



HAL
open science

Comment les stratégies de communication des éditeurs de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs permettent de fidéliser un public ? Le cas du jeu Les Sims

Élodie Dagnaud

► To cite this version:

Élodie Dagnaud. Comment les stratégies de communication des éditeurs de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs permettent de fidéliser un public ? Le cas du jeu Les Sims. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-03830763

HAL Id: dumas-03830763

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03830763>

Submitted on 26 Oct 2022

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.



**Comment les stratégies de communication des éditeurs
de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs
permettent de fidéliser un public ?
Le cas du jeu *Les Sims***

**Elodie
DAGNAUD**

Sous la direction de VINCENT BULLICH

UFR Langage, lettres, arts du spectacle, information et communication, journalisme

Département Sciences de l'Information et de la Communication

Mémoire de Master 2

Parcours Audiovisuel et Médias Numériques

Option Audiovisuel

Année universitaire 2021-2022

**Comment les stratégies de communication des éditeurs
de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs
permettent de fidéliser un public ?
Le cas du jeu *Les Sims***

**Elodie
DAGNAUD**

Sous la direction de VINCENT BULLICH

UFR Langage, lettres, arts du spectacle, information et communication, journalisme

Département Sciences de l'Information et de la Communication

Mémoire de Master 2

Parcours Audiovisuel et Médias Numériques

Option Audiovisuel

Année universitaire 2021-2022

Remerciements

Je tiens à remercier mon tuteur de mémoire, Vincent Bullich, pour son encadrement et ses conseils tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Je remercie également Benoit Lafon pour son aide lors de la recherche de mon sujet.

Enfin, je remercie mes enseignants de Master, notamment Laurie Schmitt et Quentin Fait, pour leurs enseignements ayant grandement appuyé ma recherche.

Sommaire

Introduction	6
PARTIE 1 - JEU VIDEO ET CULTURE PARTICIPATIVE.....	8
Chapitre 1. Le jeu vidéo, une filière des Industries Culturelles.....	9
1.1. La théorie des Industries Culturelles et Créatives.....	9
1.2. Les caractéristiques des jeux vidéo.....	13
Chapitre 2. La participation des joueurs amateurs	17
2.1. Le modèle participatif du Web 2.0	17
2.2. Les pratiques amateurs et la naissance des collectifs de joueurs	19
2.3. Entre création amateur et stratégie industrielle.....	23
PARTIE 2 - UNE COMMUNICATION AUTOUR DE LA CREATIVITE : L'EXEMPLE D'ELECTRONIC ARTS POUR LE JEU LES SIMS 4	26
Chapitre 1. Méthodologie et objet de recherche	27
1.1. Méthodologie : Revue de presse, analyse de contenu et questionnaires	27
1.2. Présentation du jeu vidéo « Les Sims »	28
Chapitre 2. Un mode de jeu et des stratégies de communication qui incitent les joueurs à la participation et à la production de contenus	36
2.1. Une participation inhérente au mode de jeu	36
2.2. Des campagnes de communication incitant les joueurs à la créativité	38
Chapitre 3. Résultats. L'amateur, entre liberté de création et construit de l'industrie	47
3.1. Une participation encadrée et à l'initiative de l'éditeur	47
3.2. Un éditeur dépendant des usagers-contributeurs ?	51
Conclusion	55
Bibliographie	58
Table des annexes	62
Table des matières	92

Introduction

Ce mémoire de recherche a pour thème principal le jeu vidéo et, plus particulièrement, les phénomènes de participation liés à cette filière des Industries Culturelles. En consultant les réseaux sociaux et les plateformes numériques, nous avons observé de nombreux contenus réalisés par des individus étant des joueurs de jeu vidéo. Ce phénomène se traduit par le partage de ses propres créations audiovisuelles ou numériques, réalisées en amateur, et en lien avec un jeu spécifique. Nous avons donc fait le choix de nous concentrer sur ces pratiques et sur leur provenance. Cela nous a amenés à nous questionner sur les stratégies initiées par les acteurs industriels du secteur vidéoludique, et principalement sur leurs stratégies de communication.

De nombreux apports scientifiques ont permis d'appréhender l'objet que constitue le jeu vidéo à travers l'étude des sciences du jeu. Pour cette recherche, nous nous focalisons sur l'étude du jeu vidéo en tant qu'Industrie Culturelle, tout en prenant en compte sa nature d'objet ludique. En tant qu'industrie, le jeu vidéo doit mettre en place des stratégies afin de promouvoir ses produits culturels et de fidéliser un public, de façon à atteindre une pérennité économique. Et cela, tout en faisant face aux rapports de force instaurés entre les différents acteurs du secteur. L'un des acteurs principaux de l'industrie du jeu vidéo étant les éditeurs, nous avons ciblé les stratégies mises en place par ces derniers.

Notre travail de recherche repose ainsi sur l'exploration de la problématique suivante :

Comment les stratégies de communication des éditeurs de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs permettent de fidéliser un public ?

Afin d'y répondre, nous nous baserons sur un cas d'étude précis : celui du jeu vidéo *Les Sims*. À la suite de l'élaboration de cette problématique, nous avons émis trois hypothèses auxquelles nous tenterons de répondre à travers ce mémoire de recherche :

- **Les éditeurs de jeu valorisent la participation des amateurs à travers leurs campagnes de communication afin d'atteindre leurs objectifs promotionnels**
- **Les éditeurs de jeu participent à la création de collectif de joueurs sur le web afin de fidéliser leur public**

- **Les éditeurs utilisent les amateurs comme des ressources grâce aux contenus qu'ils produisent**

L'analyse de ces hypothèses nous permettra d'émettre une conclusion concernant le rôle des éditeurs de jeu vidéo dans la création de collectifs de joueurs et l'incidence de leurs stratégies de communication sur la participation des amateurs et la fidélisation de leurs publics.

Afin de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses, nous proposons un développement de notre réflexion en deux parties.

La première partie nous permet de mettre en exergue les apports théoriques des Sciences de l'Information et de la Communication concernant le concept du jeu vidéo et son organisation en tant que filière des Industries Culturelles. Nous discuterons également de la notion de participation et de son lien avec le modèle du Web 2.0, indispensable à notre analyse des pratiques amateurs des joueurs de jeu vidéo.

La seconde partie développe une analyse de cas à l'aide de notre objet de recherche qu'est le jeu vidéo *Les Sims*. Nous expliquerons nos choix méthodologiques afin d'observer au mieux les choix stratégiques d'un éditeur de jeu vidéo en termes de communication, puis nous procéderons à l'analyse de notre terrain de recherche. Nous clôturerons cette partie en délivrant nos résultats suite à cette recherche et en les confrontant aux apports théoriques étudiés afin d'en tirer une conclusion.

Partie 1
-
Jeu vidéo et Culture Participative

Chapitre 1. Le jeu vidéo, une filière des Industries Culturelles

Ce premier chapitre a pour objectif d'étudier la filière du jeu vidéo à travers les travaux des auteurs en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), le but étant de poser un cadre théorique permettant l'analyse des stratégies des acteurs du secteur vidéoludique. En effet, notre recherche nécessite la compréhension des logiques de fonctionnement et des rapports de force présents au sein de cette industrie. Pour ce faire, il est nécessaire de revenir aux origines de la théorie des *Industries Culturelles et Créatives*, puis de constater son évolution jusqu'à la prise en compte du jeu vidéo en tant que filière.

1.1. La théorie des Industries Culturelles et Créatives

Les termes "Industrie" et "Culture" ne s'associent naturellement pas dans l'ordinaire commun, car ils évoquent deux visions opposées : la culture fait référence à la création, détachée du marchand et à une forme d'indépendance contrairement au terme industrie qui, lui, implique une vision marchande contraignant les pratiques afin d'atteindre des objectifs économiques. Or, la création s'inscrit dans un système de production, tout comme la culture, et ce système lui-même est industrialisé.

La Théorie critique de L'Ecole de Francfort

Ce sont les philosophes et sociologues Max Horkheimer et Theodor W. Adorno qui sont à l'origine du concept d'*Industrie Culturelle* dans leur ouvrage *La Dialectique de la raison*, publié en 1947. Pierre Belaval nous indique que : "*La Dialectique de la raison* ne présente pas une unité systématique, mais regroupe trois études suivies de quelques remarques marginales. [...] La seconde étude intitulée « La production industrielle des biens culturels : raison et mystification des masses » analysera la régression de la raison dans une idéologie contrôlée par la technique et la prétention de ces biens culturels à se constituer comme objet esthétique." (Belaval, 2014).

En premier lieu intitulé *culture de masse*, le concept se transforme finalement en Industrie Culturelle. Selon Adorno et Horkheimer, la culture ne provient pas des *masses*¹ et n'est pas

¹ Apparue avec la presse à grand tirage, vers les années 1860, ce qu'on nomme communication de masse se développe au cours du XX^e siècle avec l'ensemble des médias audiovisuels auxquels on l'assimile, en donnant au public la forme de l'audience. Car ces médias sont à l'origine d'une « industrie culturelle » (Adorno, Horkheimer, 1947) dont l'économie repose sur l'audience. Source : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/masse/>

une représentation de l'art populaire, mais est façonnée par des industriels qui mettent en œuvre des techniques ensuite diffusées par les médias de masse.

Les deux auteurs proposent alors “un examen critique des secteurs de la culture, que la civilisation actuelle uniformise et standardise tant au niveau des publics que des œuvres : ceci conduit à un art sans rêve, paralysant l'imagination et la réflexion, à une rigidité du style, un mépris des connaisseurs et des experts, une culture de masse excluant toute nouveauté comme risque inutile, une industrie culturelle ne nourrissant les hommes que de stéréotypes” (Belaval, 2014)

L'industrie culturelle est alors définie comme un ensemble d'œuvres avec une esthétique pauvre, une forme de standardisation et une diffusion à travers les médias de masse que sont la radio et le cinéma hollywoodien dans ce contexte d'après-guerre. Adorno et Horkheimer font une analyse très critique en affirmant que les techniques de reproductions industrielles sont aux antipodes de ce qu'est fondamentalement l'œuvre d'art. Si l'on suit cette théorie, l'Industrie Culturelle est ainsi pensée pour la consommation de masse et le consommateur en est l'objet. Cette industrie ne crée jamais de nouveauté due à une production de contenu stéréotypée et recyclée, et empêche la formation d'individus autonomes avec une capacité de jugement. Ils estiment que cette industrie entretient des formes de dépendance avec d'autres secteurs puissants, comme la radio, alors liée aux industries électriques. Le progrès technique agirait donc comme un pouvoir de domination sur les individus. Cette théorie évoque l'influence de l'industrialisation sur la création artistique, menant jusqu'à la “mort de l'art”, ou du moins du “vrai art” selon Adorno, au profit du développement d'œuvres culturelles ne servant qu'à légitimer et à valoriser le capital.

Ce discours se retrouve encore aujourd'hui, même si cette théorie très critique est elle-même facilement critiquable. En effet, “Horkheimer et Adorno tombent dans un « scepticisme effréné vis-à-vis de la raison au lieu d'examiner les raisons qui permettent de douter de ce scepticisme même » et confondent les lumières de la découverte, la connaissance qu'on apporte, avec les justifications qu'on en donne”. (Belaval, 2014) Ces concepts traduisent principalement leurs craintes personnelles qui ne sont donc pas nécessairement réelles. Néanmoins, certains aspects de cette théorie fondamentale nous permettront d'appuyer la suite de notre analyse.

Les stratégies au sein des filières des Industries Culturelles

La situation a profondément évolué dès la fin des années 1960 avec le développement de nouveaux médias, comme la télévision, et la forte accentuation de la marchandisation de la culture. C'est l'apparition du concept d'*économie politique de la communication* prenant en compte cette fois-ci une approche socio-économique des phénomènes liés aux *industries culturelles*, et non plus seulement philosophique et esthétique. On remarque que le terme est dorénavant utilisé au pluriel, car il existe en réalité une pluralité de secteurs économiques et non pas un processus unique.

En effet, le sens accordé aux industries culturelles évolue suite aux écrits de différents auteurs en SIC et notamment de Bernard Miège, qui insiste sur la diversité de contenus culturels qui sont produits dans une série de *filières* différentes. Il met en avant le fait que le processus d'industrialisation ne se met pas en place de la même façon en fonction des produits : un livre et un film ne sont pas sujet au même processus de production. Chacune des six filières qu'ils distinguent (Edition, Presse et Information, Musique enregistrée, Cinéma et Audiovisuel, Jeux vidéo et Infomédiation) repose sur des modes de production spécifiques. Ces filières sont un ensemble d'activités économiques qui correspondent au stade de développement d'un produit jusqu'à son accès au marché. La production culturelle repose ainsi sur une chaîne de coopération incluant un ensemble d'acteurs qui collaborent afin de réaliser du contenu culturel.

Bernard Miège met alors en avant l'existence de stratégies d'acteurs ou de groupes d'acteurs, qu'ils soient privés, publics, associatifs... Au sein de chacune de ces filières et ce tout le long du processus de production. Les filières sont en effet structurées en différents niveaux : amont, intermédiaire et aval, en fonction des diverses phases comme la conception de l'œuvre qui nécessite un travail intellectuel et artistique, sa production ou encore sa distribution qui permet sa valorisation commerciale. Chacun des acteurs cherche alors à satisfaire ses objectifs créatifs et économiques, tout en se confrontant aux caractéristiques spécifiques des industries culturelles.

Les traits constitutants des Industries Culturelles

Bernard Miège développe les traits constitutants des Industries Culturelles avec en premier lieu la notion de *reproductibilité*. Il s'agit de la marque première de l'industrie qui permet, grâce au progrès technique, de reproduire les biens en séries ou copies afin d'être diffusé largement auprès d'un public sur le marché. Il cite alors Nicholas Garnham dans son ouvrage de référence : "chaque produit culturel étant un prototype, le profit est dépendant de la reproduction (les coûts de reproduction étant cependant marginaux, en comparaison des coûts de production) et de la distribution, et par conséquent les économies d'échelle, liées à la maximisation de l'audience sont décisives" (Miège, 2017).

On retrouve ensuite *l'importance du travail de création* autour des biens culturels qui sont avant tout des œuvres de l'esprit : effectivement, toute la phase de création échappe encore largement à la mécanisation, à la systématisation et au contrôle dans un système de production où les artistes et les auteurs ont une place centrale.

Le troisième trait constituant est primordial, il s'agit de la *valeur d'usage aléatoire*. Au sein des Industries Culturelles, il existe un décalage entre ce qui est fabriqué et ce qui est repris par les usagers. En d'autres termes, rien n'assure le succès d'un produit culturel, qui fait donc partie intégrante d'une "industrie du prototype" : "la demande est hautement élastique (elle est volatile, car elle doit en permanence exprimer la différence), de sorte qu'il est impossible de prévoir ce qui deviendra un hit ou un flop, d'où la nécessité d'offrir ce que Garnham désigne comme un répertoire". (Miège, 2017)

Cette constante imprévisibilité du marché de la culture est à l'origine de diverses stratégies d'acteurs afin d'anticiper la réussite ou l'échec potentiel d'un produit. Il peut s'agir de mettre en place des sondages d'opinion, des techniques marketing, d'analyser les statistiques d'audiences ou encore de s'appuyer sur des célébrités pour promouvoir un produit par exemple. On peut également retrouver des stratégies de rareté, ou au contraire de sérialisation, qui permettent aux industriels de la culture de composer avec cette incertitude permanente.

Dans ce contexte particulier spécifique aux industries culturelles, la prise de risque est souvent laissée aux artistes. Néanmoins, chacun des acteurs cherche à se positionner dans

la chaîne de production de manière à maîtriser l'ensemble de ces segments, sachant qu'aujourd'hui le niveau de distribution à une position stratégique : "L'auteur en tire au moins deux conclusions principales : d'une part, la création de l'audience doit être une préoccupation permanente des industriels de la culture ; d'autre part, le contrôle de la distribution permet de gérer ces diverses spécificités des marchandises culturelles et de leurs valeurs d'usage. La concentration oligopolistique, prenant appui sur un réseau de petites firmes satellites dépendantes et chargées de la production, est d'ailleurs une tendance croissante des industries culturelles." (Miège, 2017). La filière du jeu vidéo n'échappe pas à ce constat et est au cœur de notre analyse sur les stratégies de communication des éditeurs.

1.2. Les caractéristiques des jeux vidéo

Une lente reconnaissance institutionnelle, économique et artistique

Le jeu vidéo fait aujourd'hui partie intégrante des Industries Culturelles, ce qui n'a pas toujours été le cas. Son affirmation lente en tant que filière est notamment due au fait de sa confrontation avec des discours politiques et académiques dénonçant principalement les potentiels dangers liés à la pratique du jeu vidéo, et ce, dès les années 1980. À cette période, la tendance était d'associer les jeux vidéo à des idées de violence, de dangers éducatifs ou encore à des dangers médicaux. Sa reconnaissance institutionnelle, économique et artistique fut lente, mais la perception a aujourd'hui changé grâce à différents facteurs, notamment les actions de l'Etat. De fait, elles ont permis l'inscription du jeu vidéo dans les dispositifs nationaux tel que le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) avec la création de *L'observatoire du jeu vidéo* : "La naissance de cet observatoire signifie en substance que la création vidéoludique, du point de vue des instances de légitimation étatique, serait à mettre au même niveau que le cinéma, la musique ou l'édition." (Perticoz, 2011).

Le lobbyisme des grands acteurs industriels, tels qu'Ubisoft ou Vivendi², auprès des pouvoirs publics et la pression à la reconnaissance des acteurs professionnels du secteur ont également permis la mise en place d'aides financières, comme le crédit d'impôt depuis

² Ubisoft est une entreprise française de développement, d'édition et de distribution de jeux vidéo et Vivendi est un groupe français spécialisé dans les contenus, les médias et la communication.

2008. En 2020, le chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo progresse de 11,3 % à 5 314,8 M€* en France, ce qui confirme largement sa considération d'ordre économique et industriel, sa reconnaissance artistique y est donc intimement liée : « Dans ce contexte, à la question de savoir si le jeu vidéo peut être considéré comme un bien culturel à part entière, Genvo et Solinski n'hésitent donc pas à répondre positivement (Genvo & Solinski, 2010). Ces auteurs mobilisent notamment les travaux de Warnier pour justifier ce postulat, considérant que l'activité principale des acteurs de l'industrie vidéoludique consiste effectivement à « [produire] et [commercialiser] des discours, sons, images, arts »).” (Perticoz, 2011).

L'objet de recherche académique qu'est le jeu vidéo est alors considéré et étudié par différents auteurs en SIC, mais Lucien Perticoz estime pour autant que la recherche est incomplète et qu'elle ne se concentre pas suffisamment sur les théories des mutations des Industries Culturelles et Médiatiques.

Le jeu vidéo, une filière des Industries Culturelles

Le jeu vidéo est un objet complexe, il s'agit d'un objet technique à la fois ludique et informatique, car il nécessite l'usage d'un écran, mais également d'un support informatique contenant des algorithmes et autres dispositifs numériques... Il est défini comme “la combinaison d'une technique particulière et d'une organisation apte à gérer, aussi bien politiquement que commercialement, l'extension de la puissance technologique” (Alain Gras, 1997). Ce sont ces dimensions économiques, politiques et sociales qui encadrent et traversent les productions vidéoludiques qui permettent de prendre en considération les spécificités du secteur afin de déterminer ou non s'il relève réellement des Industries Culturelles.

En reprenant les traits constituants instaurés par Bernard Miège, on constate que le jeu vidéo est en effet un bien culturel reproductible nécessitant un important travail de création : “Il y a ainsi une dimension profondément collective dans le processus de production/création, dimension que l'on retrouve également au moment de la conception d'un nouveau titre vidéoludique. Nous constatons ainsi que cette phase nécessite l'intervention de programmeurs, de graphistes, de concepteurs sonores mais aussi de scénaristes et de professionnels de la narration.” Le jeu vidéo est donc bel et bien une industrie de prototype s'inscrivant dans une chaîne de coopération divisée en plusieurs

niveaux et sujette au “caractère fondamentalement aléatoire des valeurs d'usage des biens culturels industrialisés mis sur le marché”. Cette incertitude présente également dans le secteur vidéoludique confirme l'appartenance du jeu vidéo aux Industries Culturelles et indique la nécessité pour les différents acteurs de mettre en place des stratégies afin de la contourner. Lucien Perticoz indique : “ Dans le cas du jeu vidéo, il existe une articulation particulière entre les trois types d'acteurs que l'on retrouve dans les autres filières des ICM”.

Les acteurs de la filière

En phase amont, l'auteur identifie comme acteur principal les studios de développement : “Soit ces derniers proposent des projets qu'ils ont eux-mêmes produits à des éditeurs, soit ils tentent de répondre à un appel d'offre des éditeurs”. C'est alors vers l'amont que repose les plus gros risques liés à l'incertitude avec des acteurs souvent de tailles plus petites, et plus fragiles d'un point de vue économique.

En phase intermédiaire, ce sont les éditeurs qui entrent en jeu : ”Leur rôle consiste à avancer l'argent couvrant tout ou partie des coûts de production, assurer les fonctions marketing et orienter le choix des projets qui seront mis en place et commercialisés. D'une certaine manière, les éditeurs jouent le rôle d'interface entre la dimension créative du projet et le marché.” (Perticoz, 2011).

Finalement, les derniers acteurs identifiés sont les fabricants de consoles de jeux comme Sony, Microsoft ou Nintendo. L'auteur analyse également une forte domination de l'aval sur l'amont typique des Industries Culturelles dans le secteur du jeu vidéo. En effet, ce sont les consociers qui valident selon une liste de critères prédéfinis si le jeu sera commercialisé ou non, ils “en assurent la distribution, imposent un cahier des charges précis à destination des éditeurs et se réservent de l'ordre de 22 % du prix de vente (contre 29 % pour l'éditeur, 14 % pour le développeur et 35 % pour le détaillant)”.

Selon le bilan du CNC, en 2020 : “l'ensemble de l'écosystème du marché du jeu vidéo pour consoles (matériels, accessoires et jeux) est en progression de 10,1 % et atteint 2 706,8 M€”, contre une progression de 8,9 % et un chiffre d'affaires de 1 182,3 M€ pour l'écosystème PC. Les industries de la communication, dont les fabricants de matériels font partie, offrent un support qui permet l'accès au contenu proposé par les Industries

Culturelles, c'est pourquoi ces dernières entretiennent des relations très étroites. Ces relations d'interdépendances peuvent amener à la mise en place de stratégies de partenariats ou de collaborations afin de maîtriser du mieux possible la chaîne de coopération.

Afin d'imager les apports théoriques précédents et pour revenir à notre objet de recherche se concentrant sur les stratégies de communication de l'éditeur *Electronic Arts (EA)*, on constate que ce dernier possède diverses filiales dont celle du studio de développement du jeu vidéo *Les Sims* : le studio *Maxis*. Un autre point intéressant est la création par *Electronic Arts* d'une plateforme de distribution numérique nommée *Origin*. Ce logiciel permet aux joueurs d'acheter et de télécharger des jeux EA sur Internet pour les supports PC et plateformes mobiles : *Origin* démontre ainsi la volonté de l'éditeur d'avoir un contrôle sur la commercialisation de ses titres. L'éditeur maîtrise ainsi presque l'entièreté de la chaîne de coopération. Ainsi, pour limiter les risques liés à l'incertitude lors de la création de ses jeux, *Electronic Arts* met en effet en place diverses stratégies, notamment celle de la sérialisation, mais aussi des stratégies en lien avec les amateurs de jeu vidéo. En effet, les amateurs sont également à l'origine de la reconnaissance artistique du jeu vidéo : "En France, cette reconnaissance artistique doit tout autant aux actions menées par les organismes de tutelle qu'à celles, plus informelles mais parfois très organisées, des amateurs de jeux vidéo eux-mêmes." (Perticoz, 2011). La participation des joueurs amateurs apparaît alors comme un élément central lié à la filière du jeu vidéo.

Chapitre 2. La participation des joueurs amateurs

Le jeu vidéo est indissociable de la numérisation, “si le cinéma est le premier art industriel en tant que tel, le jeu vidéo peut être considéré pour sa part comme le premier art numérique” (Chantepie & Le Diberder, 2010). Le jeu vidéo nécessite obligatoirement l’acquisition de matériel multimédia afin d’être expérimenté, autant au niveau de sa production que de son utilisation finale. C’est pourquoi ce dernier est lié aux problématiques de recherches autour de *l’idéologie du Web 2.0* et de “*la figure de l’amateur-créateur de contenus*” (Bouquillion & Matthews, 2010). Ce chapitre a pour objectif de décrypter les origines de l’idéologie du Web 2.0 et de déterminer quelles sont les pratiques amateurs des joueurs, tout en envisageant les stratégies des acteurs à l’origine de cette participation.

2.1. Le modèle participatif du Web 2.0

Le « Web 2.0 » s’est présenté comme le renouveau de l’Internet « devant reposer sur un modèle participatif où l’utilisateur se mue en véritable générateur de contenu », selon l’idéologie de différentes personnalités comme Tim O’Reilly, entrepreneur à l’origine de cette citation en 2003. Le « Web 2.0 » veut permettre à ses utilisateurs une multiplication de leurs sources d’informations, une diversification et une abondance de l’offre culturelle, ainsi qu’une inventivité et une création sans limite. Ce concept sous-entend l’existence antérieure d’un Web 1.0. Ce premier web peut en effet être défini comme une vitrine virtuelle dans laquelle les internautes pouvaient retrouver toutes sortes d’informations en les consultant au besoin. Afin de redonner un intérêt aux acteurs tels que les entreprises et les annonceurs à utiliser cette technologie, le Web 2.0 se présente comme un atout permettant de collecter les données de ses utilisateurs, mais également de les revendre. Côté internautes, il fait la promesse aux utilisateurs qu’ils vont pouvoir reprendre le pouvoir sur les contenus qu’ils consomment et qu’ils créent.

Le Web 2.0 est également à l’origine du développement de *l’éthique hacker*, un modèle porté par le philosophe Pekka Himanen, qui met en avant l’importance d’un engagement coopératif autour de la création informatique. Cette philosophie a donné lieu au développement de divers logiciels libres, notamment le système d’exploitation Linux.

Certains auteurs comme Andrew Keen, dans la lignée de l’École de Francfort, vont s’opposer à cette théorie et affirmer que le Web 2.0 participe à la mort de l’art. Il estime

que les contenus générés par des amateurs sur des plateformes comme YouTube ou Wikipédia vont conduire à la suppression des médias professionnels. À l'inverse, Henry Jenkins va dans le même sens que Tim O'Reilly. Selon lui, les internautes et les fans sont prêts à participer et cette participation va apporter de nouveaux regards et de nouveaux contenus aux Industries Culturelles.

Henry Jenkins développe alors la théorie de la "*culture de la convergence*", selon laquelle les nouveaux médias ne remplaceront jamais les anciens mais vont converger. Il s'oppose alors au concept de révolution numérique, qui met en avant l'idée qu'il existe une succession perpétuelle de supports médiatiques à chaque évolution technologique : autrement dit, que l'arrivée de la télévision signerait la fin de la radio et l'arrivée d'Internet la fin de la télévision. Pour lui, chaque nouveau média vient s'ajouter au précédent en apportant de nouveaux *usages* et de nouvelles *pratiques* : "Henry Jenkins part de l'hypothèse d'interaction complexe entre anciens et nouveaux médias, produisant des entrelacs culturels et sociaux différents de ceux auxquels le public était habitué" (Vovou, 2013). Selon lui, "La convergence est, au contraire, un changement d'ordre culturel [...]. La convergence [...] se produit dans le cerveau du consommateur et dans ses interactions sociales avec autrui".

La dimension sociale de cette théorie est primordiale pour notre analyse. En effet, Jenkins évoque la "*culture participative*" permettant au public d'activer une forme "*d'intelligence collective*" et de former des "*communautés de savoir*", qui donnent l'opportunité à leurs membres de s'exprimer et d'interagir avec les contenus culturels. Il exprime que les "*communautés de fans*" ont donc une participation active qui impacte les relations entre producteurs et usagers. Il relève notamment la création de "*cyber-espaces hybrides*", comme la plateforme YouTube, sur laquelle on retrouve de nombreux contenus produits par les amateurs et notamment par les joueurs du jeu vidéo *Les Sims*. Ces espaces peuvent alors permettre la publicisation de la culture des fans et agir ainsi sur les décisions des producteurs, et ce allant potentiellement jusqu'à l'orientation des prises de positions politiques de ces derniers. Les "fans" ne sont pas de simples spectateurs. En effet, ils ont la capacité de se réapproprier l'œuvre initiale en la consultant, c'est la *théorie du braconnage culturel* de Michel de Certeau, qui indique qu'une œuvre n'a pas de valeur réelle tant qu'elle n'est pas consommée par un spectateur. Ce concept implique que les spectateurs (ici les joueurs) s'emparent des produits (ici le jeu vidéo) et développent leurs propres "

manières de faire “ : “Ces manières de faire constituent les mille pratiques par lesquelles des utilisateurs se réapproprient l’espace organisé par les techniques de la production socioculturelle” (de Certeau, 1980). Ainsi, le spectateur va interpréter l’œuvre d’une manière qui lui est personnelle. De fait, les fans développent une culture qui leur est propre, participent à sa propagation, et coconstruisent ainsi les contenus culturels grâce aux nouvelles technologies.

Pour autant, les pratiques amateurs revendiquées comme nouvelles par les porteurs du Web 2.0 ont toujours existé : dans la littérature par exemple avec les magazines de fans appelés *fanazines* et à travers les *fanfictions*, ou encore dans la photographie. La culture des amateurs repose ainsi sur des pratiques antérieures qui se sont instaurées dans l’ordre commun sur le temps long, le web ne crée rien en lui-même. Néanmoins, le Web 2.0 a tout de même permis l’avènement de communautés en ligne au sein desquelles les amateurs se regroupent et vont jusqu’à former des collectifs.

2.2. Les pratiques amateurs et la naissance des collectifs de joueurs

Henry Jenkins nous a permis de relever l’existence de pratiques amateurs en ligne au sein d’une culture participative créatrice de lien social pour les individus. Ces individus, les *fans*, sont donc à l’origine de nombreuses communautés sur Internet.

L’avènement des communautés de fans

Mélanie Bourdaa commence par définir les fans en reprenant le terme religieux de “communauté de semblables”. Les fans sont en effet un groupe de personnes partageant une culture et des références communes. Ils constituent un public actif des Industries Culturelles, capable de “mettre en place des formes de résistance” face à ces dernières de par leurs connaissances précises dans leur domaine de prédilection. “Les fans ont désormais acquis un pouvoir légitime d’interaction avec leur objet culte puisqu’ils le connaissent parfaitement. Les technologies numériques ont donné une légitimité au rôle des fans, en ce sens qu’elles ont rendu possible de nouvelles formes de productions culturelles de la part des fans” (Bourdaa, 2016).

On retrouve différents types de communautés sur le web comme : les *communautés de goûts*, portées par des réseaux sociaux ou des plateformes vouées à un thème précis, c’est

le cas du forum *L'univers Sims* par exemple, qui se veut être un espace de partage collaboratif pour les amateurs.

Il existe également des communautés appelées les *communautés d'expériences* proposant aux amateurs de diffuser leurs avis sur un produit. Cette fonctionnalité est souvent proposée par les acteurs des industries culturelles eux-mêmes, c'est notamment le cas sur la plateforme de distribution de jeux vidéo *Steam*. Pour le jeu *Les Sims*, mais également pour la filière du jeu vidéo en général, le site internet *jeuxvideo.com* permet aux amateurs de noter et donner leur avis grâce à un système de commentaires et de notation : "La note des lecteurs".

On retrouve aussi des *communautés d'entraides*, il s'agit du principe des logiciels libres en lien avec l'éthique hacker, grâce auxquels les amateurs se substituent aux professionnels de l'information : "Ont pu ainsi apparaître des modèles radicalement nouveaux de production (logiciels libres), d'information (wikis) et de distribution (commerce électronique), centrés autour de la coopération au sein de communautés aux frontières évolutives, offrant des alternatives efficaces aux organisations traditionnelles" (Benghozi, 2006). Un wiki, c'est-à-dire un "site web collaboratif dont le contenu peut être modifié par les internautes autorisés", a également été réalisé par les amateurs du jeu *Les Sims* et se nomme *Simpédia*. Ce "projet d'encyclopédie collective" a d'ailleurs été développé grâce à un hébergeur appelé *Fandom*, qui se veut spécialiser dans les wikis liés à la culture populaire.

Enfin, on recense des *communautés de partage de fichiers* : l'ampleur du téléchargement illégal a donc augmenté avec le développement du Web 2.0, mais ces téléchargements profitent en réalité aux fournisseurs d'accès à Internet et aux fabricants de matériel informatique. Ce point nous ramène à la notion d'interdépendance des Industries Culturelles et des *Industries de la Communication* évoquée précédemment. Effectivement, l'idéologie du logiciel libre profite à ces dernières mais nuit aux Industries Culturelles, qui reposent sur le principe de la protection des œuvres de l'esprit grâce notamment aux droits d'auteur. Dans le cas de notre objet de recherche, il existe divers sites proposant aux

joueurs de télécharger des fichiers de *modding*, afin d'obtenir des *mods*³. Nous reviendrons plus précisément sur ce point plus tard dans notre analyse.

On retrouve dans chacune des communautés identifiées un réel investissement des amateurs autour d'un univers précis. Ils s'approprient un objet et le réutilisent dans des contextes différents à travers leur participation active sur Internet : "La participation, le principal concept, témoigne du droit des fans de s'engager activement dans la création et la re-circulation des matériaux culturels" (Bourdaa, 2016).

Le Sacre de l'amateur et ses activités en ligne

En ce qui concerne notre sujet, il est intéressant de s'attarder sur le sens impliqué par la pratique du jeu vidéo pour les joueurs, et plus particulièrement les joueurs amateurs. Selon Patrice Flichy dans *Le sacre de l'amateur*, il existe différentes caractéristiques de l'amateurisme.

Être amateur peut être *un élément fondateur de l'identité* d'un individu, il met en avant sa pratique hédoniste et la partage comme étant un élément de sa personnalité. L'amateurisme peut également donner lieu à de *nouvelles formes d'expertise ou d'apprentissage*. En effet, dans le cadre de notre sujet, nous avons observé la création de nouveaux modules de jeu (appelés mods) par des amateurs ayant dû développer leurs compétences en informatique pour les réaliser. On retrouve ainsi une valorisation de l'autodidactisme ainsi que la caractéristique suivante listée par Flichy : *l'expertise par en bas*. De fait, les amateurs ne sont pas initialement spécialistes du domaine dans lequel ils exercent mais le deviennent grâce à l'expérience qu'ils acquièrent. Le dernier point relevé par l'auteur est *l'engagement par intermittence*, effectivement, les amateurs produisent et créent du contenu pendant leur temps libre.

Toujours selon Flichy, il y a également différentes figures de l'amateur en fonction de divers domaines comme la culture, la presse ou la connaissance. Dans le secteur culturel, trois figures sont à retenir : celle de l'artiste amateur qui réalise et fabrique, celle du fan qui reçoit et qui produit, puis celle du prescripteur qui partage et recommande.

³ Les mods et le modding font référence à la modification par les joueurs du jeu initial afin d'ajouter ou modifier des fonctionnalités.

Ainsi, chaque amateur développe diverses pratiques présentes sur le web, que nous pouvons distinguer en trois groupes en s'appuyant sur les travaux de Franck Rebillard. En premier lieu, on retrouve les activités de création de contenus par les individus : la création de mods, la création de forums ou encore la création de vidéos sur les plateformes numériques telles que YouTube. Ensuite, on distingue les activités de contribution comme la création de contenus à partager avec les autres joueurs directement lors de l'utilisation du jeu ou la participation active à un forum de discussions. Finalement, les activités de recommandation sont employées par les individus lorsqu'ils aiment ou partagent un contenu à d'autres membres de la communauté ou à leurs pairs. Ces pratiques ne concernent pas l'ensemble des joueurs, en effet, les individus ayant une participation active restent peu nombreux par rapport au nombre total de joueurs. Néanmoins, elles sont indispensables à l'apparition de collectifs de joueurs en ligne.

Des collectifs transmédiatiques aux communautés de joueurs

Nous avons évoqué les communautés de fans à l'origine de la création de lien social entre les amateurs, ces communautés sont donc présentes dans le jeu vidéo. Le jeu est en lui-même un espace de sociabilité, mais cette sociabilité se répand ainsi en dehors de l'espace vidéoludique sur les réseaux sociaux, les forums ou encore les plateformes numériques tout en passant d'un espace à un autre. De fait, il n'est pas rare que les joueurs se retrouvent à échanger grâce à différents médias : "Les « espaces d'affinités » quels qu'ils soient permettent aux usagers tout comme aux fans, de créer un lien social qui peut s'étendre passant des communautés de pratiques aux réseaux sociaux et circulant ainsi entre usagers" (Bourdaa, 2016).

L'apparition et l'appartenance à un collectif de joueurs ont donc un intérêt social indéniable pour l'amateur qui construit une part de son identité grâce à son loisir et à la pratique qu'il en fait. Le terme de communauté comme employé dans les écrits de Mélanie Bourdaa correspond à la définition des objets de notre analyse et est lui-même utilisé par les joueurs des *Sims*, c'est pourquoi il s'agit du terme retenu pour la suite de notre recherche.

En étant inclus dans une communauté, le joueur amateur partage divers contenus et participe alors automatiquement à la définition de l'image du jeu auquel il joue. L'engagement des communautés de joueurs peut alors servir, ou desservir, les intérêts des acteurs industriels du secteur. "C'est ce potentiel promotionnel et de circulation que les

producteurs et diffuseurs de séries tentent aujourd'hui d'exploiter en enjoignant les fans à créer des contenus créatifs promotionnels, dans une injonction à collaborer" (Bourdaa, 2016). Cette "injonction à collaborer" nous fait alors remettre en question la frontière entre création amateur et stratégie industrielle favorisant la participation des amateurs.

2.3. Entre création amateur et stratégie industrielle

Notre problématique nécessite d'appréhender l'intégration des amateurs dans les stratégies marketing et promotionnelles des industries. Cette thématique confronte ainsi deux approches en SIC que sont le *web social* et le *web collaboratif*. Le Web 2.0, dont nous avons précédemment parlé, est un terme professionnel qualifiant la nouveauté du web employé par les acteurs industriels. Les deux autres terminologies sont quant à elles utilisées par les chercheurs afin d'analyser et comprendre les mécanismes engendrés par le Web 2.0.

Le web social et la reprise du pouvoir par les internautes

Dans l'approche du web social, le web 2.0 semble apparaître comme une reprise du pouvoir par les internautes. C'est l'idée que nous avons développée jusqu'ici en mettant en avant les liens sociaux et les formes de sociabilités permises par le partage et la création de contenus par les amateurs sur le web. On analyse alors la manière dont les internautes s'approprient les produits culturels. Ces phénomènes d'appropriation sont liés aux usages et aux pratiques des joueurs de jeu vidéo. Ces deux notions ont été étudiées notamment par Josiane Jouët, qui distingue l'*usage* de la *pratique* à travers l'approche scientifique de la *sociologie des usages*. L'usage est lié à un objet ou un dispositif technique (comme un ordinateur ou une console de jeu vidéo) et à son utilisation répétée. L'usage, qui implique donc une récurrence contrairement à une simple utilisation, s'articule à des pratiques. Les pratiques s'inscrivent dans la durée et relèvent d'un *habitus* (Bourdieu, 1980), elles impliquent un sens pour l'individu comme répondre à leur curiosité ou leur procurer du plaisir. Les pratiques mettent plus de temps à s'installer puis à changer, car elles font référence à toute une série de représentations sociales symboliques.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons donc constaté qu'une communauté de joueurs des *Sims* est très présente sur Internet. Cette communauté a ainsi développé des pratiques amateurs comme la création de contenus sur des forums ou des plateformes numériques, pratiques que nous analyserons plus en profondeur dans la seconde partie de ce mémoire.

Quoi qu'il en soit, cette approche pose un regard plutôt positif sur le Web 2.0, il est donc nécessaire de la confronter à une autre manière de penser.

Le web collaboratif et l'argument promotionnel de la collaboration

Le web collaboratif est un concept scientifique proposant une approche socio-économique. Pour ces chercheurs, le Web 2.0 est un construit du marché de l'industrie et la collaboration est un argument promotionnel. La figure de l'amateur ou du fan devient alors une source, voire une ressource, de valorisation symbolique et financière pour les industriels. Les industries ont alors inclus des systèmes de collaboration dans leurs modes de fonctionnement afin de s'emparer des amateurs et de fidéliser un public.

En effet, dans le cas d'Electronic Arts, l'éditeur implique les joueurs dans un processus de création dès le début du jeu car il repose lui-même sur ce principe (cf. Partie 2, 2.1). Le jeu des *Sims* est de fait une *structure participative et facilitatrice* (Thierry Maillet, 2010) : les joueurs sont libres de créer ce qu'ils souhaitent et cette création est encouragée par les éditeurs à travers la mise en place de concours par exemple. Les réalisations des amateurs sont alors utilisées pour alimenter le jeu en contenus mais également pour le promouvoir, les amateurs étant considérés comme des "*leviers de la promotion*" : c'est le cas des accès anticipés accordés aux créateurs de contenus vidéo sur YouTube avant la sortie d'une nouveauté. Thierry Maillet considère également les amateurs comme des "*leviers de la prescription et de la recommandation*", grâce à leurs pratiques de recommandation comme les "j'aime" ou les "partages" de certains contenus, qui suggèrent alors à d'autres utilisateurs d'utiliser le produit culturel.

Ainsi, "s'il est admis que le fan est une composante essentielle des industries culturelles, il y a donc tout lieu de le considérer comme un partenaire actif du circuit de production culturelle, puisqu'il en est à la fois une ressource économique et une ressource en main-d'œuvre" (Hein, 2011). En effet, les amateurs produisent des contenus de bonne qualité voire de qualité professionnelle, nécessitant des compétences techniques et une activité de création artistique. C'est pourquoi le "phénomène de récupération des activités des fans par les producteurs" décrit par Mélanie Bourdaa est déployé à des fins promotionnelles et marketing au sein de différentes filières, dont celle du jeu vidéo.

Concernant notre objet de recherche, on retrouve par exemple l'utilisation de créations amateurs afin d'alimenter les réseaux sociaux des éditeurs en contenus, comme cela a été beaucoup observé dans l'univers des séries télévisées. Mais nous avons également observé

la création de nouveaux modules de jeu par des amateurs ayant dû développer leurs compétences en informatique pour les réaliser. Dans certains cas, les idées des joueurs en elles-mêmes sont alors récupérées par l'éditeur pour être intégrées au jeu. Cela permet à l'éditeur de développer son offre sur le marché en s'appuyant sur les idées des joueurs, qu'il peut "récupérer" et intégrer dans le jeu officiel si cela correspond aux attentes d'une majorité des joueurs, considérés ici comme des consommateurs.

Partie 2

-

Une communication autour de la créativité : l'exemple d'Electronic Arts pour le jeu *Les Sims 4*

Chapitre 1. Méthodologie et objet de recherche

Avant de démarrer l'analyse de notre terrain, c'est-à-dire l'analyse des stratégies de communication de l'éditeur de jeu vidéo Electronic Arts, il est important d'expliquer la méthodologie mise en place afin d'y parvenir. Dans ce chapitre, nous détaillerons notre organisation et nos choix méthodologiques qui structurent la suite de cette recherche.

Puis nous présenterons plus en détail notre objet de recherche sélectionné pour cette étude de cas : le jeu vidéo *Les Sims*, ayant la particularité d'être une célèbre franchise mettant en avant la participation et la créativité de ses joueurs dans sa communication.

1.1.Méthodologie : Revue de presse, analyse de contenu et questionnaires

Afin de déterminer si nos hypothèses sont justes ou fausses, il est nécessaire de procéder à une analyse des stratégies de communication de l'éditeur Electronic Arts mais également à une analyse du jeu en lui-même.

Le cas des *Sims* est très parlant afin de traiter du concept de la participation des amateurs. En effet, le mode de jeu utilisé par les développeurs des *Sims* correspond aux caractéristiques du genre *sandbox*, qui n'est autre qu'un système de jeu faisant appel à la créativité des joueurs (cf. Partie 2, 2.1). Nous allons donc revenir sur l'histoire du développement du jeu et déterminer qui sont les acteurs à l'origine de son succès, mais également définir quels sont ces aspects vidéoludiques, c'est-à-dire son mode de fonctionnement et ses contraintes. Il est nécessaire d'envisager les différents aspects de notre objet de recherche de manière à comprendre les choix stratégiques de l'éditeur et leur impact sur la participation de son public.

Nous étudierons également les actions réalisées par les amateurs en lien avec la partie précédente de ce mémoire. Cela nous permettra d'identifier clairement la façon dont les communautés de joueurs se créent, grâce à quels supports et quels types d'actions.

Après avoir considéré le jeu en lui-même ainsi que les contenus générés par les utilisateurs, nous nous focaliserons sur les stratégies de communication mises en place par Electronic Arts. Pour ce faire, nous procéderons à une analyse de différents contenus représentatifs de la communication de l'éditeur. La première solution retenue est la réalisation d'une revue d'articles de presse en ligne depuis 2014, c'est-à-dire l'année où le quatrième opus du jeu

Les Sims est sorti. En effet, très peu d'articles étaient consacrés au jeu les années précédentes, ou alors ils ne consistaient simplement qu'en l'annonce de la sortie d'une nouvelle extension. Depuis 2014, le contenu des articles s'est diversifié. Cette méthode permet d'évaluer l'impact de la communication d'EA dans les médias et plus particulièrement dans les médias français, qu'il s'agisse de presse généraliste ou bien de médias spécialisés dans un secteur précis (jeux vidéo, économie, culture populaire...). Certains articles traitent de campagne de communication spécifique lancée par Electronic Arts, il est ainsi intéressant d'analyser également la communication directe de l'éditeur. EA communique à travers les réseaux sociaux numériques et crée des opérations afin d'inciter les amateurs à la participation. Nous étudierons donc ces différentes actions ayant lieu sur Instagram et Twitter. Enfin, EA déploie aussi des campagnes sur les plateformes numériques comme YouTube et à la télévision. C'est le cas notamment de la campagne "Spark'd" incluant la production d'une émission télévisée.

Ces diverses analyses de contenus vont nous permettre de dresser de premières conclusions concernant nos hypothèses, mais il est intéressant de ne se positionner non pas que du côté de l'éditeur, mais également du côté des joueurs grâce à une enquête de terrain et l'élaboration d'un questionnaire. L'objectif de ce questionnaire auprès d'amateurs du jeu *Les Sims* ayant une participation active sur un ou plusieurs supports est de confronter leurs avis et ressentis personnels face à certains apports théoriques que nous avons identifiés au préalable. Nous avons contacté plusieurs personnes via les réseaux sociaux afin de leur proposer de participer à notre recherche, quatre d'entre eux ont accepté de répondre à nos questions.

1.2. Présentation du jeu vidéo « Les Sims »

1.2.1. Les Sims : une franchise qui perdure...

Le jeu vidéo « *Les Sims* » a initialement été développé par la société américaine de création de jeux vidéo *Maxis*, elle-même appartenant depuis 1997 à la société de développement de jeu vidéo *Electronic Arts*. La franchise de jeux « *Les Sims* » débute lors de la sortie de son premier opus en 2000 et est toujours active aujourd'hui. Comme annoncé dans la première partie, on retrouve donc deux acteurs principaux à l'origine de la création de cette saga à succès : le développeur *Maxis* et l'éditeur *Electronic Arts*.



Figure 1. Logo Maxis et Electronic Arts

L'objectif du jeu est simple : créer un personnage (un Sims) et lui faire mener la vie qu'on souhaite. Les contraintes initiales sont les besoins du personnage : il faut qu'il se nourrisse, qu'il dorme, qu'il se divertisse...comme un être humain. Il faut également qu'il gagne de l'argent s'il souhaite s'acheter de nouveaux biens tels qu'une maison, un lit, une cuisine... Au premier abord, le jeu est ainsi considéré comme « une projection humoristique et décalée de la société de consommation ». Il s'agit en réalité du premier jeu vidéo de simulation de vie ayant été vendu à des millions de joueurs et joueuses : la série fait partie des jeux vidéo les plus vendus dans le monde avec 200 millions de ventes en 2016 et *Les Sims* sont considérés comme le "premier jeu multi-générationnel avec 65 % de joueuses".⁴



Figure 2. Extrait du jeu *Les Sims 4*

⁴ *Les chiffres clés de la saga Sims*, Rédaction Europe1.fr, 2009 : <https://www.europe1.fr/culture/Les-chiffres-cles-de-la-saga-des-Sims-247960>

Les Sims et son concept de simulation de vie a ainsi su séduire un large public. En effet, le jeu s'affirme auprès des joueurs comme un espace leur offrant une infinité de possibilités de créer, imaginer et recréer tout ce qu'ils souhaitent. Dans *Les Sims*, le joueur est omniscient, il n'incarne aucun personnage en soit mais peut tous les créer et les contrôler. Il n'y a pas d'obstacles à l'évolution du jeu, ni de réels risques comme dans un jeu d'aventure. Par exemple, la mort d'un personnage n'est en aucun cas un frein à l'expérience de jeu, car celle-ci est en réalité infinie.

Néanmoins, comme dans chaque jeu vidéo, l'espace est contraint. L'espace de jeu a été construit différemment en fonction des évolutions des différents opus de la saga. Par exemple, *Les Sims 2* sortis en 2004 proposait aux joueurs une amélioration des graphismes et la possibilité de créer une famille sur plusieurs générations. Les personnages du jeu pouvaient alors entretenir des relations sociales plus réalistes et être plus autonomes grâce au développement de l'intelligence artificielle. Le troisième opus, *Les Sims 3* sorti en 2009, avait quant à lui comme principale évolution le fait de permettre aux joueurs d'évoluer dans un "open world", c'est-à-dire de faire évoluer ses personnages dans une ville virtuelle où se trouve la maison des Sims, leur lieu de travail, des commerces...et de passer d'un endroit à un autre sans temps de chargement. Finalement, le dernier opus en date sorti en 2014, *Les Sims 4*, a proposé aux joueurs une amélioration au niveau des graphismes, mais également en termes de modélisation des personnages grâce à un outil "CAS" (Create a Sim ou Créer un Sim) plus évolué. Cependant, cet opus ne propose plus de monde ouvert et l'espace est alors plus contraint que précédemment.



Figure 3. Exemple d'une ville séparée en quartiers dans *Les Sims 4* : entre chaque quartier et chaque lieu un écran de chargement apparaît

La construction de l'espace n'est pas la seule modalité ludique mise en place par les développeurs du jeu. En effet, il y a dans *Les Sims* des éléments narratifs qui encadrent l'évolution des personnages créés tout au long de leur vie. Par exemple, lors de leur passage à l'âge adulte, un message s'affiche « Rêves à réaliser, retraite à préparer, crise de la quarantaine. Alors il n'y a pas de temps à perdre ! ». Cela incite alors le joueur à réaliser l'aspiration de son *Sims*, que le jeu lui a obligé de choisir en début de partie. Il y a également des évènements, comme une fête de voisinage par exemple, qui incite le joueur à réaliser les objectifs imposés afin d'avoir une récompense. En jouant, les utilisateurs sont donc amenés à avoir un comportement prévisible en suivant une ligne narrative préconçue plus au moins calquée sur celle de la vie réelle.

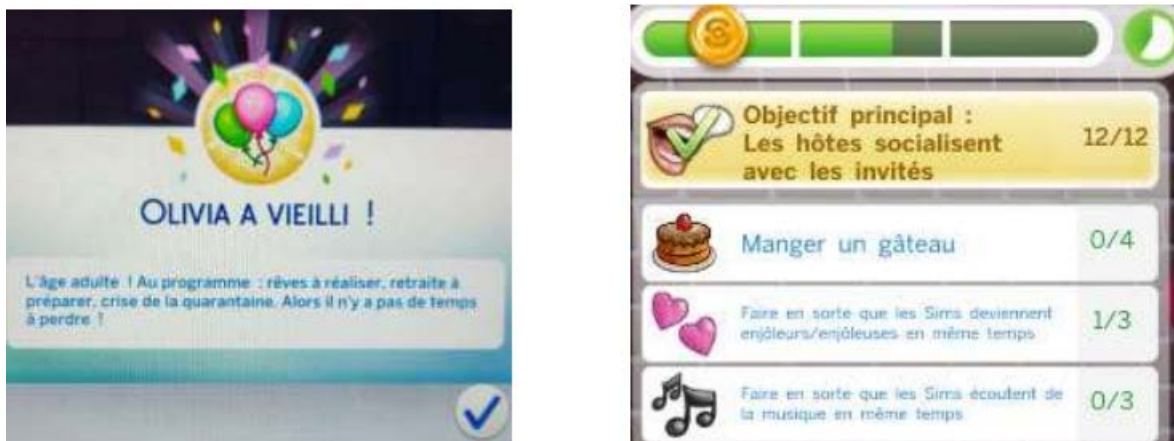


Figure 4. Exemple d'éléments narratifs dans *Les Sims 4*

En s'attardant sur les dates de sortie des différents jeux, on constate que seulement quatre éditions sont sorties en 22 ans. Il s'agit de la stratégie marketing d'Electronic Arts : l'amélioration de l'expérience de jeu repose sur les nombreux disques additionnels et "kits" vendus comme des extensions au jeu initial. *Les Sims 4* comporte au total 48 extensions, réparties en 11 packs d'extension, 10 packs de jeu, 18 kits d'objets et 9 kits ajoutant quelques modifications au gameplay⁵. Ce modèle permet d'augmenter la longévité du jeu et de susciter l'intérêt des joueurs avec des mises à jour et des nouveautés régulières. Par exemple, lors de la sortie des *Sims 4*, les joueurs ont été majoritairement déçus du nouveau jeu et ont déclaré qu'il s'agissait d'un retour un arrière par rapport à ce que proposait l'édition précédente, mais les fonctionnalités manquantes ont été peu à peu proposées aux joueurs à travers les nombreuses extensions disponibles.

⁵ Le gameplay est un terme désignant la manière de jouer à un jeu vidéo.

Grâce à sa stratégie marketing et à son concept vidéoludique offrant d'innombrables possibilités de gameplay à ses adeptes, la franchise des *Sims* est toujours en développement vingt ans après sa sortie initiale, et ce malgré l'absence de réelles innovations. Les 33 millions de joueurs peuvent-ils être à l'origine d'un tel succès ?

1.2.2. ... grâce à la créativité des joueurs ?

Le slogan du jeu est "Play with Life", ou "Jouez avec la vie" en français. Ce thème comprend donc une infinité de possibilités et laisse libre cours à l'imagination des joueurs. En effet, le jeu met à disposition différents mondes pré-définis avec des familles de Sims que les développeurs ont créées. Ces villes virtuelles sont donc laissées entre les mains des joueurs qui en font ce qu'ils veulent, dans la limite des contraintes vidéoludiques imposées. Ils peuvent créer des personnages, leurs maisons et leur faire vivre ce qu'ils souhaitent : trouver un emploi, avoir des enfants, des animaux de compagnie, voyager... Ce système a ainsi permis la création de nombreux scénarios et personnages tous très différents les uns des autres. Pour autant, les joueurs peuvent rapidement faire le tour des fonctionnalités proposées par le jeu et s'en lasser. C'est pourquoi nombreux sont ceux ayant souhaité contourner les contraintes du jeu à travers la triche ou le modding par exemple (le modding permet le développement informatique de mods, c'est-à-dire la modification par les joueurs du jeu initial afin d'ajouter ou modifier des fonctionnalités). Peu à peu, Electronic Arts a alors intégré des fonctionnalités permettant d'accentuer ces pratiques.

Le partage de créations en ligne

Premièrement, *Les Sims 4* intègre pour la première fois un système de galerie en ligne permettant aux joueurs de partager leurs créations sur le jeu. La pratique du jeu est initialement individuelle, pourtant EA a souhaité laisser la possibilité aux joueurs de s'interconnecter virtuellement.

Nous pouvons déterminer plusieurs hypothèses à cette action : tout d'abord, la volonté des éditeurs de fidéliser leur public en renforçant les liens sociaux préexistants au sein de la communauté de joueurs, et qui se sont donc développés via d'autres plateformes au préalable.

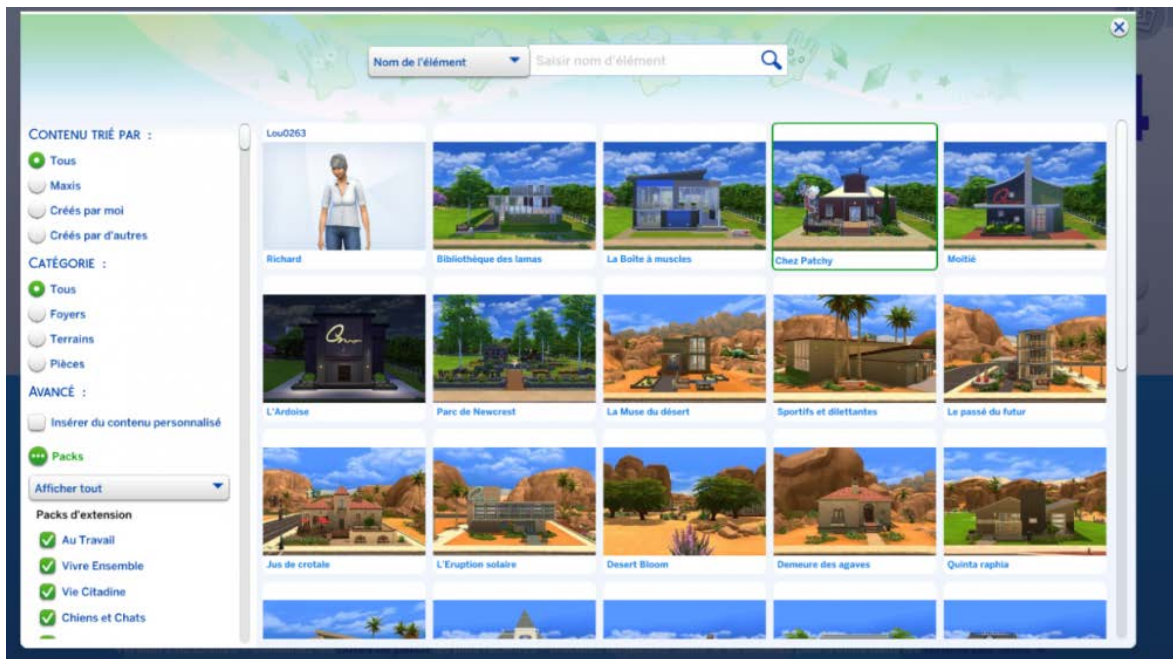


Figure 5. La Galerie en ligne des Sims 4

La galerie permet en effet un usage individuel qui est celui de récupérer les créations des autres joueurs afin de les intégrer dans son jeu, mais elle permet aussi de diffuser ses propres créations et de “liker” ou “commenter” les réalisations des autres. Ensuite, la galerie offre un large catalogue de créations aux joueurs, créations qui sont largement utilisées afin de remplacer les éléments de base créés par les développeurs. Par exemple, les maisons constituant les mondes disponibles sont souvent simples et peu recherchées. Cela incite alors les joueurs à construire de nouveaux bâtiments plus esthétiques pour les remplacer, ces “constructions” peuvent alors être ajoutées à la galerie. Cet ajout de fonctionnalité de partage permet donc une cohésion sociale au sein de la communauté des joueurs, mais permet également d’être étoffer le catalogue du jeu avec les créations des amateurs.

Les mods et les codes de triches

Electronic Arts a également implémenté une option dans le menu du jeu permettant d’activer ou non des Mods. Même si l’éditeur détourne toute responsabilité suite à leurs utilisations et incite les joueurs à la vigilance : “Veuillez noter que nous ne pré

sélectionnons pas le contenu personnalisé et que les joueurs doivent toujours faire preuve de prudence lorsqu'ils ajoutent du contenu personnalisé aux fichiers de leur jeu"⁶, il facilite grandement leur installation. Effectivement, un répertoire *Mods* est automatiquement présent dans les fichiers d'installations du jeu et EA a mis en place un guide afin d'expliquer aux joueurs comment installer du contenu personnalisé. L'éditeur consacre également une section de son forum officiel à ce sujet, ce qui facilite l'accès à la connaissance des techniques d'utilisation/d'installation de ces contenus. Cette pratique du modding est un véritable atout pour EA car elle assure la pérennité du jeu grâce à la créativité des amateurs, qui est donc fortement encouragée : "Depuis les débuts de la franchise *Les Sims*, nous avons toujours encouragé la créativité des joueurs. [...] Nous savons que beaucoup de nos fans ont repoussé encore plus loin les limites du jeu en créant avec beaucoup d'amour et d'efforts leur propre contenu personnalisé pour Les Sims : les "mods". Votre imagination sans limite est une source d'inspiration pour nous et nous ne voulons pas freiner cette passion pour la créativité." *Les Sims 4* étant sortis en 2014, on peut donc affirmer qu'il s'agit d'un des facteurs permettant la longévité de la franchise.

On note ainsi que les développeurs ont conscience que certains joueurs aiment pouvoir jouer avec leurs propres règles. C'est pourquoi ils mettent également à disposition des joueurs de nombreux codes de triches qui permettent d'évoluer beaucoup plus rapidement dans le jeu. Par exemple, si un joueur n'a pas assez d'argent pour construire la maison qu'il souhaite, il peut tricher pour obtenir la somme qu'il veut. Ces codes de triches sont également facilement trouvables sur différents forums, et sur le forum officiel : "Tricher est une partie importante du jeu. Tricher est non seulement facile, mais c'est aussi quelque chose que nous... encourageons. Alors accrochez-vous : nous allons non seulement vous expliquer comment tricher dans Les Sims 4, mais aussi vous révéler quelques-unes de nos triches préférées."

⁶ Des « mods » d'expression, Electronic Arts, 2014 : <https://www.ea.com/fr-fr/games/the-sims/the-sims-4/news/mod-mod-world>

Les Forums

Enfin, EA est donc à l'origine de la création de différents espaces de partage entre les joueurs comme des pages sur les réseaux sociaux ou des forums, comme le forum officiel "The Sims". Ces espaces de communication sont propices à la création de collectifs de joueurs ou de "communauté de fans", qui partagent alors divers contenus qu'ils ont créés et échangent leurs idées. En effet, nous avons évoqué le fait que les joueurs peuvent rapidement faire le tour des fonctionnalités du jeu. Afin de pallier l'ennui que cela peut provoquer, nombreux sont les joueurs amateurs à avoir créés des "challenges", c'est-à-dire des nouvelles manières de jouer, et à les avoir partagées aux autres membres de la communauté. Il existe par exemple le "Legacy Challenge", proposant aux joueurs de construire une famille sur dix générations ou encore le "100 baby Challenge", qui a pour objectif d'avoir cent enfants avec un unique personnage. Ces challenges sont ainsi partagés à travers des discussions sur le forum. On retrouve aussi des scénarios de jeu inventés par certains amateurs, qui peuvent alors inspirer les futures parties des autres joueurs. Par exemple, un des scénarios les plus connus est de démarrer avec une famille sans argent et de la faire devenir la plus riche possible. Ces challenges et scénarios permettent de déterminer de nouveaux objectifs de jeu. Les règles imposées n'empêchent donc pas les joueurs de s'approprier le jeu et de définir leurs propres règles malgré un espace contraint.

La franchise des *Sims* perdure ainsi en partie grâce au contenu réalisé par les amateurs. C'est pourquoi nous avons souhaité analyser plus en profondeur les stratégies de communication d'EA portant sur la participation et la production de contenus par les joueurs.

Chapitre 2. Un mode de jeu et des stratégies de communication qui incitent les joueurs à la participation et à la production de contenus

Ce chapitre met en place la méthodologie développée dans la partie précédente en analysant le mode de jeu des *Sims* et la particularité de ce genre qui repose en grande partie sur la créativité des joueurs, mais aussi en analysant les campagnes de communication de l'éditeur Electronic Arts.

2.1. Une participation inhérente au mode de jeu

Le mode de jeu “sandbox”, ou “bac à sable”, est en lui-même une incitation à la participation des joueurs car ils sont directement intégrés au modèle de production du jeu. Ce genre est défini comme étant un type de jeu vidéo “dont le gameplay est non linéaire et émergent, et qui fait principalement appel à la curiosité et à la créativité du joueur, le tout avec ou sans objectif prédéfini.”⁷ Le jeu le plus joué au monde, Minecraft, repose par exemple sur ce modèle, tout comme les *Sims*.

Leur particularité est donc de compter autant de façons de jouer que de joueurs, car chacun d'entre eux peut imaginer ce qu'il souhaite au sein de l'univers vidéoludique qui lui est proposé. L'univers proposé par EA étant la simulation de vie, énormément d'histoires ont été créées par les joueurs et certains d'entre eux ont alors souhaité les partager.

Un genre à l'origine d'une communauté de Simmers

On détermine ainsi que le genre même du jeu incite à la participation des joueurs amateurs, plus à même de désirer partager leurs créations pouvant être très divergentes de celles des autres, contrairement à un jeu d'aventure où chacun est dans l'obligation de suivre la même trame narrative imposée. Dans le cadre de notre recherche, nous avons retrouvé divers sujets sur des forums tels que *jeuxvidéo.com*, où les participants échangent des idées de scénarios à mettre en place sur le jeu, et cela dès 2004. Il s'agit alors de la naissance de la communauté de joueurs des *Sims* sur Internet, appelés les *Simmers*. Ce terme, d'abord informel, est devenu “officiel” lors de son utilisation par EA afin d'habiller un des écrans de chargement du quatrième opus. C'est pourquoi “Il faut ici insister sur la plurivocité du terme [communauté], qui renvoie en même temps aux collectifs organisés par les joueurs

⁷ Définition disponible sur *Wikipédia*

eux-mêmes et à une stratégie de développement d'un modèle d'affaires centré sur les joueurs de la part de l'entreprise" (Cocq, 2019). Le mode de jeu sandbox se prête alors parfaitement à cette stratégie axée sur l'amateurisme. Pour autant, il est nécessaire pour l'éditeur de connaître le consommateur avant de la développer, et donc d'analyser qui sont les joueurs.

Les archétypes des joueurs au sein du jeu et en dehors

Au sein même du jeu, chacun développe des pratiques différentes. On retrouve par exemple une communauté de *builders*, qui ne sont autres que les joueurs préférant passer leur temps de jeu à réaliser des constructions telles que des maisons, des appartements ou des commerces, à intégrer sur les map des mondes virtuels. On découvre alors sur YouTube de nombreuses vidéos « Challenge construction » où les *builders* tentent de réaliser la plus belle maison, ou encore de recréer des lieux culte de séries par exemple. D'autres, plus sensibles à la narration et à la création d'histoires, se concentrent sur le développement des personnages *Sims* et sur leurs relations sociales en leur créant de toute pièce une vie virtuelle : ces joueurs sont nommés les *storytellers*. Le contenu le plus répandu réalisé par ce type de joueurs est les vidéos *Let's Play* sur YouTube. Ce genre de vidéo correspond à des histoires inventées et narrées par le joueur lorsqu'il joue au jeu.



Figure 6. Exemple d'une série de *Let's Play* réalisés par la joueuse Pixia sur YouTube

Certains, les *designers*, ne jouent presque qu'uniquement à travers l'outil de modélisation de personnage "Create A Sim" et fabriquent divers personnages aux caractéristiques physiques très différentes. De ce fait, le genre du jeu est à l'origine de pratiques très

variées ainsi que de profils de joueurs très divers au sein même du jeu. Tout cela s'ajoute des pratiques amateurs de la communauté qui se développent en dehors du jeu sur les forums ou à travers le développement de mods.

En ayant connaissance de cet environnement spécifique et afin de mettre en place la stratégie de communication la plus efficace pour satisfaire ses objectifs : «L'entreprise [ici, l'éditeur] de son côté met en place des dispositifs visant à développer, mettre au travail et récompenser « la » communauté, pensée comme un réservoir de ressources à gérer. Il y a ainsi une tentative de transformer des espaces communautaires pluriels en « une » communauté, encadrée par l'entreprise et intermédiée par ses propres dispositifs» (Cocq, 2019). En effet, nous avons observé que les développeurs mettent à disposition des outils permettant aux joueurs de créer eux-mêmes du contenu : qu'il s'agisse de l'intégration de mods ou bien du partage de créations, réalisés grâce aux outils présents dans le jeu lui-même, via la *galerie*. Mais Electronic Arts met également en place des campagnes de communication incitant les joueurs de la communauté des *Sims* à la créativité.

2.2.Des campagnes de communication incitant les joueurs à la créativité

L'éditeur Electronic Arts communique grâce à différents canaux de communication comme la presse ou les réseaux sociaux numériques, mais il utilise également d'autres médias comme la télévision. Nous étudierons plus spécifiquement ces trois points, tout en gardant à l'esprit les supports évoqués auparavant comme le forum officiel du jeu vidéo contrôlé par l'éditeur ou le site web officiel Electronic Arts, qui a pour vocation de tenir informé les consommateurs des actualités concernant le jeu et de promouvoir ses nouveautés.

2.2.1. Dans la presse

Comme mentionné dans la partie méthodologie, nous avons réalisé une revue d'articles de presse en ligne (généraliste et spécialisée) depuis 2014, c'est-à-dire l'année où le quatrième opus du jeu *Les Sims* est sorti. En effet, très peu d'articles étaient consacrés au jeu les années précédentes, ou alors ils ne consistaient simplement qu'en l'annonce de la sortie d'une nouvelle extension. Depuis 2014, le contenu des articles s'est diversifié.

Sur une sélection de 20 articles parus entre 2014 et 2022, on retrouve 3 thèmes récurrents : le succès de la franchise, la participation des joueurs amateurs dans la création du contenu et les efforts d'inclusivité de la part des éditeurs.

Le thème le plus récurrent est celui concernant la participation des joueurs : il concerne 11 articles de notre corpus publiés entre 2014 et 2021. Le premier article date du lendemain de la sortie des Sims 4. Il met en avant les nombreux commentaires négatifs laissés par les amateurs de la franchise sur divers forums spécialisés dans le jeu vidéo comme Gamekult. En effet, beaucoup de fonctionnalités de l'opus précédent ne sont pas présentes dans le jeu initial et il est nécessaire d'obtenir les différents disques additionnels pour les retrouver. Les amateurs n'ont pas hésité à faire part de leur déception et le journal *Le Monde* a alors relaté l'information.

La presse en ligne met en avant la participation des amateurs de plusieurs manières. En premier lieu, on retrouve dans notre corpus un article concernant le mode de jeu sandbox, qui repose donc sur la créativité des joueurs : "*Les Sims* ont évolué dans ce sens. Ce jeu de simulation de vie, que sa popularité internationale a transformé en symbole de pop culture, n'a cessé d'apporter aux joueurs de plus en plus de liberté, de possibilités et d'outils pour en modifier le contenu. [...] Ces nouvelles opportunités apportent aux éditeurs de jeux vidéo un bénéfice non négligeable : ils peuvent augmenter la durée de vie de leurs jeux de manière exponentielle. En effet, en proposant de créer eux-mêmes leur contenu via des modèles faciles à modifier, la durée de vie d'un jeu ne dépend plus que de la créativité des utilisateurs." (Article 9 du Corpus, Annexe 1, page 62)

Ainsi, plusieurs articles partagent des créations de joueurs amateurs, notamment des constructions réalisées sur le jeu, puis dont la façon de faire a été partagée grâce à une vidéo mise en ligne sur YouTube. La communauté a alors accès au contenu final directement dans la galerie du jeu, mais aussi à une forme de tutoriel vidéo permettant de reproduire soi-même le contenu ou bien simplement de le visionner en tant que divertissement. D'autres se concentrent plus spécifiquement sur la pratique du modding qui permet aux joueurs d'enrichir le jeu initial avec leurs propres créations. Ce type d'article relaye donc les diverses pratiques des amateurs au sein du jeu et en dehors.

D'autres portent leur attention sur les actions et les discours de l'éditeur. Tiara Puglisi, *Brand Marketing Director* chez Electronic Arts, a ainsi déclaré dans un article datant de

2021 que "Nous nous appuyons sur l'idée que nous sommes les outils et que nos joueurs sont les artistes, nous leur permettons donc en tant que joueurs de créer comme ils le souhaitent et nous mettons réellement leurs créations dans le jeu" (Article 11 du Corpus, Annexe 1, page 62).

Ce discours se vérifie à travers d'autres éléments de notre corpus, notamment les articles 6 et 7, qui expliquent comment l'éditeur inclut ses joueurs dans la création du jeu en lui-même. Par exemple, en 2017, les joueurs ont pu prendre part à un sondage pour déterminer le thème de la prochaine extension du jeu. "Pour Graham [qui forme avec d'autres « *SimGuru* » une équipe de choc : employés du studio, ils sont immergés dans la communauté quotidiennement, participant activement aux forums et répondant aux fans sur Twitter.], la démarche est naturelle : *j'adore interagir avec notre communauté, alors participer à un projet où les joueurs peuvent s'investir, guider notre travail, et prendre la main sur cette licence était une idée vraiment enthousiasmante.*" (Article 6 du Corpus, Annexe 1, page 62). L'article 7, quant à lui, partage l'initiative *Play with Life* d'EA, qui a pour but de donner la parole à la communauté. En utilisant cet hashtag sur les réseaux sociaux, chacun est amené à expliquer sa manière de jouer au jeu. Enfin, EA a également lancé une campagne incluant un challenge à réaliser par les joueurs sur la plateforme TikTok.

La presse en ligne participe donc à la diffusion des campagnes de communication d'EA axées sur la participation des joueurs, et ce toujours en insistant sur la liberté de création qui leur est attribuée. Néanmoins, on constate que cette participation est tout de même encadrée par l'éditeur. En effet, en reprenant l'exemple du sondage déterminant la prochaine nouveauté du jeu, on remarque que seulement cinq choix prédéfinis ont été proposés aux amateurs, ce qui limite grandement leur potentiel créatif.

Le succès de la franchise est le second thème que l'on retrouve dans notre corpus d'articles avec 7 occurrences entre 2014 et 2021. Lors de la sortie des *Sims 4*, nombreux sont ceux à avoir salué la longévité de la série et à avoir réalisé une rétrospective de la saga. Les nouveautés, comme l'apparition du partage de création en ligne ont bien sûr été évoquées. Pour autant, malgré les éloges, les articles soulignent la faible évolution du concept du jeu au fil des années. Cette faible évolution s'explique encore une fois par le mode de jeu bac à sable sur lequel repose *Les Sims*. La priorité est ainsi d'élargir la cible de joueurs potentiels. L'un des producteurs du jeu a ainsi souligné en 2017 l'importance de développer le jeu sur différents supports : "Nous avons constaté que les nouveaux joueurs achetaient de moins

en moins de PC gaming et se consacraient essentiellement à leurs consoles. Nous allons donc chercher de nouveaux joueurs potentiels là où ils sont.” (Article 17 du Corpus, Annexe 1, page 62).

De plus, la stratégie de communication de l’éditeur s’oriente de plus en plus vers le thème de l’inclusivité. En 2020, la franchise a célébré ses 20 ans d’existence en atteignant le record des 30 millions de joueurs. Selon l’équipe de développement, cela s’explique ainsi “Lors de nos conversations avec l’équipe Les Sims, on nous a racontés comment la série a évolué grâce à l’innovation et à l’inclusion et comment elle s’est développée en tant qu’expérience communautaire.” (Article 18 du Corpus, Annexe 1, page 62).

Au sein de notre corpus, nous retrouvons 3 articles concernant ce thème de l’inclusivité, tous parus après le 20e anniversaire de la saga. En janvier 2022 Chris Bruzzo, chargé de l’inclusivité chez EA, déclare : “La création d’environnements et d’expériences inclusifs est au cœur de notre identité chez EA. Par conséquent, réfléchir à la manière dont nous pouvons rendre le jeu positif et accessible à tous fait toujours partie de notre réflexion.” Cette inclusivité concerne les individus souffrant d’un handicap (principalement visuel ou auditif), mais également les individus issus des minorités comme les membres de la communauté LGBTQIA+. En 2021 une streameuse, qui réalise donc des vidéos en direct sur une plateforme numérique, a initié une pétition en ligne afin de demander l’intégration des pronoms non-genrés au sein de l’outil de création des personnages du jeu. Cette pétition a pris une très grande ampleur et est devenue l’une des plus populaires du site *change.org* avec près de 25 000 signatures. Le 25 mai 2022, EA a ajouté cette fonctionnalité tant demandée lors d’une mise à jour du jeu. Le mariage homosexuel a aussi été au cœur d’une polémique pour l’éditeur, qui avait fait le choix de ne pas sortir son extension “Mariages” en Russie. En effet, la promotion du disque additionnel raconte l’histoire de deux femmes organisant leur mariage idéal. Afin de ne pas aller à l’encontre d’une loi législative russe “interdisant la propagande homosexuelle en Russie auprès des mineurs”, EA avait donc annoncé “que les membres de la communauté Les Sims en Russie ne pourront pas acheter ce pack de jeu.” Une vague d’indignation s’est alors fait sentir au sein de la communauté et une autre pétition a vu le jour, récoltant 10 000 signatures. EA s’est alors ravisé et a finalement sorti le pack de jeu “Mariages” en Russie, sans en changer la promotion. On constate que la communication de l’éditeur dans la presse en ligne se concentre de plus en plus sur le thème de l’inclusivité. Néanmoins, EA se retrouve dans

l'obligation de suivre cette ligne directrice s'il ne souhaite pas décevoir et potentiellement perdre certains de ses adeptes très engagés autour de cette cause.

2.2.2. A la télévision et sur les plateformes numériques

Electronic Arts a mis en place une campagne de communication, "Spark'd", consistant en la réalisation de défis par les joueurs. Ces défis sont en réalité de la création de contenus à partager sur le jeu avec les autres joueurs. Cette campagne a été portée par la réalisation d'une émission télévisée diffusée en premier lieu aux États-Unis, puis sur la plateforme YouTube. Les participants de l'émission n'étaient autres que des créateurs de contenus célèbres sur cette même plateforme.

En effet, on retrouve sur YouTube de nombreux joueurs amateurs créant du contenu autour du jeu : ils réalisent des challenges, inventent des scénarios, créent diverses constructions et en font des vidéos qu'ils diffusent sur la plateforme. De nombreux types de vidéos existent donc sur YouTube, certains créateurs se filment en train de jouer au jeu et d'autres préfèrent créer de véritables films grâce à l'interface du jeu : ce sont les *machinimas*. "Ce terme désigne un genre cinématographique et une technique de production de films qui utilise des séquences vidéo capturées à l'intérieur d'espaces virtuels en temps réel, le plus souvent dans un moteur graphique de jeu vidéo mais pas exclusivement"⁸. Toutes ces pratiques amateurs très répandues au sein de la communauté des *Simmers* ont inspiré à EA les défis Spark'd.

⁸ DES CUBES ET DES PIOCHES 2 (2015, Tarbes) Conférence sur le Machinima. *Un concept, une Histoire*

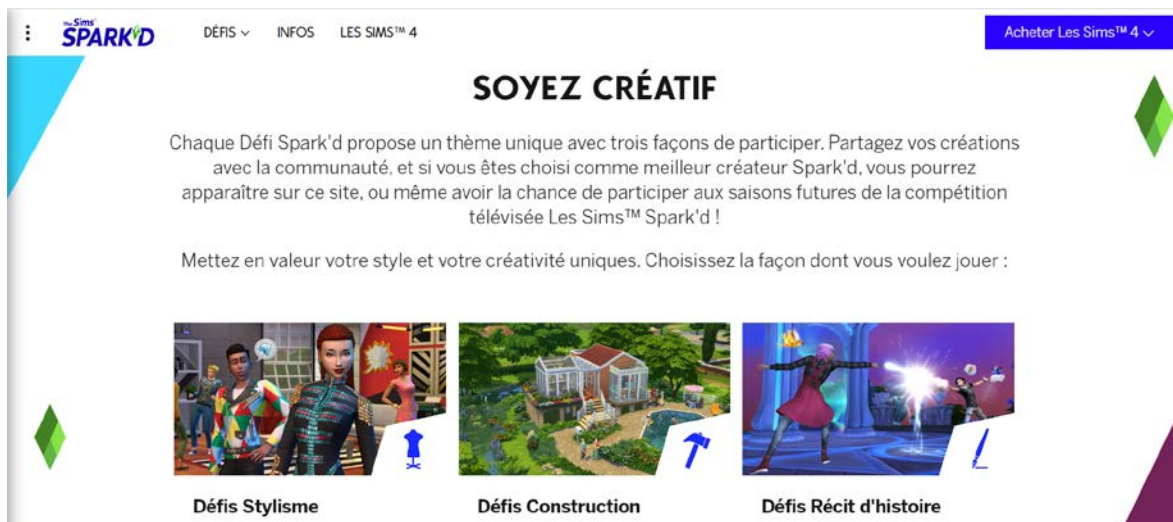


Figure 7. La page d'accueil du site dédié au défi *Spark'd*

L'éditeur propose aux joueurs trois types de défis : les défis stylisme axé sur la création d'un personnage Sims et de son style vestimentaire, les défis construction axé sur la création d'un terrain et les défis récit d'histoire axé sur l'utilisation du mode vie afin d'inventer des histoires pour les Sims. Ce sont ces défis que les créateurs participants à l'émission ont dû réaliser dans un temps limité et en équipe, avec comme promesse 100 000 dollars de récompense en cas de victoire.

2.2.3 Sur les réseaux sociaux

Sur ces réseaux sociaux dédié au jeu *Les Sims* (Twitter, Facebook, mais principalement Instagram), Electronic Arts partage des contenus concernant les actualités du jeu, mais également des contenus créés par des amateurs à travers l'utilisation d'Hashtag incitant à la participation.

Les principaux hashtags de campagnes sont tout d'abord les #ShowUsYourSims et #ShowUsYourBuilds, ayant pour objectif de mettre en avant une sélection de créations des joueurs disponibles sur le jeu.



Figure 8. Un post du compte officiel du jeu partageant le contenu réalisé par une joueuse en utilisant l'hashtag #ShowUsYourBuilds

Mais aussi le #YouMakeTheSims qui instaure une collaboration avec des créateurs de contenus qui participent donc à la création d'éléments pour le jeu. C'est le cas par exemple d'un amateur ayant développé divers contenus personnalisés. Il a finalement obtenu une reconnaissance de la part de l'éditeur qui a dédié une publication à ses créations. Le terme collaboration est employé par l'éditeur mais en réalité l'entièreté des créations ont été réalisées par le joueur amateur.

Les contenus réalisés par les amateurs permettent ainsi d'alimenter les comptes officiels du jeu, tout en faisant la promotion du jeu en lui-même en montrant ce qui est disponible pour les joueurs dans la galerie, afin qu'ils puissent améliorer leur expérience personnelle de jeu.



Figure 9. Un post du compte officiel du jeu partageant le contenu personnalisé d'un joueur grâce à l'hashtag #YouMakeTheSims

De plus, comme nous l'avons remarqué dans notre revue de presse, une communauté de *SimGuru*, qui ne sont autres que des employés du studio Maxis, est présente afin d'animer la communauté et de répondre aux questionnements des fans principalement sur Twitter.



Figure 10. Le profil d'un *SimGuru*, producteur du jeu *Les Sims*

Cette communauté de modérateurs est donc un point d'entrée accessible aux joueurs afin de faire remonter leurs requêtes directement à l'éditeur. Du côté d'EA, cela lui permet d'obtenir des analyses constantes de ce que souhaitent les fans du jeu afin d'orienter au mieux ses stratégies de développement mais aussi de communication.

Chapitre 3. Résultats. L'amateur, entre liberté de création et construit de l'industrie

Ce dernier chapitre présente une synthèse de notre développement en confrontant deux positionnements théoriques à notre analyse, mais également aux commentaires que nous avons recueillis de la part des quatre amateurs ayant accepté de répondre à notre questionnaire (Annexe 2 à 5 page 65 à 84). Le premier positionnement envisage la participation des amateurs comme un élément stratégique encadré et à l'initiative de l'éditeur. Le second nuance le premier en rappelant la position des amateurs en tant que public actif, mais aussi les contraintes auxquelles se confronte le jeu vidéo du fait de son statut de filière des Industries Culturelles.

3.1. Une participation encadrée et à l'initiative de l'éditeur

Les joueurs, des acteurs de production de la filière

La stratégie de communication d'Electronic Arts est mise en place afin de répondre à ses objectifs promotionnels et économiques, elle est donc encadrée par l'éditeur. Ce dernier a fait le choix de placer le joueur amateur et la "communauté de fans" au centre de ses discours afin de créer une communauté unie, celle des *Simmers*. Cette stratégie lui permet alors de réaliser une *conversion en capital communautaire* (Cocq, 2019), qui transforme ainsi les joueurs en acteurs de production du jeu vidéo directement liés à la création de profit pour l'entreprise. "En intégrant des joueurs dans le développement, l'entreprise cherche d'abord à construire un monde partagé avec les joueurs et encadré par elle. L'objet du travail de l'entreprise n'est plus tant le développement d'un jeu que le développement d'un contexte d'interaction entre les joueurs dont elle pourra tirer profit. La construction communautaire vise dans ce cadre plusieurs objectifs : attirer l'attention des joueurs, la retenir et la convertir en valeur marchande, typique d'une économie de l'attention [Boullier, 2009]" (Cocq, 2019).

Les quatre personnes que nous avons interrogées confirment avoir l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs et avoir créé des liens sociaux avec d'autres joueurs via le jeu, les réseaux sociaux ou des plateformes numériques comme YouTube ou Discord. Néanmoins, aucun d'entre eux n'est actif sur des forums, même si deux sur quatre disent les consulter parfois, notamment pour trouver des codes de triche. L'une d'entre elle indique que l'éditeur lui-même participe à cette impression d'appartenance : "Oui

complètement parce que je trouve que les sims sont très “rassembleurs” dans le sens où ils parlent souvent de communauté eux-mêmes”. Selon eux, la présence d’une communauté leur permet effectivement de continuer à jouer et d’éviter l’ennui grâce aux idées de challenges ou de scénarios des autres membres, grâce au fait de jouer à plusieurs via des serveurs ou encore grâce à la possibilité de s’associer afin de réaliser des “collaborations”. Les collaborations sont l’ensemble des créations de contenus personnalisés réalisés par plusieurs amateurs qu’ils mettent en commun afin de les rendre accessibles au plus grand nombre. Récemment, l’une des personnes questionnées a par exemple participé à la refonte d’une des cartes virtuelles disponibles dans le jeu dans le cadre d’une collaboration entre amateurs. Parfois, ces éléments personnalisés sont donc repris par les développeurs et intégrés au jeu officiel.

Les amateurs estiment alors que la présence d’une communauté participe au développement de leurs pratiques, tout comme les éléments de partage mis à disposition par les développeurs comme la galerie ou les défis *Spark’d*. Chacun d’entre eux a mis en avant l’importance de la galerie et du partage des créations dans leur pratique du jeu : “La galerie [...] je trouve que ça rapproche. Ça donne un autre but, le but aussi que nos créations puissent plaire”, mais aussi concernant la construction de la communauté : “Le fait de savoir que nos propres constructions soient téléchargées et commentées enrichit ce sentiment d’appartenance à une communauté, sans même forcément être sur les réseaux sociaux.” Concernant les réseaux sociaux, deux des personnes questionnées interagissent avec les comptes officiels EA et utilisent les hashtags mis à disposition en espérant que leur création soit diffusée, une autre ne s’y intéresse pas. Enfin, la dernière préfère utiliser d’autres hashtags moins connus et plus spécifiques à la communauté afin de gagner en visibilité auprès des personnes qu’il juge réellement intéressées par ses créations.

La communauté de fans est donc bien présente en dehors du jeu mais également en son sein, et ce principalement grâce aux diverses fonctionnalités instaurées par les développeurs directement dans le jeu, mais aussi grâce aux différentes campagnes de communication d’EA. De plus, cette communauté permet en effet aux joueurs de développer leurs pratiques amateurs en termes de créations de contenus, que ce soit directement sur le jeu ou sur d’autres plateformes. Nous pouvons donc confirmer que les joueurs amateurs ont un rôle dans la production du jeu vidéo.

La frontière du digital labor

Les joueurs amateurs créent donc de nombreux contenus sur le jeu, mais aussi en dehors. Les amateurs avec qui nous sommes entretenus sont par exemple tous des créateurs de vidéos sur YouTube. Ils possèdent également chacun un compte Instagram où ils publient leurs créations réalisées sur le jeu. L'un d'entre eux développe également divers contenus personnalisés grâce à ses compétences en modélisation 3D, comme des accessoires à intégrer au sein du jeu par exemple. Toutes ces créations permettent donc d'alimenter le jeu en contenu, mais aussi d'alimenter les réseaux sociaux d'EA lorsqu'ils utilisent les hashtags officiels. De plus, les vidéos YouTube participent à la promotion du jeu en général, ainsi qu'à celle des nouveaux disques additionnels lorsqu'ils sortent : en effet, tous les participants affirment acheter systématiquement chaque nouveauté.

Un autre type de création développé par les amateurs et utilisé par l'ensemble de nos interviewés retient notre attention depuis le début de cette recherche, il s'agit des mods. Tous les créateurs nous ayant répondu estiment qu'ils apportent une plus-value au jeu initial et que leurs installations sont facilitées grâce aux développeurs : “ J'utilise des mods et je trouve qu'ils sont essentiels pour pouvoir avoir une meilleure expérience de jeu ”, “Je ne peux pas jouer sans ! Ils apportent vraiment un plus pour la construction”. Le modding nécessite des compétences assez développées en informatique afin de modifier le code source du jeu et ajouter des fonctionnalités inédites au jeu de base. Cette pratique profite indirectement à l'éditeur qui en facilite donc l'accès. Pour autant, les amateurs réalisant ces mods n'obtiennent aucune contrepartie financière, ce qui pousse la réflexion autour des questionnements concernant le digital labor.

Le digital labor est un courant initié par Casilli et Cardon en 2015. Il se caractérise par la marchandisation de la production des usagers qui créent de la valeur, par une mise en ordre qui pousse au travail avec des injonctions comme les notifications et par une mesure de l'activité et de la performance via des métriques. De fait, le regard que l'on pose sur le Web 2.0 change et Internet est désormais considéré comme un espace de travail organisé de main d'œuvre gratuite, mise en place sur le web sous couvert d'une étiquette de participation active et d'envie de collaboration de la part des amateurs. Le digital labor s'applique tout à fait à la plateforme YouTube qui incite en effet les créateurs de contenus à la production via des notifications, mais aussi à travers l'utilisation de métriques,

notamment de statistiques de leurs nombres de vues et d'abonnés par exemple. Les créateurs réalisent donc un travail au profit de la plateforme en échange d'une faible rémunération, voire d'aucune contrepartie. Ce système profite ainsi à YouTube, mais également à Electronic Arts lorsque du contenu est créé grâce et autour de son jeu.

Trois personnes questionnées sur quatre estiment effectuer un travail en réalisant des vidéos sur YouTube, même s'il s'agit d'une pratique initialement de loisir, le temps passé à la création et à son partage est important : "Quand on fait un let's play [...] j'ai réfléchi pendant très longtemps, j'ai écrit une trame, j'ai mis des idées, j'ai réparti en épisode, j'ai regardé le sens si c'est plus logique... Écrire une saison ça me prend plus d'une journée !" Pour autant, certains dissocient la pratique en amateur de la pratique personnelle : "Donc non je n'ai pas l'impression de fournir un travail [dans mes parties personnelles] mais j'ai l'impression de fournir quelque chose quand même, c'est pas un travail mais c'est comme, je saurais pas mettre d'adjectifs dessus mais je fabrique quelque chose, je crée quelque chose."

On peut alors se questionner sur la considération des pratiques amateurs en tant que travail mais aussi sur les limites entre créations d'amateurs et créations de professionnels du secteur au sein de la filière des industries culturelles.

Les limites entre amateurs et professionnels

Les amateurs participant à des collaborations et partenariats avec l'éditeur sont en réalité devenus des professionnels du secteur audiovisuel. Les contenus réalisés par les autres amateurs sont alors utilisés à des fins promotionnelles sans compensation financière, ce qui nous ramène à la notion de digital labor, indiquant que les amateurs sont effectivement utilisés par les industriels afin de satisfaire leurs objectifs. Même si la plupart des amateurs ont acquis des compétences dans les domaines de l'audiovisuel et du montage vidéo en publiant des créations sur YouTube, ces derniers ne font pas partie des acteurs classiques de la filière. La terminologie même du terme amateur est un discours construit par le marché et l'industrie pour mettre en avant les internautes. Les plateformes telles que YouTube s'attellent à réaffirmer cette césure à travers des tutoriels à destination des amateurs par exemple.

Néanmoins, on constate donc que certains amateurs considèrent leur loisir comme un travail, l'une d'entre eux exprime : "Je suis obligée d'être constamment sur youtube donc de 8h à 12h et de 14h à 18h à peu près. Donc voilà pourquoi je considère ça comme un travail, parce que je le traite aussi moi-même comme un travail". Pierre-Yves Hurel évoque le passage *d'amateur-joueur* à *amateur-créditeur* dans son étude et notamment la volonté de certains amateurs de "sortir de la sphère ludique" afin de devenir des acteurs professionnels du secteur : "Ceux-là agissent alors en suivant leur représentation de ce qu'un professionnel devrait faire : analyser le marché, trouver une niche, réaliser le jeu [ou bien le mods, la vidéo de divertissement, le machinima...], intervenir sur les communautés dans le but de créer une émulation autour de leurs créations, essayer de penser autant au jeu qu'à la façon de le vendre. Ils semblent se détacher de la sphère ludique à proprement parler : ils s'organisent là où d'autres improvisent, et la productivité de l'activité prime sur le plaisir." Malgré l'implication de cette créatrice de contenu citée plus haut, cette dernière n'a à ce jour reçu aucune reconnaissance symbolique ou financière de la part de l'éditeur. Pourtant, elle participe à la promotion du jeu sur les réseaux sociaux et la plateforme YouTube tout en fournissant du contenu au jeu.

Enfin, la présence de la communauté des *SimGuru* rappelle indirectement que les amateurs ne peuvent agir sans l'intermédiaire de professionnels du secteur : "Les Gurus sont toujours très actifs sur Twitter, même si on ne voit pas de grands changements, on a l'impression d'être soutenus par les développeurs !" La limite entre amateurs et professionnels est donc bien affirmée par Electronic Arts.

3.2. Un éditeur dépendant des usagers-contributeurs ?

Les stratégies de communication mises en place par l'éditeur n'échappent pas aux contraintes des Industries Culturelles, notamment à la valeur d'usage aléatoire et à l'incertitude concernant le succès du produit culturel qu'est le jeu vidéo. En dépit des stratégies de sérialisation d'EA afin de contourner du mieux possible l'incertitude, l'éditeur a fait face à de nombreux retours négatifs concernant le quatrième opus de la franchise.

En effet, de plus en plus d'amateurs font part de leurs avis critiques concernant le jeu. Nous avons relevé dans notre revue de presse le mauvais démarrage des Sims 4 à la sortie du jeu en 2014. Aujourd'hui encore, de nombreuses critiques se font sentir au sein de la communauté concernant le manque de fonctionnalité comparé aux Sims 3 : "Les Sims 3

proposait un monde ouvert, dans les Sims 4 on se retrouve avec des chargements à chaque fois qu'on change de terrain.”, “Je trouve que la partie gameplay fait trop mécanique, une fois qu'on a fait un certain type d'histoire ou de challenge avec nos sims, on n'a pas forcément envie de recommencer puisqu'on sait que ce sera plus ou moins la même chose.” Ce manque de nouveauté pertinente fait écho à la théorie de l'École de Francfort qui dénonce une culture de l'art excluant toute nouveauté.

Un autre reproche régulier fait à l'éditeur est le fait que malgré tout ce qui est mis en place (principalement les sondages), les joueurs ne sont pas réellement écoutés et les disques additionnels ne correspondent pas à leurs attentes : “Ils écoutent quand même assez la communauté même si des fois c'est un peu de la fausse écoute [...] dans le sens où des fois on a l'impression d'être entendu puis au final ils font l'inverse [...] comme par exemple quand ils ont sorti le pack Star Wars et tout de base bah voilà on était pas forcément pour ça, on mettait plus d'autres priorités”. Cela amène donc la concurrence à se développer dans le secteur des jeux de simulation de vie.

Le jeu indépendant de simulation de vie *Paralives* est en cours de développement depuis 3 ans maintenant et se veut devenir le principal concurrent des *Sims* en palliant le manque de fonctionnalités soulevé par les joueurs. *Paralives* permettra donc de créer ses personnages, sa maison et de les faire évoluer dans un monde ouvert. Le développeur du jeu, qui n'est autre qu'un ancien joueur des Sims, promet également une co-création du jeu avec ses joueurs et très peu de disques additionnels : contrairement au modèle d'EA, il ne sera pas nécessaire de déboursier de l'argent pour plus de fonctionnalités car le jeu se veut être initialement complet. Le développement s'effectue donc avec la participation des futurs joueurs via la plateforme de financement participatif *Patreon*. L'auteur d'un article sur le sujet souligne : “Patreon leur permet également de faire participer la communauté du jeu à son développement, via des sondages, ou sur Discord. On comprend mieux pourquoi l'équipe des Sims fait désormais beaucoup plus participer sa communauté au développement du jeu, notamment avec le kit d'objets communautaire Tricot de pro – commenceraient-ils à se remettre en question face à cette sérieuse concurrence ?”⁹ Effectivement, il s'agit du premier jeu faisant réellement compétition au principe des *Sims*.

⁹ Article *Découvrez Paralives, ce jeu très prometteur inspiré des Sims*, 2020 : <https://urlz.fr/iuvy>

Ainsi, même si la stratégie de l'éditeur se concentre sur la participation des amateurs et la création volontaire d'une communauté active de fans, EA est dans l'obligation de prendre en compte les revendications de ses consommateurs afin de les fidéliser. Ce fut le cas lors des pétitions dont nous avons parlé dans la partie précédente, les amateurs ont l'impression d'appartenir à une communauté de fans capable d'impacter les évolutions du jeu : "Ah ça oui ! L'exemple parfait du pack My Wedding Stories qui ne devait pas être vendu en Russie et avec la pression de la communauté ils ont changé d'avis !". Cette communauté possède en effet cette capacité car, même si la stratégie de l'éditeur est de l'entretenir, son existence précède les diverses stratégies de communication de l'éditeur.

Enfin, en dépit de la mise en place de stratégies, l'éditeur est automatiquement dépendant de ses usagers-contributeurs. Effectivement, ils sont avant tout des consommateurs avec des attentes précises : "Les utilisateurs, comme j'utilise le terme, sont des entreprises ou des consommateurs individuels qui s'attendent à bénéficier de l'utilisation d'un produit ou d'un service. En revanche, les fabricants s'attendent à tirer profit de la vente d'un produit ou d'un service" (von Hippel, 2005). Il est donc évidemment nécessaire de satisfaire le joueur amateur en tant que consommateur. Néanmoins, ce statut ne permet pas uniquement à l'éditeur de tirer des profits du joueur. Les utilisateurs sont en effet les plus à même de permettre des formes d'innovations par l'usage indispensables à l'évolution de la franchise. Le phénomène d'*innovation par l'usage* défini par Eric von Hippel met en avant le fait que les innovations ont pour origine les usagers et non les producteurs, et principalement les premiers utilisateurs d'un produit, les "*utilisateurs d'avant-garde*". C'est en expérimentant le produit que l'utilisateur détermine la meilleure manière de l'utiliser selon ses besoins.

Dans le cadre du jeu, c'est en jouant que l'amateur détermine ce qui lui manque afin d'améliorer sa pratique. C'est dans ce contexte et pour améliorer son expérience de jeu personnelle que les amateurs sont amenés à créer ou utiliser des contenus personnalisés : "J'adore toucher à tout ce qui est 3D et modding et ça me permet d'ajouter des choses que j'aime vraiment par exemple [...] du coup je partage pour que ceux qui aiment aussi puissent s'en servir !" Lorsqu'un mod ou un contenu est utilisé par une grande majorité de joueurs, cela permet à l'éditeur de savoir ce qu'il est nécessaire de rajouter au jeu. Par exemple, c'est de cette façon qu'une plus grande palette de couleurs de peau a été ajoutée à l'outil de création de personnages du jeu par les développeurs, suite au grand succès d'un contenu personnalisé réalisé par une joueuse. Lors de l'annonce de la sortie de cette nouveauté, l'éditeur remercie les créateurs pour leurs retours permettant d'améliorer le jeu.

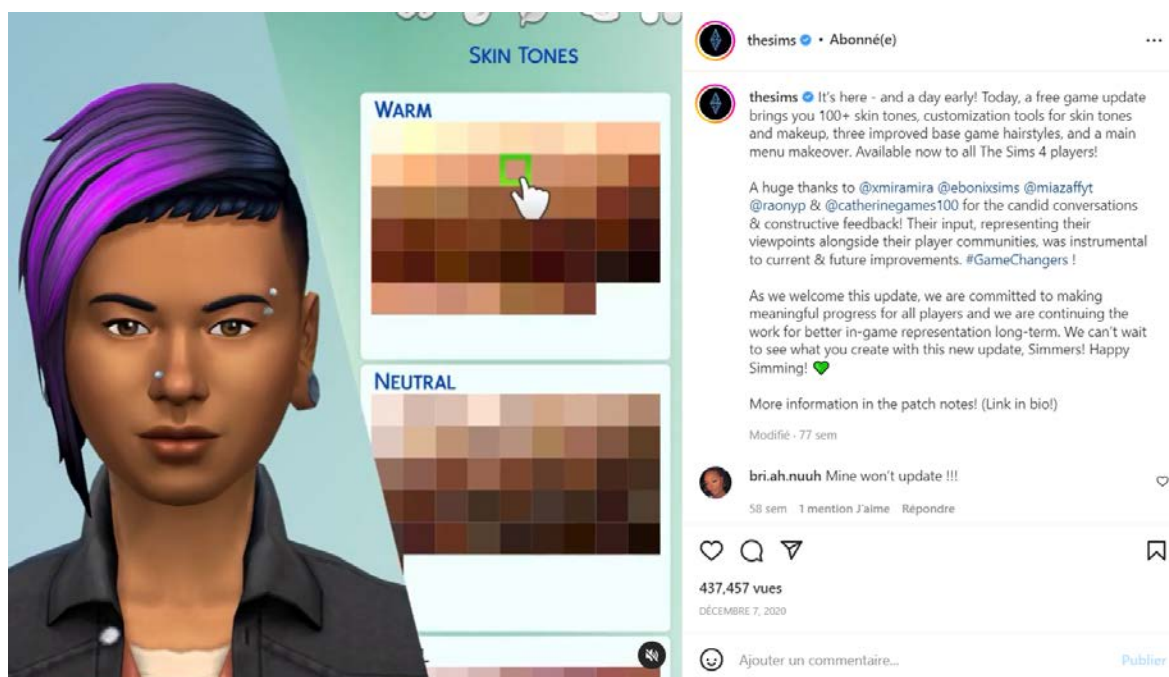


Figure 11. La publication officielle annonçant la nouveauté sur Instagram

Enfin, le joueur amateur est avant tout un consommateur dont les attentes doivent être satisfaites par l'éditeur afin que celui-ci puisse fidéliser son public et faire face à la concurrence. Néanmoins, dans le cas des *Sims*, du haut de ses 22 ans d'existence, la franchise est devenue une référence du genre ayant su rendre ses adeptes captifs de ses mécaniques de jeu. L'une des personnes questionnées se sent même captive des mécaniques du dernier opus et se sent, à ce jour, réticente à l'achat du prochain jeu *Les Sims 5* : "Il faudra que je m'y mette aussi même si ça me fait un petit peu peur parce que j'ai peur de réapprendre tout ça. Parce que bon *Les Sims 4* je les ai quand même bien en main et j'ai peur de pas réussir tout de suite à avoir *Les Sims 5* en main, mais donc oui je l'achèterai dès sa sortie forcément." Une autre pense également se procurer le prochain jeu mais pour autant ne pas délaisser l'ancien : "Oui [je l'achèterai] ! Même si je continuerai probablement à jouer aux *Sims 4* pendant un moment !" Au vu de ces réponses, il est difficile d'imaginer que l'apparition d'un nouveau jeu ait une réelle incidence sur les ventes des *Sims*. De plus, malgré les critiques que les joueurs peuvent faire, ces derniers continuent à développer leurs pratiques et à créer du contenu autour du jeu.

Conclusion

En cherchant à répondre à notre problématique *Comment les stratégies de communication des éditeurs de jeux vidéo favorisant la participation des amateurs permettent de fidéliser un public ?* Nous avons en premier lieu confirmé l'existence du jeu vidéo en tant qu'Industrie Culturelle sujette à des rapports de force et contraint à des logiques de fonctionnement spécifique de ces filières. La filière du jeu vidéo s'organise donc autour de trois acteurs principaux : les studios de développement, les éditeurs et les consoliers.

Le jeu vidéo étant intimement lié au numérique, nous avons été amenés à nous questionner sur le modèle du Web 2.0 et sur les problématiques de recherche autour de la notion de participation. De plus, nous avons envisagé la notion de la figure de l'amateur. Les amateurs constituent un public actif des Industries Culturelles et forment des communautés ayant plusieurs fonctions. Les communautés de fans de jeu vidéo permettent aux amateurs de combler certains intérêts sociaux en communiquant avec d'autres individus, mais aussi de s'épanouir dans une pratique de loisir qu'est la création de contenus au sein et en dehors du jeu. Les joueurs amateurs des *Sims* développent donc plusieurs pratiques comme la création de vidéos sur les plateformes numériques comme YouTube, la création de publications sur les réseaux sociaux numériques comme Instagram et Twitter et la création de contenus personnalisés et de mods à intégrer au jeu. Ces créations amateurs ont un potentiel promotionnel non négligeable pour l'éditeur du jeu Electronic Arts, c'est pourquoi nous avons développé la notion de web collaboratif et admis que les joueurs amateurs sont des acteurs de la production à part entière au sein de la filière.

Nous avons par la suite étudié les stratégies de communication de l'éditeur. Celles-ci se concentrent principalement sur la participation des joueurs amateurs. Le choix de cette stratégie apparaît comme une évidence au vu du mode de jeu bac à sable lui-même basé sur la créativité des joueurs. L'analyse de nos résultats suite à l'observation des différentes campagnes de communication sélectionnées nous permet de répondre à nos hypothèses.

La première hypothèse *“Les éditeurs de jeu valorisent la participation des amateurs à travers leurs campagnes de communication afin d'atteindre leurs objectifs promotionnels”* est ainsi confirmée. Toutes les campagnes de communication d'EA vont dans ce sens, l'éditeur emploie lui-même le terme de communauté et de *Simmers* afin de s'adresser aux

joueurs. Depuis deux ans, les campagnes intègrent la notion d'inclusivité et le jeu développe des nouveautés permettant aux joueurs issus des minorités de se sentir représentés au sein du jeu. Le quatrième opus de la franchise intègre également des outils permettant d'accentuer le partage et l'utilisation de contenus amateurs. Valoriser la participation des amateurs permet d'influencer les joueurs à réaliser du contenu sur diverses plateformes. Cela participe grandement à la promotion du jeu sur Internet sans qu'il soit nécessaire pour l'éditeur de fournir une rémunération en échange.

La seconde hypothèse "*Les éditeurs de jeu participent à la création de collectif de joueurs sur le web afin de fidéliser leur public*" est également confirmée, même si elle reste à nuancer. En effet, l'existence de collectif de joueurs précède la mise en place des stratégies de communication autour de la participation des amateurs. Néanmoins, en faisant le choix de placer les joueurs amateurs au centre de ses discours de communication, l'éditeur participe à la création d'une communauté officielle et unie sur des plateformes qu'il a lui-même construites, comme le forum officiel ou les réseaux sociaux numériques d'Electronic Arts consacrés aux *Sims*. Il est alors à même de répondre à l'enjeu majeur qu'est la création de son audience en tant que filière des Industries Culturelles. Concernant la fidélisation du public, nous pouvons confirmer que les amateurs sont fidèles au jeu en grande partie grâce à la présence de la communauté de joueurs en ligne et hors ligne, mais ils ne l'ont pas nécessairement rejointe à travers les canaux utilisés par l'éditeur.

La dernière hypothèse "*Les éditeurs utilisent les amateurs comme des ressources grâce aux contenus qu'ils produisent*" se confirme également. Nous avons observé le *phénomène de récupération des activités des fans* par l'éditeur pendant notre analyse. Les développeurs peuvent intégrer officiellement au jeu des contenus initialement réalisés par les amateurs, que ces derniers ont créés de manière à répondre à leurs besoins personnels sur le modèle de *l'innovation par l'usage*. L'éditeur met également en place des collaborations avec certains créateurs de contenus afin d'utiliser leurs créations, et ce, sans rémunération financière mais simplement symbolique à travers une annonce sur ses réseaux sociaux officiels. Les contenus produits par les joueurs au sein même du jeu sont également une ressource très importante pour les éditeurs, car ils assurent la pérennité du jeu.

Finalement, cette recherche concernant les stratégies de communication d'un éditeur de jeu vidéo nous a permis d'identifier de nombreux phénomènes au sein d'une communauté spécifique, qui est celle des joueurs du jeu vidéo *Les Sims*. Nous avons parlé de diverses pratiques amateurs, mais nous ne nous sommes pas focalisés sur l'une d'entre elles. Par la suite, il serait intéressant d'envisager cette recherche en se positionnant du côté des amateurs de manière à approfondir notre connaissance autour de leurs motivations personnelles qui les pousse à produire du contenu.

Bibliographie

- Belaval, Pierre. « Une présentation : La dialectique de la raison de Max Horkheimer & Theodor Adorno ». *Germanica*, n° 8, décembre 1990, p. 195-202.
journals.openedition.org, <https://doi.org/10.4000/germanica.2446>.
- Benghozi, Pierre-Jean. « Les communautés virtuelles : structuration sociale ou outil de gestion ? » : *Entreprises et histoire*, vol. n° 43, n° 2, juin 2006, p. 67-81. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.3917/eh.043.0067>.
- Bilan 2020 du CNC*. Centre national du cinéma et de l'image animée, 2021.
- Bourdaa, Mélanie. « La promotion par les créations des fans ». *Raisons politiques*, vol. 62, n° 2, juin 2016, p. 101-13. *www.cairn.info*, <https://www.cairn.info/revue-raisons-politiques-2016-2-page-101.htm>.
- Bourdieu, Pierre. *Le sens pratique*. Editions de Minuit : Maison des sciences de l'homme, 2005. *Open WorldCat*, <http://banq.prenumerique.ca/accueil/isbn/9782707338433>.
- Cardon, Dominique, et Antonio A. Casilli. *Qu'est-ce que le digital labor ?* INA, 2015.
- Certeau, Michel de, et al. *L'Invention du quotidien*. Union générale d'éditions, 1980.
- Chantepie, Philippe, et Alain Le Diberder. *Révolution numérique et industries culturelles*. Nouvelle éd, la Découverte, 2010.
- Cléach, Olivier. « Dominique Cardon, Antonio A. Casilli, Qu'est-ce que le digital labor ? » *Lectures*, novembre 2015. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.4000/lectures.19584>.
- Cocq, Mathieu. « L'organisation et l'exploitation du travail des joueurs ». *Reseaux*, vol. 213, n° 1, mars 2019, p. 111-37. *www.cairn.info*, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-1-page-111.htm>.
- Flichy, Patrice. *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Seuil, 2010.

- Gensollen, Michel. « Les communautés en ligne : échanges de fichiers, partage d'expériences et participation visuelle ». *Esprit*, vol. Mai, n° 5, 2006, p. 179. *DOI.org* (*Crossref*), <https://doi.org/10.3917/espri.0605.0179>.
- Gras, Alain. *Les Macro-systèmes techniques*. Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 1997.
- Hein, Fabien. « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué ». *Sociologie du travail*, vol. 53, n° 1, mars 2011, p. 37-51. *DOI.org* (*Crossref*), <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>.
- Hurel, Pierre-Yves. « Créer des jeux vidéo en amateur ». *Reseaux*, vol. 224, n° 6, décembre 2020, p. 143-67. *www.cairn.info*, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2020-6-page-143.htm>.
- Hurel, Pierre-Yves. « Le passage du jeu à la création : le cas du jeu vidéo amateur ». *Sciences du jeu*, n° 7, février 2017. *journals.openedition.org*, <https://doi.org/10.4000/sdj.766>.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. 1. publ. in paperback 2008, Updated with a new afterword [Repr.], New York University Press, 20.
- Jouët, Josiane. « Résumé ». *Reseaux*, vol. 100, n° 2, 2000, p. 487-521. *www.cairn.info*, <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2000-2-page-487.htm>.
- « Le jeu vidéo, un bien culturel ? » *La Revue des Médias*, <http://larevuedesmedias.ina.fr/le-jeu-video-un-bien-culturel>. Consulté le 7 juin 2022.
- Maillet, Thierry. *L'amateur et le producteur : une proposition de graduation de leur relation*. 2010.

- Miège, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Nouvelle éd. entièrement refondue et Augmentée, Presses universitaires de Grenoble, 2017.
- Miège, Bernard. « The Political Economy of Communication ». *Hermès, La Revue*, vol. 38, n° 1, 2004, p. 46-54. www.cairn.info, <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-46.htm>.
- Perticoz, Lucien. « Resumen ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 121, n° 1, 2011, p. 125-42. www.cairn.info, <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2011-1-page-125.htm>.
- Pronovost, Gilles. « Philippe BOUQUILLON, Bernard MIÈGE et Pierre MOEGLIN (2013), L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles : Grenoble, Presses universitaires de Grenoble ». *Communication*, n° Vol. 32/2, décembre 2013. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.4000/communication.4971>.
- Rebillard, Franck. *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*. l'Harmattan, 2007.
- Van Cranenbroeck, Marie. « Philippe BOUQUILLION et Jacob T. MATTHEWS (2010), Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication : Grenoble, Presses universitaires de Grenoble ». *Communication*, n° Vol. 30/1, février 2012. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.4000/communication.3037>.
- von Hippel, Eric. « Democratizing Innovation: The Evolving Phenomenon of User Innovation ». *Journal Für Betriebswirtschaft*, vol. 55, n° 1, mars 2005, p. 63-78. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1007/s11301-004-0002-8>.

Vovou, Ioanna. « Henry Jenkins, La Culture de la convergence. Des médias au transmédia

». *Questions de communication*, vol. 28, n° 2, 2015, p. 363-64. www.cairn.info,

<https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2015-2-page-363.htm>.

Table des annexes

Annexe 1 Revue de Presse	63
Annexe 2 Questionnaire 1	66
Annexe 3 Questionnaire 2	74
Annexe 4 Questionnaire 3	79
Annexe 5 Questionnaire 4	85

Annexe 1 Revue de Presse

Numéro	Thème	Date	Titre	Chapeau	Auteur	Revue	Note	Lien
						Site spécialisé, presse généraliste, communication Electronic Arts, Autre		
1	Inclusivité	21/10/2021	LES SIMS 4 : CETTE PÉTITION POUR PLUS D'INCLUSIVITÉ PREND DE PLUS EN PLUS D'AMPLEUR	/	Robin Stalin	Hitek	Pétition des joueurs et réaction des éditeurs sur le thème de l'inclusivité avec l'option des pronoms non-genrés	https://hitek.fr/actualite/sims-4-petition-pour-meilleure-inclusivite_31252
2	Inclusivité	19/01/2022	LES SIMS 4 : LE JEU VA ACCUEILLIR CETTE FONCTIONNALITÉ INCLUSIVE ATTENDUE	Régulièrement, le jeu Les Sims 4 se met à jour. Avec 7 années au compteur, le jeu de simulation de vie de Maxis multiplie les mises à jour. Plus ou moins conséquentes, elles se veulent tout de même constantes, une chance pour les joueurs des Sims 4 qui peuvent ainsi profiter d'un contenu frais. Et d'ici peu de temps, voilà qu'une nouvelle fonctionnalité inclusive va faire son apparition, particulièrement attendue.	Guillaume Chagot	Hitek	Pétition des joueurs et réaction des éditeurs sur le thème de l'inclusivité avec l'option des pronoms non-genrés	
3	Inclusivité	24/01/2022	ENTRETIEN. Jeux vidéo : Chez EA, l'accessibilité au cœur de la création	Le « Monsieur accessibilité » chez EA, Chris Bruzzo, nous explique la politique de l'entreprise pour inclure le maximum de joueurs dans son univers. EA a rendu public tous ses brevets en matière d'inclusion.	Marion BARGIACCHI	Ouest France	EA innove en faveur de l'inclusivité : une communication encore accès sur les joueurs ?	https://www.ouest-france.fr/gaming/entretien-jeux-video-chez-ea-l-accessibilite-au-coeur-de-la-creation-e1319762-7229-11ec-ae7c-d05dab244f47
4	Participation	05/09/2014	« Les Sims 4 » : chez les joueurs, la déception prédomine	Les messages de frustration se multiplient sur le Net depuis que les amateurs des « Sims » ont pu mettre la main sur le dernier jeu de la célèbre franchise.	William Audureau	Le Monde	Déception des joueurs au lancement du quatrième opus qui déplorent un manque de contenu	https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/09/05/les-sims-4-chez-les-joueurs-la-deception-predomine_4482710_4408996.html
5	Participation	02/02/2017	JOUEUR EN VEDETTE : NOS CRÉATEURS DE CONTENU PRÉFÉRÉS !	/	SimGuru Panda	Site Electronic Arts	Valorisation des créateurs de contenus	https://www.ea.com/fr-fr/games/the-sims/the-sims-4/news/sims-17-anniversary-spotlight-3
6	Participation	25/01/2018	Comment les joueurs ont participé à la création d'une extension pour Les Sims 4	Plus de trois ans après la sortie des Sims 4, de quoi les joueurs pouvaient-ils bien rêver ? De laver le linge sale en famille, apparemment. Graham Nardone, producteur sur le kit Jour de Lessive qui vient de sortir, nous a expliqué en quoi cette extension créée avec l'aide de la communauté est différente des autres.	Loup Lassinat-Foubert	Numerama (Culture numérique)	Participation des joueurs par sondage pour déterminer le thème des prochaines extensions du jeu	https://www.numerama.com/pop-culture/324177-comment-les-joueurs-ont-participe-a-la-creation-dune-extension-pour-les-sims-4.html
7	Participation	19/07/2019	Les Sims 4 : Electronic Arts lance l'initiative Play With Life	Après l'annonce du mode "Create-a-Sim Stories" développée dans l'article dédié, EA lance l'initiative "Play With Life", visant à donner la parole à la communauté de son jeu de simulation de vie Les Sims.		Jeuxvidéo.com	Donner la parole à la communauté	https://www.jeuxvideo.com/news/1079452/les-sims-4-electronic-arts-lance-l-initiative-play-with-life.htm
8	Participation	21/02/2020	20 ans après, les Sims continuent d'inspirer des millions de joueurs	Le célèbre jeu de simulation de vie est devenu une des franchises phares d'Electronic Arts, avec des revenus supérieurs à 5 milliards de dollars (4,6 milliards d'euros) entre sa création et novembre 2019. Vingt ans plus tard, un cinquième opus est en préparation. Retour sur cet énorme succès.	/	Sud Ouest	"Les joueurs eux-mêmes participent à l'enrichissement avec le "modding", en ajoutant au jeu des objets qu'ils ont eux-mêmes conçus"	https://www.sudouest.fr/sciences-et-technologie/jeux-video/20-ans-apres-les-sims-continuent-d-039-inspirer-des-millions-de-joueurs-2049139.php

Numéro	Thème	Date	Titre	Chapeau	Auteur	Revue	Note	Lien
9	Participation	29/3/2021	La technologie, moteur de la créativité dans les jeux vidéos	Si, longtemps, les jeux vidéo ont souffert d'une image négative liée principalement à une incompréhension générationnelle, les temps ont bien changé.	Olivier Martret	Journal du net (économie)	Mode de jeu "sandbox" qui permet aux joueurs d'en modifier le contenu, durée de vie du jeu qui dépend de la créativité des joueurs	https://www.journaldu.net.com/media/publishers/14989-95-la-technologie-moteur-de-creativite-dans-les-jeux-video/
10	Participation	31/3/2021	Les dix plus belles maisons construites dans « Les Sims »	Quand on commence une partie dans Les Sims, on ne rêve que d'une chose : construire la plus belle maison possible. Les choix sont infinis et pourtant, le résultat n'est jamais à la hauteur des attentes. Peut-être que ces dix demeures, considérées comme les plus magnifiques du jeu, peuvent vous inspirer pour vos futures créations.	Romain Cheyron	Serieously (Séries télévisées)	Lien de créations/vidéos amateurs réalisées au sein du jeu	https://www.ouest-france.fr/high-tech/jeux-video/les-dix-plus-belles-maisons-construites-dans-les-sims-7206299
11	Participation	22/06/2021	Behind the Brand: EA's The Sims Shares Secrets Behind Iconic Video Game Branding	/	Dianna Dilworth	Brand Innovators (presse Marketing)	"We are leaning into the insight that we are the tools, and our players are the artists, so we empower them as players to create as they wish and we are actually putting their creations in the game"	https://www.brand-innovators.com/news/behind-the-brand-eas-the-sims-shares-secrets-behind-iconic-video-game-branding
12	Participation	25/6/2021	Six villages magnifiques construits par les joueurs dans Les Sims	Dans Les Sims, l'imagination est infinie et chaque partie est l'occasion pour les joueurs de créer les plus belles vies à leurs personnages. Cela passe par une belle carrière, une vie sociale bien remplie, une maison de rêve, mais aussi un village - ou une ville - inoubliable. Et si vous faisiez vivre votre Sims dans l'un des six endroits listés dans cet article ?	Romain Cheyron	Serieously (Séries télévisées)	Lien de créations/vidéos amateurs réalisées au sein du jeu	https://www.ouest-france.fr/gaming/six-villages-magnifiques-construits-par-les-jeux-dans-les-sims-7316521
13	Participation	20/10/2021	Jeux Vidéo. Dans « Les Sims », comment décorer sa maison ? Voici cinq idées stylées de décorations	Avoir une maison à son goût et un bon voisinage c'est important, mais avoir une déco intérieure optimale c'est encore mieux. Créer les pièces qui vous conviennent, trouver les objets et les meubles qui peuvent parfaitement s'associer : il faut laisser libre court à votre imagination. Et pour vous aider à trouver des idées, « Ouest-France » vous propose cinq décorations intérieures qui pourraient rendre votre quotidien dans « Les Sims » encore meilleur.	Romain Cheyron	Serieously (Séries télévisées)	Lien de créations/vidéos amateurs réalisées au sein du jeu	https://www.ouest-france.fr/gaming/jeux-video-dans-les-sims-comment-decorer-sa-maison-voici-cinq-idees-stylees-de-decorations-7399106
14	Participation	22/12/2021	EA Teams With Influencer Bretman Rock to Position The Sims as 'a Self-Discovery Tool'	The international campaign includes two TV spots and a TikTok challenge that has already received over 7.8 billion views	Stephen Lepitak	ADWeek (presse Marketing)	Une campagne de communication qui repose sur un partenariat et sur la participation des joueurs sur les réseaux sociaux	https://www.adweek.com/brand-marketing/ea-teams-with-influencer-bretman-rock-to-position-the-sims-as-a-self-discovery-tool/
15	Succès	04/09/2014	Les Sims 4 : la machine à fantômes relancée	VIDÉO. Le jeu phénomène d'Electronic Arts revient dans un quatrième épisode qui continue son évolution plus que sa révolution, avec peu de nouveautés.	Mathilde Lizé	Le Point	Article paru le jour de la sorti de quatrième opus des Sims	https://www.lepoint.fr/high-tech-internet/les-sims-4-la-machine-a-fantasm-relancee-04-09-2014-1859883_47.php

Numéro	Thème	Date	Titre	Chapeau	Auteur	Revue	Note	Lien
16	Succès	6/9/2014	«Les Sims 4» : la famille s'agrandit	Succès assuré pour le dernier opus du simulateur, qui a créé de nouvelles interactions et étoffé sa palette d'émotions.	Olivier Séguret	Libération	annonce nouvel opus Sims 4 avec apparition du partage de création entre joueurs	https://nouveau-europresse.com/sid2nomade-1.grenet.fr/Document/View?viewEvent=1&docRefId=0&docName=news%C2%B720140906%C2%B71%C2%B7aa8148ec-351a-11e4-98bb-1cfe5ffc3fe5&docIndex=67
17	Succès	25/08/2017	Les Sims 4, un phénomène de société en quête de nouveaux joueurs	JEUx VIDÉO – Véritable phénomène de société depuis plus de 17 ans, "les Sims", simulation de vie sur PC aux millions d'aficionados, fait partie de la culture populaire et de l'adolescence vidéoludique de beaucoup. Après avoir annoncé son arrivée sur mobile, le jeu "Les Sims 4" veut étendre son empire aux PS4 et Xbox One. Lors de la Gamescom, LCI a pu s'essayer à cette nouvelle déclinaison.	Melinda DAVAN-SOULAS	TF1 Info	Elargissement du jeu sur d'autres plateformes : la communication basé sur les amateurs a quand même des limites	https://www.tf1info.fr/high-tech/gamescom-2017-les-sims-4-un-phenomene-de-societe-en-quete-de-nouveaux-joueurs-2062335.html
18	Succès	04/02/2020	How The Sims navigated 20 years of change to become one of the most successful franchises ever	If you could be anyone, who would you be? For two decades, the Sims franchise has answered this timeless question for hundreds of millions of players.	Elise Favis	The Washington Post	"In our conversations with The Sims team, we were told the inside story of how the series evolved through innovation and inclusion and how it's grown as a community-driven experience."	https://www.washingtonpost.com/video-games/2020/02/04/how-sims-navigated-20-years-change-become-one-most-successful-franchises-ever/
19	Succès	18/02/2020	Les Sims : 20 ans et toujours bien vivants	"Les Sims", célèbre jeu vidéo de simulation de vie imaginé par Electronic Arts en 2000 fête en ce mois de février ses 20 ans. Une belle durée de vie pour une franchise dont le dernier jeu date pourtant de 2014. Retour sur les raisons d'un succès qui transcende les générations.	Clément Lesaffre	Europe 1	Durée de vie, jeu bac à sable, d'une expérience solitaire au jeu en ligne	https://www.europe1.fr/culture/les-sims-20-ans-et-toujours-bien-vivants-3950220
20	Succès	03/08/2020	Les Sims 4 franchit le cap des 30 millions de joueurs	/	Gael Brulin	FredZone (Culture numérique)	Estimation du nombre de joueurs en 2020	https://www.fredzone.org/les-sims-4-franchit-le-cap-des-30-millions-de-joueurs-1033
21	Succès	03/02/2021	LES SIMS 4 ENREGISTRE UNE MOYENNE RECORD DE JOUEURS PAR JOUR, PAR SEMAINE, ET PAR MOIS	Selon le dernier bilan financier d'EA, Les Sims 4 se porte mieux que jamais avec des chiffres records de joueurs enregistrés, plus de six ans après son lancement.	Pauline Bernier	Gamewave	Estimation du nombre de joueurs en 2021	https://gamewave.fr/les-sims-4/les-sims-4-enregistre-une-moyenne-record-de-joueurs-par-jour-par-semaine-et-par-mois/#:~:text=Fn%20ce%20d%C3%A9but%20d'ann%C3%A9e,belle%20hausse%20de%203%20millions.

Annexe 2

Questionnaire 1

Personne 1 : Loney Sims, joueuse et créatrice de contenu sur Youtube et Instagram

Dans le cadre d'une étude sur la place des amateurs dans les stratégies de communication de l'éditeur de jeu vidéo *Electronic Arts*, nous souhaitons recueillir vos réponses aux questions suivantes portant sur le jeu *Les Sims*, principalement *Les Sims 4*.
Merci de votre participation !

Partie 1 : Votre Profil

Quel âge avez-vous ? 23 ans

Depuis combien de temps jouez-vous aux *Sims* ?

Depuis que j'ai à peu près 6/7 ans, j'ai joué très très tôt sur PS2.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans ce jeu ? Et dans *Les Sims 4* ?

Le fait de pouvoir avoir un peu comme une double vie, dans le sens où c'est quand même une très bonne échappatoire quand par exemple on a des soucis ou quand par exemple, je sais pas, on a envie un peu de se vider la tête, c'est perso ce qui me plaît le plus, c'est ce fait d'avoir un peu comme une double réalité, de pouvoir en quelque sorte mener une autre vie où on serait peut-être plus libre, un peu comme expérimenter autre chose, donc ça c'est plus l'aspect global du jeu. Et dans *Les Sims 4* c'est les graphismes, je trouve vraiment que les graphismes sont super beaux, voilà, *Les Sims 4* c'est loin d'être mon opus préféré mais je trouve par contre qu'au niveau graphisme, les images sont très belles, les paysages sont très beaux, voilà ça c'est clair que c'est vachement beau, c'est vachement bien.

Ce qui vous plaît le moins ? Et dans *Les Sims 4* ?

Alors ce qui me plaît le moins c'est le monde fermé, j'adorais le monde ouvert dans *Les Sims 3* et du coup j'ai été très déçue de voir qu'il était fermé dans *Les Sims 4*. Et dans le jeu en globalité, je dirais que c'est un peu trop censuré dans le sens où moi je rêverais trop d'avoir un mixte de *GTA* et des *Sims*, je trouve que ce serait le jeu du coup parfait. Par exemple, je sais pas comment expliquer mais le fait peut être qu'on puisse aussi être plus méchant que bienveillant, j'aurais bien aimé qu'on puisse avoir un plus large panel on va dire de personnalités, et aussi plus de libertés dans le jeu par exemple prendre la voiture etc... comme on peut le faire dans *GTA*, donc c'est un peu ça que je pourrais reprocher au jeu donc d'être trop peut être dans la cible, la cible est peut-être plus une cible plus jeune alors que moi personnellement je suis jeune adulte donc en soit c'est plus ce qui m'intéresse dans le sens où, comment dire, tout simplement d'avoir plus de choix

et de pas être restreinte et du coup, dans Les Sims 4 ce qui me plait le moins c'est le monde fermé.

Achetez-vous les nouvelles extensions ?

- ~~Systematiquement~~
- Seulement celles qui m'intéressent

Alors, à l'époque quand je ne faisais pas Youtube non, sauf si elle me plaisait vraiment beaucoup. Sinon oui, je l'ai acheté ou j'attendais qu'elles soient en promo sur Instant Gaming, sinon maintenant que je fais Youtube oui je les achète toutes et dès la sortie pour être justement à jour.

Partie 2 : Créateur de contenu

-
Avez-vous une chaîne Youtube ou un compte sur les réseaux sociaux en rapport avec le jeu Les Sims ?

- Oui
- Non (*prenez la partie 3*)

A quelle fréquence réalisez-vous du contenu ?

Alors je poste trois vidéos par semaine, une le mercredi à 17h, une le samedi à 10h et une le dimanche à 10h également.

Comment décririez-vous ce contenu ?

J'essaie qu'il soit le plus relaxant possible, pareil un peu comme le jeu donc qu'on puisse s'évader en regardant mes vidéos et ne pas penser à ses problèmes etc... c'est vraiment mon but. Donc plutôt un contenu... j'aimerais bien tendre vers quelque chose de relaxant/qui divertit forcément, et aussi peut-être quelque chose qui fait parfois réfléchir. J'essaie d'aborder plusieurs thèmes, des thèmes parfois importants ou en tout cas qui me tiennent à cœur, après voilà je pense que c'est surtout du divertissement et je fais aussi pas mal de blagues donc j'espère que ça fait rire !

Qu'est-ce qui vous a inspiré la création de ce contenu ?

Les autres youtubeuses tout simplement, je suivais déjà moi-même sur Youtube d'autres personnes, je trouvais que ça aidait à jouer en fait et du coup je me suis dit bah pourquoi pas moi aussi, et c'est vraiment quelque chose qui m'a travaillé pendant des années et après au final je me suis lancée pendant le confinement pcq y avait du temps à revendre !

Quelles sont vos motivations pour créer ce contenu ?

Divertir les autres et pouvoir jouer aussi différemment en quelque sorte.

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'accès anticipé aux nouveautés du jeu ? Non

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'une rémunération ? Non

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez ce contenu ? Pourquoi ?

Alors complètement, parce qu'en réalité c'est énormément de travail, on s'en rend pas compte, surtout les plus âgés on va dire s'en rendent pas compte. Mais en réalité, ce n'est pas que du bonheur H24 dans le sens où des fois il y a des jours où j'ai pas forcément envie de faire du montage, il y a des jours où je préférerais par exemple que tourner. Tourner c'est vrai que ça a rarement été une contrainte, au contraire c'est toujours un plaisir mais le montage c'est affreux, éditer les vidéos parfois ça peut être pesant quand ça fait 150 milliards de fois qu'on a vu la vidéo et qu'on doit la revoir encore une fois pour bien vérifier que voilà ya pas de bêtises, que j'ai pas loupé un truc ou quoi qu'est-ce. C'est vrai que c'est beaucoup beaucoup de travail, c'est aussi une charge mentale pcq on doit tout gérer de A à Z : c'est-à-dire la production, le montage, la mise en ligne, les commentaires, la pub tout ça... Donc en fait on est seul pour gérer tout ça, faire la miniature donc voilà y'a énormément de trucs à côté. Moi personnellement je le considère comme un travail pcq j'y passe plus de 8h par jour, lundi/mardi/mercredi/jeudi/vendredi, y a que le weekend où parfois je m'autorise de pas travailler.

Donc en gros je fais pas Youtube le weekend sauf si j'ai du temps libre, que mes autres activités ne gênent pas du coup là ça peut me permettre de faire un peu de montage pour m'avancer sur ma semaine, mais à trois vidéos par semaine je suis obligée d'être constamment sur youtube donc de 8h à 12h et de 14h à 18h à peu près. Donc voilà pourquoi je considère ça comme un travail pcq je le traite aussi moi même comme un travail et je sais que c'est impensable vue de l'extérieur de se rendre compte de tout ça comme par exemple quand on fait un let's play, parfois on se dit "olala elle a des bonnes idées" mais c'est pas elle a des bonnes idées c'est : j'ai réfléchi pendant très longtemps, j'ai écrit une trame, j'ai mis des idées, j'ai réparti en épisode, j'ai regardé le sens si c'est plus logique...

Écrire une saison ça me prend plus d'une journée, et c'est pas juste écrire les épisodes c'est juste écrire les grands points, après écrire un épisode ça prend 1h/1h30 donc en vrai tout ça prend beaucoup de temps, faire une miniature ça prend environ 30mn aussi, ça dépend si elle est plus travaillée ou pas, faire des vidéos mods surtout celle où par exemple ya beaucoup de machinima, les machinima c'est un temps pas possible, moi ça me prend à peu près deux jours les machinimas à réaliser dans ma semaine donc c'est assez fou. Donc oui il y a des choses qui sont plus contraignantes que d'autres. Après c'est un travail qui moi personnellement me plaît, donc en soit je le considère comme un travail cool mais oui c'est un travail au final.

Partie 3 : Joueur et contributeur

La Galerie :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, quel usage faites-vous de la galerie ? (*partage de vos créations, utilisation des créations d'autres joueurs, commentaires sur les créations des autres, like...*)

Selon vous, qu'est-ce que cette fonctionnalité vous apporte réellement (*exemple : amélioration de l'expérience de jeu, de l'expérience sociale*) ?

Connaissez-vous la campagne "Spark'd" ?

- Oui, je connais les défis
- Oui, j'ai vu l'émission
- Oui, j'ai vu l'émission et je connais les défis
- ~~Non (passez à la partie Mods)~~

J'en ai entendu parler parce que je l'ai vu sur la miniature d'Origin et sur l'interface mais en réalité je ne m'y suis pas réellement intéressée.

Avez-vous déjà participé à un défi "Spark'd" ? Si oui, avez-vous partagé vos créations ? Utilisé celles d'autres joueurs ? Non

Avez-vous réalisé une vidéo que vous avez ensuite mis en ligne sur une plateforme (Youtube, Instagram...) lors de la réalisation de ce défi ? Non

Les Mods :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, utilisez-vous des mods ? Si oui, pourquoi ?

Oui, surtout les Sims 4. Sur les Sims 3, non j'en utilisais pas parce que j'étais trop jeune pour comprendre et puis même pour télécharger c'est un peu compliqué quand même quand on s'y connaît pas trop, mais bien sûr que j'utilise des mods et je trouve qu'ils sont essentiels pour pouvoir avoir une meilleure expérience de jeu parce que les moddeurs sont vraiment fantastiques, qu'on a sur les Sims 4, et on a beaucoup de chances de les avoir que ce soit les traducteurs ou même ceux qui moddent en soit, on a énormément de chances parce qu'ils viennent corriger en fait ce qu'on reproche au jeu, et de manière en plus gratuite donc c'est juste formidable. Et moi j'ai énormément de mods dans mon jeu, vraiment beaucoup et je regrette absolument pas de les avoir.

Pensez-vous que l'installation de mods est facilitée par rapport à d'autres jeux ?

Honnêtement j'ai jamais installé de mods sur d'autres jeux dans le sens où ça me fait peur, juste l'idée de penser à mettre un mod je me liquéfie parce que je me dis que ça va être trop compliqué donc je ne sais pas j'ai jamais testé ! Mais en tout cas ce qui est bien dans les sims c'est qu'on a pas mal de vidéos explicatives sur ce sujet donc en soit je trouve que, je sais pas, là je peux pas dire j'ai pas d'autres expériences !

Avez-vous déjà créé des Mods vous-mêmes ? Si oui, pouvez-vous expliquer votre manière de procéder et ce qui vous a poussé à en produire ?

Non, je ne m'y attèlerai pas, je pense que c'est un travail de fou, par contre j'aimerais trop créer des CC!

Les Forums :

Consultez-vous des forums concernant le jeu ?

- Oui
- Non

Oui, parfois pour des codes triches, pour des astuces ça m'arrive.

Êtes-vous actif sur des forums concernant le jeu ?

- Oui
- ~~Non (passez à la partie Réseaux Sociaux)~~

Si oui, que partagez-vous ? (cela peut aller du like au partage de vos créations)

Si oui, quels avantages tirez-vous de cette pratique ? (exemple : partage de sa passion, création de lien social en ligne, trouver des astuces de jeu...)

Les Réseaux sociaux :

Suivez-vous les comptes *TheSims (thesims)* ou *Electronic Arts (ea_france)* sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- Non

Oui je suis pour être un peu à la page, mais je peux avouer que souvent je passe à côté des infos les plus croustillantes, je suis pas une très bonne reporter !

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (likes, commentaires, partages...) Non.

Avez-vous déjà partagé votre contenu grâce aux hashtags mis à disposition comme le #YouMakeTheSims, #ShowUsYourBuilds, #ShowUsYourSims ou autre ? Non.

Suivez-vous les comptes d'autres joueurs/créateurs sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- Non

Bien sûr, moi-même avant de jouer je regardais donc oui j'en suis bien évidemment.

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

Oui, bien sûr : likes, commentaires, partages et même par message privé pour certains bien sûr, c'est vachement cool d'ailleurs.

Partie 4 : Communauté

Communauté :

Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs ? Pourquoi ?

Oui complètement parce que je trouve que les sims sont très "rassembleurs" dans le sens où ils parlent souvent de communauté eux-mêmes, donc oui je me sens appartenir à une communauté et c'est vrai que si par exemple je rencontre quelqu'un qui joue aux sims limite c'est comme si la barre elle a fait +++ d'un coup, du coup c'est presque un mode de vie dans le sens où le fait d'apprécier de jouer à une autre vie entre guillemets je trouve que ça donne pleins de points communs, ça prouve une certaine ouverture d'esprit et surtout une certaine imagination donc ça rassemble en quelque sorte.

Avez-vous créé des liens avec d'autres joueurs via le jeu (*Galerie ou autre*), des forums, un réseau social ou encore Youtube ?

Oui, bien évidemment, moi-même je suis amie avec certains de mes abonnés avec qui j'ai le plus sympathisé, donc oui le jeu d'une certaine manière nous a rassemblé et en plus moi ce que j'ai beaucoup aimé c'est que je souffre d'anxiété et du coup ça m'a aussi fait rencontrer d'autres personnes qui souffrait d'anxiété et qui jouait aux sims, donc voilà ça a été encore plus bénéfique pour moi parce que j'ai pu rencontré des gens qui avait mes problèmes plus ma passion donc ça nous a fait bcp de points en commun d'un coup, donc oui ça m'a énormément aidé, ce jeu m'a énormément aidé tout court, et du coup ça m'a permis de rencontrer d'autres personnes...

Si oui, est-ce que ces liens ont un impact sur votre pratique du jeu ?

Oui, ça a eu des impacts sur ma pratique du jeu, parce que bah parfois quand je m'ennuyais quand je savais pas vraiment comment avancer mes histoires...bah déjà certains de mes amis m'aident à écrire, me donnent des idées etc pour mes vidéos et pour mon jeu personnel oui ça m'aide, parce que par exemple certaines copines m'avait conseillé de jouer de cette façon ou m'avait donné quelques astuces, donc du coup ça m'avait permis de voir le jeu autrement et des fois de moins m'ennuyer.

Si oui et selon vous, est-ce que ces liens ont un impact sur le jeu en lui-même ? (*pétitions faites aux éditeurs, apparition de nouveautés suite à des mods ou CC populaires...*)

Moi je pense que oui, les Sims sont quand même assez ouverts, ils écoutent quand même assez la commu même si des fois c'est un peu de la fausse écoute dans le sens où parfois, comment dire, peut être que c'est pas le bon terme, mais dans le sens où des fois on a

l'impression d'être entendu puis au final ils font l'inverse, donc ça c'est ce que j'ai pu comprendre parfois. Je trouve quand même qu'ils sont à l'écoute parce que, par exemple quand ya eu les add-ons qui sont sortis et qu'on était pas très contents ils ont prévu de retravailler dessus alors qu'ils ont été vendus, donc en soit ça leur rapporte rien ça leur fait perdre du temps et de l'argent donc je trouve ça cool, je trouve ça honnête de leur part quoi, donc si c'est entre guillemets râlé, dire ce qui va pas sur le jeu ou en tout cas d'essayer d'interagir avec eux, est-ce que ça fonctionne, j'ai l'impression que ça fonctionne. Après des fois on a l'impression de pas être trop entendu comme par exemple quand ils ont sorti le pack Star Wars et tout de base bah voilà on était pas forcément *hype* pour ça, on mettait plus d'autres priorités mais bon, voilà. Après moi je m'en fiche un peu, pcq moi en fait j'utilise tellement de mods que j'attends pas grand chose du jeu en soit!

Avez-vous le sentiment d'être plus impliqué dans le jeu grâce aux éléments de partage entre joueurs mis à votre disposition ? (*Galerie, Défis...*) Pourquoi ?

La galerie oui, la galerie je trouve vraiment que c'est un truc de fou et je trouve que ça rapproche. Ça donne un autre but, le but aussi que nos créations puissent plaire...la galerie je trouve que c'est vraiment un truc de fou dans le sens où ils pouvaient pas lier les joueurs d'une meilleure manière en fait, parce que c'est vrai que du coup on peut partager nos histoires, on peut partager nos Sims. c'est vraiment ce qui rend le jeu unique je trouve la galerie c'est vraiment une superbe invention en soi et je trouve ça génial, vraiment je trouve ça génial et je pense que oui ça peut grave regrouper les gens parce que du coup c'est une notion de partage tout simplement donc oui complètement!

Implication personnelle :

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez du contenu dans le jeu (construction, création de sims...) ? Pourquoi ?

Quand je joue dans mes parties perso non, même si j'avoue que la création de sims c'est un peu pénible dans le sens ou faire toutes les tenues et tout c'est un peu pénible donc je pense que ça aurait pu être optimisé pour moins être pénible, après quand je construis moi c'est vraiment pas ma passion construire même si j'aime bien en vidéo, parce qu'en vidéo je suis plus encadrée donc j'arrive à être plus dur avec moi-même, que quand je suis en partie perso j'ai envie que ça aille beaucoup plus vite que ça du coup je fais n'importe quoi, je suis pas assez patiente en fait, donc non j'ai pas l'impression de fournir un travail mais j'ai l'impression de fournir quelque chose quand même, c'est pas un travail mais c'est comme, je saurais pas mettre d'adjectifs dessus mais je fabrique quelque chose, je crée quelque chose ça c'est clair : quand on crée un personnage on le crée, quand on crée une maison on la crée aussi au final, après je dirais pas que c'est un travail, mais je dirais juste que j'ai l'impression quand même de créer quelque chose.

Bonus / Fin :

Pensez-vous acheter le prochain opus *Les Sims 5* lorsqu'il sortira ?

Oui, même si j'espère que ça ne sortira pas bientôt parce que honnêtement je pense que les Sims 4 est loin d'être fini et je l'espère. Mais bien sûr, parce que je compte continuer les vidéos donc il faudra que je m'y mette aussi même si ça me fait un petit peu peur parce que j'ai peur de ré-apprendre tout ça. Parce que bon les Sims 4 je les aient quand même bien en main et j'ai peur de pas réussir tout de suite à avoir les Sims 5 en main, mais donc oui je l'achèterai dès sa sortie forcément.

Qu'en attendez-vous ?

J'aimerais un mix entre les Sims 3 et les Sims 4, clairement c'est ça, et bien évidemment les Sims 2 parce que les Sims 2 c'était le mieux réussi, il faudrait le monde ouvert des Sims 3. En fait, il faudrait faire un peu un mixte et prendre tous les bons trucs de chaque opus et en faire un Sims 5. Je pense qu'ils se louperont pas sur lui parce qu'ils ont eu tellement de critiques sur les Sims 4 que je pense qu'ils vont bien être à l'écoute, mais je pense que les Sims 4 c'est bon... enfin je dirais pas qu'il est foiré non plus pcq en soit ya des bonnes choses comme les graphismes qui sont magnifiques, il y a certaine choses franchement qui sont cools, ya pleins de choses qui sont cools... mais je pense qu'il faudrait plutôt revenir dans les opus précédents et s'inspirer énormément d'eux pcq c'est eux qui plaisaient, c'est eux qui nous ont fait tombés amoureux des Sims, donc il faut absolument reprendre cette recette qui était gagnante et pas prendre une recette peut être plus simpliste on va dire du jeu et au final et qui déçoit les vrais fans en quelque sorte, même si en soit c'est pas une déception non plus à fond mais voilà je pense que les Sims 3 et les Sims 2 avaient plus de détails donc j'attends un jeu avec beaucoup de détails , un monde ouvert et quelque chose où on ne se demande pas "oh qu'est-ce que je pourrais inventer pour pas m'ennuyer ?" et juste où on ne s'ennuie pas de A à Z.

Annexe 3 Questionnaire 2

Personne 2 : Styvlen, joueur et créateur de contenu sur Youtube et Instagram mais également créateur de contenu personnalisé pouvant être ajouté au jeu

Dans le cadre d'une étude sur la place des amateurs dans les stratégies de communication de l'éditeur de jeu vidéo *Electronic Arts*, nous souhaitons recueillir vos réponses aux questions suivantes portant sur le jeu *Les Sims*, principalement *Les Sims 4*.
Merci de votre participation !

Partie 1 : Votre Profil

Vous êtes :

- Une femme
- ~~Un homme~~
- Autre

Quel âge avez-vous ? 21 ans

Depuis combien de temps jouez-vous aux *Sims* ? Je dirais environ 5 ans.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans ce jeu ? Et dans *Les Sims 4* ?

Le fait de pouvoir construire, et créer toutes les histoires que je veux sans limite, et surtout le fait de créer du contenu personnalisé qui augmente les capacités de jeu.

Ce qui vous plaît le moins ? Et dans *Les Sims 4* ?

Les bugs lorsque les extensions sont sorties sans être totalement finalisées

Achetez-vous les nouvelles extensions ?

- Systématiquement
- Seulement celles qui m'intéressent

Partie 2 : Créateur de contenu

-
Avez-vous une chaîne Youtube ou un compte sur les réseaux sociaux en rapport avec le jeu Les Sims ?

- Oui
- Non (*prenez la partie 3*)

A quelle fréquence réalisez-vous du contenu ? 1 post / jour

Comment décririez-vous ce contenu ?

Suffisamment divertissant ?

Qu'est-ce qui vous a inspiré la création de ce contenu ?

C'est le monde tout autour de moi qui me donne l'inspiration !

Quelles sont vos motivations pour créer ce contenu ?

Le plaisir de partager et de voir mon évolution à chaque construction, je fais ça par passion, j'adore toucher à tout ce qui est 3D et modding et ça me permet d'ajouter des choses que j'aime vraiment par exemple, mais ça ce n'est que mon avis perso, et du coup je partage pour que ceux qui aiment aussi puissent s'en servir

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'accès anticipé aux nouveautés du jeu ? Non.

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'une rémunération ? Non.

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez ce contenu ? Pourquoi ?

Oui, car ça demande du temps de travail sur les montages pour Youtube, la préparation des posts sur les divers réseaux sociaux...

Partie 3 : Joueur et contributeur

La Galerie :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, quel usage faites-vous de la galerie ? (*partage de vos créations, utilisation des créations d'autres joueurs, commentaires sur les créations des autres, like...*)

Partage de créations, de sims...

Selon vous, qu'est-ce que cette fonctionnalité vous apporte réellement (*exemple : amélioration de l'expérience de jeu, de l'expérience sociale*) ?

Elle permet aux joueurs de toutes plate-formes de pouvoir partager entre eux.

Connaissez-vous la campagne "Spark'd" ?

- Oui, je connais les défis
- Oui, j'ai vu l'émission
- ~~Oui, j'ai vu l'émission et je connais les défis~~
- Non (*passez à la partie Mods*)

Avez-vous déjà participé à un défi "Spark'd" ? Si oui, avez-vous partagé vos créations ? Utilisé celles d'autres joueurs ?

Une seule fois, pour celui de l'hiver mais sans grande conviction je ne connaissais pas vraiment en ce temps-là.

Avez-vous réalisé une vidéo que vous avez ensuite mis en ligne sur une plateforme (Youtube, Instagram...) lors de la réalisation de ce défi ? Non.

Les Mods :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, utilisez-vous des mods ? Si oui, pourquoi ?

Non, aucun.

Pensez-vous que l'installation de mods est facilitée par rapport à d'autres jeux ?

Oui, une fois le chemin vers le dossier pris en main, c'est simple.

Avez-vous déjà créé des Mods vous-mêmes ? Si oui, pouvez-vous expliquer votre manière de procéder et ce qui vous a poussé à en produire ?

Oui, la procédure a été faite avec le mode de zerbu le mod constructor qui nous aide fortement pour faciliter la création des mods, tout est répertoriés, nous avons plus qu'à créer comme nous le souhaitons ^^

Les Forums :

Consultez-vous des forums concernant le jeu ?

- Oui
- Non

Êtes-vous actif sur des forums concernant le jeu ?

- Oui
- ~~Non (*passez à la partie Réseaux Sociaux*)~~

Si oui, que partagez-vous ? (*cela peut aller du like au partage de vos créations*)

Si oui, quels avantages tirez-vous de cette pratique ? (*exemple : partage de sa passion, création de lien social en ligne, trouver des astuces de jeu...*)

Les Réseaux sociaux :

Suivez-vous les comptes *TheSims (thesims)* ou *Electronic Arts (ea_france)* sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- Non

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

Non, je regarde juste les actualités.

Avez-vous déjà partagé votre contenu grâce aux hashtags mis à disposition comme le *#YouMakeTheSims*, *#ShowUsYourBuilds*, *#ShowUsYourSims* ou autre ? Pourquoi ?

Non, je préfère mettre des hashtags plus pertinents, plus ciblés, les hashtags de EA ne m'intéressent pas, je ne souhaite pas voir mes publications perdues parmi plein d'autres dans ce hashtag.

Suivez-vous les comptes d'autres joueurs/créateurs sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- Non

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

Oui, certains sont devenus des amis et j'ai aussi rencontré la personne qui partage ma vie dorénavant grâce à ce jeu !

Partie 4 : Communauté

Communauté :

Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs ? Pourquoi ?

Ça dépend des sujets dont je suis intéressé ou là je peux en parler et d'autres fois pas du tout car je ne suis pas le sujet, je ne sais pas quoi dire

Avez-vous créé des liens avec d'autres joueurs via le jeu (*Galerie ou autre*), des forums, un réseau social ou encore Youtube ? Oui.

Si oui, est-ce que ces liens ont un impact sur votre pratique du jeu ?

Oui et non, ma façon de jouer est identique mais le fait de partager avec d'autres joueurs peut me mener à créer des collaborations.

**Si oui et selon vous, est-ce que ces liens ont un impact sur le jeu en lui-même ?
(pétitions faites aux éditeurs, apparition de nouveautés suite à des mods ou CC populaires...)**

Je pense que oui, un grand public est souvent écouté.

Avez-vous le sentiment d'être plus impliqué dans le jeu grâce aux éléments de partage entre joueurs mis à votre disposition ? (Galerie, Défis...) Pourquoi ?

Oui, puisque en partageant les autres voient nos créations et peuvent donc interagir avec nous et tout peut s'enchaîner et nous faire faire de belles rencontres.

Implication personnelle :

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez du contenu dans le jeu (construction, création de sims...) ? Pourquoi ?

Oui, car ça demande du temps et de l'implication pour créer et partager sur tous les réseaux qui existent..

Bonus / Fin :

Pensez-vous acheter le prochain opus *Les Sims 5* lorsqu'il sortira ?

Un grand OUI ! 😊

Qu'en attendez-vous ?

Une amélioration des bébés / bambins, et une amélioration sur le fait de différencier les adolescents des jeunes adultes, qu'ils sortent des extensions finies sans bugs majeurs...

Annexe 4 Questionnaire 3

Personne 3 : Stellomas, joueur et créateur de contenu sur Youtube et Instagram

Dans le cadre d'une étude sur la place des amateurs dans les stratégies de communication de l'éditeur de jeu vidéo *Electronic Arts*, nous souhaitons recueillir vos réponses aux questions suivantes portant sur le jeu *Les Sims*, principalement *Les Sims 4*.
Merci de votre participation !

Partie 1 : Votre Profil

Vous êtes :

- Une femme
- Un homme
- Autre

Quel âge avez-vous ?

J'ai 22 ans.

Depuis combien de temps jouez-vous aux *Sims* ?

Je joue depuis janvier 2015, et j'ai connu la licence de jeu Les Sims avec le 4ème opus.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans ce jeu ? Et dans *Les Sims 4* ?

Je suis particulièrement fan de la partie construction et création, qui laisse énormément de libertés à notre imagination et qui nous permet d'exprimer notre créativité sous n'importe quel style.

Ce qui vous plaît le moins ? Et dans *Les Sims 4* ?

Étant donné que je ne connais que le 4ème opus, je ne peux baser mon opinion que sur ce dernier. Mais je trouve que la partie gameplay fait trop mécanique, une fois qu'on a fait un certain type d'histoire ou de challenge avec nos sims, on a pas forcément envie de recommencer puisqu'on sait que ce sera plus ou moins la même chose. Mais il me semble que cela était différent dans les opus précédents.

Achetez-vous les nouvelles extensions ?

- Systématiquement (sauf 2 mini kits de CAS, que je finirai sans doute par acheter un jour)
- Seulement celles qui m'intéressent

Partie 2 : Créateur de contenu

-
Avez-vous une chaîne Youtube ou un compte sur les réseaux sociaux en rapport avec le jeu Les Sims ?

- Oui : une chaîne Youtube et un compte instagram
- ~~Non (passez à la partie 3)~~

A quelle fréquence réalisez-vous du contenu ?

Il n'y a aucune régularité dans mes publications : je peux très bien publier 3 ou 4 jours d'affilée puis ne plus rien publier pendant des mois. Cela dépend énormément du temps dont je dispose mais aussi de l'inspiration.

Comment décririez-vous ce contenu ?

J'essaie de faire en sorte de me démarquer un peu des autres créateurs en ne proposant pas des maisons plus ou moins ordinaires, j'axe surtout mes constructions autour du landscaping.

Qu'est-ce qui vous a inspiré la création de ce contenu ?

En général, et cela peut paraître assez étonnant, je m'inspire beaucoup de musiques (la plupart du temps sans paroles). Elles m'inspirent un certain état d'esprit ou une certaine émotion et les idées commencent à arriver, ensuite je fais en sorte de rendre ma construction harmonieuse ou agréable à regarder.

Quelles sont vos motivations pour créer ce contenu ?

Simplement le plaisir de créer, la satisfaction d'avoir créé quelque chose qui me plaise et de le partager à d'autres personnes.

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'accès anticipé aux nouveautés du jeu ? Non

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'une rémunération ? Non plus

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez ce contenu ? Pourquoi ?
Pas du tout ! Je considère ça comme du plaisir

Partie 3 : Joueur et contributeur

La Galerie :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, quel usage faites-vous de la galerie ? (*partage de vos créations, utilisation des créations d'autres joueurs, commentaires sur les créations des autres, like...*)

Je partage toujours mes constructions dans la galerie une fois terminées. Aussi, je me sers souvent de la bibliothèque pour enregistrer mes débuts de créations inachevées ou non « au cas où... ». En ce qui concerne les autres joueurs, j'enregistre les constructions des autres, non pas pour les utiliser dans mes parties personnelles mais parce que je les trouve belles et pour leur donner de la visibilité. Il n'y a que certains tableaux (qui ne sont pas considérés comme des CC) que j'utilise, lorsque je ne les fais pas moi-même par manque de temps ou de motivation, et lorsque c'est le cas, je crédite toujours le créateur des tableaux.

Selon vous, qu'est-ce que cette fonctionnalité vous apporte réellement (*exemple : amélioration de l'expérience de jeu, de l'expérience sociale*) ?

Elle permet une mise en commun de la créativité des joueurs, et une aide pour les joueurs moins expérimentés dans la construction ou le Créer Un Sims. Elle permet aussi une cohésion sociale puisque grâce à la galerie nous pouvons faire des challenges de construction, des collaborations sur un thème particulier, une save-file en collaboration... La galerie est un énorme plus pour les joueurs.

Connaissez-vous la campagne "Spark'd" ?

- Oui, je connais les défis
- ~~Oui, j'ai vu l'émission~~
- ~~Oui, j'ai vu l'émission et je connais les défis~~
- ~~Non (*passez à la partie Mods*)~~

Avez-vous déjà participé à un défi "Spark'd" ? Si oui, avez-vous partagé vos créations ? Utilisé celles d'autres joueurs ?

J'y ai participé, à un ou deux défis il me semble, et j'ai partagé mes créations. En revanche, je n'ai pas utilisé la construction d'autres joueurs.

Avez-vous réalisé une vidéo que vous avez ensuite mis en ligne sur une plateforme (Youtube, Instagram...) lors de la réalisation de ce défi ? Pas pour ces défis.

Les Mods :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, utilisez-vous des mods ? Si oui, pourquoi ?

J'utilise plusieurs mods, notamment le mod T.O.O.L de Twisted Mexi ainsi que certains de ses autres mods, un mod permettant d'accéder au mode TAB en mode construction, le MCCCommandCenter de Deaderpool, mais aussi Reshade, entre-autres. À partir du

moment où un mod me permet d'étendre les limites de ma créativité (comme le mod T.O.O.L) ou de me faciliter la construction ou la prise de screenshots (comme le MCCC pour l'heure, la saison et la météo, Reshade ou le mode TAB en mode construction) sans que cela indique qu'il y ait un CC dans la galerie, je m'autorise à les utiliser.

Pensez-vous que l'installation de mods est facilitée par rapport à d'autres jeux ?

Je ne joue pas à d'autres jeux permettant l'installation de mods, je ne saurais pas vraiment faire de comparaison. Tout ce que je peux dire c'est que l'installation des mods est assez facile pour la plupart, même si certains font une exception (comme Reshade par exemple qui à mon sens est plus compliqué puisqu'il ne suffit pas de placer un fichier téléchargé dans le dossier Mods du jeu)

Avez-vous déjà créé des Mods vous-mêmes ? Si oui, pouvez-vous expliquer votre manière de procéder et ce qui vous a poussé à en produire ?

Je n'ai jamais créé de mods.

Les Forums :

Consultez-vous des forums concernant le jeu ?

- Oui
- Non

Êtes-vous actif sur des forums concernant le jeu ?

- Oui
- Non (*passez à la partie Réseaux Sociaux*)

Si oui, que partagez-vous ? (*cela peut aller du like au partage de vos créations*)

Si oui, quels avantages tirez-vous de cette pratique ? (*exemple : partage de sa passion, création de lien social en ligne, trouver des astuces de jeu...*)

Les Réseaux sociaux :

Suivez-vous les comptes *TheSims (thesims)* ou *Electronic Arts (ea_france)* sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- Non

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

Je like souvent les publications du compte TheSims, mais ne commente pas. Il m'arrive parfois de taguer le compte dans des stories.

Avez-vous déjà partagé votre contenu grâce aux hashtags mis à disposition comme le #YouMakeTheSims, #ShowUsYourBuilds, #ShowUsYourSims ou autre ? Pourquoi ?

Je partage toujours mes constructions sur les réseaux sociaux avec des hashtags, j'ai d'ailleurs une liste de hashtags dans les notes de mon téléphone que je copie/colle sur chacune de mes publications (en adaptant un peu les hashtags à la publication). Ils permettent d'avoir une plus grosse visibilité et de se faire connaître.

Suivez-vous les comptes d'autres joueurs/créateurs sur les réseaux sociaux ?

- Oui
- ~~Non~~

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

Cela dépend des comptes et du temps dont je dispose mais en général je like les autres publications. Je commente aussi parfois, quand il s'agit de personnes dont je suis proche ou de nouveaux comptes. En ce qui concerne les partages, je le faisais beaucoup avant, mais cela me prenait beaucoup de temps, et j'ai fini par arrêter. Si la quantité de temps libre me le permet, je recommencerai sûrement.

Partie 4 : Communauté

Communauté :

Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs ? Pourquoi ?

Grâce à mon compte Instagram, et à un groupe facebook dédié aux sims dont je fais partie, j'ai vraiment l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs. On partage nos créations et on reconnaît le styles des autres joueurs lorsqu'ils publient, on s'organise des challenges, des collaborations, des sessions d'appels / partage d'écran sur Discord lorsque l'on joue pour se sentir moins seuls. Ce jeu est censé se jouer seul, mais grâce au partage, il a réuni un grand nombre de joueurs du monde entier et permet de créer de nombreux liens.

Avez-vous créé des liens avec d'autres joueurs via le jeu (*Galerie ou autre*), des forums, un réseau social ou encore Youtube ?

Grâce à Instagram et Facebook, j'ai pu rencontrer de nombreuses personnes avec lesquelles je me suis beaucoup rapproché avec le temps. Elles sont devenues des amies très proches à qui je parle quotidiennement depuis maintenant quelques années, à propos des sims ou de notre vie privée. J'ai même rencontré la personne qui partage ma vie grâce à mon compte Instagram sur les sims.

Si oui, est-ce que ces liens ont un impact sur votre pratique du jeu ?

Si oui et selon vous, est-ce que ces liens ont un impact sur le jeu en lui-même ? (*pétitions faites aux éditeurs, apparition de nouveautés suite à des mods ou CC populaires...*)

Le fait que l'on se parle régulièrement de sims et que l'on partage nos constructions et nos idées, ou que l'on se propose mutuellement des challenges ou des collaborations, fait que je joue plus régulièrement, en plus de m'être grandement amélioré. Aussi j'ai pu participer à des pétitions, notamment lorsque le pack de jeu Mariages était censé ne pas sortir en Russie.

Avez-vous le sentiment d'être plus impliqué dans le jeu grâce aux éléments de partage entre joueurs mis à votre disposition ? (*Galerie, Défis...*) Pourquoi ?

J'ai effectivement le sentiment d'être plus impliqué dans le jeu : la galerie propose énormément de constructions plus belles les unes que les autres et le fait de savoir que nos propres constructions soient téléchargées et commentées enrichit ce sentiment d'appartenance à une communauté, sans même forcément être sur les réseaux sociaux. Aussi, les défis nous permettent de voir les différents points de vue des joueurs sur un thème bien particulier et nous pouvons alors voir la grande diversité des joueurs, dont nous faisons partie.

Implication personnelle :

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez du contenu dans le jeu (construction, création de sims...) ? Pourquoi ?

Je n'ai pas vraiment cette impression, il s'agit plus d'un passe-temps que d'une réelle implication, et de toute façon je ne force pas à créer ou à suivre un rythme régulier de publication. À partir de ce moment-là, il ne reste plus que le plaisir de créer sans contrainte.

Bonus / Fin :

Pensez-vous acheter le prochain opus *Les Sims 5* lorsqu'il sortira ?

J'achèterai sûrement le prochain opus.

Qu'en attendez-vous ?

Je n'en attends rien de spécial, je ne me fais pas d'idée préconçue à son sujet pour ne pas être déçu lors de sa sortie. Je m'attends à ce qu'il ne soit pas forcément fourni en termes de possibilité de créations, comme c'était le cas avec le 4e opus qui s'est étoffé au fil des mises à jour et des ajouts d'extensions. Je serai seulement content d'avoir un nouvel outil de création.

Annexe 5 Questionnaire 4

Personne 4 : Palakoslip, joueuse et créatrice de contenu sur Youtube et Instagram

Dans le cadre d'une étude sur la place des amateurs dans les stratégies de communication de l'éditeur de jeu vidéo *Electronic Arts*, nous souhaitons recueillir vos réponses aux questions suivantes portant sur le jeu *Les Sims*, principalement *Les Sims 4*. Merci de votre participation !

Partie 1 : Votre Profil

Vous êtes :

- Une femme ✓
- Un homme
- Autre

Quel âge avez-vous ? 26 ans

Depuis combien de temps jouez-vous aux *Sims* ? Depuis les sims 2 donc probablement 2004

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans ce jeu ? Et dans *Les Sims 4* ?

Principalement la partie construction de maisons, d'intérieur ! On laisse libre court à notre imagination et on a pas mal de possibilités !

Dans les sims 4 on a plus de libertés pour construire que dans les autres opus. Les développeurs nous ajoutent continuellement du contenu (gratuit ou payant) donc on ne se lasse pas.

Ce qui vous plaît le moins ? Et dans *Les Sims 4* ?

Les écrans de chargement ! Les sims 3 proposaient un monde ouvert, dans les Sims 4 on se retrouve avec des chargements à chaque fois qu'on change de terrain. J'ai aussi un peu de mal avec les kits (qu'ils proposent pour 5€). N'étant pas intéressée par le gameplay, je ne vois pas l'intérêt d'acheter un kit à 5€ pour avoir 3 aspirateurs dans mon jeu... J'aurais préféré qu'ils restent sur le principe des kits d'objets (10€) qui proposent plus d'objets.

Achetez-vous les nouvelles extensions ?

- Systématiquement ✓ (bon sauf un ou deux kits)
- Seulement celles qui m'intéressent

Partie 2 : Créateur de contenu

Avez-vous une chaîne Youtube ou un compte sur les réseaux sociaux en rapport avec le jeu Les Sims ?

- Oui ✓
- Non (*prenez la partie 3*)

A quelle fréquence réalisez-vous du contenu ?

Sur Instagram j'essaie de poster 3 fois par semaines,

Sur YouTube dès que j'ai le temps de monter mes vidéos donc plutôt autour d'une fois par mois, 2 fois quand j'ai le temps !

Sur Patreon, à chaque fois qu'une nouvelle maison est disponible

Sur Twitter, à chaque fois qu'une nouvelle vidéo YouTube est dispo, ou une nouvelle maison

Comment décririez-vous ce contenu ?

Artistique ? En vrai, aucune idée ! Instagram, twitter c'est plutôt pour présenter les maisons, ça fait office de galerie photos. Patreon c'est pour le téléchargement des maisons et YouTube c'est plus pour les personnes qui sont intéressées par la façon de construire le build. Même si je fais pas de tutos, ils ont tout le déroulement avec les speed builds !

Qu'est-ce qui vous a inspiré la création de ce contenu ?

Fun fact? Quand j'ai commencé j'avais 0 idées qu'il existait une telle commu ! J'ai repris les sims pendant mes études mais j'avais un mac avec très peu de stockage. Il fallait que je supprime mes constructions une fois terminées sinon j'avais plus de place pour en faire de nouvelles. Du coup je me suis dit let's go faire un Insta pour garder une trace de ce que je fais ! Et j'ai découvert cette super commu qui est ultra supportive !!

Quelles sont vos motivations pour créer ce contenu ?

Principalement me faire plaisir, je garde cette idée qu'Instagram me sert à garder une trace de ce que je crée. Mais maintenant j'aime aussi créer pour les autres ! D'avoir des

retours positifs sur ce que je fais et de voir les gens jouer avec et apprécier mes constructions c'est le top !

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'accès anticipé aux nouveautés du jeu ?

I wish lol! Peut-être un jour ? *patiently waiting for the answer of my EA Creators Network application*

Avez-vous déjà collaboré avec Electronic Arts en échange d'une rémunération ? Non plus

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez ce contenu ? Pourquoi ?

Yes complètement. La création de contenu, faire quelque chose de correct pour les abonnés c'est un sacré boulot et une belle organisation. Entre la création du build, l'enregistrement du process, la création des screenshots, le montage vidéo, les miniatures, les posts à préparer pour chaque plateforme, c'est beauuuucoup de choses à faire et des fois je vois ça comme un second taff! Mais c'est super sympa à faire donc c'est top !

Partie 3 : Joueur et contributeur

La Galerie :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, quel usage faites-vous de la galerie ? (*partage de vos créations, utilisation des créations d'autres joueurs, commentaires sur les créations des autres, like...*) Je partage toutes mes constructions sur la galerie (sauf celles avec CC) et il m'arrive de télécharger des tableaux personnalisés d'autres joueurs.

Selon vous, qu'est-ce que cette fonctionnalité vous apporte réellement (*exemple : amélioration de l'expérience de jeu, de l'expérience sociale*) ?

C'est un moyen facile de partager nos créations, mais je pense que ça pourrait être optimisé !

Connaissez-vous la campagne "Spark'd" ?

- Oui, je connais les défis ✓
- Oui, j'ai vu l'émission
- Oui, j'ai vu l'émission et je connais les défis
- Non (*passer à la partie Mods*)

Avez-vous déjà participé à un défi “Spark’d” ? Si oui, avez-vous partagé vos créations ? Utilisé celles d’autres joueurs ?

Yes j’ai participé 2 fois ! Du coup j’ai partagé mes créations ! Et j’en ai gagné un ! C’était le challenge d’Halloween ! Best day ever

Avez-vous réalisé une vidéo que vous avez ensuite mis en ligne sur une plateforme (Youtube, Instagram...) lors de la réalisation de ce défi ? Yes ! Sur Instagram et peut-être être sur Twitter !

Les Mods :

Lorsque vous jouez aux Sims 4, utilisez-vous des mods ? Si oui, pourquoi ?

OUI!!! Je ne peux pas jouer sans! Ils apportent vraiment un plus pour la construction (TOOL mod) ou l’ambiance pour les screenshots (MCCC mod) qui modifie la meteo/saison ! Ou encore les reshades (je ne sais pas si ça rentre dans cette catégories) mais les presets des reshade améliorent beaucoup la qualite des screenshots (plus besoin de Photoshop derrière)

Pensez-vous que l’installation de mods est facilitée par rapport à d’autres jeux ?

J’ai jamais utilisé de mods dans d’autres jeux mais la c’est relativement facile ! Il suffit de drag and drop le fichier !

Avez-vous déjà créé des Mods vous-mêmes ? Si oui, pouvez-vous expliquer votre manière de procéder et ce qui vous a poussé à en produire ?

Non pas de mods en particulier ! Après j’ai essayé de créer des CC et tableaux personnalisés (non CC) (je sais pas si ça compte) c’était super sympa de pouvoir ajouter ses propres créations dans le jeu ! Mais faute de temps j’ai pas continué !

Les Forums :

Consultez-vous des forums concernant le jeu ?

- Oui
- Non ✓

Êtes-vous actif sur des forums concernant le jeu ?

- Oui

- Non (*prenez la partie Réseaux Sociaux*) ✓

Si oui, que partagez-vous ? (*cela peut aller du like au partage de vos créations*)

Si oui, quels avantages tirez-vous de cette pratique ? (*exemple : partage de sa passion, création de lien social en ligne, trouver des astuces de jeu...*)

Les Réseaux sociaux :

Suivez-vous les comptes *TheSims (thesims)* ou *Electronic Arts (ea_france)* sur les réseaux sociaux ?

- Oui ✓
- Non

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*) Yes !
Likes, commentaires, partages etc

Avez-vous déjà partagé votre contenu grâce aux hashtags mis à disposition comme le #YouMakeTheSims, #ShowUsYourBuilds, #ShowUsYourSims ou autre ? Pourquoi ?

Oui, principalement #ShowUsYourBuilds ! C'est un # qui est connu de tous du coup je pense qu'il aide pas mal à gagner en visibilité ! Et c'est ce # que le compte SimsCreatorCommunity utilise il me semble et il retweet parfois nos créations.

Suivez-vous les comptes d'autres joueurs/créateurs sur les réseaux sociaux ?

- Oui ✓
- Non

Avez-vous déjà interagi avec ces comptes ? (*likes, commentaires, partages...*)

OUI!!! Mille fois oui ! Cette communauté est géniale et super accueillante et je me suis faite beaucoup de treeeeees bon potes grâce à Instagram ! Je continuerai toujours d'interagir avec d'autres comptes de créateurs !! Et puis il faut se soutenir !

Partie 4 : Communauté

Communauté :

Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté de joueurs ? Pourquoi ? Yes celle des sims est ouffissime (enfin surtout sur Instagram plutôt que Twitter)! Il y a une grosse communauté qui gravite autour de ce jeu !

Avez-vous créé des liens avec d'autres joueurs via le jeu (*Galerie ou autre*), des forums, un réseau social ou encore Youtube ? Ah bah du coup oui je t'ai répondu plus haut via Instagram ! J'ai rencontré des personnes super que je considère comme des amis ultra proches, à se parler tous les jours, et même à se rencontrer IRL ! Qui l'eu crut

Si oui, est-ce que ces liens ont un impact sur votre pratique du jeu ? Je vois pas trop trop comment on peut impacter notre jeu vu que c'est un jeu solo mais sinon oui d'une certaine manière il nous arrive de faire des collab entre nous !

Si oui et selon vous, est-ce que ces liens ont un impact sur le jeu en lui-même ? (*pétitions faites aux éditeurs, apparition de nouveautés suite à des mods ou CC populaires...*) Ah ça oui! L'exemple parfait du pack My Wedding Stories qui ne devait pas être vendu en Russie et avec la pression de la communauté ils ont changé d'avis ! Et pour les nouveautés yes ! Ils ont fait une collab avec des créateurs de CC (comme Harrie) pour implémenter leur créa dans le jeu !

Avez-vous le sentiment d'être plus impliqué dans le jeu grâce aux éléments de partage entre joueurs mis à votre disposition ? (*Galerie, Défis...*) Pourquoi ? Yes ! Les défis du Spark'D challenge étaient top !! Et on s'implique vraiment avec l'espoir d'être sélectionnée ! Et les Gurus sont toujours très actifs sur Twitter, même si on ne voit pas de grand changement, on a l'impression d'être soutenus par les développeurs !

Implication personnelle :

Avez-vous l'impression de fournir un travail lorsque vous créez du contenu dans le jeu (*construction, création de sims...*) ? Pourquoi ? Yep comme dit plus haut la création de contenu c'est chronophage ! On a beaucoup plus de choses à faire que si on jouait simplement au jeu, pour nous. Mais c'est une super expérience ! Perso j'adore !!

Bonus / Fin :

Pensez-vous acheter le prochain opus *Les Sims 5* lorsqu'il sortira ? OUIIIII ! Même si je continuerai probablement à jouer aux Sims 4 pendant un moment ! Faut rentabiliser l'investissement, non et puis je pense que tout le monde ne va pas acheter les Sims 5 de suite donc je continuerai de créer un peu de contenu pour eux ! Enfin c'est ce que j'imagine ! On verra bien sur le moment

Qu'en attendez-vous ? Plus de possibilités / libertés dans le mode construction ! Et des graphismes mieux « finis » (certains objets des sims 4 sont une blague)

Table des matières

Introduction	6
PARTIE 1 - JEU VIDEO ET CULTURE PARTICIPATIVE.....	8
Chapitre 1. Le jeu vidéo, une filière des Industries Culturelles.....	9
1.1. La théorie des Industries Culturelles et Créatives.....	9
1.2. Les caractéristiques des jeux vidéo.....	13
Chapitre 2. La participation des joueurs amateurs	17
2.1. Le modèle participatif du Web 2.0	17
2.2. Les pratiques amateurs et la naissance des collectifs de joueurs	19
2.3. Entre création amateur et stratégie industrielle.....	23
PARTIE 2 - UNE COMMUNICATION AUTOUR DE LA CREATIVITE : L'EXEMPLE D'ELECTRONIC ARTS POUR LE JEU LES SIMS 4	26
Chapitre 1. Méthodologie et objet de recherche	27
1.1. Méthodologie : Revue de presse, analyse de contenu et questionnaires	27
1.2. Présentation du jeu vidéo « Les Sims ».....	28
1.2.1. Les Sims : une franchise qui perdure... ..	28
1.2.2. ... grâce à la créativité des joueurs ?.....	32
Chapitre 2. Un mode de jeu et des stratégies de communication qui incitent les joueurs à la participation et à la production de contenus	36
2.1. Une participation inhérente au mode de jeu	36
2.2. Des campagnes de communication incitant les joueurs à la créativité	38
2.2.1. Dans la presse	38
2.2.2. A la télévision et sur les plateformes numériques	42
2.2.3. Sur les réseaux sociaux	43
Chapitre 3. Résultats. L'amateur, entre liberté de création et construit de l'industrie	47
3.1. Une participation encadrée et à l'initiative de l'éditeur	47
3.2. Un éditeur dépendant des usagers-contributeurs ?.....	51
Conclusion	55
Bibliographie.....	58
Table des annexes	62
Table des matières	92

MOTS-CLÉS : Stratégie de communication, Jeu Vidéo, Participation, Amateur et Industrie Culturelle

RÉSUMÉ

Ce mémoire de recherche étudie les stratégies de communication des éditeurs de jeux vidéo à travers une étude de cas se portant sur le jeu *Les Sims*. Cette analyse apporte une réflexion sur la notion de participation et sur l'existence de pratiques amateurs variées au sein des communautés de fans du jeu vidéo. Elle tend à déterminer comment les rapports de force présents au sein des Industries Culturelles influent sur les choix stratégiques des éditeurs afin de créer et de fidéliser leur public.

KEYWORDS : Communication Strategy, Video Game, Participation, Amateur and Cultural Industry

ABSTRACT

This research paper examines the communication strategies of video game publishers through a case study of the game *The Sims*. This analysis brings a reflection on the notion of participation and the existence of various amateur practices within communities of video game fans. It aims to determine how the power balance present within the Cultural Industries influence the strategic choices of publishers in order to create and retain their public.