

M Le journal

Numéro 3 - Décembre 2013 - Gratuit

SOMMAIRE

Quand les jeux font leur cinéma p. 3

Monde virtuel, argent réel p. 4

Des politiques loin d'être geek p. 7

Ubisoft, l'éditeur qui prend des risques p. 6

Jeux vidéo au bistrot p.11

Gaming à consommer avec modération p. 10

Profession : gamer p. 14

Rédacteur en chef :

Nordine Nabili

Équipe :

Anaëlle Domitien

Assia Labbas

Vincent Manilève

Florian Michel

Baptiste Piroja-Pattarone

Sala Sall

Vincent Souchon

Éline Ulysse

(École de journalisme de Gennevilliers)



L'ENFANT MAL AIMÉ

Par Florian Michel

Fils du cinéma, de la littérature et de la musique, le jeu vidéo est encore aujourd'hui considéré comme une sous-culture. L'enfant terrible est devenu la première industrie culturelle au monde. 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires rien

qu'en France, mais seulement 5 000 employés. Le monde du jeu vidéo est paradoxal. Les politiques tentent de s'immiscer dans un marché qu'ils ont parfois du mal à comprendre et voient trop souvent les jeux comme un danger. Alors que sortent les nouvelles Xbox et Playstation, les clichés ancrés dans certains

esprits tendent à s'éloigner. Aujourd'hui plus d'un joueur sur deux est une joueuse et sa moyenne d'âge est de 35 ans. Que faut-il pour que le jeu vidéo trouve une place de choix dans la culture contemporaine ? Début de réponse dans ce numéro consacré au produit culturel numéro 1 en France.

Danger de mort pour les consoles

Ça y est. Elles sont là. Les deux géants du jeux-vidéo, Sony et Microsoft, ont choisi novembre 2013 pour offrir au monde leurs nouveaux bébés. Plan marketing mondial et guerre des prix, l'enjeu est essentiel pour les deux firmes. Pourtant, cette nouvelle génération de consoles pourrait bien être la dernière. Explication.



« **D**'ici à 10 ans, le marché des consoles sera mort. » David Jaffe, créateur de la série à succès *God Of War* en est persuadé. La PS4 et la Xbox One ne devraient pas connaître de petites sœurs. Pourquoi ? Sa réponse est simple : le cloud-gaming. Jaffe, et il n'est pas le seul, voit l'industrie changer pour s'orienter entièrement vers les services de streaming qui seront directement disponibles au sein des téléviseurs. Ici, pas besoin de console puisque les jeux ne seront pas stockés sur un disque dur ou dans une machine. Tout se fera grâce à la connexion internet et à une diffusion du jeu en direct sur le téléviseur.

Modèle économique difficile

Aujourd'hui, Sony et Microsoft vendent leurs consoles à perte. Le coût de production de la nouvelle PS4 est estimé à 381 dollars, soit 18 dollars de moins que le prix de vente. Il faut ajouter à cela des coûts de recherche et développement faramineux pour

comprendre que la vente de consoles n'est pas rentable. Le modèle économique se base en réalité sur la vente des jeux et des droits qui vont avec. C'est en ce sens qu'une rumeur relayée par le très respecté site Bloomberg laisse entendre que Stephen Elop, le probable futur PDG de Microsoft, souhaiterait abandonner la Xbox et le marché des jeux vidéo, pas assez rentables selon lui.

La lame de fond numérique est en train de passer et comme le cinéma, la musique et le livre, le marché du jeu vidéo, aussi récent soit-il, connaît des mutations inévitables. L'époque où il fallait qu'un studio de développement soit soutenu par un éditeur pour pouvoir être distribué semble aujourd'hui être en partie révolue. Le téléchargement permet aujourd'hui de supprimer les intermédiaires et de relier directement les créateurs aux joueurs. « *C'est la force d'Apple de pouvoir dire aux studios distribués sur leur plateforme : je vous reverse 70% des revenus liés au jeu* », explique Laurent

Michaud, du think tank spécialisé dans l'économie numérique Idate.

Dématérialisation et jeux mobiles

En 2012, les applications et autres jeux dématérialisés représentaient plus de la moitié du marché mondial du jeu. En 2011, c'était seulement 35%.

Le jeu vidéo de demain devrait inexorablement s'éloigner des consoles de salon et de leur support physique. Il y a un an, Sony avait investi 380 millions de dollars dans le service de jeu à la demande Gaikai. D'un autre côté, de plus petits éditeurs ont pris la relève. Aujourd'hui, le carton *Candy Crush Saga* sur smartphone rapporte près de 600 000 euros par jour à ses créateurs. Les revenus des jeux sur smartphone ont déjà supplanté ceux des consoles portables en étant jusqu'à 4 fois supérieurs. La fin des consoles de jeux a déjà commencé.



@FlorianMchl

Quand les jeux vidéo font leur cinéma

Le scénario est en train de prendre une place prépondérante dans l'univers vidéo-ludique, rendant l'expérience du joueur de plus en plus proche d'une séance de cinéma.



Un OVNI a récemment secoué l'univers du jeu vidéo : *Beyond : Two Souls*. Un jeu produit par le studio français Quantic Dreams dans lequel le joueur ne joue pas, ne peut pas vraiment perdre et ne fait que prendre des décisions pour poursuivre l'histoire. Ce concept de film interactif est poussé tellement loin que les deux personnages principaux sont la reproduction de deux acteurs en chair et en os embauchés pour l'occasion : Ellen Page et Willem Dafoe. Malgré un accueil mitigé, l'objet étonne et interroge : le jeu vidéo du futur sera-t-il un film interactif ?

Le récit, fil conducteur du jeu

Le jeu vidéo sait vous raconter des histoires depuis longtemps. Les premiers de 1975 étaient d'ailleurs textuels avant d'être graphiques et se jouaient sur ordinateur à la manière des *Histoires dont vous êtes le héros*. Les choses ont bien

évolué depuis : les performances graphiques et les game-plays inventifs sont redevenus le nerf de la guerre entre les éditeurs. On n'a cependant pas réinventé la poudre et le story-telling reste un élément essentiel de tout jeu digne de ce nom : il crée un contexte et favorise l'immersion du joueur dans un univers. Ce qui est nouveau en revanche, c'est la place qu'on laisse désormais au script dans les grandes productions. D'*Assassin's Creed* à *Bioshock* en passant par des jeux de guerre comme *Call of Duty*, les blockbusters actuels reposent tous sur des histoires longues, riches et parfois complexes. Les cinématiques étaient auparavant une respiration entre deux phases de jeu, mais un nombre croissant de nouvelles productions inversent les rôles : le game-play devient pratiquement secondaire.

Une nouvelle qualité à atteindre

FibreTigre, un scénariste spécialisé dans

les formats interactifs, explique ce phénomène : « *Le fait est que des jeux reconnus comme les meilleurs de ces dix dernières années par la plupart du public : The Last of Us, Red Dead Redemption, Bioshock, avaient mis l'accent sur la qualité de leur récit. C'est donc le nouveau minimum à atteindre pour les jeux qui se prétendent AAA (les jeux à gros budget, ndlr).* »

Alors où s'arrêtera la transformation ? Des récits de plus en plus riches finiront-ils par engloutir le game-play ? FibreTigre n'y croit pas : « *regarderiez-vous une scène cinématique de 3 minutes entre deux niveaux de Tetris ? Non, le point'n'click et le film interactif sont de bons produits d'accès dont la part de marché restera fixe.* » Le jeu vidéo à l'ancienne devrait donc rester roi, mais les curiosités expérimentales comme *Beyond : Two Souls* pourraient se multiplier dans les années à venir.



@_Souche_

Plus d'argent moins d'emplois

Premier bien culturel devant le cinéma, le jeu vidéo engrange toujours plus de bénéfices mais crée de moins en moins d'emplois. Retour sur les forces et les faiblesses du marché en pleine mutation.



Le jeu vidéo est devenu une pratique culturelle privilégiée des Français. Malgré son expansion, certaines branches de la filière connaissent des difficultés. Une étude réalisée par l'Institut GfK et le Centre National du Cinéma et de l'image animée confirme le constat : en 2012, le marché français du jeu vidéo physique a baissé de 15,5% en volume et de 13,6% en valeur.

Marché atomisé et précarité

Durant les années 90, pas moins de 1 200 entreprises faisaient vivre le secteur. L'industrie y employait environ 25 000 personnes.

Seulement en mai 2002, la bulle internet éclate. La bourse des valeurs

technologiques dégringole avec la baisse des financements. Conséquence : de nombreux studios de création comme Eden Games, Hydravision, Mindscape mettent la clé sous la porte depuis 2010. Actuellement, l'Hexagone compte 250 entreprises et 5 000 employés. En dix ans, la filière française du jeu vidéo a perdu 80% de ses studios.

Le secteur est caractérisé par sa fragmentation. Comme le souligne Anthony de Oliviera, auteur d'une thèse sur l'histoire du jeu vidéo français, « le tissu français a toujours été éclaté, très mal réparti. » Parmi les 250 entreprises recensées en France, 32% ont moins de deux ans d'existence et 48% des entreprises comptent moins de dix salariés.

Désormais le marché se partage entre

quelques gros studios comme Ubisoft ou Ankama qui produisent les fameux titres "AAA" et une multitude de petites structures à effectifs réduits qui se sont réorientées vers le jeu en ligne comme le jeu web pour Facebook ou les applis mobiles. 52% des studios ne produisent plus que des jeux dématérialisés. Seuls 7% des entreprises se focalisent sur du support physique.

Dans le même temps, la production française (-22,3%) souffre de la production étrangère (15,5%). « Produire un jeu en France coûte 2 fois et demie plus cher par personne qu'en Chine et 40% plus cher qu'aux Etats-Unis », constate Yves Guillemot, PDG d'Ubisoft.

Avec la crise, les offres d'emploi se sont raréfiées. Le secteur recrute peu

et se contracte dès lors que les résultats annoncés sont moins bons que prévus.

Dans les grandes sociétés, la précarité est de mise : près de 40% de CDD dans les entreprises de plus de 100 salariés. De plus, les sociétés ont du mal à mettre en place une gestion réelle des ressources humaines. Nombre de débutants tentent alors de s'expatrier.

Le Canada, nouvel eldorado des game-designers français

Avec des semaines de travail dépassant largement les 35 heures et un salaire moyen compris entre 2 000 et 2 500 euros brut par mois, beaucoup de candidats s'exilent. Selon Nicolas Gaume, président du Syndicat national des jeux vidéos (SNJV), « il y a des disparités salariales considérables, notamment au Québec où 40% des dépenses salariales sont prises en charges par les pouvoirs pu-

blics ». En 2011, un employé de l'industrie canadienne gagnait en moyenne 48 000 euros par an contre 42 000 en France.

Au pays du sirop d'érable, le secteur du jeu vidéo compte désormais 17 000 têtes, soit trois fois et demie de plus que la France. Ses entreprises sont également plus nombreuses (380 environ contre 250 en France) mais surtout plus grosses (des effectifs moyens de 45 personnes contre moins de 20 dans l'Hexagone).

La compétitivité de l'industrie hexagonale n'est devenue un sujet d'étude qu'au cours des années 2000. Pour Anthony De Oliviera, « l'intérêt des pouvoirs publics pour l'aspect économique du jeu vidéo a été très tardif. C'est seulement à partir de Raffarin [Premier Ministre de 2002-2005], suite à l'explosion de la bulle internet au début des années 2000, que le politique aperçoit un enjeu dans le secteur. »

Des initiatives ont été mises en place

comme le crédit d'impôt, un mécanisme d'aide au financement. Pour autant, l'industrie française demeure moins attractive que le Canada.

Le paradoxe, c'est que le jeu vidéo français rayonne à l'international depuis un an. Avec des jeux comme *Just Dance 3*, *Dishonored* et *Hell Yeah*, la France a su rappeler son savoir-faire et sa polyvalence. Malgré leurs moyens modestes, les studios français ont su se faire un nom.

Alors que le jeu vidéo sur smartphones et tablettes ne cesse de progresser en volume, le marché peine encore à créer de la valeur. D'un autre côté, les jeux AAA coûtent de plus en plus chers à produire et à marketer. Le jeu vidéo va devoir rapidement renouer avec le succès commercial sous peine de connaître une nouvelle crise de croissance. L'arrivée des consoles PS4 et Xbox One laisse espérer un sursaut du marché lors de cette fin d'année 2013.

@ElineUlysse

LE JEU VIDÉO EN CHIFFRES

71,1 %

c'est la part du chiffre d'affaires captée par les jeux de consoles de salon

40 €

le prix moyen d'un jeu boîte

788,8

MILLIONS

de chiffre d'affaires estimé du jeu dématérialisé

28,9

millions

de jeux vidéos sur supports physiques ont été vendus en 2012

Éditeur à prises de risques

129 studios de création dans 28 pays, un chiffre d'affaire qui dépasse le milliard d'euros, Ubisoft est le 3e développeur de jeux vidéo dans le monde. Mais si ce géant se porte relativement bien, il doit rivaliser de stratégies pour rester parmi les meilleurs.



Un bâtiment d'à peine trois étages, aux couleurs sobres, implanté au cœur d'une rue de Montreuil en Seine-Saint-Denis. À première vue, les locaux d'Ubisoft n'ont rien de ceux d'une multinationale. Et pourtant, l'entreprise est la deuxième force de création interne de jeux vidéo dans le monde. Créée en 1986 par cinq frères et destinée d'abord à produire des logiciels ludo-éducatifs dans l'Hexagone, Ubisoft a toujours essayé tant bien que mal de subsister dans un secteur où la concurrence fait rage.

Des choix stratégiques risqués

Assassin's Creed, *Just Dance*, *Rayman*, *Far Cry*, *Prince of Persia*... ces jeux ont au moins deux points en communs : ce sont des blockbusters et ils

sortent tous des studios de création d'Ubisoft. L'un de leurs secrets de fabrication est le temps : le groupe n'hésite pas à reporter les sorties de ses jeux afin de mieux les peaufiner. Une stratégie qui a un prix puisque la société subit actuellement des pertes sur son chiffre d'affaire annuel suite au renvoi de la sortie de *Watch Dogs* et de *The Crew*. « *Les décisions difficiles que nous prenons aujourd'hui [...] seront positives tant en termes de satisfaction de nos fans que de création de valeur pour nos actionnaires* », justifiait Yves Guillemot, directeur général du groupe dans un communiqué en octobre dernier. Un fait qui révèle la fébrilité de la société.

Des partenariats politiques pour amortir ses coûts

Une des solutions explorées par l'entreprise, qui emploie près de 9 000 salariés à travers le monde dont 1 500 dans l'Hexagone, est de signer des accords avec différents gouvernements.

En France, Ubisoft, qui a le statut d'entreprise innovante, s'est associée avec l'État afin de bénéficier d'aides financières et d'une meilleure souplesse fiscale. Ailleurs, comme au Canada, le groupe s'est engagé à créer de l'emploi au niveau local : 500 postes dans le domaine du jeu vidéo contre un soutien de près de 10 millions de dollars de la part du gouvernement canadien. Une stratégie qui lui permet d'assurer sa présence au niveau mondial et ainsi concurrencer les leaders américains Activision Blizzard et Electronic Arts.

 @Sashasall

Des politiques loin d'être geeks

Ce sont ceux qui en font le moins qui en parlent le plus. Cette maxime sied parfaitement aux politiques quand il est question de jeux vidéo. Préjugés et clichés polluent la discussion autour d'un monde qui leur est inconnu, et pourtant première industrie culturelle dans le pays.



Crédits photo : Le Parisien

La scène se passe en octobre 2010, dans le salon familial de Nadine Morano. Celle qui était alors secrétaire d'État à la famille se prête volontiers aux flashes de *Paris-Match*. Sur l'un des clichés, on la voit jouer aux jeux vidéo avec son fils. Le site *Arrêt sur images* relève immédiatement le détail qui fait tâche : Nadine Morano joue à *GTA IV*, dont la saga symbolise à elle seule le combat des politiques contre les jeux vidéo dit "violents".

Celle qui ne sévissait pas encore sur Twitter a eu beau se défendre, affirmer qu'il n'y avait là qu'une visée pédagogique, le cliché a fait le tour de la toile. Et ce qui aurait pu rester un moment anodin de la vie privée d'une personnalité publique représentée en réalité un paradoxe bien français : les politiques ont peur des jeux vidéo, pourtant première activité

culturelle du pays.

« Il faut interdire les jeux »

Depuis une quinzaine d'années, chaque fait divers voit ressurgir la ritournelle : « Il faut faire interdire les jeux vidéo violents. » L'année dernière, la mouvance anti-jeux vidéo a même atteint son acmé en pleine campagne présidentielle après la tuerie de Toulouse par Mohammed Merah. Le farfelu candidat Jacques Cheminade exigeait la taxation des jeux vidéo « non pédagogique » et l'interdiction des plus violents. Branle-bas de combat au sein de la communauté des passionnés qui se moque et s'insurge contre ces détracteurs. Un discours bien connu des joueurs puisqu'en 1998 déjà, le sénateur MPF Philippe Darniche évoquait des « jeux vidéo défiant toute morale humaine et civique », incitant « les adolescents à

la violence urbaine et aux combats de rues. » Contacté par la rédaction, il confirme ses positions. « Beaucoup de jeux vidéo font l'apologie de la violence et ont, j'en suis certain, des conséquences nocives sur les joueurs. » Le sénateur propose même la mise en place d'un comité d'éthique afin « d'autoriser ou non la diffusion des jeux vidéo. »

Pourtant, a-t-on déjà prouvé que les jeux vidéo violents rendaient agressifs ? À ce jour, aucune étude sérieuse en France ne l'a établi. Et le jeu vidéo apparaît comme un bouc émissaire idéal aux yeux de politiques étrangers à ce monde. Benjamin Berget, spécialiste du genre et auteur d'une récente trilogie sur « l'histoire des jeux vidéo polémiques », parle de politiques « francs-tireurs ». « Ils ne jouent pas aux jeux vidéo, explique-t-il, mais ils font savoir aux médias qu'ils abhorrent les joueurs et les éditeurs, perçus

comme des dealers de violence (virtuelle). » Et il cite alors l'exemple du jeu *Rule of rose*, que plusieurs qualifiaient de « jeu pédopornographique. » Lionel Luca, alors député UMP des Alpes-Maritimes n'avait pas mâché ses mots : « L'objectif consiste à violer une petite fille de 5 ans, c'est du nazisme ordinaire. » « Tout ceci n'est bien entendu que de purs fantasmes, réplique Benjamin Berget, mais comme ces politiques là parlent de ce qu'ils ne connaissent pas, ils se trompent lourdement. »

Et les exemples continuent d'alimenter la polémique aujourd'hui encore. En mai 2013, après la mort de Clément Méric sous les coups de skinheads, le député UMP Bernard Debré déclarait : « Il est dramatique que cette violence règne. Il faut aussi comprendre que tous les jeux hyper violents mis à la disposition des enfants qui, lorsqu'ils deviennent adultes, ont cette culture dramatique. »

2,1 milliards de chiffre d'affaires

L'industrie du jeu vidéo a donc encore du chemin à parcourir avant de redorer son blason. Pourtant, les politiques oublient un détail : le jeu vidéo en

France représente un marché exponentiel, et même l'un des nouveaux fleurons de l'exception culturelle française. Fin 2012, le Syndicat national des jeux vidéo (SNJV) publiait des chiffres qui feraient pâlir d'envie d'autres secteurs de l'industrie made in France. Le jeu vidéo est devenu le premier bien culturel dans l'hexagone avec 2,1 milliards d'euros de chiffre d'affaire en 2012. Et pourtant, cette industrie qui fait travailler 250 entreprises et 5 000 personnes, a perdu près de 10 000 emplois en quelques années.

Ce qui pousse certains parlementaires à changer, tant bien que mal, les mentalités afin de valoriser la création de jeux vidéo made in France. Les sénateurs André Gattolin (EELV) et Bruno Retailleau (UMP) ont même rendu il y a quelques semaines un rapport intitulé *Jeux vidéo : une industrie culturelle innovante pour nos territoires*. « Le jeu vidéo souffre encore de nombreux préjugés, nous explique Bruno Retailleau. Mais les jeux vidéo sont une industrie encore jeune, le cinéma aussi, à sa naissance, souffrait de nombreux clichés. » Si l'on en croit le sénateur, c'est en « *alliant une politique économique et culturelle que l'on aidera l'industrie*

du jeu vidéo et que l'on changera son image. »

C'est ce que tentent de faire les ministères de la Culture et du Redressement productif, en lançant un groupe de travail dédié, en avril dernier. Il faut savoir que, début 2013, le cabinet de Fleur Pellerin avouait au site *PC Inpact* que « *personne ne s'occupait du jeu vidéo à Bercy et à la Culture.* » Enfin une avancée ? Plutôt une bonne volonté de façade si l'on en croit Benjamin Berget. « *Ce sont des génuflecteurs, ils font semblant de s'intéresser au "divertissement des jeunes" afin de transmettre l'idée qu'ils ont changé d'attitude et qu'ils sont modernes. Il s'agit d'une stratégie de communication et de récupération du jeu vidéo.* »

Si les préjugés demeurent, certains politiques, bien conscients des enjeux économiques, seraient donc enfin décidés à rentrer dans la partie. Quand on sait que le jeu vidéo sera, dans quelques années, le pilier de notre économie numérique, il serait dommage de rater cette course à cause de politiques effrayés à l'idée de prendre les manettes.



@VincentMnv

FLORILEGE DES GLICHES



« Diverses affaires, voire même divers drames, [...] ont prouvé l'influence catastrophique des jeux vidéo violents, sur des personnes fragiles »

Eric Raoult, député UMP, en 2009



« Il faut interdire la création et la diffusion des jeux vidéo contenant une incitation directe à des violences sexuelles, à des sévices corporels, à des actes de barbarie ou au meurtre »

Jacques Remiller, député UMP, en 2008



« GTA IV est un jeu violent, amoral, et potentiellement addictif. J'en appelle à la vigilance des parents. »

Nadine Morano en 2008

Chers parents une prévention existe

GTA, Call of Duty ou Assassin's Creed, ces jeux vidéo pour adultes sont en tête des ventes et les stars des cours de récréation. Si les parents ont une vision diabolisée des jeux, ils sont aussi très permissifs par méconnaissance. Pourtant, une prévention stricte existe pour les guider.

« *J'ai appris que GTA était interdit aux moins de 18 ans après l'avoir acheté à mon fils.* » Des mamans dans la situation de Sophie, il y en avait plusieurs à la Paris Games Week cette année. À ce salon annuel du jeu vidéo, son fils Amaury, collégien, avouait : « *Ce qui m'intéresse dans GTA, ce n'est pas de tuer tout le monde. Moi ça me fait plaisir de conduire des avions, de sauter en parachute...* » Dans ce jeu pour adultes, les héros sont des psychopathes, toxicomanes et les braquages et meurtres sont quotidiens. Pourtant, il suffit de se renseigner pour voir qu'un logo interdit aux moins de 18 ans est inscrit sur les jaquettes et présent dans les bandes annonces. Mais si Sophie confie qu'elle sera plus méfiante avec *GTA*, elle n'empêchera pas son fils d'y jouer.

Les parents restent responsables de ce qu'ils achètent à leurs enfants. De plus, une prévention existe pour les informer et les sensibiliser à ce sujet. C'est le rôle du collectif Pédagojeux qui promeut les classifications du système européen PEGI en régulant les jeux par âge (3ans+, 7ans+, 12ans+, 16ans+, 18ans+) et leur contenu par des logos. Malgré leur travail, une étude de l'ISFE, (Interactive Software



Federation of Europe) datée de 2012 prouve que 72% des Français sont au courant des normes PEGI, mais seulement 33% comprennent ou font attention aux symboles. Rencontrée lors de la Paris Games Week, Corinne Longuet, responsable de la communication de Pédagojeux, dresse un constat simple : « *Les parents sont soit trop permissifs, soit trop restrictifs.* » Certains ne sont pas nés avec les jeux vidéo et sont très stricts alors que d'autres ont toujours été plongés dans cet univers et sont trop laxistes.

Dédramatiser l'image

Cependant, beaucoup d'études se

contredisent sur l'impact de la violence des jeux sur les jeunes. La responsable explique qu'« *aujourd'hui, on ne peut pas entendre parler d'un fait divers sans faire un rapport avec les jeux vidéo. On essaye de rétablir l'équilibre. Comme c'est un univers récent, on a tendance à les diaboliser.* » Interrogés sur cette violence, plusieurs enfants affirment faire la différence entre virtuel et réalité. Mais Pédagojeux tempère : « *Une chose est sûre, un contenu violent ne doit pas être montré à un enfant, encore une fois je renvoie à la signalétique.* » Le collectif poursuit son travail de prévention sur son site (www.pedagojeux.fr) avec des témoignages d'experts et des conseils de parents pour faire décrocher leur enfant de la console. De même, Corinne Longuet dédramatise sur le sujet : « *Les parents peuvent dialoguer avec leurs enfants et se servir des jeux vidéo pour expliquer ce qu'est la violence.* »



Addiction : « *Il faut savoir équilibrer* »

Parents dépassés et enfants scotchés devant leur écran. Face à ce phénomène assez récent, des cliniciens tentent d'apporter des éléments de réponse, à l'instar de Patrick Morinaux.

Réactions violentes, comportements individualistes, attitudes excessives, ces poncifs fréquemment utilisés contre le jeu vidéo sont à prendre avec du recul. Mais le jeu vidéo peut-il réellement provoquer une addiction ? Depuis quelques années, la dépendance à ces divertissements a gagné les cabinets de consultations des psychologues comme une pathologie qu'il faut étudier.

Pour Patrick Morinaux, psychothérapeute à Paris qui reçoit des patients concernés par cette dépendance : « on a affaire à des comportements

bien particuliers. » Il ne distingue pas vraiment de profil type chez ces accros mais les enfants et les adolescents sont bien souvent les plus touchés. Ils ont, en effet, plus de difficultés à trouver un équilibre avec le jeu contrairement aux plus âgés. Ceux-ci sont vite rattrapés par leurs préoccupations d'adulte.

Un de ses patients a eu de grandes difficultés à trouver son équilibre : « *à la suite de deuils dans sa famille, un enfant s'est investi dans l'univers des jeux vidéo. Ça a pu l'aider d'une certaine façon mais c'est aussi de-*

venu chronophage. Il faut savoir équilibrer. »

Jeux vidéo, l'overdose

Tous les mois, Patrick Morinaux se réunit avec d'autres cliniciens dans ce qu'ils appellent "La guilde". Ce n'est non pas une communauté de joueurs de *World of Warcraft* mais le principal réseau français dédié à l'addiction aux jeux. Dans ce cadre, ils échangent leurs savoirs, leurs compétences et discutent à propos de cas pratiques.

Les symptômes que connaissent ces compulsifs du jeu vont d'une envie obsessionnelle de jouer à un manque de sommeil. À celà, Patrick Morinaux répond en trois étapes : d'abord une écoute puis une discussion et enfin la prise de conscience du patient de son assuétude.

Les réponses qu'offre le travail de ce psychothérapeute ne sont pas comparables aux moyens de la clinique Marmottan, l'une des spécialistes dans ce domaine. Quand bien même le psychothérapeute essaie de suivre fréquemment et sur le long terme ses patients, il ne peut pas les garder en clinique. C'est ce que propose en revanche une clinique en Suisse basée à Genève. Comme le rapporte le magazine *Fémina*, Julien, un adolescent a été sevré de son écran pendant plusieurs semaines pour vaincre son addiction. Un traitement qui reste néanmoins assez extrême.



@BaptistePiroja

Barcraft : quand jeu vidéo rime avec bistrot

Le nouveau point de rendez-vous convivial des gamers piliers de comptoirs s'appelle le Meltdown. Un concept mélangeant bistrot et cybercafé qui fait fureur place de la République à Paris.



Et si les passionnés de jeu vidéo avaient un bar pour se retrouver et jouer ? C'est l'idée qui a germé il y a 3 ans dans la tête de quatre copains d'une vingtaine d'années. Le concept existait déjà sur le papier : ça s'appelle un Barcraft, et quelques projets avaient déjà vu le jour aux États-Unis, mais seulement de manière ponctuelle. Dans les faits, les joueurs investissent un bar consentant pour la soirée et puis s'en vont au petit matin. Mais ce système compliqué à organiser ne leur convenait plus et ils ont alors décidé de mettre sur pied un lieu permanent.

Success story d'un projet fou

Aujourd'hui le barcraft de leur rêve est une réalité : le Meltdown, installé à deux pas de la place de la République, tourne à plein régime depuis un an et demi. De l'extérieur on ne se doute de rien, 40 m² sont occupés par quatre ordinateurs sur lesquels les joueurs se relaient en permanence. Ici, pas de jeux de guerre mais

de la stratégie, le bar ne propose que quatre jeux (*League of Legends*, *StarCraft II*, *DOTA II* et *Hearthstone*). Sur les murs, des écrans diffusent tantôt la carte des cocktails maison du bar, tantôt des compétitions en ligne entre joueurs de haut niveau.

« On n'aurait jamais cru que ça marcherait si bien et si vite », explique Fabien, le barman de 26 ans, « on a déjà une trentaine d'habitues très réguliers, on accueille parfois plus de 100 personnes pour nos événements. » Ces fameuses soirées ont fait la fierté du Meltdown. Très relayées dans le milieu des gamers, elles ont fait venir des champions de renommée internationale pour s'affronter ou se mesurer aux amateurs. « Ça nous a aidé à nous faire une réputation, trouver des sponsors et amplifier le bouche à oreille », ajoute-t-il.

Des geeks, des filles et des novices

La clientèle est jeune, un brin geek et

surtout ravie. « On est venu pour le jeu et on est resté pour l'ambiance », plaisantent Guillaume-Axel et Alexandre, qui se sont connus ici. « Les cocktails sont pas chers et on a vraiment l'impression d'être en famille ! On fait sans arrêt de nouvelles rencontres. »

Contrairement aux idées reçues, le bar n'est pas un antre de nerds associatifs. On trouve aussi des filles et des non joueurs parmi les habitués. Les patrons sont contents, les clients ravis, mais alors qui s'en plaint ? « Les voisins, comme dans tous les bars ! », plaisante le barman. « Mais ça devrait aller mieux après le déménagement. »

Après deux franchises ouvertes à Londres et à Berlin, le Meltdown s'apprête en effet à déménager pour voir les choses en grand : 300 m² et dix ordinateurs à proximité de Bastille. Le projet barcraft n'a-t-il pas fini de faire parler de lui.



@_Souche_

Les jeux vidéo dans le rétro

Pendant qu'une nouvelle version de la Xbox sort tous les sept ans, *PacMan*, *Space Invaders* ou encore *Donkey Kong* ne prennent pas une ride. C'est le phénomène du rétrogaming : le fait de jouer exclusivement aux premiers jeux vidéo.

Cette année au salon du jeu vidéo de la Paris Games Week, il y avait deux mondes : celui des fanatiques excités devant les derniers *FIFA* et autres *Call of Duty* et celui des joueurs émerveillés devant les premières consoles d'arcades.

Une dualité que l'on doit à la rétrospective dédiée à l'histoire du jeu vidéo spéciale années 1990. Ici les joueurs ont l'occasion de se remettre aux *Super Mario*, *Bomberman* et *Tekken* de leur enfance. Un air de nostalgie plane au bout de ces manettes mais pour certains, plus qu'un saut dans le temps, c'est une véritable façon de jouer.

On les appelle les rétrogameurs, ceux qui jouent exclusivement vintage. « Aujourd'hui on joue principalement en réseaux, on nous raconte des histoires. Avec les jeux anciens, on joue pour le score et pour la performance », rappelle Nicolas, un visiteur. Même constat pour Eugénie qui derrière sa manette regrette l'époque « où lorsqu'on achetait un jeu on pouvait le finir entièrement sans attendre sa cinquième version pour avoir le fin mot de l'histoire. »

Et certains joueurs ont décidé de se lancer et de créer leur propre histoire. Il y a un peu plus d'un an, Thomas Jiboin et Mathias Pernelet ont ouvert leur propre boutique de rétrogaming Game Them All à Paris. Dans leur local, les étagères sont remplies d'exemplaires ramenés directement du Japon ou chinés sur internet. Une petite caverne aux trésors pour les initiés puisque qu'on compte à peine quatre ou cinq boutiques dans la capitale. « On répond à une réelle demande » explique Mathias Pernelet, un des gérants de la boutique. Selon lui, un client sur deux leur achète un jeu. Un



bon début même si les deux gameurs commencent « à peine à pouvoir se payer. »

Faire du neuf avec du vieux

Mais même si grâce à ces enseignes, on a l'occasion de rejouer à *Tetris* sur sa Game Boy pour quinze euros, certains ont décidé d'utiliser internet pour pouvoir y jouer sans limite. C'est le pari que s'était lancé le site *Full screen Mario*. Il y a quelques semaines encore, il était possible de rejouer en ligne et gratuitement à un des classiques de Nintendo et du rétrogaming en HTML 5: *Super Mario*. On y retrouvait les niveaux originaux et il était même possible de créer le sien. Le succès était au rendez-vous,

d'après le webmaster John Goldberg la page avait été fréquentée par 2,7 millions de visiteurs uniques pendant près d'un mois à travers six continents et des dizaines de langues. Mais le 1^{er} novembre dernier, fin de partie pour le site qui s'est vu fermer en raison de la DMCA (Digital Millennium Copyright Act), une loi américaine luttant contre la violation des droits d'auteurs. Sur la page Facebook du site, plusieurs joueurs regrettent déjà le remake presque mort-né. Trente ans après la naissance du petit plombier Mario, le succès est toujours là et les jeux stars du rétrogaming ne semblent pas craindre les prouesses des dernières consoles hi-tech.



@anaelledom

Percer dans le jeu vidéo, mode d'emploi

Dans le secteur du jeu vidéo, pas question pour les étudiants de se décourager face aux baisses constantes des ventes et du nombre d'emplois dans le secteur en France. Ils préfèrent au contraire s'adapter aux évolutions du métier.

Pas de défaitisme à l'horizon pour ces apprentis développeurs, graphistes et managers alors que de nombreux studios ont mis la clef sous la porte. Près de 5 000 emplois ont été supprimés ces dernières années dans le milieu selon *Le Monde*. Des chiffres plutôt alarmants qui détonnent avec le grand nombre d'écoles françaises destinées à former les jeunes talents du jeu vidéo. Bien que leur coût soit assez élevé, environ 6 000 euros, il en existe plus d'une quarantaine en France.

Élodie et Marie-Paul suivent un MBA de management et refusent de s'angoïser. Présentes à la Paris Game Week fin octobre, elles partagent l'idée avec plusieurs enseignants qu'« *il y a beaucoup de structures qui ferment mais de nombreuses qui embauchent.* » En effet, un tiers des entreprises tricolores sont de jeunes sociétés qui ont moins de deux ans selon le Syndicat national du jeu vidéo.

Un nouvel élan

Créateurs, animateurs, chefs de projet, le secteur nécessite des emplois très spécialisés. L'amélioration de la qualité des



enseignements depuis le milieu des années 2000 a donné un nouvel élan aux jeux vidéo. « *Il y a plein de postes à différents niveaux alors que tout le monde veut devenir game designer ou développeur* », constate Marie-Paul.

Se diversifier, c'est aussi le mot d'ordre de Tarick, qui cumule les compétences de développeur et de graphiste. Selon lui, trouver un job après son bac +6 passe surtout par les studios indépendants. Son école, l'ENJMIN, l'encourage même à prendre cette voie. « *Le jeu vidéo indépendant a connu un grand boom grâce à la sortie de moteurs de jeu qui sont plus accessibles, gratuits sous certaines conditions. Il y a un vrai re-*

nouveau et des petits studios arrivent à éclore. »

Le marché du jeu a évolué avec une vitesse folle. Une aubaine pour les écoles qui ont compris que le secteur s'élargissait et offrait de nouveaux emplois. Jadis les jeux rentables étaient forcément de gros projets pour des consoles de salon. Mais ça, c'était avant l'apparition des mini-jeux sur smartphone, tels *Candy Crush* ou *Ruzzle*. Sur un autre stand, Mickael Martin Nevo, enseignant en management des jeux vidéo à Cannes, invite ses étudiants à percer dans ces nouveaux divertissements florissants.



@BaptistePiroja

Le foot est mort, vive l'-eSport

En pleine expansion depuis une dizaine d'années, les compétitions de jeux vidéo se professionnalisent et tendent à devenir un véritable sport business. Et si le sport électronique était le sport demain ?



Sport national en Corée du Sud, pays le plus connecté au monde, reconnu comme un sport officiel aux Etats-Unis, le sport électronique s'éloigne progressivement de l'image boutonneuse et asociale de ces dernières années. Les organisateurs de compétitions font tout pour ouvrir leurs événements au grand public et attirer les sponsors. Ici, pas de Zlatan courant derrière un ballon mais des athlètes ultra concentrés derrière leurs écrans qui agitent frénétiquement leurs doigts sur leurs souris et claviers. Derrière eux, les fans viennent au "stade" affublés des maillots de leurs idoles en les encourageants dans des ambiances parfois digne du Parc des Princes ! L'eSport s'engage sur la voie du phénomène de société.

Vers la reconnaissance

Pour espérer être le sport du futur, il est

avant tout question de spectacles et de spectateurs. Pour exemple, la finale du championnat du monde de *League of Legends* s'est déroulée dans la salle de basket des *Los Angeles Lakers* pleine à craquer avec une scénographie digne d'un show à l'américaine. Sans compter l'énorme impact sur le web avec une audience de plus 32 millions d'internautes, un record. Les chiffres sont impressionnants et ce qui se cache derrière l'est tout autant. Des équipes de joueurs surentraînés, des grands championnats, des sponsors et des chèques pouvant dépasser le million de dollars pour les gagnants.

Des cybers-athlètes presque aussi adulés qu'un Ronaldo ou un Messi mais avec le salaire en moins. Ils ne manquent de rien : sponsors, salaire, centre d'entraînement, logement, certains ont même réussi à se construire des images de stars. Tous les ingrédients sont réunis

pour engranger de l'argent et permettre le développement du milieu. Mathieu Dallon, créateur de la Coupe du monde des jeux vidéo, expliquait au journal *Le Monde* que la professionnalisation est en marche : « *Ce sont des athlètes, leurs profils se rapprochent de celui des sportifs de haut niveau.* » Une fois au sein d'une équipe, les joueurs ont alors la même hygiène de vie qu'un sportif professionnel et s'entraînent pour devenir les meilleurs.

8 000 euros par mois

« *J'ai largement pu vivre ma vie, j'ai fait le tour du monde et rencontré énormément de gens* », se félicite Kevin Baeza alias Strenx, ancien joueur professionnel. Il explique avoir pu engranger jusqu'à 30 000 euros par an. Des gains tout à fait honorables mais encore loin des 8 000 euros mensuels et quelques 200 000 euros de bonus qu'a reçus le jeune Ilyes Satouri aka Stephano en deux ans. Véritable star du jeu de stratégie *Starcraft II*, le Français de 20 ans était l'un des rares à vivre de sa passion. « *Aujourd'hui, il n'y a pas plus d'une trentaine de Français qui vivent de ça, mais les chiffres ne cessent d'augmenter* », ajoute Kevin Baeza. « *Il n'y a pas de raison pour que ça ne devienne pas un sport pro* », conclut le joueur. Encore loin des 1,25 million d'euros par mois d'un Zlatan, les cyber-athlètes pourraient bien devenir à leur tour les stars du futur si la discipline continue sa fulgurante progression.



@FlorianMchl

De joueuse pro à ambassadrice de marque

À 22 ans, peu de jeunes peuvent faire le même bilan que Kayane. À la fois joueuse, ambassadrice, recordwomen et animatrice de télé, Marie-Laure Norindr de son vrai nom mène sa carrière de joueuse professionnelle d'une main de fer.

Derrière l'écran de son ordinateur, c'est souvent avec ses 19 313 abonnés sur Twitter et 18 391 fans sur Facebook que Marie-Laure partage sa vie de gameuse. Son parcours est singulier et brise les clichés du joueur de jeux vidéo. Dans ce monde plutôt masculin, sa féminité l'a aidée à se démarquer. Une fille dans le gaming ça étonne et Marie-Laure détonne. Il faut dire qu'elle exerce ce métier pas comme les autres depuis qu'elle a sept ans. C'est avec le jeu *Soul Calibur* qu'elle s'est révélée. Deux ans plus tard, elle participe à son premier tournoi et se classe vice-championne de France de *Dead or Alive 2*. Adolescente, elle représente l'équipe de France au tournoi mondial World Games Cup en se plaçant à la deuxième place. Et depuis dix ans, elle enchaîne les compétitions et se construit un palmarès exceptionnel.

Profession gameuse

Derrière cette chevelure brune et son visage souriant se cache une puissante joueuse de talent. Reconnue dans le monde du gaming, Marie-Laure se défend de devenir le produit " Kayane ", « plus qu'un personnage, le public a découvert une histoire, celle d'une fille qui s'est beaucoup démarquée en compétition. » Mais du côté des entreprises, son image est une valeur sûre. En France ou à l'étranger, l'étudiante en commerce est souvent amenée à faire sa valise.

« Je suis payée pour venir jouer dans de nombreux événements de jeux



vidéo », reconnaît-elle sans mâcher ses mots. Plusieurs fois dans l'année, elle prend plaisir à découvrir les nouveaux lieux de jeu. « Las Vegas, San Diego, New York, les Caraïbes et bien évidemment le Japon. » Elle reste aussi très proche de son public via les réseaux sociaux sur le net.

Toujours prête à rencontrer ses fans, Marie-Laure organise plusieurs fois dans l'année des Kayane Sessions, « des soirées de jeux de combat où les joueurs peuvent aussi bien jouer contre moi qu'entre eux. » À chaque fois, ce ne sont pas moins de 150 personnes qui se déplacent et défient la championne.

De la manette au micro

Son image, Kayane sait la vendre. C'est donc sans surprise qu'on la retrouve sur une des affiches commer-

ciales du jeu *Soul Calibur V*. Et depuis janvier 2013, Marie-Laure est de nouveau à l'écran chaque semaine sur la chaîne des jeux vidéo Game One pour une émission dédiée à l'e-sport. Aux côtés de l'animateur Marcus, elle fait le tour des actualités du monde du sport électronique et invite des joueurs professionnels pour débattre et échanger. « C'est du travail en plus, mais c'est un sujet qui me passionne. » Pleine d'ambition, elle jongle entre ses cours dans son école de commerce et le gaming. Dès qu'elle a le temps, elle essaye aussi de répondre aux mails attentionnés de ses fans. L'agenda toujours bien rempli, Kayane attend la fin de ses études pour se plonger entièrement dans le monde du jeu.



@anaelledom

Les promos du Master de journalisme



Blaise Mao de la revue *Usbek et Rica* est venu rencontrer les étudiants pour parler du journalisme du futur.



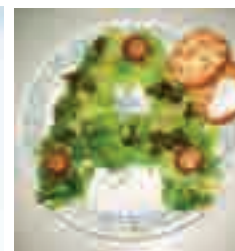
Le studio télé a ouvert ses portes



Vincent Manilève a exposé son idée pour “réinventer le journalisme” lors des assises du journalisme à Metz.

Prochain M le journal,
Janvier 2013

Quelle



alimentation

pour demain ?

