec qui on est en contact, qui s'appelle Kenji, c'est la personne chargée de l'acquisition des utilisateurs. En fait, eux, leur rôle d'éditeur, c'est d'acquérir les joueurs pour le jeu, faire en sorte que les joueurs téléchargent le jeu, donc à travers la publicité, le ciblage sur Facebook, etc. Et, grosso modo, c'est avec lui qu'on voit un peu tout ce qui est ciblage, outil, gestion des publicités sur notre jeu – parce que notre jeu on y met des publicités pour le revenu, et on doit ajouter de temps en temps une régie supplémentaire, etc. et ça passe par lui, c'est lui qui fait tout le *set up* du côté du site et nous on intègre le plug-in avec ce qu'il nous donne.

### **12-C'est donc lui qui gère la publicité autour de votre jeu ?**

C'est ça, exactement. Enfin, pas l'aspect technique pur dans le jeu de la publicité, mais la relation avec la régie concernée.

Et c'est lui aussi qui gère un deuxième truc qui s'appelle le CPI. Je t'explique rapidement : le CPI, ça veut dire Coût Par Installation, donc grosso modo c'est eux, quand ils font la pub pour notre jeu, combien d'argent ils doivent dépenser pour un utilisateur. Et là, par exemple, notre CPI n'est pas très bon, il est à cinquante centimes par utilisateur, ce qui fait qu'un utilisateur coûte cinquante centime. Par exemple, on a à peu près cent mille utilisateur par jour, je te laisse deviner combien de dépense ça fait par jour... **[Ça fait beaucoup]** Voilà. Et donc, lui, il va essayer de travailler pour optimiser le CPI : par exemple, en changeant un élément de la publicité vidéo. Nous, il nous demande, par exemple, des fois « est-ce que vous ne pourriez

pas m'envoyer le jeu avec un fond jaune ? » Nous on lui envoie ça et du coup lui il fait sa petite création à côté et il voit si ça baisse le CPI ou pas. C'est, grosso modo, les deux rôles qu'il a. Lui, par contre, c'est vrai qu'on est en relation directe avec lui aussi. On lui parle directement.

### **13-Est-ce que tu pourrais me raconter comment ça s'est passé la commercialisation de ton jeu au début ?**

Alors, Voodoo a un processus bien à lui mais qui n'est plutôt pas mal : en gros, un jeu a deux phases. La première phase c'est le prototype. Un prototype qui n'est pas forcément rempli de fonctionnalités de dingue, juste le corps du jeu, c'est tout. Et, une fois qu'on a le corps du jeu, on l'envoie en test : en fait, ce qu'il se passe, c'est qu'on le publie sur l'AppStore, disponible pour tout le monde, mais on ne fait pas de pub. On fait uniquement de la pub très ciblée pour une petite partie des Etats-Unis. Donc, par exemple, on fait juste ce qu'il faut de pub pour avoir environ trois cent utilisateurs par heure – ou par jour, je ne sais plus, comme ça fait longtemps qu'on est plus en phase de test.

Grosso modo, une fois qu'on a ça, ça tourne tranquillement et on regarde les chiffres parce qu'on a des sites internet qui nous permettent de collecter des données sur le jeu, par exemple la rétention. Je ne sais pas si tu sais ce que c'est ? **[C'est le nombre d'utilisateurs qui téléchargent le jeu et qui le gardent.]** Voilà. Par exemple, la rétention pour le jour 1 c'est le pourcentage d'utilisateurs qui jouent encore après un jour. Et le plus important c'est au jour 7, c'est ça qui va être déterminant. Donc, on laisse tourner pendant une ou deux semaines, et après on regarde les chiffres : s'ils dépassent le seuil d'acceptation de notre éditeur, le jeu va passer en publication, il est préparé pour être publié.

Et, après, la phase entre l'acceptation du jeu par l'éditeur et la publication, c'est, grosso modo, l'ajout de tous les plug-ins : donc les régies publicitaires, d'autres outils d'*analytics*, tous les petits trucs comme ça. Nous on ajoute peut-être un peu de contenu aussi parce qu'il faut passer du prototype au jeu fini. Et une fois que c'est fait, le jeu est envoyé, on balance à fond l'acquisition et c'est bon. C'est comme ça que ça se passe.

### **14-J'avais entendu parler que c'était très difficile de mettre une application sur l'AppStore car ils avaient des règles et des consignes absolument dingues ?**

Ce qu'il faut savoir c'est que, le plus dur, ce n'est pas tant le jeu mais plutôt tous les plug-ins qu'il y a autour. Notamment les régies publicitaires : elles ne sont pas en collaboration, chacun a ses régies publicitaires et chaque régie impose telle autorisation, telle autre, tel plug-in additionnel qui va entrer en conflit avec d'autre, etc. Et, finalement, pour tout mettre ensemble et que tout fonctionne, c'est vraiment la pire des purges : c'est insupportable, il y a des bugs de partout et c'est pour ça qu'on a mis trois semaines à publier le jeu après l'acceptation, parce que c'était tout nouveau pour nous et qu'on a dû gérer un tas de problèmes techniques inimaginables. Même la version Android a pris deux semaines et demies de retard par rapport à IOS parce qu'on n'arrivait pas à compiler.

Et même, malgré ça, il peut y avoir des problèmes d'acceptation sur les stores parce qu'il y a une autorisation qui ne va pas, ou parce qu'il y a un problème et qu'il manque une autorisation qui devrait être demandée à l'utilisateur, etc. Et, en plus de tout ça – autant le *play store* d'Android accepte en général en une demi-heure, c'est très pratique – l'AppStore d'Apple, lui, est très long : il faut compter environ deux jours pour qu'une mise à jour soit acceptée. **[Pourquoi ?]** Parce qu'en fait, autant Android accepte tout et n'importe quoi et ça passe

quasiment sans vérification, Apple a une charte de vérification qui est ultra stricte. C'est-à-dire que ce sont des employés de chez Apple qui vérifient les applications, donc ils les téléchargent, ils testent pour voir s'il n'y a pas de gros problème majeur, ils regardent les autorisations qu'on a demandées si ça correspond bien... Et, du coup, vu le nombre d'applications qu'ils reçoivent par jour, on comprend bien pourquoi ça prend deux jours.

Quoique, il y a un moment où notre CPI était bas et du coup ils [Voodoo] avaient lancé à fond l'acquisition ce qui a fait qu'on était premier, toute application confondue, sur plein de pays. Et là, la vérification s'est faite en cinq minutes parce qu'ils [Apple] doivent privilégier les applications qui sont mieux classées. Donc ça rajoute du délai pour ceux qui ne le sont pas.

### **15-Qu'est-ce qui, selon toi, fait qu'un jeu est bon ?**

En fait, au stade où on en est avec le jeu actuel publié avec Voodoo, le côté *gamer* ne doit même plus entrer en jeu. Ce qu'il faut se dire c'est que : nous deux, en tant que studio, on fait ça parce qu'on aime le jeu vidéo ; mais notre éditeur, lui, c'est purement business, il en a strictement rien à faire du jeu vidéo. C'est-à-dire que, par exemple, nous on veut ajouter une fonctionnalité sympa, immédiatement ils vont nous dire « d'accord, vous faites un AB test ».

Un AB test, qu'est-ce que c'est : grosso modo, en permanence, pendant que le jeu tourne, on a 5% de nos utilisateurs qui envoient des données à part, supplémentaires, parce que tout le monde en envoie mais eux en envoient en plus. On a donc ces 5% de base qui sont toujours là. Et, après, quand on lance un AB test, on crée un autre morceau de 5% qui aura une fonctionnalité en plus par rapport aux autres. Donc on a ces deux 5% et on compare les éléments qu'on reçoit : si, par exemple, la nouvelle fonctionnalité fait que les 5% jouent beaucoup plus de parties, nous on le saura. Et, du coup, à partir de ce moment-là, on valide ou on ne valide pas un AB test. Et, pour [Voodoo], c'est purement business.

Je te donne un exemple concret : on a essayé de rajouter une page de statistiques pour le joueur pour qu'il connaisse le nombre de temps qu'il a joué, le nombre de parties, etc. C'est super bien : quand j'en parlais autour de moi tout le monde trouvait ça super cool. On a fait un AB test et, en fait, le nombre de parties jouées étaient exactement équivalent au jeu sans la page des statistiques. Donc nous on s'était dit qu'on allait l'ajouter, ça ne coûtait rien, mais notre éditeur nous a dit non, on n'ajoute pas de superflu. C'est business, on n'a pas intérêt à mettre du superflu, ça pourrait causer des bugs, et eux, ça ne leur apporte pas de revenu, donc ils n'en ont rien à faire.

Il y a vraiment des moments où j'ai dû faire des concessions parce que notre éditeur refusait parce que, d'un point de vue business, ce n'était pas correct. Et c'est là que l'esprit *gamer* a un peu disparu. Bon je ne te dis pas que c'est le pire travail du monde, j'adore toujours développer parce que, par exemple, pour la prochaine mise à jour on va tester un effet de particules en feu quand le joueur est en train de faire un bon score, pour l'inciter à aller encore plus loin : d'un point de vue *gamer* c'est génial et l'éditeur a accepté donc on est super contents. Mais il y a des fois où je suis obligé de faire des concessions et ça me fait mal au cœur.

Sinon, pour en revenir à ta question initiale, qu'est-ce qui fait un bon jeu, ça dépend beaucoup de la catégorie des jeux et donc là, en l'occurrence, je vais te parler juste du mobile. Alors, il y a un livre qui parle de ça et je vais te le résumer en cinq minutes : pour le mobile, il y a ce qu'on appelle le système 1 et le système 2. Le système 1 c'est : « je ne réfléchis pas, mon cerveau ne travaille pas, il joue vite fait », un peu comme tu pourrais conduire et réfléchir en

même temps. [Les jeux comme *Candy Crush* donc.] Voilà, c'est du *Candy Crush*, exactement. Donc, ça c'est le système 1. Et le système 2 c'est des jeux un peu casse-tête où tu dois un peu réfléchir. Et notre éditeur nous a dit, tiré du livre, que, pour qu'un jeu fonctionne, il faut avoir 95% de système 1 et 5% de système 2. Parce que, pour toucher le plus grand nombre de gens possible, il faut que ce soit con.

Franchement, s'il y a quelque chose que j'ai appris avec ça c'est que, la règle d'or quand tu développes un jeu c'est : « ton joueur est con, c'est le type le plus débile du monde et il faut qu'il comprenne ce que tu lui donnes ». Et le 5% de système 2 qui reste c'est pour les joueurs qui auront envie d'aller un peu plus loin, pour leur offrir du contenu, pour pas qu'ils se disent « ah il y a que ça, bon j'arrête ». Il y en a toujours.

Et c'est ça le plus difficile : trouver un équilibre entre les deux. Et du coup, maintenant, quand on construit un concept, on se demande si ça correspond bien à ce système 1/système 2 – parce que là on va entrer dans une phase où on a va, à nouveau, tester des concepts parce que, ça y est, notre jeu commence à vivre un peu sa vie. Et il y a plein de concepts qu'on rejette parce qu'ils sont trop compliqués : il y en avait un basé sur la couleur, trop compliqué, trop de système 2 et les gens ne comprennent pas.

Donc, grosso modo, ce qui fait un bon jeu, c'est qu'il est disponible au plus grand public possible, il faut y avoir du « *reward* visuel » – c'est-à-dire que lorsque l'utilisateur fait des choses qui sont bien, il faut le récompenser visuellement, il faut que ça pète, qu'il y ait des étoiles, un peu comme dans *Candy Crush*, quand tu fais des bonbons spéciaux ça pète de partout, c'est un super bon exemple. Et, enfin, ce qu'il faut, c'est du contenu durable : il faut que tu donnes la possibilité d'avoir des choses faciles mais aussi des choses difficiles pour aller plus loin – c'est pour ça que nous on a des challenges avec des niveaux qui varient. Donc voilà, ce sont à peu près les trois recettes du succès d'un jeu mobile.

## **16-Et pour un jeu ordinateur, est-ce que tu sais ce qu'il faut ?**

C'est beaucoup plus dur. En fait, je sais moins parce que je ne suis pas trop dedans, disons que j'ai un peu mon avis de *gamer* et c'est trop subjectif. Par exemple, cette histoire de système 1/système 2, moi pour qu'un jeu m'accroche, il faut quasiment que ce soit que du système 2. Sauf que, en avis objectif, je sais que ce n'est pas le cas. [Mais ton avis subjectif m'intéresse au contraire.]

Alors moi, les jeux qui m'accrochent le plus sont des jeux multijoueur de base, je suis particulièrement fan des jeux d'horreur. Mais j'aime surtout quand un jeu a une grande diversité de possibilités. Par exemple, il y a une époque où je jouais beaucoup à *Call of Duty* et moi ça m'agaçait d'avoir les armes à feu, du coup je me baladais avec mon couteau et mes tomahawks et je lançais ça sur les gens. Je ne faisais pas forcément des massacres mais ça m'amusait. Et c'est particulièrement ça que j'adore dans *Overwatch*, c'est qu'il y a énormément de types de jeu différents et tu peux changer quand tu veux. Pour moi, il faut donc qu'il y ait une bonne atmosphère et que les possibilités de jeu soient assez larges.

## **17-On revient un peu en arrière, mais on va parler de tes pratiques de développement, de la façon dont tu développes tes jeux. D'une manière générale, comment travailles-tu ?**

Alors, je t'en parlerais surtout du point de vue de notre duo parce qu'il ne se passe pas huit heures sans que je contacte mon cousin : on fait ça à deux et dès qu'il y a des solutions qui sont



prises, on voit ensemble s'il n'y a pas une meilleure solution, s'il n'y en a pas un qui préfère quelque chose et l'autre qui préfère autre chose. Et du coup on utilise un outil qui s'appelle Trello : ce sont des checklists, tu y mets ce que tu as à faire et dès que tu l'as fait, tu coches. Et nous on s'organise comme ça, on fait des ordres de priorité dans les tâches à faire et dès qu'on a des idées on les met, ce qui fait que, moi, à tout moment, je vais sur Trello et je sais exactement ce que j'ai à faire. C'est super simple, en plus mon cousin gère ça depuis longtemps, il sait très bien comment s'en servir.

On réfléchit aux trucs que l'on va faire, on l'ajoute sur Trello, à un moment, je sais pas, il teste et me dit « tiens j'ai trouvé tel bug », il le met dans Trello, je sais ce qu'il y a à faire et je n'oublie pas. Et, moi, de mon côté, c'est du code pur et simple.

Ce que je fais beaucoup c'est que, souvent, quand j'ai des périodes de mou où je ne fais rien, je vais reprendre mon code. Je ne dirais pas que je refais le jeu depuis zéro mais presque, parce qu'en fait c'est rapide à faire des jeux mobiles. Je le refais de zéro mais avec une meilleure architecture pour qu'il y ait moins de bug et pour qu'il soit plus ouvert à des futures possibilités. Ce qui fait que, par exemple, je me suis fait un *template* de jeu mobile que je peux réutiliser pour faire des concepts à la pelle : le jeu qu'on a sorti avec Voodoo, par exemple, je l'ai codé en huit heures parce que je m'étais fait un petit *template* que j'ai réutilisé et je n'avais pas à gérer les menus, les scores, tout était déjà fait. Et, ça va faire deux mois qu'on n'a pas refait de concept, je me suis reposé et j'ai refait un *template* avec toutes les connaissances que j'ai acquises depuis. Et ce *template* est, du coup, mille fois mieux que celui que j'avais fait avant. Donc, régulièrement, je repasse sur mon code plusieurs fois pour qu'il soit propre, qu'il y ait moins de bug, et qu'il soit plus ouvert à de futures *updates*.

### **18-Admettons que vous ayez un nouveau concept : quelles sont les étapes entre l'idée et le prototype ?**

Déjà on en parle. Souvent, c'est l'un de nous deux qui a l'idée et on concerte l'autre soit pour critiquer l'idée et se dire que, finalement, ça ne vaut pas le coup ; soit pour se dire : « ça serait bien qu'on ajoute ça ».

Je ne sais pas si tu connais notre jeu mais grosso modo c'est un *Flappy Bird* où il ne faut pas passer entre des tuyaux mais dans des paniers [de basket] et à chaque fois que tu passes un panier, ça fait un point, et si tu rates un panier, c'est fini, pareil si tu touches le sol et le plafond. Et si tu passes le panier sans toucher les bords, ça fait un « switch », c'est du langage de basket qui veut dire « un panier sans toucher les bords ». Et le switch fait deux points au lieu d'un. Et après, si tu fais tout de suite un deuxième switch, ça te fait trois points, et après quatre points et si ça s'arrête à quatre, ça reprend à quatre après. C'est tout simple comme truc mais on a testé le jeu avant et après : crois-moi, c'est dix fois plus addictif avec ça ! Parce que, justement, les gens qui sont pas très fort au jeu vont juste passer les paniers, et ceux qui sont un peu plus dans l'envie d'aller plus loin, vont essayer de ne pas toucher les bords. Et ils sont hyper récompensés puisqu'ils gagnent beaucoup plus vite.

Et, du coup, maintenant quand on a des concepts de jeu, on essaye de trouver ce qu'on appelle « un switch », c'est-à-dire une petite sauce secrète qui va rajouter du piment au jeu et qui va rendre ça beaucoup plus addictif. Et, souvent, quand on a un concept de jeu mais pas de switch, on en parle ensemble et on essaye de trouver un switch. Par exemple, pour la fin de semaine, on a le prochain sprint, qui est assez rapide à faire avec cet effet de feu sur les joueurs

quand ils enchaînent les switches, et on a quelques régies publicitaires à gérer, mais je pense que demain ce sera fini et que le reste de la semaine on n'aura rien à faire. Du coup, ce qu'on a prévu, c'est de lancer un deuxième concept en test et, pour ce concept, on en a discuté, et on a trouvé justement un switch pour que ça soit addictif.

Donc ça je pense que c'est une des choses les plus importantes qu'on va faire maintenant pour le prototype. Et, une fois qu'on a bien posé toutes les bases du jeu – c'est-à-dire qu'on a une esquisse de design graphique, toutes les particularités du jeu, tout est bien mis sur table, sur Trello, etc. – moi je me lance, je me fais une journée complète où je ne fais que ça, le prototype. Le soir c'est prêt, ensuite la journée suivante on teste bien pour être sûrs que c'est fun et si ça l'est, on l'envoie en test.

### **19-Est-ce que vous faites du *game design* ?**

Oui, forcément. Évidemment, on essaye de laisser nos concepts les plus simples possible au niveau design car ils doivent être compréhensibles des utilisateurs – souviens-toi de la règle d'or : elle est toujours valable, pour tout. Disons que, pour le design, on bricole : on sait se servir tous les deux d'un logiciel de retouches graphiques, donc on va récupérer des trucs sur Google Image, on les refait à notre sauce et puis ça fonctionne très bien.

Et puis c'est drôle parce que, en fait, pour notre jeu publié actuellement, c'est le design du prototype ! On a essayé de changer le design avec un vrai designer qui a été engagé par notre éditeur, et on a fait donc AB-tester le nouveau design qui était beaucoup plus travaillé et tout : et il a perdu comme une mauviette ! C'est-à-dire que notre design l'a écrasé ! Et personne ne comprend pourquoi, parce que notre design, en soi, est un peu plus moche. Mais c'est juste que le nôtre a du charme que l'autre n'avait pas. Et les joueurs ont aimé. C'est vrai que nous, en tant que *gamer*, on sait ce qui va nous plaire aussi, c'est ça qui va faire notre force par rapport au designer qui lui a la tête dans le design, il fait ça à longueur de journée. Donc, je pense que c'est à cause de ça.

Mais nous on essaye de rester dans des designs les plus simples possibles, pour deux raisons : un, je te l'ai dit, pour la clarté vis-à-vis de l'utilisateur ; et deux, parce qu'on est pas des designers et qu'on ne va pas commencer à mettre plein de ressources dedans alors que c'est juste un prototype. Mais on le fait nous-mêmes.

### **20-Quand vous travaillez sur un jeu, est-ce que vous avez des étapes intermédiaires ? C'est-à-dire vous allez réfléchir sur les fonctionnalités que vous voulez intégrer ou est-ce que vous réfléchissez d'abord à la base du jeu et après à ce que vous voulez intégrer ?**

Pour un concept il faut qu'on ait juste une base qu'on puisse pitcher en deux minutes. Par exemple, je te donne le concept qu'on va faire en fin de semaine, vraiment de base : tu as un personnage qui avance vers le haut de l'écran, en haut de l'écran tu as des piques, en bas de l'écran tu as des piques ; et sur le chemin tu as des bonus bleus et rouges, les bleus t'accélèrent, les rouges te ralentissent. Et, en gros, il faut collecter les bonus pour rester dans l'écran et ne pas se prendre les piques en haut et en bas. Voilà, principe tout simple.

On a juste ça à la base – c'est mon cousin qui m'a pitché ça directement – et après on réfléchit, on pimente. Par exemple, on se dit : « ça serait bien si en enchaînant les bonus du même type, ça fasse plus de points, ça incite à prendre des risques pour faire plus de points. » On peut aussi rajouter des petites barrières pour pouvoir se coller dessus pour gagner un peu de temps ou quoi que ce soit. Juste des petits éléments comme ça qui rajoutent un peu de piment

au jeu. Mais voilà, disons qu'on part d'un concept de base, on essaye de le pimenter et après on développe.

Ah et, hyper important, il faut que le concept soit le plus simple possible. [**Parce qu'après tu pourras toujours le complexifier.**] Exactement. Mais il faut que le concept de base donne suffisamment envie pour que tu puisses te dire : « c'est bon, on part là-dessus et on pimente ». Parce que, s'il faut pimenter beaucoup de choses pour que le jeu devienne intéressant, ce n'est même pas la peine.

## **21-Dans le milieu du jeu vidéo, tu as de la concurrence, surtout dans le milieu du jeu mobile. Comment ça se passe ?**

La concurrence dans le milieu du jeu mobile, c'est féroce. Par exemple, je t'ai dit qu'on avait pris deux semaines de retard sur Android : pendant ces deux semaines, on a eu dix copies qui se sont installées sur Android. En fait, grosso modo, ce sont des Chinois qui n'ont pas de vie et qui passent leur temps à regarder le store et copier les jeux en deux secondes. Mais là où on a de la chance c'est qu'on a un éditeur et que notre éditeur a une force de frappe énorme. Et du coup, quand on est sortis sur Android, on les a tous doublés. C'est-à-dire que nous, sur Android, on a un million d'utilisateurs, la première copie qui est juste après nous n'est qu'à cent mille.

C'est une concurrence mais ça peut aussi être une force, c'est-à-dire qu'il y a des idées qu'on peut recevoir des copies. Les copies sont clairement copiées de nous, c'est évident, ils ont le même design, etc. Ils n'ont aucune honte. Ça, il faut que tu te le dises, les gens qui copient les applications n'ont aucune honte, ils font exactement la même appli, ça ne leur pose pas de problème. Mais, des fois, ils vont rajouter un truc qui n'est pas dans le jeu et nous on regarde et on se dit pourquoi pas – on en a pour l'instant retenu aucune. Par exemple, il y en a un qui avait fait du multijoueur et nous on y avait pensé mais notre éditeur nous a dit : « non, ce n'est même pas la peine, c'est trop dur techniquement et ça n'apporte pas grand-chose en termes rétention d'utilisateurs. ». Les utilisateurs sont toujours contents d'avoir du multijoueur mais, encore une fois, c'est du business : on en a rien à faire de ce que veut l'utilisateur, nous on veut juste que la rétention augmente.

Après, en termes de concurrence pour des jeux qui ne sont pas comme le nôtre, en fait c'est bien aussi dans un sens où ça donne des idées. C'est-à-dire que, par exemple, le moyen le plus facile de faire un concept qui marche est de prendre un concept qui a déjà existé et qui a bien marché, type *Flappy Bird*, et de rajouter un truc, ici des paniers, et c'est bon, tu as ton concept. La concurrence devient donc un avantage si tu sais l'utiliser. Et si tu sais les écraser en deux secondes avec un gros coup d'acquisition.

## **22-Tu m'as dit que, quand ton jeu est sorti, ton éditeur a tout écrasé ?**

Oui parce qu'en fait c'est l'éditeur qui gère l'acquisition des utilisateurs. Eux ont un peu des « techniques secrètes » pour acquérir plein de joueurs en une journée et on a décollé direct. Forcément, quand tu recherches sur le *play store*, tu tapes des mots-clés et celui qui ressort en premier est celui qui a le plus de téléchargements et la meilleure note, en l'occurrence, nous.

## **23-Est-ce que tu penses que, si tu l'avais sorti tout seul, sans l'aide de l'éditeur, tu aurais pu réussir ?**

Non. Jamais de la vie. C'est impossible de faire décoller un jeu sans éditeur ou sans chance – parce qu'il y en a, par exemple *Flappy Bird*, qui n'avaient pas d'éditeur mais un Chinois qui

avait une chaîne Youtube et beaucoup d'abonnés qui est tombé dessus complètement par hasard, et du coup ça a ramené tous ses abonnés sur le jeu et c'est comme ça qu'il a décollé. Donc, soit tu as un éditeur, soit tu as énormément de chance, voilà.

Il y a des tas de jeux qui traînent sur l'AppStore avec un concept génial mais qui sont, soit immondes visuellement, soit ils n'ont pas été pistonnés et, du coup, ils sont oubliés. Par exemple *2048* : le jeu *2048* qui a décollé et qui a fait je ne sais pas combien d'utilisateurs, ce n'est pas l'original. Le gars qui a fait le jeu à la base s'est fait copier et, comme il n'avait pas de force de frappe, il s'est fait écraser. Tout simplement.

#### **24-Donc, pour toi, ce qui va aider ce sera l'éditeur qui apporte la force de frappe. Mais le design est aussi important, non ?**

Le design est un élément du jeu, quoi. Tu as le *gameplay*, le design, l'ergonomie... Ce n'est pas vraiment à part, c'est juste un composant du jeu. Et tu peux avoir un design pourri, tu peux avoir un design super beau, si, pour les deux cas, ton truc est lancé, tu auras des joueurs. C'est juste que le design va impacter sur le CPI, parce que le CPI c'est : l'utilisateur voit la publicité et si le design est sympa il va avoir plus envie de le télécharger que si le design est moche. [**Ça devient un élément commercial donc.**] Voilà, c'est uniquement ça, du marketing. Si les ordinateurs d'Apple étaient moches, ils ne feraient pas autant de ventes.

#### **25-On va maintenant parler d'un acteur assez gros dans le milieu du jeu vidéo, Steam. Qu'en penses-tu ?**

C'est une question vaste ! Pour moi, Steam ce sont les leaders parce qu'ils ont réussi... Enfin, par exemple, je vois Micromania qui, quand j'étais petit, était LE magasin de jeux. Quand j'achetais un jeu, c'était directement à Micromania, etc. Sauf qu'ils en sont restés à ça, ils sont restés à leurs petites boutiques et ne se sont pas rendus compte que maintenant tout se passe par Internet et que les gens, comme moi par exemple, préfèrent largement télécharger un jeu et ne pas perdre la boîte avec le CD. Même si je change d'ordinateur, je télécharge le jeu et c'est bon, c'est plié. Forcément, d'un point de vue pratique, c'est beaucoup mieux, en plus, il y a des soldes qu'il n'y a pas forcément ailleurs.

Donc, pour moi, Steam ce sont, de toute manière, actuellement les leaders en vente de jeu – et ils le resteront car ils sont installés et ils n'arrêtent pas de se renouveler, et ça c'est très important. Et, de mon avis, j'adore, j'ai acheté quasiment tous mes jeux dessus. Bon, après il y a des petits problèmes qui sont toujours liés à la même chose : tu peux te faire voler ton compte et, avec ça, tous tes jeux, tu peux te faire bannir... Enfin, c'est toujours pareil, si tu es un citoyen modèle, il ne t'arrive rien.

Je pense que, maintenant, tout le monde devrait passer par là pour acheter ses jeux, ne serait-ce que parce qu'il y a des soldes qui sont intéressantes.

#### **26-Steam présente aussi un avantage pour les développeurs amateurs, qui n'ont pas d'éditeur comme toi...**

Oui, j'ai oublié de le mentionner, avec Greenlight qui existe depuis quelques années déjà. [**Oui, tout à fait. Sauf que Steam Greenlight a été arrêté cette année.**] Ah oui ? ça je l'ignorais.

**27-Oui, ça s'est arrêté cette année. Et ce qui était proposé était, quand même, une sélection de qualité des jeux puisque la communauté choisissait. Et maintenant, c'est remplacé par Steam Direct qui permet à n'importe qui de proposer directement son jeu. En sachant ça, quel serait l'avenir de Steam selon toi ?**

Déjà, je ne comprends pas pourquoi ils ont arrêté Greenlight. En fait, c'est comme s'ils disaient : « on va faire tout le boulot nous-même ». Parce que, finalement, on a le développeur lambda qui met son jeu sur Greenlight, la communauté juge si c'est bien ou pas, Steam s'en fiche royalement. C'est-à-dire que, du jour au lendemain, il peut y avoir un jeu qui a beaucoup d'avis et ils vont se dire « ah, bon, peut-être qu'on va l'éditer ». Mais il y a une première sélection qui est faite par les utilisateurs qui est, de mon point de vue, mille fois plus pertinente qu'une sélection faite par un employé de Steam. C'est pour ça que je ne comprends pas. Et, en plus, le Steam Direct, ce sera comme nos éditeurs : ils vont recevoir quantité, quantité, quantité de jeux, ils ne vont pas réussir à tout gérer. C'est dommage.

Franchement, je suis étonné. Tu sais pourquoi ils ont arrêté Greenlight ? **[Oui. Grosso modo c'est pour se faire de l'argent puisqu'il n'y a quasiment plus de sélection : tout le monde peut proposer son jeu en payant \$100 – que tu peux récupérer dès que tu as fait \$1000 de bénéfices, sachant que Steam prend 30% par mois.]** Honnêtement, je pense que ça va leur porter préjudice. Enfin, ils ont forcément travaillé le truc, je ne pense pas qu'ils ont lancé ça sur un coup de tête. **[Oui, ils ont réfléchi et il y a d'autres raisons : un trafic des cartes à échanger, des jeux robots, etc. Mais la raison principale, je pense, c'est de gagner plus d'argent.]** Oui. Et puis c'est comme ce que je te disais avec mon éditeur : leur principe c'est le business. Là, c'est pareil, ils ne faisaient pas Greenlight pour la charité. Eux, leur but, c'est le business.

**28-Est-ce que, toi, tu te considères comme un développeur professionnel ou encore comme un amateur ?**

Ça dépend. Professionnel, dans le sens où je pense être suffisamment bon en informatique pour pouvoir faire tout ce que je veux, et que j'ai quand même une attitude professionnelle dans le sens où je vais gérer mon truc comme il faut, je suis conscient de l'aspect business du truc, etc. Mais encore amateur parce qu'on démarre et que, par exemple, moi je vais avoir énormément de mal sur une régie toute simple, là où un type qui est déjà passé par là ferait ça en deux secondes, parce qu'il a l'expérience.

Je pense que, honnêtement, j'ai survécu à beaucoup d'obstacles pour être un peu professionnel, mais je me considère encore comme amateur. Je me considérerai comme professionnel à partir du moment où je lancerai mon deuxième jeu en fait.

**29-Si jamais, un jour, tu décidais de lancer un jeu sur ordinateur, est-ce que tu passerais par Steam ou est-ce que tu passerais par une autre plateforme ?**

Ça dépend de ce qu'il y a à ce moment-là. Parce que je pense qu'il y a le temps de voir venir des choses. Moi, quand je développais des jeux, mon objectif était Greenlight. Je connaissais Greenlight, je me disais que c'était super cool, que je pouvais passer par là. Aujourd'hui, en passant par Steam Direct, j'y réfléchirai à deux fois et je me demande si je ne passerai pas par ailleurs... En gros, ce que mon cousin m'a appris c'est que, quand on essaye de passer par la porte d'entrée et que ça ne marche pas, il faut passer par la fenêtre. Et je pense que, maintenant, je passerai plus facilement par la fenêtre.

C'est grosso modo un peu ce qu'on a fait avec les éditeurs de jeu. Par exemple, un éditeur te dit : « envoyez-nous vos jeux à support@éditeur.com ». Eh bien moi je ne vais pas faire ça, je vais aller sur LinkedIn, je vais chercher les employés de l'éditeur et je vais récupérer le mail du *publish manager* et je vais lui envoyer directement mon jeu. Et ça c'est hyper important parce que, un, tu as plus de chances qu'on te réponde parce que tu as contacté directement quelqu'un et que tu n'as pas l'interface du support ; deux, le gars voit que tu passes par la fenêtre et il va se dire que tu es vraiment intéressé et il va t'écouter. Et ça marche, c'est ce qu'on a fait avec les éditeurs.

### **30-Donc, pour toi, c'est ça qui, en quelque sorte, te confère une attitude professionnelle ?**

Voilà, une attitude professionnelle. C'est-à-dire que l'amateur va utiliser le Steam Direct parce qu'il ne va pas se poser de questions. Si tu veux l'amateur va se considérer inférieur à l'entreprise qu'il vise, il va se considérer comme un potentiel collaborateur qui n'a pas forcément trop de jugeote ou quoi, et il va passer par Direct et si ça ne marche pas, tant pis.

Non, le professionnel va se dire « je veux faire ça, je m'en fiche ». Il va peut-être essayer Steam Direct et si ça ne marche pas, il va envoyer un mail, un autre. Il essaye quoi. Et c'est ça qui fait une différence aussi.

## Annexe 6 – *Extrait de la bible du jeu How to Shoot a Criminal*

Dans cette annexe se trouve un extrait de la bible du jeu *How to Shoot a Criminal* qui se compose des éléments suivants :

**Élément 1** – Un extrait du roman initial écrit par Alizée Veauvy – non publié

**Élément 2** – L'extrait correspondant du séquencier rédigé par mes soins à partir du roman et permettant l'écriture du scénario

**Élément 3** – L'extrait du scénario rédigé par Alizée Veauvy correspondant au séquencier

**Élément 4** – Extrait de la fiche du personnage Aaron Williams rédigé par mes soins.

J'ai choisi de faire apparaître le processus d'élaboration du scénario à partir du roman initial en intégrant le séquencier, document de travail intermédiaire. Cette annexe est utilisée dans la première partie, page 25.

Chaque élément est numéroté et titré. Cet extrait de la bible va de la page 119 à la page 126.

***Élément 1*** – Extrait du roman initial *Comment abattre un criminel* écrit par Alizée Veauvy, non publié

Document confidentiel



## **Élément 2 – Extrait correspondant du séquenceur permettant l'écriture du scénario**

### SCÈNE 3. SÉQUENCE 1. DÉCISION DE CRÉER LE REVENGE

*(Lors d'une soirée chez les WILLIAMS, AARON discute de son envie de créer un journal d'un genre nouveau. C'est lors de cette soirée que la décision de créer le Revenge est prise.)*

#### **INT. SOIR. CHEZ LES WILLIAMS — SCARLETT - AARON – AMY**

AARON évoque les documents qu'il a trouvé dans le bureau de son père. On découvre dans les grandes lignes l'AFFAIRE EDWARD FORD.

### SCÈNE 3. SÉQUENCE 2. DÉCISION DE CRÉER LE REVENGE

*(Lors d'une soirée chez les WILLIAMS, AARON discute de son envie de créer un journal d'un genre nouveau. C'est lors de cette soirée que la décision de créer le Revenge est prise.)*

#### **INT. SOIR. CHEZ LES WILLIAMS — SCARLETT - AARON - AMY**

On découvre l'envie d'AARON de créer un journal d'un genre nouveau suite à sa trouvaille de documents fort intéressants dans le bureau de feu son père.

On découvre qu'il veut fermer le journal de feu son père pour ouvrir le sien : *The Anne Bonny's Revenge*.

AMY accepte d'aider AARON.

### SCÈNE 3. SÉQUENCE 3. DÉCISION DE CRÉER LE REVENGE

*(Lors d'une soirée chez les WILLIAMS, AARON discute de son envie de créer un journal d'un genre nouveau. C'est lors de cette soirée que la décision de créer le Revenge est prise.)*

#### **INT. SOIR. CHEZ LES WILLIAMS — SCARLETT - AARON - AMY**

SCARLETT accepte d'aider AARON.

SCARLETT devra voler des documents importants à ses parents.

### SCÈNE 3. SÉQUENCE 4. DÉCISION DE CRÉER LE REVENGE

*(Lors d'une soirée chez les WILLIAMS, AARON discute de son envie de créer un journal d'un genre nouveau. C'est lors de cette soirée que la décision de créer le Revenge est prise.)*

#### **INT. SOIR. CHEZ LES WILLIAMS — SCARLETT - AARON - AMY**

On découvre les prémices du *Revenge* : créer un journal qui aura une éthique différente, créer un journal qui dira uniquement la vérité sans modifier quoique ce soit aux documents publiés.

AARON propose le titre du *Revenge*.

### ***Élément 3 – Extrait correspondant du scénario rédigé à partir du séquençier***

#### **SCENE 3. SEQUENCE 1. (DECOUVERTE DE L'AFFAIRE EDWARD FORD)**

INT. SOIR. SALON DES WILLIAMS – SCARLETT – AARON – AMY

*AMY tient une lettre dactylographiée que SCARLETT a lue par-dessus son épaule. Elles sont décontenancées. AARON, face à elles, apparaît très calme.*

AMY

Je ne comprends pas. Où as-tu trouvé ça ?

AARON

En débarrassant le bureau de Papa. Ça faisait des semaines, il fallait bien que quelqu'un le fasse.

SCARLETT

Edward Ford... Nous parlons bien du même homme ? Le mafieux ?

AARON (*acquiesçant*)

Mh mh.

SCARLETT

Celui qui est mort ?

AMY

Je m'attendais bien à ce que Papa ait eu quelques secrets à cacher pendant sa carrière, mais pas à ce qu'il les ait entassés au fond de son bureau...

SCARLETT

Parce que tu penses que c'est vrai ?

AARON

Il y a le tampon, la signature, tout.

AMY

Et qu'est-ce que tu comptes en faire ? Le donner à la police, qu'elle aille chercher Ford au fin fond de l'Amérique centrale ? Si les autorités ont contacté Papa à l'époque pour qu'il dissimule l'affaire et qu'il maintienne la version de l'incendie, c'est qu'ils ont passé un accord avec Ford.

#### **SCENE 3. SEQUENCE 2. (CONCEPT ET REPONSE D'AMY)**

INT. SOIR. SALON DES WILLIAMS – SCARLETT – AARON – AMY

AARON

Je sais, je n'ai jamais dit que j'allais donner ça à la police. (Un temps.) Écoutez. Edward Ford n'est qu'un exemple parmi tout ce que j'ai trouvé. Les tiroirs de Papa sont remplis de ces documents. Je voudrais fermer le Commander et créer un nouveau journal. Un journal où je publierais tout ça. Tous les dossiers secrets, confidentiels, cachés aux lecteurs. Un journal de pure vérité, d'une vérité absolue et utopique.

*AMY et SCARLETT restent interdites.*

AARON (*enthousiaste*)

Parlez ! Qu'est-ce que vous en dites ?

*SCARLETT se lève et commence à longer la pièce.*

AARON

Amy ?

AMY

Très bien. Je pense que... Que c'est stupide.

AARON

Tu me suis ou non ?

AMY

Est-ce que tu le feras si je te dis non ?

AARON

Non.

AMY

Je suis donc obligée de dire oui ?

AARON

Non.

AMY

Je le ferai si j'y suis obligée.

AARON (*souriant*)

Alors oui.

*AMY acquiesce, souriant. SCARLETT est toujours dans le fond de la pièce, à marcher en silence.*

**SCENE 3. SEQUENCE 3. (REPOSE DE SCARLETT)**

INT. SOIR. SALON DES WILLIAMS — SCARLETT — AARON — AMY

SCARLETT

Je ne comprends pas.

AARON (*avec douceur*)

Quoi donc ?

SCARLETT

Le principe. Ce n'est pas le principe de tout journal que de dire la vérité ?

AARON

En théorie, si.

SCARLETT

Mais il y a toujours des accords, des informations, des affaires à dissimuler. Le particulier n'ose plus rien confier aux journalistes. Qu'est-ce qui serait différent, cette fois ? Ne me dis pas que le Commander n'avait pas pour but de livrer la vérité aux lecteurs.

*Un temps. AARON hésite sur la manière de défendre son projet.*

SCARLETT

Ça ne fonctionnera peut-être pas. Nous aurons peut-être un nouveau Commander. C'est même très possible. Mais si c'est Williams, c'est historique. Tu me demandes d'assister à l'une des plus grandes réussites du journalisme, ou à l'un de ses plus grands échecs. Il n'y aura pas d'entre-deux.

AARON

Et tu serais prête à nous donner les archives de ta famille ?

SCARLETT

A les voler, tu veux dire ? Bien sûr.

**SCENE 3. SEQUENCE 4. (PREMISSSES ET TITRE)**

INT. SOIR. SALON DES WILLIAMS - SCARLETT - AARON - AMY

AMY

Comme le bateau de Barbe Noire ?

AARON

Déjà, c'est un vaisseau, pas un bateau. Ensuite, Barbe Noire, c'était le *Queen Anne's Revenge*.

SCARLETT

Et le tien, c'était ?

AARON

Le *Anne Bonny's Revenge*.

AMY

Qui ça ?

AARON

Sérieusement ? La pirate ! Anne Bonny et Mary Read, tu ne te souviens pas ?

AMY

Tu veux qu'on nous jette des pierres ?

SCARLETT

Et quel est le rapport entre les pirates et ton concept de... comment disais-tu ? Pure vérité ?

AARON

Parce qu'Anne Bonny était une pionnière dans un monde de pionniers.

AMY (à SCARLETT)

Il aime juste beaucoup les pirates.

SCARLETT

Combien faudrait-il te payer pour qu'on ne l'appelle que le *Revenge* ?

AARON

Cher.

SCARLETT

Disons le *Revenge*, donc.

## Élément 4 – Fiche du personnage Aaron Williams

Toutes les informations données dans ce document sont provisoires. Les grandes lignes seront gardées, mais le scénario s'adaptera aux contraintes matérielles, aux acteurs, à leur personnalité, à leur physique, à leur âge. Je vous décris pour chacun un background très précis pour vous donner une idée de l'état d'esprit du personnage qui ne pourra plus tenir dans le jeu (tout simplement parce que les personnages sont censés avoir entre 23 et 42 ans de base et que... Les acteurs ont pour la plupart la vingtaine. De toute façon, comme c'est un jeu vidéo, nous n'aurons pas le temps de développer l'histoire de chacun. C'est vraiment pour vous expliquer votre personnage.) Tout n'est donc pas gravé dans le marbre : n'hésitez pas à faire des propositions sur le personnage, à vous l'approprier. Le projet est associatif, le scénario changera en fonction de vos idées et de vos envies.

### Résumé condensé

L'histoire se déroule à New York, de 1932 à 1935. C'est une période peu connue, parce qu'assez trouble : nous nous trouvons juste après le krach boursier de 1929, qui a secoué le pays – et le monde. C'est la Grande Dépression, époque pauvre, difficile, de mensonges politiques, de rumeurs, pleine des stéréotypes des mafieux, de la Prohibition et des romans noirs. C'est une époque où la notion de pure vérité n'existe pas, ou n'est pas naturellement due au public.

En 1932, le fils du rédacteur en chef d'un grand journal, *The Commander*, hérite de l'entreprise de son père. Ce fils s'appelle **Aaron Williams**. En récupérant toutes les archives de son père, il en vient à constater que *The Commander* a toujours choisi ce qu'il publiait, et que les concepts d'impartialité, de justice, de vérité étaient utopiques. Lui a accès à toutes ces informations dissimulées, lui a la légitimité de les dévoiler. Il ferme *The Commander* et crée son propre papier : *The Anne Bonny's Revenge*.

Débutent alors quatre années de publication. Avec une équipe rédactionnelle réduite (et tout sauf journaliste), Aaron dévoile tout ce qui sait et récupère surtout des documents anonymes du monde entier. Le problème, c'est que sa vision n'est qu'idéale : il est impossible que le monde fonctionne sur la vérité. En quatre années, l'équipe rédactionnelle se noie entre volonté utopique et réalité violente et finit par étouffer.

**Scarlett**, l'une des journalistes et amie d'enfance d'Aaron, décide de couler *The Revenge*. Le jeu tourne autour de la recherche de preuves pour décrédibiliser Aaron et toutes les nouvelles données depuis quatre ans.

### Fiche acteur

#### Aaron Williams

Si Scarlett paraît être le personnage principal de l'histoire, **Aaron est celui autour de qui tout tourne**. Son obsession de la vérité le change du rôle de leader idéal à celui de paranoïaque incontrôlable. Son équipe met trop de temps à se rendre compte de cette lente évolution et à décider d'agir – le journal a déjà pris une ligne éditoriale douteuse depuis longtemps. **Il est plus ou moins proche des différents membres de son équipe et peut radicalement changer de mode de fonctionnement en fonction de ce qu'il veut obtenir de chacun**. Sans se comprendre manipulateur, il est difficile de discerner s'il est sincère ou pas dans ses discours. **En un mot, Aaron est le parfait contraire de son idée de pure vérité.**

**Background** : Aaron est le cadet des Williams. Il a eu une éducation privilégiée, a beaucoup fréquenté le domaine du journalisme, dans une famille aisée. Cette dernière est juive sans être pratiquante. Nous sommes dans un contexte de large antisémitisme que Jack, le père d'Aaron, a du mal à assumer quant à sa place dans le monde. C'est pourquoi Aaron a été envoyé en école catholique.

*The Commander* devait revenir à son grand frère, Ilan, qui ne s'est jamais trouvé de vocation dans le journalisme, refusant sans trop de regret le poste de rédacteur en chef pour s'envoler vers l'Europe.

Aaron n'a pas fait d'études supérieures mais considère avoir appris sur le tas. **Il ne faut pas partir dans l'interprétation classique du fils qui craint l'ombre de son père : il pense plus simplement avoir le nom de son père comme un handicap (favorable) pour prouver sa valeur.** Il aurait préféré partir de zéro. Il n'a pas de réelle pensée politique, morale, religieuse. **La recherche de la pure vérité est plus concrète : elle part d'une envie de faire table-rase de son héritage et d'une incompréhension de l'état du journalisme contemporain.**

**Liens :**

- Il a une sœur, **Amy**, plus jeune que lui. Elle intègre l'équipe du *Revenge* moins parce qu'elle connaît le métier que pour le soutenir et le protéger. Aaron abusera, au fur et à mesure des années, de son rôle et la traitera comme une secrétaire, la sous-estimant largement.
- **Scarlett** est l'amie d'enfance d'Aaron et Amy, et une sorte d'amour avorté pour Aaron. Ils entretiennent une relation difficile, trouble et troublée parce qu'ils n'arrivent pas à la définir. Ils se parlent peu en public et ne se dévoilent jamais. Chacun présuppose une sorte d'avenir amoureux pour eux qui n'arrivera pas.
- Aaron accueille curieusement **Mat**, qui arrive tardivement dans l'équipe rédactionnelle. Sans jamais chercher à le connaître, il lui apparaît comme d'une haine hypocrite, un mélange de répulsion et d'admiration justifié par les idées et les nouveautés que Mat cherche à apporter. Aaron comprend la nécessité de le garder tout en voulant l'éloigner au maximum.
- **Dimitri** est un vieux camarade d'école pour Aaron, plus vieux que lui. Ils ont déjà une complicité affirmée, car Dimitri a aidé à cacher la religion d'Aaron pendant des années dans leur école catholique.
- **Junie** rencontre Aaron à son entrée au *Revenge* mais se retrouve dans une situation particulière face à lui : une rumeur dans les journaux à scandale annonce leurs fiançailles qu'Aaron tient à confirmer, pour son image. Le journal se défendant juridiquement sur une image plus que favorable auprès du public, il tient à la conserver. Junie s'y plie sans grand plaisir.
- **Allan**, vers la fin du *Revenge*, se dispute violemment avec Aaron lors d'une affaire. Alors qu'Aaron rencontre des problèmes avec des politiques qu'il dénonce, Allan explique avoir souvent voté pour eux. Aaron le prend comme une attaque personnelle et creuse un fossé définitif entre eux deux.

**Pistes de travail :** Aaron est quelqu'un qui joue un rôle en permanence. Il joue à être le chef sans jamais réellement y parvenir puisque, à un moment, il va se retrouver submergé par les choses.

Il faut avant tout travailler la **présence** (que ce soit dans la façon de parler, dans la posture debout ou assise — TIENS. TOI. DROIT). Aaron est né dans un milieu social aisé, ça doit se ressentir dans sa gestuelle. Sans être précieux il est toujours très élégant et gentleman, il a de la prestance.

Aaron veut surpasser son père : il veut créer un journal encore plus grand (question de l'utopie). D'où le fait qu'il ferme *The Commander* et qu'il récupère les documents de son père pour créer *The Revenge* : il part des cendres du travail de son père (utilisation des anciens bureaux) pour créer sa propre utopie journalistique. À partir du moment où il n'a plus les documents de son père (donc la fin des documents personnels), il doit voler de ses propres ailes et se retrouve perdu car il ne sait pas ce qu'il fait réellement.

Il faut également travailler le côté de "légitimité" : il a vécu dans le monde journalistique, il a appris sur le tas, il sait comment ça doit être fait (en fait non mais il le croit). C'est lui qui a eu l'idée, c'est à lui d'avoir le dernier mot. Au début il est dans un état d'esprit de travail collectif : il fait des votes, il respecte l'avis des autres même s'il a le dernier mot.

Il s'enferme progressivement dans une sorte de **paranoïa** débutée par la volonté de Mat de vouloir donner une ligne éditoriale plus spécifique et aggravée par le fait qu'il se fasse frapper.

Aaron, en fin de compte, **réagit comme un enfant** : il agit par caprice, sans penser aux conséquences de ses actes. Il veut toujours être le chef et cherche à impressionner les autres (surtout Scarlett).

## Annexe 7 – *Extrait du level design du jeu How to Shoot a Criminal*

Dans cette annexe se trouve un extrait des documents de travail sur le *level design* du jeu *How to Shoot a Criminal*. Cet extrait comporte les éléments suivants :

**Élément 1** – Première ébauche du *game design* général du jeu

**Élément 2** – *Level design* du premier niveau

Cette annexe est utilisée dans la première partie, page 26. Cet extrait du *level design* va de la page 128 à la page 131.

## ***Élément 1 – Première ébauche du game design général du jeu – Création : 30.09.2015***

### **LES DIFFERENTS ECRANS DU JEU**

Voilà ma vision du jeu, tous les éléments présents dans ce document sont modifiables et représentent ma vision des choses.

#### **LE MENU**

Le menu doit être assez simple, vu que l'on est en train de concevoir un jeu court, basé sur des vidéos, les options de menu vont se limiter à la désactivation des sous-titres. (Voir définir d'autres options plus tard).

Si on décide de partir sur un système de vidéos à débloquer, un bouton *reset* peut être rajouté (voir SYSTEME DE RECHERCHE).

Pour moi, faire une partie tutorial est facultative, une intro détaillée risque de faire fuir le joueur voulant directement s'impliquer dans l'histoire. Le système du jeu étant simple et faisant penser aux moteurs de recherche sur internet la plupart des joueurs ne se sentiront pas totalement perdus.

#### **LES ARCHIVES**

Les archives constituent l'écran principal du joueur, c'est ici qu'il va pouvoir chercher les journaux afin de regarder de nouvelles vidéos.

#### **VUE GENERALE**

Dans les archives, le joueur peut réaliser plusieurs actions :

- Rechercher des journaux par mots clef.
- Mettre certains journaux en favoris/les garder pour plus tard (un nombre limite entre 5 et 10)
- Peut-être les annoter (à voir si le jeu demande beaucoup de revoir d'anciennes vidéos ou pas)
- Il pourrait être intéressant de créer un faux bloc note avec des mini descriptions des personnages qui se remplirait au fur et à mesure que l'on découvre des vidéos.
- Si le joueur décide de quitter le jeu et de revenir jouer quelques jours plus tard, il faudrait que le joueur ait la capacité de visualiser un historique de ses anciennes recherches.

### **SYSTEME DE RECHERCHE**

Chaque recherche renvoie un seul et unique journal. Ce journal est choisi en fonction des mots clefs qui lui sont attribués. Si 2 journaux se retrouvent avoir certains mots clefs en commun, le plus pertinent l'emporte et le second devra être trouvé via une recherche différente (Chaque journal doit donc être en top pertinence pour au moins une recherche). Il faudra donc donner un poids à chaque mot clé pour savoir s'il est important dans ce journal ou non.

La pertinence d'un journal doit être liée à la courbe de progression, un journal n'aidant que très peu le joueur à avancer dans l'histoire doit être, pour moi, moins difficile à trouver qu'un journal révélant un secret ravageur.

Sachant que les journaux auront plusieurs mots clefs définis par le contenu qu'ils proposent (voir Ecran journal), la recherche doit pouvoir se faire avec des combinaisons de mots clefs. Ainsi les journaux du début du jeu, pourront être facilement trouvés en entrant un seul terme dans la recherche et à contrario les vidéos « sensibles » se dévoileront avec des combinaisons de plusieurs termes.



Il est donc important de créer plusieurs journaux partageants certains mots clefs en commun brouillant les pistes et forçant les joueurs à devenir créatifs. Pour accentuer ce phénomène il est possible d'afficher le nombre de résultats d'une recherche (comme Google) sans toutefois permettre aux joueurs de ne voir autre chose que le journal le plus pertinent.

Exemple un peu bête :

- le journal du 11 septembre 2001 possède les mots clefs : « **avion** » - « **world trade center** » - « **USA** » - « **septembre** » - « **attentat** »

- le journal du 19 septembre 2015 parlant des avions américains d'airbus aurait : « **avion** » - « **USA** » - « **Airbus** » - « **septembre** »

Lors d'une recherche avec les mots « **septembre** » - « **avion** » - « **USA** », le journal parlant du 11 septembre serait en première place (le résultat étant plus pertinent) mais dans l'écran de recherche un compteur afficherait 2 résultats trouvés.

La principale difficulté d'un système comme celui-là est la courbe de progression, un joueur ne doit pas dans ses premiers résultats de recherche pouvoir tomber sur des vidéos l'amenant à la fin du jeu et en même temps, chaque vidéo doit lui permettre de récolter des indices afin de le faire avancer dans l'histoire.

Pour résoudre ce problème, deux idées me viennent à l'esprit :

- La première consiste à bloquer certaines vidéos tant qu'un certain point de l'histoire n'a pas été atteint. Le problème étant que le joueur doit quand même avoir l'impression que c'est lui qui découvre l'histoire. Personne ne doit se sentir forcé de regarder une vidéo.

- La deuxième est de découper l'histoire en strates ayant à chaque fois plusieurs mots clefs représentatifs (4 journaux auront par exemple des articles autour d'une banque et donc plusieurs mots clefs en commun. Ces 4 vidéos donneront des indices vers une autre strate de l'histoire etc.).  
Problème : l'histoire peut devenir linéaire.

- Idée : mot de passe – mots clefs

/!\ Le joueur ne doit pas se sentir forcé d'avancer dans une direction précise /!\ Système d'arborescence linéaire.

## UN JOURNAL

La partie journal représente le contenu des résultats de nos recherches dans la partie Archive.

Le journal sera représenté par sa couverture et non son contenu. Chaque couverture sera composée de plusieurs choses :

- Une date : pour aider le lecteur à situer temporellement les vidéos qu'il va voir.
- De grands titres d'articles (entre 1 et 3, à voir en fonction des vidéos).
- De vidéos en rapport avec les articles.
- Peut-être d'un titre général du journal.

Les mots clefs liés à un article doivent être en lien avec des choses écrites, visibles ou dites sur la couverture (et donc dans les vidéos). Mais attention, il faut je pense, éviter les associations d'idées. Par exemple un journal parlant du désastre financier lié au 11 septembre mais n'évoquant jamais le terrorisme ne doit pas sortir en résultat de recherche pour le terme « Al Qaïda » par exemple.

La partie pourrait commencer avec la lecture d'un premier journal, lui permettant de se lancer directement dans l'histoire.

## ***Élément 2 – Level design du premier niveau – Création : 20.12.2015***

### **JOUR 1 (23 VIDEOS)**

SUPPORTS : JOURNAUX • PERSONNAGES : SCARLETT

#### **SÉQUENCES PEU IMPORTANTES**

- SCÈNE 1/SÉQUENCE 2
- SCÈNE 20/SÉQUENCE 5 - séquence d'introduction
- SCÈNE 5/SÉQUENCE 3
- SCÈNE 15/SÉQUENCE 1
- SCÈNE 15/SÉQUENCE 2
- SCÈNE 1/SÉQUENCE 1
- SCÈNE 3/SÉQUENCE 4
- SCÈNE 7/SÉQUENCE 3
- SCÈNE 8/SÉQUENCE 1
- SCÈNE 8/SÉQUENCE 3 /!\ POINT HISTORIQUE /!\
- SCÈNE 4/SÉQUENCE 2
- SCÈNE 4/SÉQUENCE 1
- SCÈNE 4/SÉQUENCE 3
- SCÈNE 4/SÉQUENCE 4

#### **SÉQUENCES IMPORTANTES**

• **SCÈNE 8/SÉQUENCE 2** - Réaction de SCARLETT et remarque sur le comportement d'AARON vis à vis de MAT et sur... je ne trouve pas le mot : c'est super sympa de la part de MAT d'être venu pour les aider sans être payé et d'avoir été le stagiaire d'AARON pendant aussi longtemps.

• **SCÈNE 6/SÉQUENCE 2** — Réaction de SCARLETT du style "après tout il avait raison d'avoir peur des procès"

• **SCÈNE 19/SÉQUENCE 4** — Réaction de SCARLETT (je n'ai pas trop d'idée pour le coup mais vu la séquence il vaut mieux qu'elle réagisse)

• **SCÈNE 18/SÉQUENCE 1** — Réaction de SCARLETT, quelques mots sur l'Affaire Ganvert-Fox

• **SCÈNE 13/SÉQUENCE 2** — Réaction de SCARLETT, attendrie peut-être au souvenir de la lettre envoyée par MAT et au souvenir de leur amitié

• **SCÈNE 20/SÉQUENCE 3** — Arrivée d'AMY et commentaire de SCARLETT pour AMY du style "il ne nous a pas laissé le choix"

#### **SÉQUENCES DE FIN DE JOURNÉE**

• **SCÈNE 20 - SÉQUENCE 2** — Réaction de SCARLETT, laisser entendre au joueur qu'il faut encore un autre souvenir avant de finir la journée, réaction du style "Abattre un criminel, oui mais comment ?"

• **SCÈNE 20 - SÉQUENCE 4** — Réaction de SCARLETT, laisser entendre au joueur qu'il faut encore un autre souvenir avant de finir la journée

• **SCÈNE 19 - SÉQUENCE 3** — Réaction de SCARLETT, laisser entendre au joueur qu'il faut encore un autre souvenir avant de finir la journée, souvenir douloureux pour SCARLETT

### **VOIX OFF DE FIN DE JOURNÉE**

- Une fois les trois vidéos de fin visionnées : SCARLETT s'adresse à AMY qui revient après être allée chercher du café : elle n'a pas pu trouver le document pour faire couler le *Revenge*, il va falloir revenir, elle demande à AMY de l'aider.

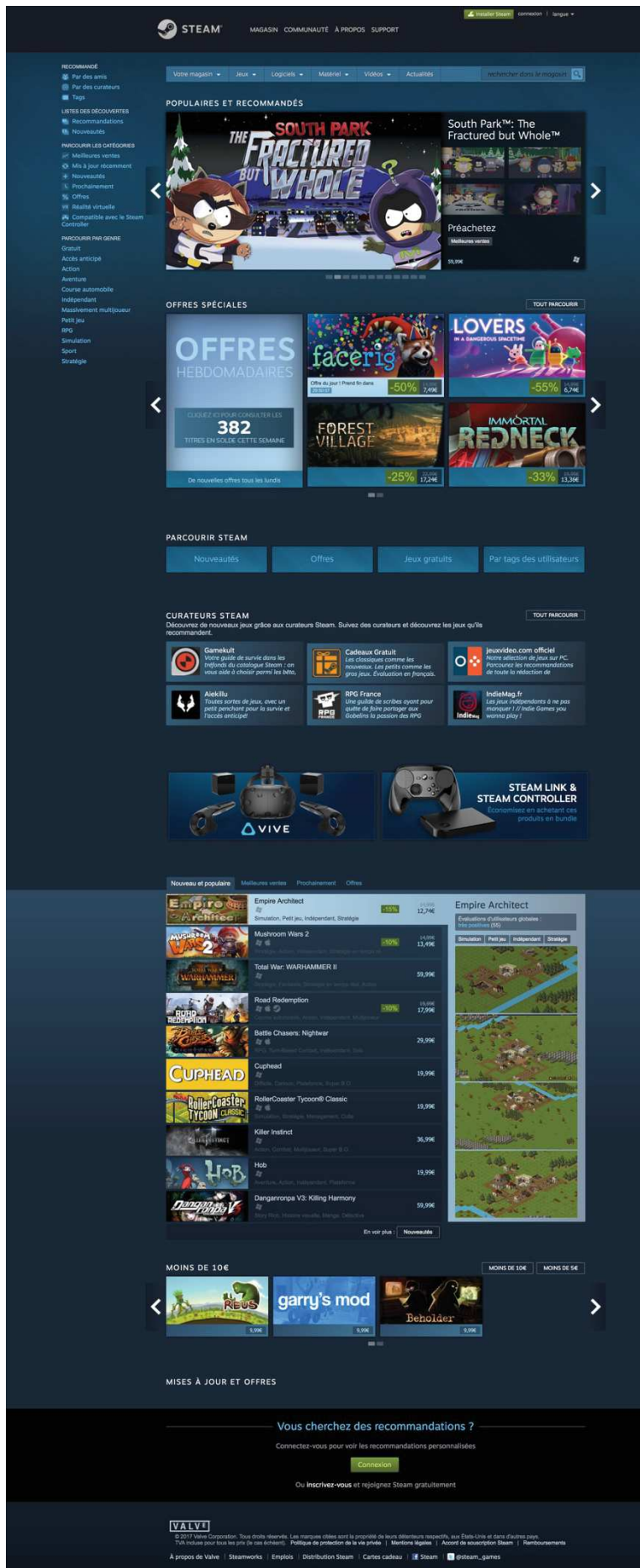
### **VOIX OFF D'AIDE AU JOUEUR**

- *APRÈS 1 MINUTE SANS RECHERCHE DE LA PART DU JOUEUR*
  - SCARLETT suggère au joueur de chercher un élément vu dans la vidéo d'introduction
- *APRÈS UNE DIZAINE DE RECHERCHES INFRUCTUEUSES*
  - SCARLETT rappelle au joueur qu'il peut affiner sa recherche s'il le souhaite en tapant plusieurs mots
  - SCARLETT dit au joueur qu'il a la possibilité de revoir des vidéos déjà vues si un détail lui a échappé
  - SCARLETT conseille au joueur de ne pas hésiter à retaper un mot qu'il a déjà cherché
  - SCARLETT conseille au joueur de prendre des notes

## Annexe 8 – *Captures d'écran*

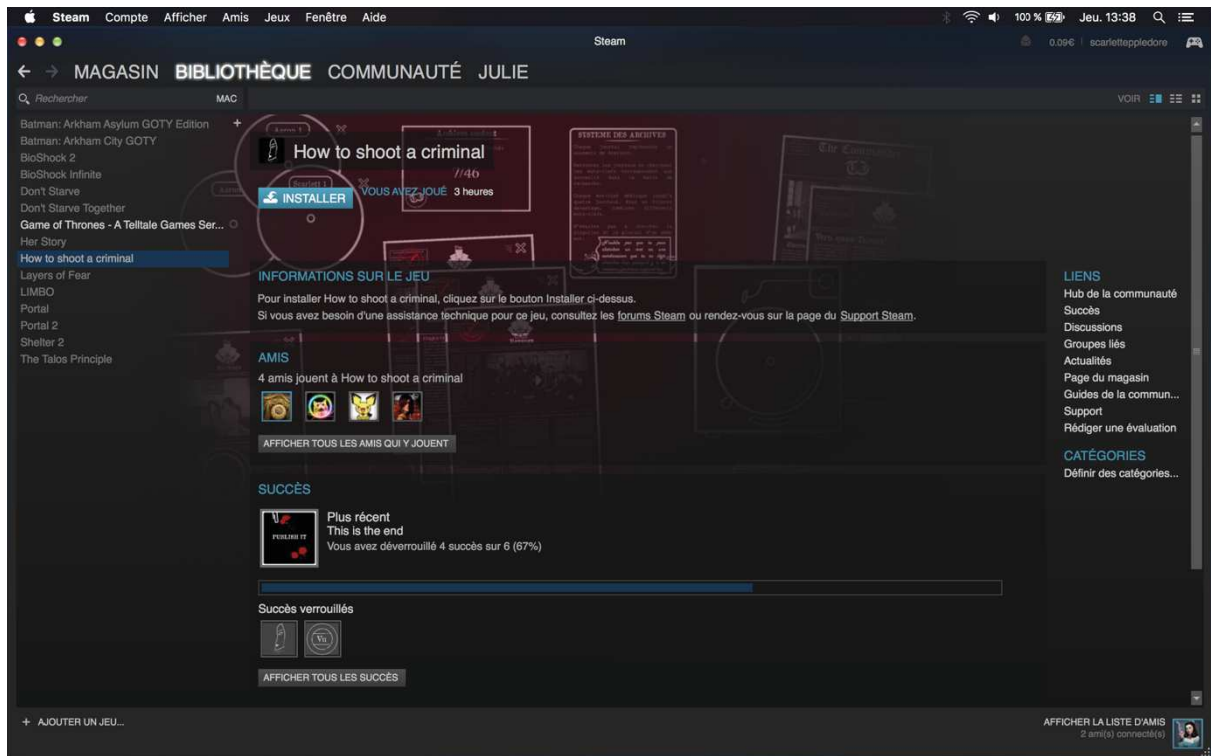
Dans cette annexe se trouvent les captures d'écran des plateformes Steam et SteamWorks utilisées dans le corps du texte. Chaque capture d'écran est numérotée, titrée, et renvoi au corps du texte où elle est utilisée.

Les capture d'écran vont de la page 132 à la page 145.

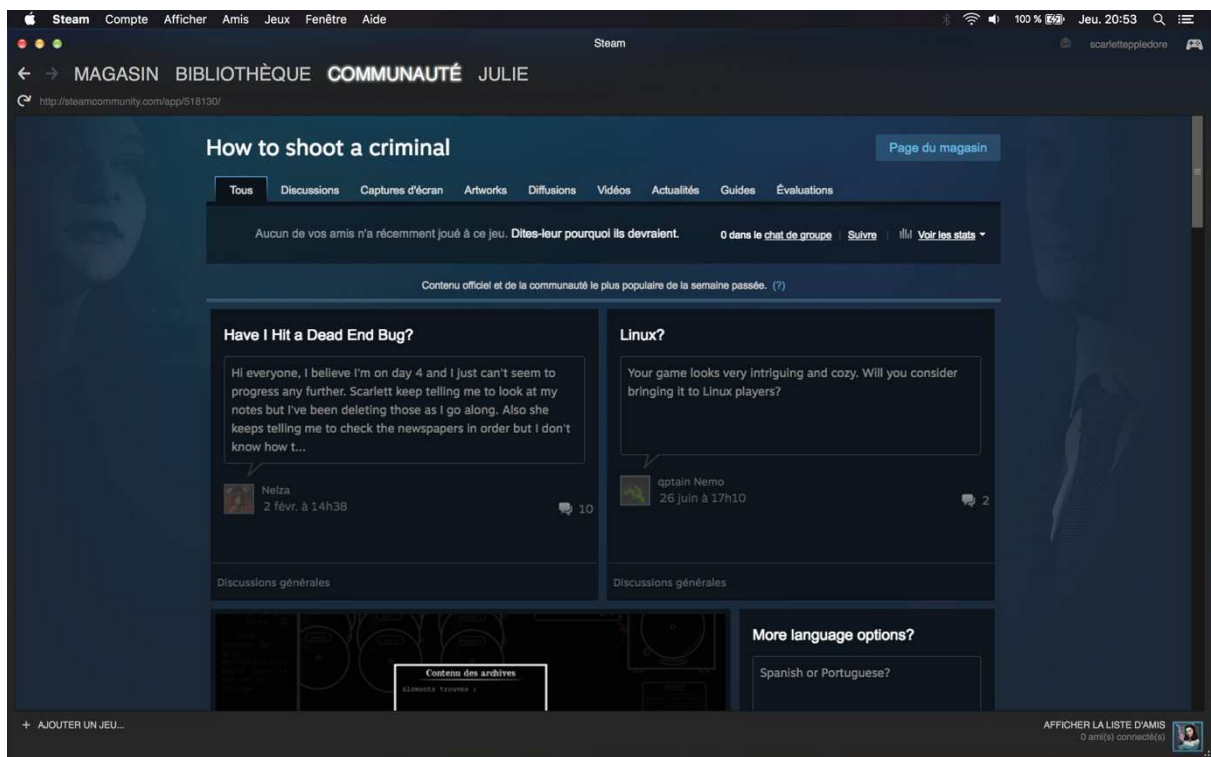


Capture 1 – Page d'accueil du magasin Steam – vue d'ensemble

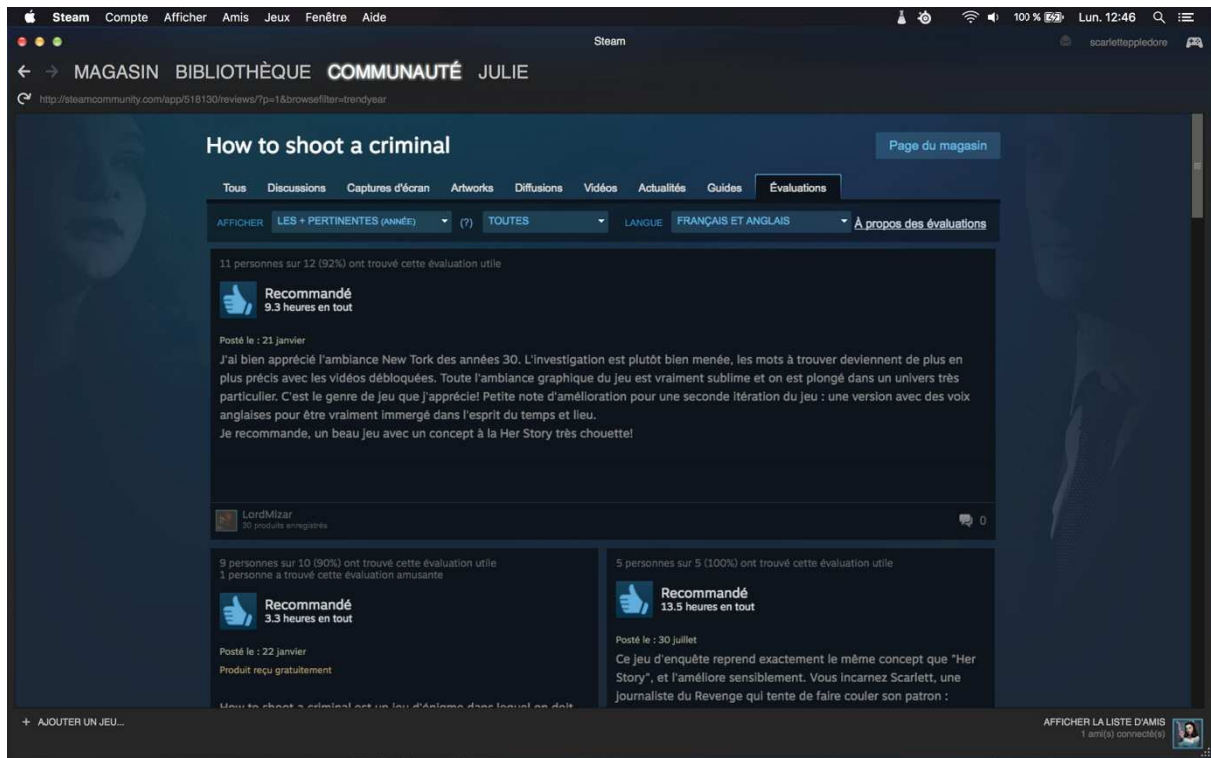
Voir la deuxième partie, page 33.



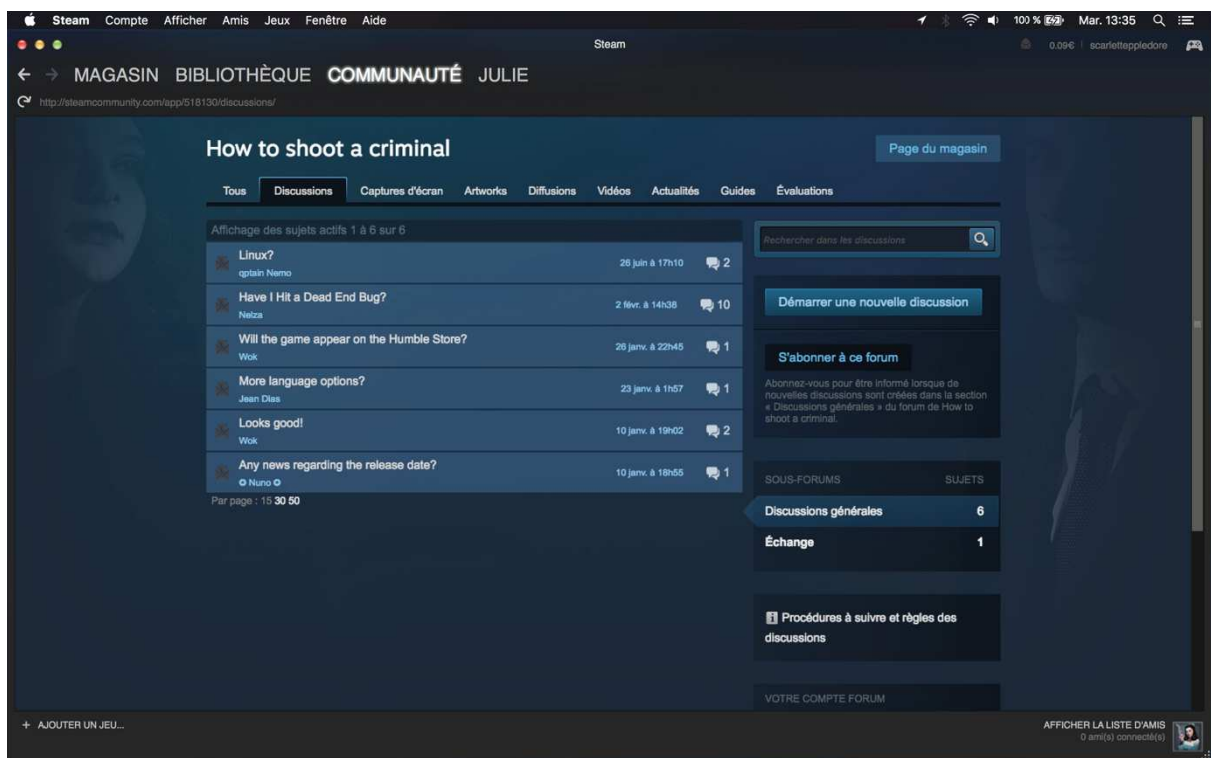
**Capture 2 – Bibliothèque personnelle et page de présentation du jeu How to Shoot a Criminal.**  
Voir la deuxième partie, page 34.



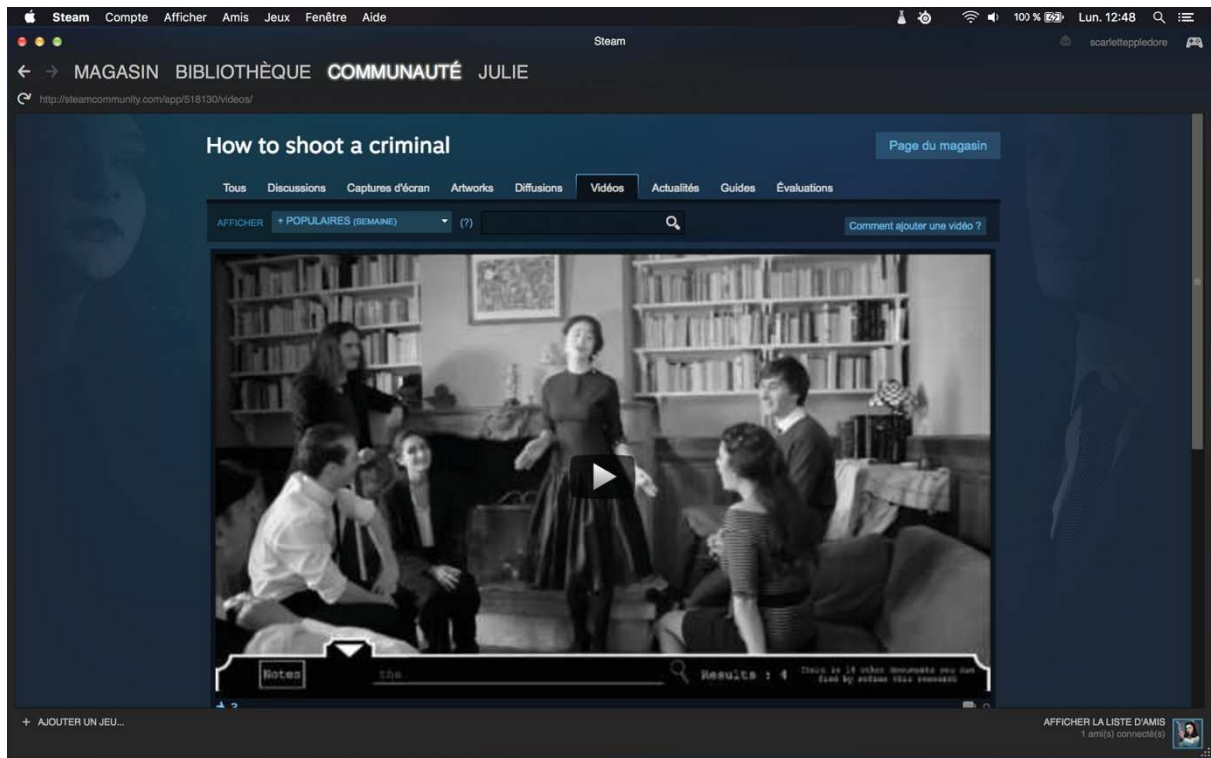
**Capture 3 – Hub de communauté du jeu How to Shoot a Criminal**  
Voir la deuxième partie, page 35.



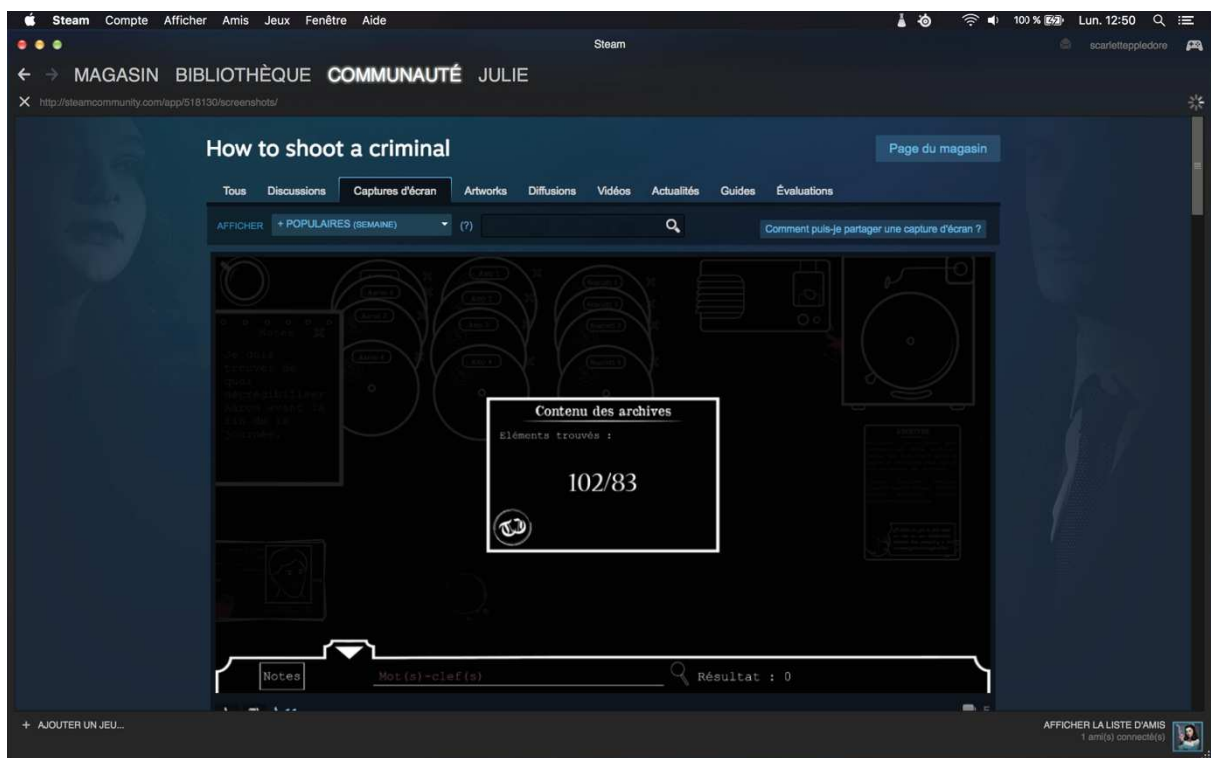
**Capture 4 – Onglet « Évaluations » du hub de communauté du jeu *How to Shoot a Criminal***  
 Voir la deuxième partie, page 35.



**Capture 5 – Onglet « Discussions » du hub de communauté du jeu *How to Shoot a Criminal***  
 Voir la deuxième partie, page 35.



**Capture 6 – Onglet « Vidéos » du hub de communauté du jeu *How to Shoot a Criminal***  
 Voir la deuxième partie, page 35.



**Capture 7 – Onglet « Captures d'écran » du hub de communauté du jeu *How to Shoot a Criminal***  
 Voir la deuxième partie, page 35.



**Capture 8 – Métriques indiquées sur un hub de communauté**  
 Voir la deuxième partie, page 36.

**Profile Summary:**

- Level:** Niveau 4
- Badges:** 5
- Games:** Jeux 16
- Friends:** Amis 6

**Recent Activity (6.4 h les 15 derniers jours):**

- Life is Strange™:** 1.4 heures en tout, dernière utilisation le 15 août. Progression des succès: 1 sur 60.
- BioShock Infinite:** 53 heures en tout, dernière utilisation le 9 août. Progression des succès: 46 sur 80. +41 succès.
- Don't Starve:** 30 heures en tout, dernière utilisation le 23 juil.

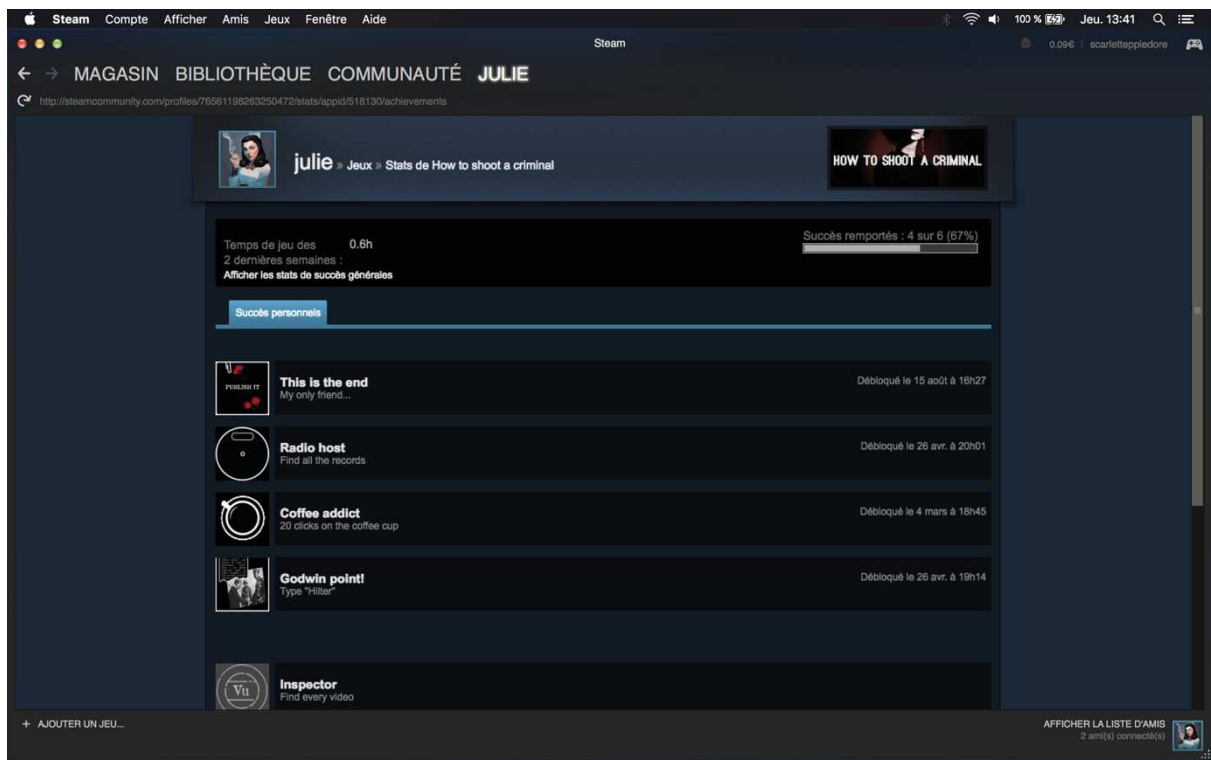
**Friends List:**

- Robin (8) - En ligne
- nimporte\_nawak91 (7) - En ligne
- Neiza (7) - Dernière connexion il y a 67 jours
- Mystery (4) - Dernière connexion il y a 35 heures...
- MadoxBrown (3) - En ligne
- GloubiGlouba (3) - Dernière connexion il y a 38 heures...

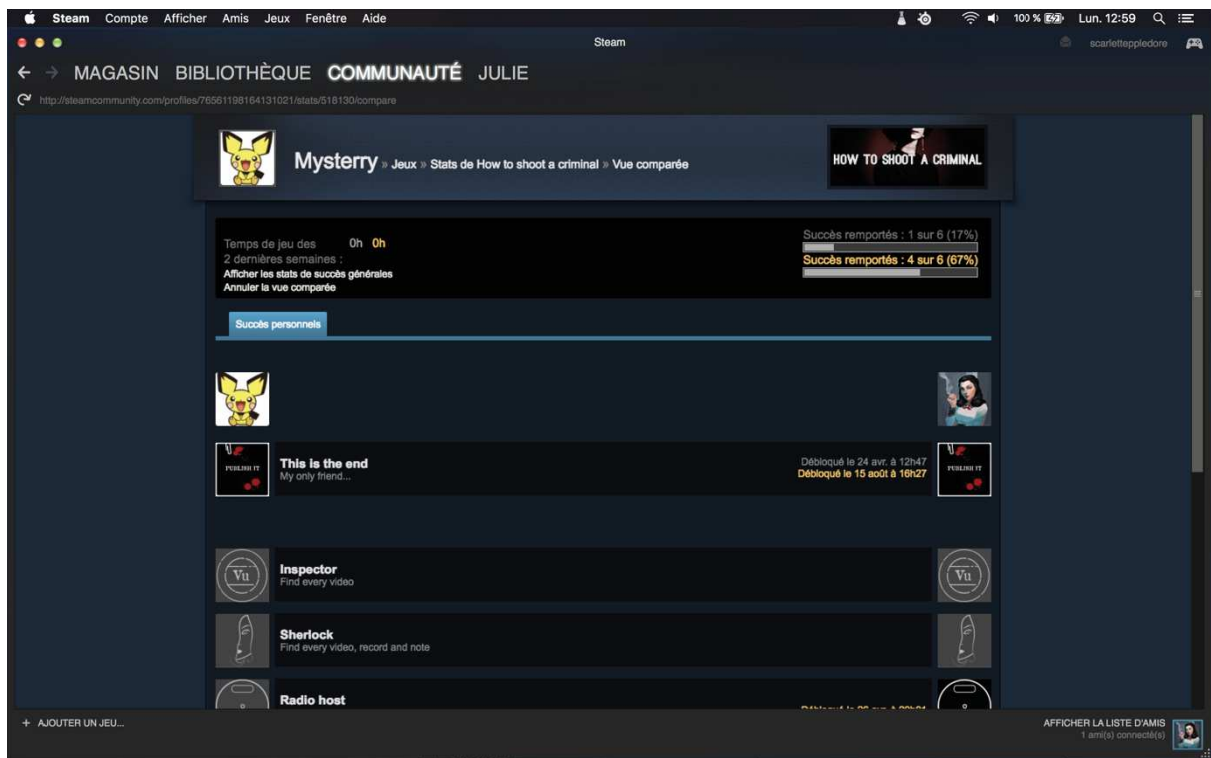
**Comments:** S'abonner au fil de discussion (7)

**Commentaire de Mystery (27 juin 2016 à 12h12):** ;)

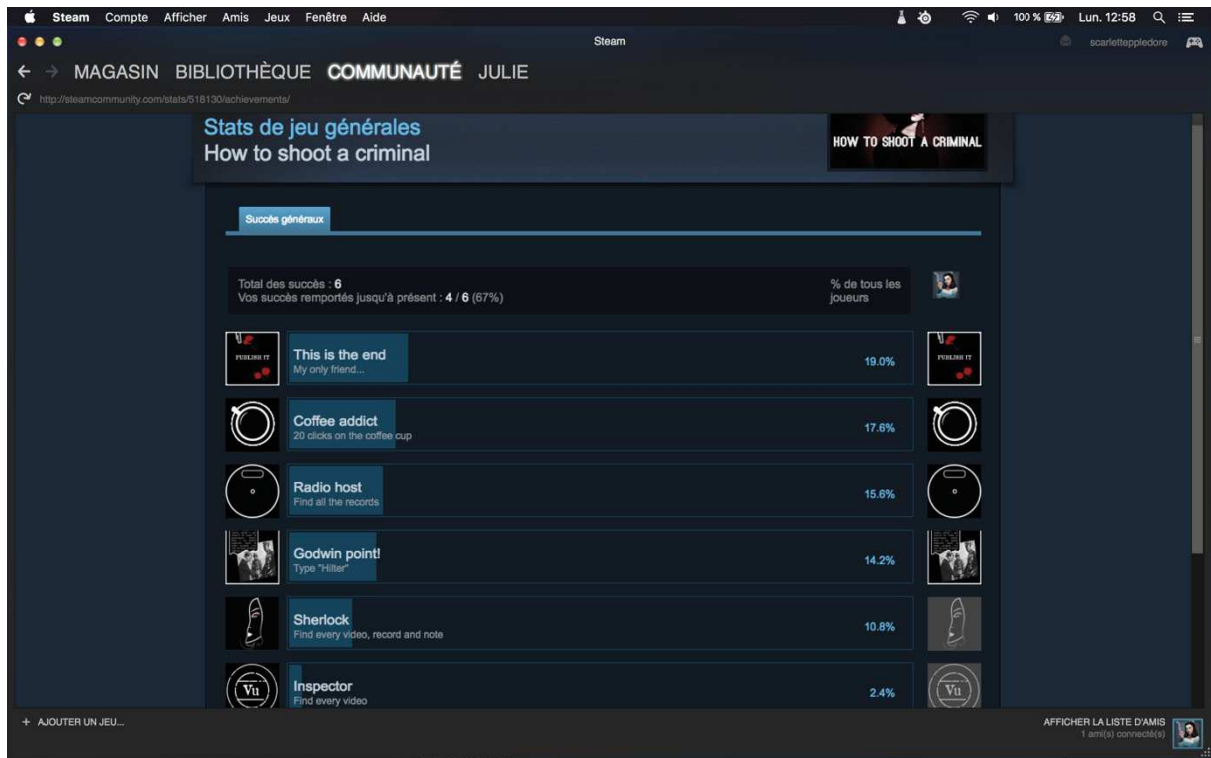
**Capture 9 – Exemple d'un profil utilisateur**  
 Voir la deuxième partie, page 35.



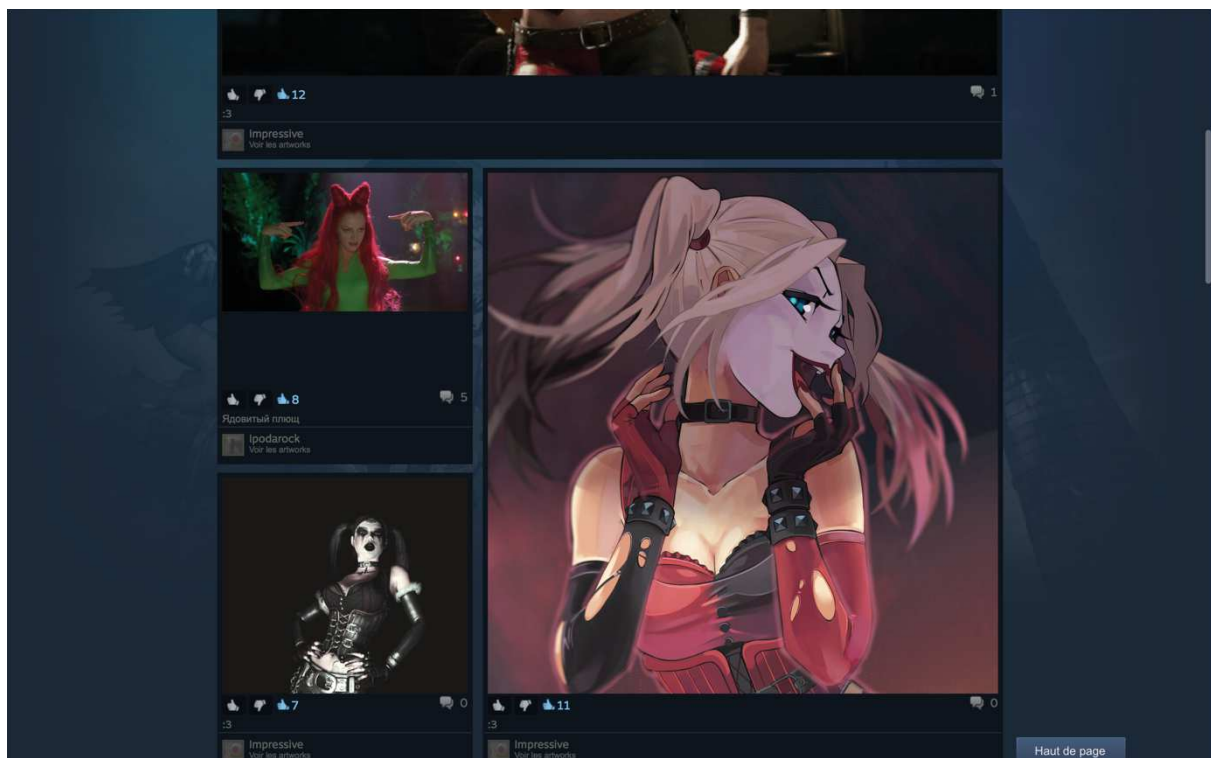
**Capture 10** – Statistiques personnelles des succès à débloquent pour le jeu *How to Shoot a Criminal*  
 Voir la deuxième partie, page 37.



**Capture 11** – Statistiques comparées des succès à débloquent pour le jeu *How to Shoot a Criminal*  
 Voir la deuxième partie, pages 34 et 37.



**Capture 12** – Statistiques générales des succès à débloquer pour le jeu *How to Shoot a Criminal*  
 Voir la deuxième partie, page 37.

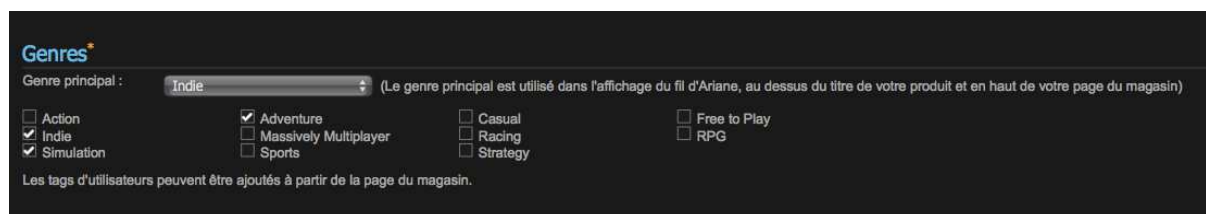


**Capture 13** – Exemple de publications dans l'onglet « Artworks » du jeu *Batman Arkham City*  
 Voir la deuxième partie, page 41.



**Capture 14 – Page d'accueil du Steam Workshop**

Voir la deuxième partie, page 41.



**Capture 15 – Exemple des genres choisis sur Steam Workshop pour le jeu *How to Shoot a Criminal***

Voir la deuxième partie, page 47.



**Capture 16 – Page d'accueil du Steam Greenlight [archive] 26/04/2017**

Voir la troisième partie, pages 51 et 52.

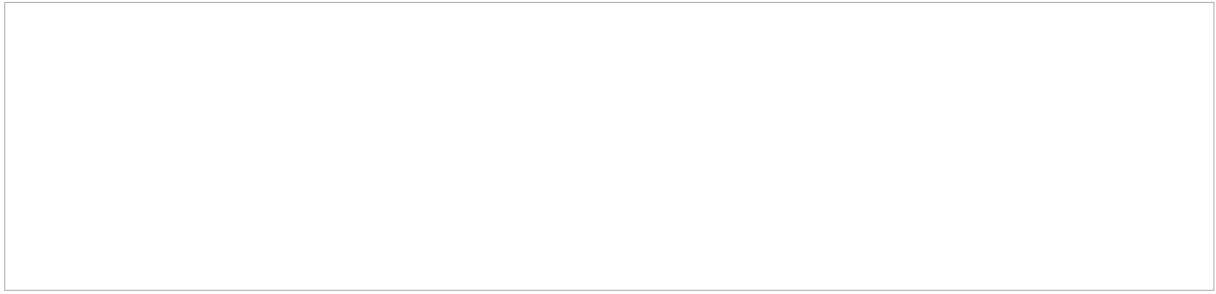


**Capture 17 – Statistiques Steam Greenlight du jeu *How to Shoot a Criminal* [archive] 26/04/2017**

Voir la troisième partie, page 55.

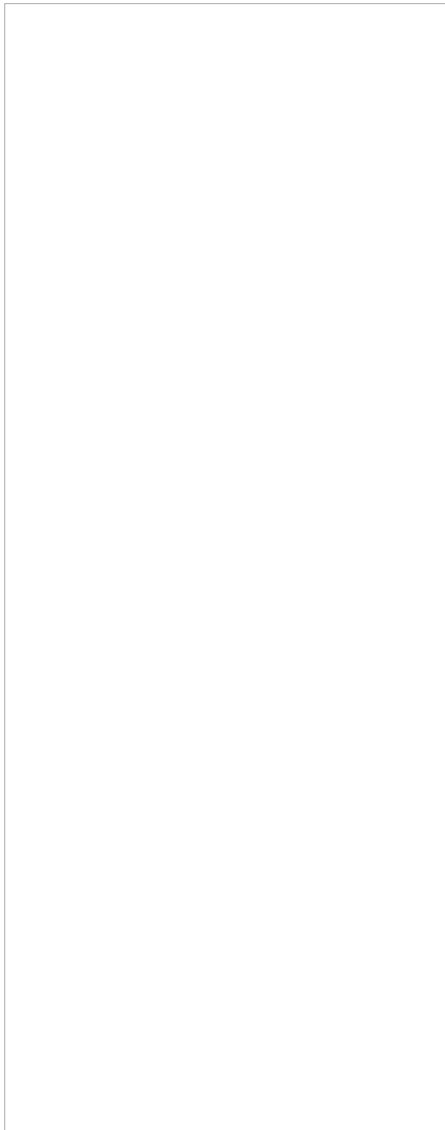


***Capture 18*** – Page d'accueil de Steam Works pour le jeu *How to Shoot a Criminal* [confidentiel]  
Voir la troisième partie, page 62.



***Capture 19*** – Exemple de commentaires laissés par les modérateurs Valve pour les cartes à échanger [confidentiel]

Voir la troisième partie, page 62.



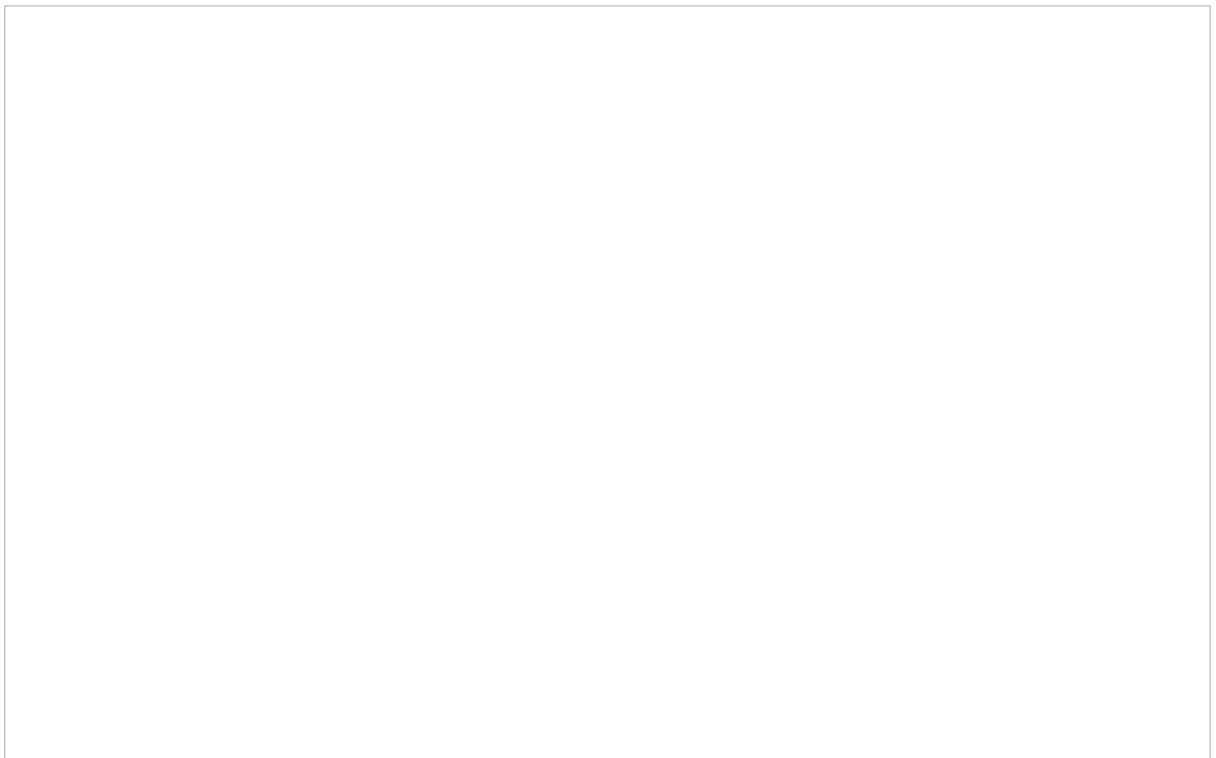
***Capture 20*** – Tableau de bord pour la gestion des badges, succès, émoticônes et cartes à échanger [confidentiel]

Voir la troisième partie, page 62.



**Capture 21 – Exemple de l’architexte gérant la disposition de la page de magasin du jeu *How to Shoot a Criminal* [confidentiel]**


Voir la troisième partie, page 63.



**Capture 22 – Gestion des campagnes de visibilité sur SteamWorks [confidentiel]**

Voir la troisième partie, page 66.





STEAM®
MAGASIN COMMUNAUTÉ À PROPOS SUPPORT

[Installer Steam](#)
[connexion](#) |
 [langue](#)

Votre magasin
Jeux
Logiciels
Matériel
Vidéos
Actualités

Tous les jeux > Indépendant > How to shoot a criminal

**How to shoot a criminal**



**HOW TO SHOOT A CRIMINAL**

Plongez dans l'atmosphère des années 30 à travers les souvenirs d'une journaliste travaillant pour un rédacteur dangereux. Retrouvez les vidéos, les enregistrements, les programmes radio et les notes des

TOUTES LES EVALUAT... positives ...

DATE DE PARUTION : 20 janv. 2017

DEVELOPPEUR : **Pandorica**  
 EDITEUR : **Pandorica**

Tags populaires des utilisateurs pour ce produit :

[Indépendant](#) [Aventure](#) [FMV](#) +

Connectez-vous pour ajouter cet article à votre liste de souhaits, le suivre, ou indiquer que vous n'êtes pas intéressé

**Acheter How to shoot a criminal**

6,99€ [Ajouter au panier](#)

**Ce jeu vous intéresse peut-être :**

Connectez-vous pour connaître les raisons pour lesquelles vous pourriez aimer ou non ce produit. Ces recommandations varient en fonction des jeux que vous possédez, des amis et des curateurs suivis.

[Connexion](#) ou [Ouvrir dans Steam](#)

- [Un joueur](#)
- [Succès Steam](#)
- [Cartes à échanger Steam](#)

**ARTICLES**

"Une expérience au concept novateur"  
Madmoiselle

"Un petit coup de cœur à petit prix !"  
Historia Games

"How To Shoot A Criminal est un vrai petit bijou que je vous conseille."  
Boîte à Games

**À PROPOS DE CE JEU**

**A propos du jeu**

Dans How to shoot a criminal, vous enquêtez sur un célèbre journal des années 1930. Vous devez trouver le moyen de faire tomber ce journal de l'intérieur en retrouvant les secrets enfouis dans ses archives. Des vidéos, des enregistrements, des notes et des journaux renferment les morceaux de l'histoire de l'équipe rédactionnelle : à vous de la reconstituer.

Aaron Williams est le rédacteur en chef ambitieux du Revenge, un journal dont l'objectif est de révéler la vérité, la vérité absolue, à tout prix. Cette mission noble, mais utopique, devient plus difficile de jour en jour alors que les événements politiques, économiques et les choix moraux détruisent l'équipe rédactionnelle du Revenge. Face à l'ambition d'un Aaron corrompu, l'équipe est mise à l'épreuve.

Langues :

	Interface	Audio	Sous-titres
Français	✓	✓	✓
Anglais	✓		✓

Inclut 6 succès Steam

[Voir tout](#)

Titre : How to shoot a criminal  
 Genre : **Aventure, Indépendant, Simulation**  
 Développeur : **Pandorica**  
 Éditeur : **Pandorica**  
 Date de parution : 20 janv. 2017

**Capture 23** – Extrait de la page de magasin du jeu *How to Shoot a Criminal*  
 Voir la troisième partie, page 65.

## Résumé

Valve est aujourd'hui un des grands acteurs de l'industrie du jeu vidéo. Sa plateforme de distribution dématérialisée, Steam, est devenue un point de passage incontournable pour les concepteurs de jeu vidéo amateurs et indépendants souhaitant commercialiser leurs productions sur le marché.

Grâce à la commercialisation sur Steam d'un jeu que j'ai conçu, j'ai eu l'occasion d'accéder à l'outil SteamWorks et ainsi de me questionner sur les relations complexes existant entre Valve et les concepteurs amateurs. Ce mémoire interroge alors ces relations et, à travers elles, la construction de la mise en représentation du concepteur et sa mise en circulation par Valve.

Afin de pouvoir étudier en détails comment les relations éditoriales s'opèrent au sein de l'outil SteamWorks, il s'agit de commencer par examiner l'industrie dans son intégralité, puis la plateforme Steam et, enfin, l'outil SteamWorks.

L'étude de l'industrie du jeu vidéo permet de comprendre comment elle se structure autour du modèle dominant du jeu Triple-A, et comment les pratiques et expériences acquises par les acteurs de cette industrie sont normalisées.

L'analyse de la plateforme Steam permet de montrer comment la dimension marchande s'appuie sur la dimension communautaire en faisant émerger l'importance de celle-ci. Mais il s'agit également de montrer comment Valve s'appuie sur l'apparente autorité discursive de la communauté afin de justifier sa propre autorité.

Enfin, l'étude de l'outil SteamWorks met en lumière l'évolution du processus de légitimation des concepteurs vers une normalisation des pratiques. Cette normalisation permet alors à Valve d'imposer des pratiques de mise en représentation aux concepteurs.

## Mots-clefs

Jeu vidéo ; Valve ; Steam ; concepteur ; éditorial ; *architexte* ; plateforme ; normalisation ; légitimation