

# Rapport de stage



# RAPPORT DE STAGE : Apicoove, édition de jeux tangibles (Marseille)

J'ai eu l'opportunité d'effectuer un stage durant trois mois au sein de la start-up marseillaise *Apicoove* qui édite des jeux de société et jeux de cartes. Cette société conçoit, édite et promeut des jeux imaginés par Guillaume Nanot, fondateur et dirigeant de la société, et procède également à la conception de jeux à vocation publicitaire pour d'autres sociétés souhaitant utiliser ce moyen de communication ludique comme *La Vache qui Rit* ou l'*UEFA Euro 2016*. *Apicoove* travaille selon deux engagements forts : proposer des jeux tout public (enfants et adultes) et intégralement fabriqués en France (création, fabrication des boîtes, plateaux, pions, impression des livrets et des cartes, etc.).

---

J'ai eu l'occasion de participer à de nombreuses tâches afin d'appréhender l'ensemble des enjeux de création d'un jeu : participation à des tests de principes, révisions de mécaniques, interventions graphiques sur les boîtes et cartes, mise en page d'un livret de règles, communication sur les réseaux sociaux et reprise complète du site Web.

Le fait de participer à l'élaboration de jeux et à toutes les activités qui gravitent autour m'a amenée à m'interroger sur la nécessité de créer des jeux dans notre société actuelle, que

j'ai approfondie grâce à des lectures annexes et des participations à des soirées thématiques de jeux : l'introduction du jeu dans un milieu dans lequel il n'évolue pas initialement pose la question du nouveau statut de ce média désormais très présent au quotidien. J'ai donc profité du temps passé dans ce stage pour essayer de trouver des raisons à la « gamification » de la société et les enjeux impliqués par ces nouveaux comportements, et tout ce que cela implique pour le designer graphique dans sa mission d'élaboration et de création.



# LE JEU EN RÉPONSE À L'ENNUI DANS NOS SOCIÉTÉS

## GAMIFICATION DE LA SOCIÉTÉ

Le jeu est omniprésent où que l'on regarde : les réseaux sociaux, les compétitions de sport diffusées à la télévision, les séries télévisées et tout les produits dérivés qui en découlent. De *Game of Thrones* à *Sherlock*, les séries sont déclinaées vidéos annexes, en sites interactifs ou en jeux de plateau. De nombreux domaines sont maintenant influencés par les mécaniques ludiques, qui ont dépassé la sphère du simple divertissement par le jeu. Manifestation inquiétante d'une société « immature » ?

Il semblerait pourtant que l'on puisse poser sur la « gamification » de notre société un regard optimiste. Dans l'ouvrage *L'empire ludique : comment le monde devient (enfin) un jeu*, Aurélien Fouillet (chercheur au Centre d'étude sur l'actuel et le quotidien à l'Université Paris V René Descartes) montre comment le jeu, qui est une activité souvent dépréciée, permet en réalité de se réinventer dans un monde aux codes bouleversés.

Dans son livre, il explique que « l'esprit du jeu » prend à nouveau beaucoup d'importance aujourd'hui (quelque soit le jeu évoqué, que ce soit la poupée, *World of Warcraft* ou même le cosplay) : tous ces jeux constituent des espaces où l'on va expérimenter, modifier, détourner les rôles et les façons de vivre ensemble définies par un ensemble de règles usuelles. Le jeu ne se limite plus à une évacion mais devient un lieu de création, d'expression d'une force vitale dans une société en perte de repères, en réinventant le vivre ensemble. Aujourd'hui, le regard que nous portons sur cette activité longtemps rendue marginale, reléguée à la sphère des loisirs, change profondément ; alors que le travail était central. Ces habitudes sont remises en cause par un questionnement fort sur l'importance et le modèle de l'entreprise. Le jeu n'est plus seulement quelque chose d'enfantin, de frivole, sans conséquences.

## RÉ-ENCHANTER UN MONDE DÉSABUSÉ

L'auteur explique que cette omniprésence du jeu est la conséquence de l'ennui. Le résultat de la normalisation du mode de vie contemporain est la disparition de l'imprévisible, de l'improvisation ou de l'accident. Cet ennui est cristallisé dans une anxiété sociale qui va produire un appel irréprouvable à l'aventure : cela passe par le jeu, qui permet de modifier la façon d'appréhender le monde.

Nous vivons aujourd'hui une période de doutes et d'incertitudes, alors que la modernité a d'abord été magique. La voiture motorisée, l'eau courante dans tous les foyers, l'électricité... Depuis, la standardisation, la consommation massifs, les crises sanitaires, les virus mondiaux sont venus noircir le tableau. Même l'espace d'une ville, longtemps perçu comme un refuge apportant protection, s'est fragilisé. Nous faisons face à un épuisement des promesses du monde, d'où le désenchantement. Que l'on joue à la marelle, aux policiers ou à *Tinder*, le jeu est un moyen d'appropriation et de détournement, mais aussi un espace « transi-

tionnel » : Donald Winnicott (pédopsychiatre britannique du XX<sup>ème</sup> siècle) voyait le jeu comme l'espace où se construit, pour l'enfant, ce qu'il y a entre ses espérances et le monde réel.

Pourtant, ce réenchancement n'est pas à proprement parler un espace « virtuel ». La distinction entre réel et virtuel est artificielle, il s'agit plutôt d'un déplacement de la vérité vers la sincérité : le virtuel, c'est ce qui est de l'ordre du possible. Les joueurs sont en quête de l'expérience partagée de quelque chose qui pourrait se réaliser.

Dans ce contexte, la technologie a un rôle de catalyseur : elle permet d'accéder à un état qui n'est pas soumis aux codes des normes traditionnelles. Par exemple, le téléphone portable a ouvert le jeu à tout un pan de la société. Longtemps réservé aux hommes, le jeu vidéo s'étend aujourd'hui au public féminin. Que ce soit sur *Second Life* ou *World of Warcraft*, on réinvente de nouvelles règles, des alliances, des logiques d'appartenance.

## LE JEU, PRATIQUE SOCIALE

Les jeux sont de moins en moins solitaires : des applications comme *Candy Crush* (lancée sur Facebook en 2012) ont pour objectif de donner et recevoir des vies. De la même façon, on peut se souvenir de l'aspect intergénérationnel et familial des consoles Wii/Nintendo, qui mettent en scène parents et enfants réunis... Le jeu est prétexte à partager quelque chose, il permet de recréer du lien social : c'est en ce sens qu'il réinvente le vivre ensemble.

Historiquement, le jeu est présent à travers les époques et les pratiques sociales. Toute civilisation est teintée par le jeu, comme l'a bien montré le livre *L'esprit du jeu chez les Aztèques* de Christian Duverger en 1979. Par exemple, dans notre société, le carnaval est un jeu de rôle : les industries du divertissement, des personnalités comme Nabilla, sont des composantes de notre carnaval actuel, des espaces temporaires dans lesquelles chacun peut faire l'expérience d'un autre monde possible. D'une certaine façon, Nabilla est une figure carnavalesque. Qu'elle puisse devenir quelqu'un « d'import-

tant » est la preuve qu'un autre monde est possible, que l'ont peut le transformer. On retrouve cet aspect carnavalesque dans les émissions de télé-réalité comme *Masterchef*. Un ouvrier qui s'inscrit à une émission de découverte de talents se projette dans des aventures qu'il ne vit pas au quotidien.

Le jeu est une tentative pour créer des instants et des conditions qui tendent vers la perfection, pour se substituer à la confusion de l'existence courante et quotidienne. Le rôle du mérite ou du hasard s'y montre net et indiscutable ; elles impliquent aussi que tous doivent posséder exactement des mêmes possibilités de prouver leur valeur : de cette façon, on s'évade du monde en le faisant autre.

Au carnaval, le masque ne cherche pas à faire croire qu'on est un vrai cow-boy, ou un vrai pompier, il cherche à mettre à profit l'atmosphère temporaire qui permet la libération des individus : le costume dissimule le personnage social et libère la personnalité authentique, sans le poids des conventions.

# LES NÉCESSITÉS GRAPHIQUES SPÉCIFIQUES AU JEU VIDÉO

Le travail graphique propre à l'univers vidéoludique prolonge la réflexion du designer au-delà de ses habitudes sur les autres médias. S'interroger sur les notions de jeu, de stimulation, de découverte, jusqu'à l'ergonomie et l'immersion mettent en exergue des usages inédits de ce support.

Mes recherches m'ont conduite à repenser la place de l'image dans ce milieu spécifique ainsi que ses caractéristiques majeures, gages d'efficacité.

## L'INTERACTIVITÉ VIENT AVANT L'IMAGE

L'image dans le jeu vidéo est aujourd'hui à la confluence de différents regards : l'enjeu pour les joueurs est de tirer en partie leur plaisir de la richesse graphique du jeu. L'enjeu pour les industriels porte quant à lui sur la qualité des graphismes et/ou une direction artistique audacieuse, qui sont des arguments de vente forts. Enfin, l'enjeu politique : elle est la face la plus visible de la culture vidéoludique, et ce qu'elle renvoie influence l'opinion générale (inquiétude, par exemple).

Dans la peinture, le cinéma ou la sculpture, l'expérimentation et la lecture d'une œuvre ont tendance à se rejoindre, ce

que confirme l'étymologie de spectateur (le spectateur est un observateur). L'image est la source du sens et en cela sa place est prépondérante. Mais, dans le jeu vidéo, lire ne suffit plus. Comprendre l'image n'est que la première étape d'un déroulement ludique qui la conditionne. Il est nécessaire de repartir de la dimension interactive du jeu vidéo : la notion d'interactivité est incontournable, bien d'avantage que le terme vidéo et l'image qu'il implique, puisqu'il existe également des jeux reposant sur le son ou sur une absence de graphisme. L'interactivité repose sur les échanges entre le jeu et le joueur, c'est-à-dire



un effet réciproque de l'un sur l'autre. La différence avec les médias traditionnels est forte : un tableau ou un film ne sont pas modifiés par ce qu'un spectateur y projette.

Avant de déployer des paysages graphiquement très convaincants et des animations extrêmement réalistes, l'image est une interface entre le *modèle du jeu* (système et règles) et le *modèle mental* (représentation visuelle de ces règles par le joueur, qui lui permet de l'appréhender). Avant d'être belle,

l'image vidéoludique est fonctionnelle. Sinon, le joueur ne peut pas comprendre la valeur de ses actions et le jeu ne peut pas continuer. Cette dimension fonctionnelle de l'image dans le jeu vidéo lui fait ainsi rejoindre des problématiques analogues au design industriel. En effet, sa dimension esthétique doit se construire à partir d'un impératif fonctionnel, comment le présentait Louis Sullivan (1856-1924, architecte américain associé à la première génération de gratte-ciel) : « la forme suit la fonction ».

## DEUX FONCTIONS MAJEURES TRAITÉES DANS L'IMAGE VIDÉOLUDIQUE

### La lisibilité

L'une des problématiques récurrentes est la lisibilité des situations de jeu : dans *Diablo 3* (Blizzard), le joueur doit mener son héros à travers différents univers aux aspects surnaturels et mélancoliques.

Les graphistes ont travaillé de façon à rendre les décors moins saturés que les éléments actifs, et à donner la sensation d'avoir été peints avec des touches plus larges. Cela a permis de créer une identité

visuelle forte, mais surtout de gommer des détails dommageables à la compréhension des situations. Grâce à un contraste assumé entre la toile de fond et les personnages (saturation plus élevée, teintes plus franches, légère lumière), les graphismes correspondent davantage à la dynamique de jeu et le joueur peut distinguer nettement les éléments de décors et les éléments jouables à l'écran.



*Les différences de saturation  
dans Diablo 3 (Blizzard)*

## L'affordance

Dans *Rayman Origins* (Ubisoft), le graphisme d'une très grande richesse donne au joueur l'impression de traverser un rêve burlesque et décalé. En même temps, le joueur doit rapidement réagir aux différents obstacles sur la route. Comment distinguer dans ce foisonnement visuel les objets interactifs de ceux qui ne le sont pas ? Grâce à l'affordance, c'est à dire la capacité d'un objet à suggérer son usage de

lui-même. Utilisée en ergonomie et en design industriel, cette notion trouve une grande pertinence dans le cadre du jeu vidéo. Dans *Rayman Origins*, des variables telles que la forme, la couleur ou la taille des objets permettent au joueur de lire immédiatement les fonctions des différents éléments sur le parcours du personnage. Par exemple, la majorité des ennemis ont leur corps hérissé de pointes, ce qui rend le message de danger clair.



*Le traitement graphique des éléments interactifs  
ennemis dans Rayman Origins (Ubisoft)*

Le jeu *Team Fortress 2* (Valve) utilise lui aussi fortement la notion d'affordance : le jeu fait s'affronter deux équipes dont chacun des membres joue un rôle ayant des capacités bien spécifiques. Les différentes classes revêtent une grande importance pour l'action et les tactiques de jeu. Il est par conséquent absolument nécessaire que les joueurs puissent les reconnaître sans

difficulté sur le terrain de jeu. Les équipes de développement ont jugé que la silhouette était le trait distinctif pouvant le mieux répondre à ce besoin. Les artistes de *Valve* ont donc travaillé à ce que chacune des neuf classes soit unique de sorte qu'en un clin d'œil, le joueur reconnaisse à sa silhouette un soldat, un ingénieur ou un médecin, grâce à des typologies de silhouettes dédiées.



*Sélection de personnages du jeu  
Team Fortress 2 (Valve)*

