

SANQUA
SPARK¹



L'art vit de contraintes
et meurt de libertés

Camus



where it all begins

15 ans tomb raider

un jeu d'enfant suda 51

inachevé PS3 : un début raté

time is now

lucarne éditeurs versatiles

au fil du jeu final fantasy XIII

effet d'annonce hadopi, vouée à l'échec?

going on

the factory monaco

avant coureur l'avenir du 3D

anticipantia robots de combat

K
SANQUA
R
A
P
S

15 ans

Retour 15 ans en arrière sur un jeu qui nous a marqué. En le replaçant dans le contexte de son époque.



tomb raider

15 ans

Par MEEGO

Je suis surpris. Décontenancé par tant de modération et si peu d'enthousiasme. À croire qu'il n'a rien compris, ce journaliste, ou qu'il n'a pas bien pris la mesure de ce qu'il a écrit. Relire la critique du magazine PlayerOne quatorze ans après me donne la désagréable impression de prostituer le souvenir de mon expérience avec le vécu très terre-à-terre d'un parfait inconnu. Je ne me retrouve pas dans son jugement définitif et monolithique, censé représenter dans l'absolu la somme des expériences des joueurs.

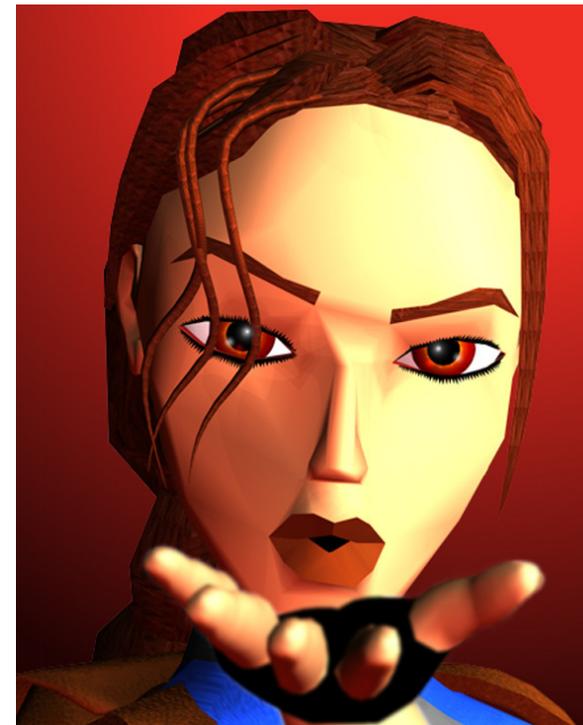
« Tomb Raider fera le bonheur des joueurs en mal d'action-aventure dont la résistance à l'ennui est supérieure à la normale. »

Milouse, PlayerOne n 69, nov. 1996.

Je parcours plusieurs autres critiques de 1996 à propos de Tomb Raider. J'ai l'impression qu'on me dresse systématiquement le portrait d'un proche familier sans que je lui reconnaisse aucun trait.

Tout me surprend dans celui de PlayerOne : le contenu descriptif, le ton employé, la présentation tout à fait sommaire et générique de l'article, le résumé final de 110 caractères, la grille de notation – un peu comme si le simple fait d'envisager une évaluation du jeu était une stupidité en soi.

Tout ce qui ramène Tomb Raider à sa nature fondamentale de jeu vidéo m'interpelle. Je pense à Lara Croft.



PlayerOne me dit qu'elle est « une jeune femme dont le goût prononcé pour l'aventure l'a poussée à partir à la recherche d'un étrange objet ».

Une jeune femme.

Cette façon de qualifier Lara Croft me fait sourire, elle illustre bien le chemin parcouru en quelques années. La simple jeune femme d'un côté, « Lara, c'est son petit nom » rajoute PlayerOne dans sa critique ; personnage neutre.

Lara Croft de l'autre côté ; personnage chargé d'une dimension signifiante extrêmement forte. Ces relectures entrent en contradiction avec mes souvenirs. Je suis dérouté par la confrontation à la réalité plutôt prosaïque décrite noir sur blanc dans l'article de PlayerOne.

J'avais neuf ans en 1996. Je me rappelle combien ce qui s'animait sur les écrans de démonstration du rayon informatique de l'hypermarché Mammouth, alors je faisais les courses avec ma mère, m'émerveillait. Ce que je voyais relevait plus de la scène d'un film d'action - où tout semblait minutieusement calculé - que du jeu vidéo. J'étais happé par son flegme, par la manière qu'elle avait de glisser sur les parois d'une roche poreuse sans se soucier du moment où la pierre humide laisserait la place à un vide immense. L'admiration qu'elle suscitait chez moi était inédite.

Derrière mon écran, j'avais le sentiment d'être son compagnon d'aventure. Pour quelques minutes. J'étais debout devant le moniteur, les épaules pendantes, le dos voûté, les bras le long du corps, l'air un peu béat. J'étais là, juste derrière elle. Je la contemplais évoluer courageusement à travers des grottes sombres et hostiles à la recherche d'un mystérieux objet. Elle courait sans cesse, et j'y voyais le signe d'une inébranlable détermination.

Elle transpirait cette transgression admirable, presque dérangeante, qui renforçait le flou brouillant son appartenance définie à un sexe. Ce qu'elle dégageait se situait précisément au carrefour de la virilité et de la féminité. Elle avait tout d'une femme, mais elle était différente de celles que je connaissais. Les prouesses physiques se juxtaposaient à sa nature de femme. Sa toute-puissance était ainsi délicate. Comme réappropriée.



Elle était résolument un cross-over entre l'homme et la femme.

Lara Croft était un personnage qui ne pouvait pas exister.

Si Tomb Raider me laisse un souvenir assez lointain, celui que je garde du personnage qu'il met en scène est plus vivement inscrit dans ma mémoire. J'avais neuf ans en 1996 et je percevais déjà assez justement ce qui faisait de Lara Croft un personnage à part.

Avec le recul, je dirais que Lara Croft était le produit de son époque.

Le choix d'un personnage féminin était intelligent à plusieurs égards. Toby Gard, avec son personnage, faisait la synthèse du zeitgeist du milieu des années 1990 : l'arrivée de Lara Croft sur la scène du jeu coïncidait alors parfaitement avec le développement de mouvements socioculturels portés par les filles et les jeunes femmes

de l'époque, phénomènes dressant le portrait moderne d'une femme ambitieuse, individualiste et autonome ; l'idée était moins de rechercher l'égalité des sexes que de revendiquer l'avancée de la femme dans la société occidentale. Lara Croft était un personnage transgressif qui correspondait à cette description. Elle occupait une place dans un espace jusqu'alors réservé aux hommes ; elle rejetait les normes patriarcales en s'émancipant du milieu aristocratique auquel elle était prédestinée dans sa jeunesse ; elle rejetait les normes de la féminité en évoluant dans des environnements qui rentraient en contradiction avec la place traditionnelle de la femme dans l'espace domestique : indépendante et mystérieuse, délicate et acrobatique, raffinée et flegmatique, elle dégageait quelque chose en plus des brutes ou des bimbo dominatrices habituellement mises en scène.

Elle semblait répondre précisément à un besoin plus ou moins conscient d'une remise au goût du jour de la représentation de la femme dans le jeu vidéo, même si elle



n'était pas non plus l'antithèse d'un stéréotype. Sa taille de guêpe, sa poitrine opulente, sa paire de lèvres gonflées, sa longue chevelure brune faisaient d'elle une abstraction correspondant aussi aux critères d'un certain cliché de la féminité (c'est probablement la raison pour laquelle le personnage de Lara Croft déchaînait tant la verve féministe ; la question de sa nature se posait alors : cyberbimbo ou icône féministe ?).

Lara Croft ne rompait pas non plus complètement avec la nature dominatrice d'une majorité des héroïnes de l'époque : rappelons que les deux personnages masculins mis en scène dans Tomb Raider étaient (1) secondaires, (2) un peu maladroits, (3) fascinés par Lara Croft (cf. la fameuse réplique de Larson pendant la scène d'introduction : « *What's a man have to do to get that kind of attention from ya* », alors qu'il lance négligemment sur une table basse un magazine où elle est en couverture face à un T-Rex) ; enfin, ils ne constituaient aucun challenge lors des affrontements, qui donnaient d'ailleurs suite à des cut-scenes dans lesquelles les mâles étaient doucement ridiculisés, verbalement et physiquement.

L'arrivée de Lara Croft a marqué un changement significatif dans l'utilisation de l'héroïne dans le jeu vidéo. Si certains jeux de combats offraient alors la possibilité d'incarner un personnage féminin, les héros n'en demeuraient pas moins traditionnellement des hommes, avec à leur côté un avatar féminin en support — Samus Aran de Metroid et Sonia Belmont de Castlevania Legends étant

deux exceptions. En ce sens, Lara Croft est souvent citée comme ayant joué un rôle de catalyse pour d'autres héroïnes à venir, ainsi que dans la démocratisation du jeu vidéo à une plus large audience. Elle constituait en effet un formidable attrait pour des publics différents : les joueurs de l'époque d'une part, les hommes non-joueurs d'autre part, ainsi que les femmes dans une moindre mesure. Elle faisait l'unanimité.

La déclaration tenue par Toby Gard (cf photo), son



créateur, en 2006 à propos de son personnage est de ce point de vue insuffisante : « *people's psychology is that they like attractive characters on both sexes* ».

Lara Croft n'était pas simplement un personnage « attirant ». Elle surprenait parce qu'elle faisait harmonieusement cohabiter deux natures a priori antagonistes : à la féminité de son apparence se mêlait la masculinité des situations extrêmes auxquelles elle était confrontée. Elle répondait d'une manière ou d'une autre toutes les

attentes : elle intriguait les joueurs qui n'avaient pas l'habitude d'incarner une héroïne d'une telle trempe, elle attirait les non-joueurs, et elle collait parfaitement à l'image à laquelle aspirait une partie de la population féminine de l'époque. L'arrivée de Tomb Raider a donc signé la pénétration d'un personnage de jeu vidéo dans un monde culturel plus largement défini : les personnes qui n'avaient jamais joué à Tomb Raider connaissaient ainsi Lara Croft.

En 1997, elle faisait la couverture de *The Face*, un magazine anglais traitant des tendances, de la mode, et de la « pop culture » qui a connu son apogée précisément au milieu des années 1990 ; les journaux américains *Time* et *Newsweek*, le magazine allemand *Focus*, et le *Financial Times* lui ont aussi consacré plusieurs papiers dans leurs parutions respectives. Ce ne sont que quelques exemples qui illustrent son entrée dans la culture populaire.

Lara Croft faisait rêver parce qu'elle incarnait un nouveau type d'héroïne ;

Lara Croft faisait rêver par ce qu'elle était ;

Lara Croft faisait rêver pour ce qu'elle représentait.

Traditionnellement, le marché du jeu vidéo se composait d'une audience masculine. Dès la fin des années 1980, Nintendo et Sega réaffirmaient leur volonté de ne pas



élargir le marché à la cible féminine, considérant que ce segment menacerait potentiellement leur audience initiale. La Playstation, en s'adressant aux 15-24 ans, marquait une rupture avec cette politique. L'ouverture du jeu vidéo à un public plus vaste faisait partie intégrante de la stratégie de Sony.

Rappelons qu'en 1995, peu avant le lancement de sa Playstation, la firme était mise en difficulté par les résultats enregistrés par ses branches musique et cinéma, ses deux principales sources de revenus. Les ventes restant décevantes, Sony accusait des pertes financières importantes.

Quelques mois plus tard, la branche « digital » de Sony permettait à la corporation d'éviter la faillite. Avec sa Playstation, Sony dégagait des profits dès 1997 - malgré les sommes colossales investies pour le développement

du hardware et du software accompagnant le lancement de la console : au 1er janvier de cette année-là, près de 12 millions de Playstation s'étaient déjà écoulées à travers le monde.

À sa sortie en 1996, Tomb Raider, profitant du lancement récent de la Playstation, bénéficiait d'un support marketing important. La synchronisation du positionnement de la console et de la nature de Lara Croft était parfaite. Tomb Raider mettait en scène une héroïne, et retravaillait en ce sens un genre peu répandu, mais néanmoins dominé par des personnages masculins ; la narration était basée sur l'aventure, l'héroïne et les situations mises en scène n'était pas sans rappeler Indiana Jones, le héros du film éponyme sorti quinze ans plus tôt ; le jeu était techniquement abouti, il permettait l'exploration d'environnements immenses modélisés en trois dimensions. Le principe était simple : il s'agissait de partir d'un point A,

de résoudre des énigmes, de récupérer des objets permettant d'activer des mécanismes élaborés, de déjouer des pièges, pour finalement arriver à un point B et accéder au niveau suivant.

Même techniquement, Tomb Raider se distinguait de quelques autres TPS de l'époque. La caméra libre renforçait l'attachement au personnage parce qu'elle permettait de l'identifier et de l'observer autrement que de dos (qui n'a jamais bloqué Lara dans un coin pour l'observer sous toutes les coutures ?) ; elle facilitait aussi l'exploration en rendant possible l'observation des environnements et la découverte des éléments du décor, utiles pour progresser.

Fade to Back - la suite de Flashback: The Quest for Identity -, le TPS de Paul Cuisset, sorti sur Playstation la même année que Tomb Raider, fournit plusieurs exemples qui permettent de mesurer l'avance dont disposait Tomb Raider par rapport à ses concurrents. Fade to Back dégageait un sentiment de rigidité parce qu'il ne permettait pas d'orienter la caméra, qui restait fixée derrière le personnage. Le jeu prenait place dans des espaces confinés ce qui, avec des déplacements lents et peu instinctifs, renforçait cette impression. Tomb Raider se déroulait dans des environnements ouverts où l'expérimentation était nécessaire à la progression, précisément parce que les décors étaient nivelés ; une seule voie était viable pour accéder à la suite de l'aventure parmi une multitude de chemins potentiels. La sortie se



trouvait tantôt en hauteur, tantôt en contrebas, tantôt cachée derrière des blocs de roches ou sous les flots.

Le temps passé à observer les environnements et à expérimenter un chemin était important.

La progression était souvent laborieuse, voire frustrante, mais c'est précisément la raison pour laquelle elle était gratifiante.

Lara Croft pouvait nager, s'accrocher aux parois pour se hisser sur un plateau en hauteur, faire des bonds, des saltos, des roulades, etc. Certains mouvements étaient proprement inutiles, mais ils renforçaient néanmoins l'aura du personnage. Je garde un souvenir assez net du plaisir que j'avais à faire plonger Lara Croft du haut d'une falaise. Au saut, elle déployait ses bras (comme si, vainement, elle s'attendait à s'envoler) avant de les tendre devant elle, de joindre ses deux mains pour mieux s'enfoncer dans les flots en contrebas.

La chute était longue et silencieuse.

Le saut de l'ange, parfait.

Tomb Raider, outre son personnage charismatique, misait vraiment tout sur l'exploration. La visée automatique, de ce point de vue-là, était un choix cohérent car elle reléguait les combats au second plan. Le nombre d'armes mises à disposition du joueur, quatre au total

(pistolet, shotgun, magnum et uzi), illustre bien cette volonté de rendre les combats anecdotiques. Pour s'en sortir, il suffisait de dégainer le pistolet, de maintenir appuyé le bouton d'action, d'attendre que l'animal s'effondre, pour enfin revenir à l'intérêt premier du jeu : l'aventure et l'exploration. Sans pousser la comparaison trop loin, Fade to Back ne proposait pas de visée automatique. Affronter un ennemi consistait à dégainer l'arme (le zoom sur l'épaule du personnage faisait d'ailleurs son effet ; Fade to Back était le premier jeu à introduire la visée à l'épaule dont Splinter Cell s'est plus tard accaparé les mérites), à l'orienter sur un axe horizontal avec une imprécision totale, et de faire feu lorsqu'il était à peu près dans sa mire. Les combats étaient finalement lents, contraignants et dispensables.

Tomb Raider, lui, ne s'entichait jamais d'artifices.

Il laissait la place aux silences.

Le sentiment de solitude qui se dégageait des explorations était palpable.

Il laissait la place aux temps morts, à la réflexion, à l'observation.

La contemplation du paysage depuis les monts gravis était une récompense.

« Tomb Raider fera le bonheur des joueurs en mal d'action-aventure dont la résistance à l'ennui est supérieure à la normale. »

Rien n'y fait.

Je suis toujours surpris, toujours décontenancé par tant de modération, par si peu d'enthousiasme. La relecture de la critique de PlayerOne me donne définitivement le sentiment de prostituer le souvenir de mon expérience.

« ... dont la résistance à l'ennui est supérieure à la normale. »

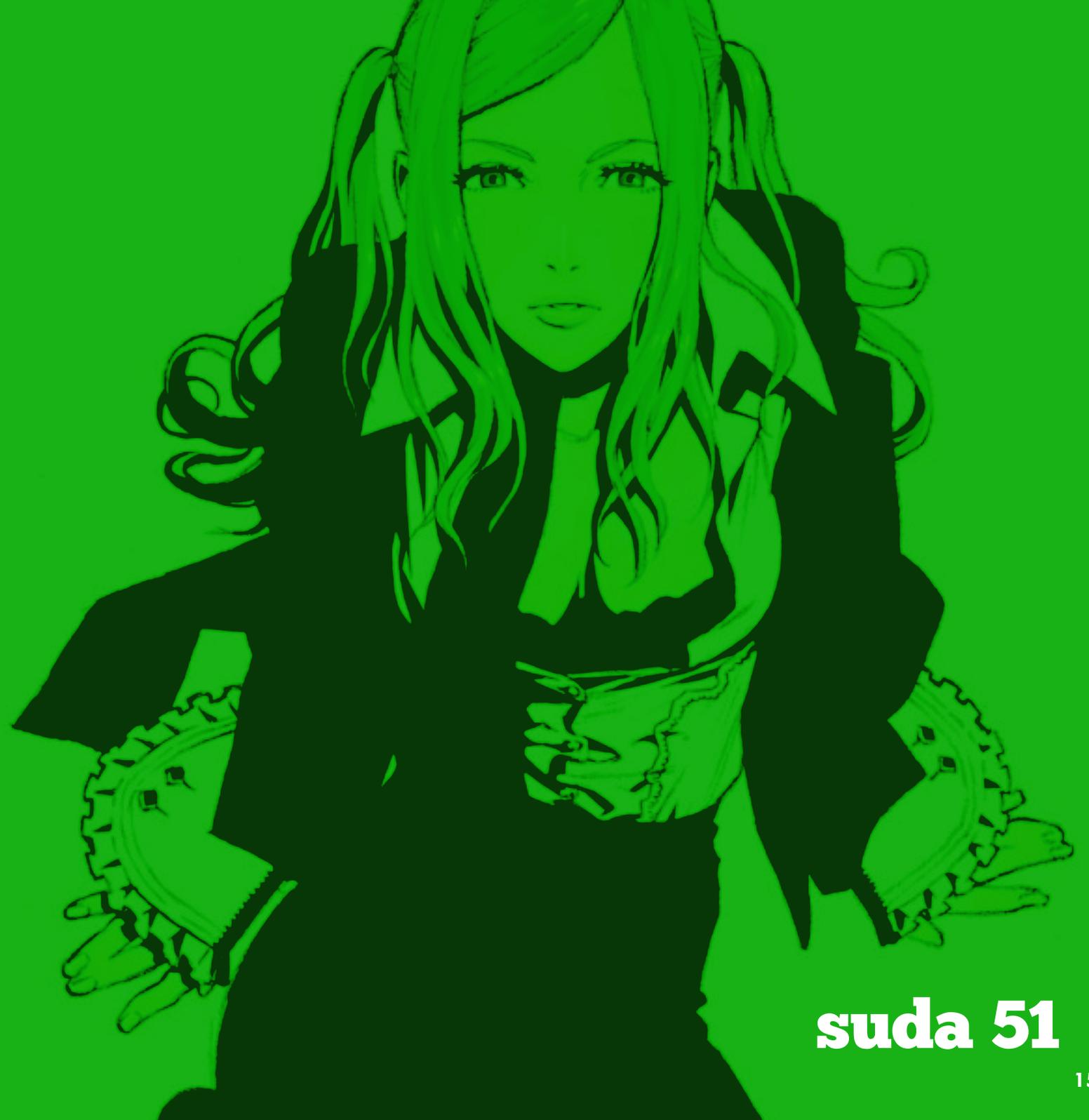
Pas vraiment d'accord.

Pas *du tout* d'accord.

Un manque de discernement évident.

un jeu d'enfant

Un professionnel revient sur la relation entre le jeu vidéo et son enfance.
Et son éventuel impact dans sa vie.



suda 51

un jeu d'enfant

Par EKIANJO

Pour la plupart des français moyens, le chiffre 51 est synonyme d'une boisson fortement alcoolisée qui se boit avec un peu d'eau fraîche, en été. Mais pour nous les gamers, ce chiffre est associé à une autre référence : Suda de Grasshopper Manufacture.

Suda 51 ne se prononce a priori pas « fifty one » ou « cinquante et un », mais en japonais « go-ichi ». C'est un jeu de mots entre la prononciation du vrai prénom de Suda, et la prononciation des chiffres en question en japonais.

Les créations de Suda sont souvent à l'étroite limite entre le génial et le taré. Mélange d'intimisme, de sub-culture japonaise, de clins d'oeils à de multiples influences.

Le jeu qui le révéla largement au grand public fut Killer 7 sur Gamecube. L'histoire d'un tueur à gages qui peut prendre de multiples apparences pour mener à bien ses missions, dans un monde complètement fantasmagorique. « Punk is not dead » définit bien l'état d'esprit des travaux de Grasshopper. Suda racontait qu'il souhaitait aller au-delà de la manière de penser des grands groupes, qui ne sont au final capables que de faire des copies d'autres titres déjà existants.

Nous voulions donc en savoir davantage sur les expériences et les aspirations de Suda dans son jeune âge, qui l'ont conduit à devenir ce créateur de jeux complètement à part.

須田剛一
すだ ごういち
5 1

SUDA 51

Suda est né le 2 janvier 1968, à Nagano (une ville connue pour avoir hébergé les jeux olympiques d'hiver en 1998). L'enfance de Suda ressemble beaucoup à celle d'autres jeunes japonais de son époque :

Je jouais au baseball jusqu'à la nuit tombée quand j'étais gosse. Le village de mes parents se trouve dans les montagnes, et je jouais beaucoup dans la nature. Jusqu'à ce que les jeux vidéo furent disponibles, je jouais à des jeux de plateau et au menko (un jeu de

A droite : des cartes de jeux de menko.
Ci-dessous: un paysage des environs de Nagano.
Plus bas: Summer Wars, un anime de 2009 se déroulant
dans la campagne de Nagano.



*cartes japonais de l'époque) au tag-game et au jeu du
kick-the-can.*

La campagne de Nagano, c'est d'ailleurs le cadre du récent film d'animation Summer Wars. Le monde est petit.

Le menko que Suda mentionne est un jeu de cartes traditionnel qui fut populaire dès l'ère Edo. On y joue à deux, chacun commençant avec le même nombre de cartes. Les cartes ont une ou deux faces, représentant les sujets populaires de l'époque (pendant l'ère Edo, des Samurai, pendant la guerre, des avions ou des bateaux, après la guerre, des animes ou des mangas, ou bien des sportifs renommés).

Le but du jeu est d'accumuler le plus de cartes pendant un temps donné ou jusqu'à ce que son adversaire n'en ait plus. Chacun à son tour, on pose une carte sur une surface dure (en bois) et l'autre joueur doit lancer une des cartes de telle manière à faire se retourner la carte de son adversaire.

Ca peut se faire soit en contact direct entre les deux cartes, soit en utilisant le « vent » créé par la carte en mouvement. C'est un jeu qui demande surtout de l'adresse, et les enfants ne sont donc pas désavantagés par rapport aux adultes.

Suda était sans doute un gosse comme beaucoup d'autres, jusqu'à sa rencontre avec un jeu mythique :



Avant que Space Invaders ne soit disponible au Japon, je jouais à Break Out. C'était choquant. C'est à ce moment-là que je ressentis le futur pour la première fois.





Ci-contre, voici Nolan Bushnell en 1985. A gauche, Breakout, et en dessous, Steve Wozniak (gauche) et Steve Jobs (droite) dans les années 1980.

Je n'ai jamais pensé pouvoir devenir un créateur de jeux. Je croyais que c'était une profession très difficile, et qu'un haut niveau d'études en mathématiques et sciences était nécessaire. Alors je me disais que ce n'était qu'un rêve et non quelque chose à quoi je pouvais aspirer.

Même à ce jour encore, je crois que c'est un miracle d'en être arrivé là.

En effet, Suda n'a pas suivi la « voie royale » qu'il croyait être nécessaire pour devenir développeur de jeux. Avant même d'approcher le monde professionnel du jeu vidéo, il travaillait dans un établissement de pompes funèbres, principalement pour préparer des fleurs pour les funérailles. Si le salaire était tout à fait correct, il avait parfois du mal à se retrouver au milieu de cadavres et était pris de nausées (chose très mal vue au Japon dans ce genre de profession). Suda déclara que cette expérience lui donna envie de donner une vraie histoire à tous les personnages de ses jeux avant qu'ils ne meurent. Pour donner un sens à leur vie.

Un jour, il vit une annonce pour une société, Human, qui recherchait des gens connaissant très bien les jeux de catch professionnel pour en réaliser un.

Tout commença avec mon intérêt pour le catch professionnel. J'étais vraiment à fond dedans, et même sans avoir de qualifications professionnelles pour faire des jeux, j'étais très confiant de pouvoir faire un jeu de catch.

Aucune réponse du studio pendant deux mois après sa candidature. Alors qu'il n'y croyait plus, il est soudainement recontacté par Human qui lui offre un poste de réalisateur sur « Super Fire Pro Wrestling 3: Final Bout » pour la Super Famicom. Suda accepte cette chance unique de faire ce dont il rêvait. Avec son expérience, Suda voulait inculquer l'impression aux joueurs de vraiment faire partie de ce monde très spécial du catch. Suda enchaîne ensuite en 1994 avec Super Fire Pro



Breakout a été une révolution à bien des égards. Après la sortie de Pong en 1972, Nolan Bushnell et Steve Bristow d'Atari voulaient réaliser un jeu qui serait véritablement mono-joueur. Le concept sur papier d'une balle détruisant progressivement un mur de briques avait pris forme. Enfore fallait-il le concrétiser. Pour ce faire, ils firent appel à Al Alcorn pour diriger le projet. Al lui-même dépêcha Steve Jobs pour ce projet, qui accepta de réaliser un prototype sous 4 jours, en utilisant le minimum de circuits logiques possibles – les microprocesseurs étaient alors à leurs balbutiements et Breakout fut conçu sans. Steve Jobs, en vrai filou (ca n'a pas vraiment changé), demanda à son pote Steve Wozniak de bosser sur le projet sous 4 jours, en ne lui donnant qu'une partie des bénéfices à la fin. Steve Wozniak développa une version à temps (sans dormir) et réussit aussi à diminuer de manière importante le nombre de processeurs impliqués. Le jeu était né.

Plus tard, la manière dont Wozniak développa l'Apple II fut vraiment influencée par son expérience du design de Breakout : il programma son Integer BASIC pour que la première application qui tourne soit Breakout. Cette version du Basic fut même appelée le Gaming Basic.

Malgré l'influence du jeu vidéo dans ses jeunes années, Suda n'espérait pas pour autant pouvoir en créer un jour:

Le catch professionnel au Japon





Wrestling Special, où il introduit le catch mexicain (lucha libre) et donne une fin inattendue au héros : après avoir vaincu tous ses adversaires, il se suicide du haut de sa gloire. Le catch continuera à faire des apparitions dans plusieurs autres jeux à venir. Suda introduira même un catcheur comme une des incarnations de Harman Smith dans Killer 7.

Avec Human, Suda réalise encore 3 autres jeux, de la trilogie « Syndrome », cette fois sur Playstation, où il raconte l'histoire de lycéennes luttant pour leur survie contre des événements surnaturels, avec une ambiance très proche des films d'horreur japonais à la Ring. Il s'agit plus de romans-vidéo que de véritables jeux, dans la grande tradition des jeux d'aventure japonais : beaucoup de textes et peu d'interactivité. Malgré l'écriture et l'ambiance de qualité, la série ne connaît pas un grand succès au Japon. Il décide alors de quitter Human et de former son propre studio, le fameux Grasshopper Manufacture, avec des amis.

Après deux jeux quasiment confidentiels (the Silver case et Flower, Sun and Rain), qui ne réussissent pas à percer au Japon et ne dépassent donc pas les frontières de l'archipel, Suda connaît enfin un chouya de réussite avec Michigan : Report from Hell pour PS2, dont il écrit le scénario en s'impliquant davantage dans le développement. Dans ce jeu vous incarnez un reporter d'investigation, suivi de son équipe, qui tentent de découvrir



l'origine de troubles surnaturels qui se produisent près du lac Michigan pour le compte de la chaîne fictive ZakaTV. Pas vraiment d'action à proprement parler dans ce jeu : vous devez simplement filmer les événements auxquels vous êtes confrontés en capturant les détails qui importent pour expliquer la source du mal. Suivant ce que vous filmez vos images rentrent dans différentes catégories, « suspens », « érotique » (en gros filmer sous les jupes des filles de votre équipe... c'est le côté otaku de Suda) et « immoral » si vous laissez mourir un quidam volontairement sans tenter de l'aider. C'est le premier titre de Suda qui pu sortir en Europe.

La réussite vint ensuite grâce à son ami Shinji Mikami, producteur à Capcom, avec qui il s'associa pour développer l'un des jeux les plus étranges de la logithèque Gamecube, Killer 7, partie intégrante des « Capcom five », cinq titres exclusifs pour le compte de Nintendo.

Killer 7 est, de la bouche de Suda même, son jeu le plus abouti à ce jour. De nombreuses anecdotes amusantes circulent au sujet du jeu et de son développement chez Capcom, Suda arrivant souvent avec des idées complètement farfelues et impossibles à mettre en œuvre visuellement. Outre l'originalité du titre à tous points de vue, de la réalisation à l'histoire en passant par les personnages, c'est surtout la vision presque d'auteur de Suda qui rend le jeu si particulier. C'est aussi ça, ce qu'il veut dire avec « Punk is not dead » : un bon réalisateur de jeu doit être



un homme d'affaires, car il faut savoir faire de l'argent pour continuer à faire d'autres jeux, mais il doit aussi être capable d'altérer sa personnalité quand il s'agit de s'impliquer dans la création elle-même, pour bousculer ses a priori et laisser son imagination guider ses pas. Et c'est cette démarche qui marque les esprits, à toute époque :

Je crois que peu importe s'il s'agit d'un jeu ancien ou récent, les grands jeux, les jeux éloquents continuent à vivre dans le cœur des gens.

Les jeux actuels sont en train d'avoir davantage de concepts cinématiques.

Philosophiquement parlant, les jeux de mon enfance étaient plutôt représentés de manière abstraite, en utilisant des symboles.

Cependant, les jeux vidéo actuels sont devenus de l'art, exprimant des choses littéralement. Autrement dit, ils sont devenus plus réalistes et ont permis un niveau d'expression plus poussé.

Je crois que les jeux vidéo se sont positionnés comme le fer de lance de l'art.

inachevé

Retour sur un échec retentissant et tentative d'analyse.



PS3 : un début raté

Avant le lancement de la PS3, malgré le succès relatif de la Xbox 360, largement en avance, la direction de Sony se montrait toujours confiante. Après tout, c'est très normal. Même si la réalité était tout autre (à se chier dans le froc, par exemple), les dirigeants, quand ils discouraient à l'extérieur, se devaient d'afficher des sourires Ultra-Brite et se contenter de convaincre tout le monde qu'on est les meilleurs, ne serait-ce que pour protéger la valeur de l'action en bourse et rassurer les investisseurs potentiels.

Au départ, la sortie officielle de la PS3 devait avoir lieu au printemps 2006. Mais à cause de problèmes liés au Blu-Ray (l'histoire des diodes, mais aussi le manque d'accord sur le format entre les différents partenaires), elle fut rapidement repoussée à Novembre 2006. Sony assurait alors qu'il s'agirait d'une sortie simultanée sur tous les territoires, avec 2 millions de consoles dispos au lancement et encore une paire de millions d'ici la fin de l'année 2006.

La date de sortie fatidique approchant, Sony modifie ses plans une deuxième fois pour découpler la sortie en deux parties. En Novembre pour le Japon et les US, en mars 2007 pour l'Europe et l'Australie. Et en lieu et place des deux millions de consoles au lancement, il s'agirait de 2 millions tout court pour la fin de l'année 2006. Et pour le jour de lancement, au lieu des 2 millions annoncées initialement, le chiffre passe à 500 000 : 100 000 pour le Japon, 400 000 pour les

US. Peu avant la sortie au Japon, Sony annonce le 22 septembre qu'une seconde version de sa console sera disponible avec un disque dur de plus faible capacité : c'est la version 20 gigas, vendue au prix de 49,980 yen (\$430 de l'époque), alors que la version 60 gigas reste toujours très onéreuse à 62,790 yen (\$540 de l'époque). Ce changement soudain de stratégie vis-à-vis du prix signifie-t-il que Sony commence à se poser de sérieuses questions sur sa capacité à vendre la machine, censée pourtant être en rupture de stock à sa sortie ?



En décembre 2006, alors que les ventes au Japon sont loin d'être fabuleuses, Sony confirme qu'ils atteindront leur objectif de 6 millions de consoles vendues dans le monde à la fin de leur année fiscale (soit fin mars 2007). Pourtant, tout indique que ce chiffre ne sera jamais atteint. Si Sony a pu livrer 2 millions de consoles à la

fin décembre, les ventes combinées aux US et au Japon ne suffisent pas à consommer l'offre disponible : seules 1,2 millions d'unités sont écoulées au niveau mondial. Presque deux fois moins que ce qui devrait être dans les magasins en stock.

Hamamura, le chef de Enterbrain au Japon, spécialiste des données de ventes dans l'archipel (et accessoirement aussi le PDG de Famitsu, le leader de la presse papier vidéoludique), en septembre 2006, annonçait déjà que Sony n'atteindrait probablement pas ses objectifs. Au lieu de 6 millions d'ici la fin mars 2007, il prédisait seulement 4.13 millions d'unités vendues.

Pas mal, mais encore trop optimiste.

A la fin mars 2007, le chiffre tombe : 2,8 millions d'unités écoulées au niveau mondial. Alors que Sony maintenait fermement ses prédictions de 6 millions de ventes, sans faiblir. Un peu plus de deux fois moins.

La suite, vous la connaissez.

A la fin de l'année fiscale, Sony accuse le coup. La firme annonce une chute de 68% des profits opérationnels, soit près de 600 millions de dollars (71.8 billions de yens) à cause des coûts de développement de la PS3 et des ventes moins fortes que prévues.

En avril 2007, Sony annonce la réduction de 9% (160 personnes) de sa masse salariale à SCEE, basée à



Londres, en charge de la distribution, du marketing et de la vente de la PS3 dans 104 territoires allant de l'Europe à l'Afrique en passant par le Moyen-Orient et l'Australie. Bien entendu Sony fait passer ça comme étant un changement dans la manière de vendre nos produits et non pas comme une conséquence directe des résultats financiers minables de la dernière année fiscale.

En juin 2007, c'est au tour des US de passer à table : 50 employés de la branche de Sony Corp. à Foster City, CA, sont remerciés. Impact direct des résultats moyens de la PS3 ? Difficile d'en savoir plus, même si c'est fort possible.

Le 19 juin 2007, c'est au tour des gros pontes de changer de poste. Ken Kutaragi est démis de ses fonctions et se retrouve chairman (le placard, en gros) et Kaz Hirai prend alors sa place. Kutaragi avait été le grand gourou de SCEE depuis l'ère de la PS1 jusqu'au lancement de la PS3.

Prétendre que le lancement de la PS3 a été un succès serait un gros mensonge. Il est donc temps de revenir

sur le fiasco pour comprendre plus en détail ce qui s'est réellement passé.

Nous allons nous attacher ici aux 6 premiers mois de la commercialisation de la PS3 dans les différentes géographies où elle a été lancée, pour essayer de comprendre dans quelles situations la PS3 s'est trouvée et quels ont été ses résultats.

Mais avant toute chose, je tiens à rappeler que la valeur d'une console aux yeux de l'acheteur potentielle ne se résume pas simplement à son prix.

Non, plusieurs éléments interviennent dans l'évaluation de la valeur de chaque hardware, qu'on peut développer sous forme d'équation :

Valeur = puissance du hardware + prix + catalogue de jeux (en soulignant l'importance des exclus) + branding + confiance en l'avenir de la machine + capacités multimédia (DVD, Blu-Ray) + nouveauté apparente + possibilités de jeu en ligne.

La plupart de ces éléments sont relativement clairs : si une machine est vendue à 10 000 euros, le prix devient forcément une forte barrière à l'achat. La confiance en l'avenir de la machine a par exemple été faible pour la Dreamcast de Sega, alors que la PS2 sortait peu de temps après. Les capacités multimédia sont parfois importantes à l'achat, comme pour le cas de la PS2 ou de nombreux gens l'achetèrent en premier lieu pour s'en servir comme lecteur de DVD.

Ces facteurs ne sont pas fixes et constants. Ils varient d'une génération de console à une autre, d'une géographie à l'autre, d'un profil de joueur à un autre, et il est donc très difficile de prédire l'importance de chacun de ces facteurs a priori. Mais ils peuvent servir de pistes d'explication des succès ou échecs a posteriori.

Mais, sur base de cette foule de critères, l'analyse qui suit ne tiendra pas en compte du prix de la console à l'achat. Et ceci pour plusieurs raisons. Comme la période concernée est celle du lancement de la machine, la situation en termes d'offre et de demande est souvent en faveur de la demande. Dans les premiers mois, les consoles sont parfois en rupture de stock et difficiles à se procurer. Sur eBay, on se rend alors tout à fait compte que le prix de la machine n'a quasiment pas de limites : certains gens sont prêts à payer 2 à 3 fois le prix de vente pour une machine non disponible en magasin. Même dans les mois qui suivent, où la disponibilité existe, il est clair que le public qui achète ce genre de machines à sa sortie n'est pas très sensible au prix, davantage à

la nouveauté. Ce sont des « early adopters » comme on les nomme en anglais, qui sont en priorité passionnés par toute sorte d'innovation, et qui ne regardent pas à la dépense. L'argument « la PS3 était trop chère à sa sortie », n'est à mon avis pas justifié pour les premiers 6 mois sur le marché. Bien entendu, quand il s'agira de toucher une plus large audience, le prix deviendra alors une composante importante pour ce public-là, qui considère qu'il pouvait très bien vivre sans une console chère jusqu'à maintenant.

Quand on parle d'échec de la PS3 au lancement, tout est question de point de vue. Devançant les critiques éventuelles à cet article, voici les raisons pour lesquelles nous considérons ce lancement comme un échec :

Sony avait une large domination en termes de branding et d'image face à ses concurrents, et pourtant les ventes de la PS3 furent largement inférieures à celles de la PS2 pendant la même période de lancement. Le marché des jeux vidéo avait, entre temps, largement progressé, d'où le double échec que cela représente.

Alors que la PS3 venait d'être lancée, la PS2 demeurait très vivace et continuait même de progresser : la conversion de la PS2 vers la PS3 ne s'est pas effectuée.

Sony n'était pas prêt à lancer sa machine de manière compétitive : très peu de jeux disponibles, et très peu d'exclusivités.

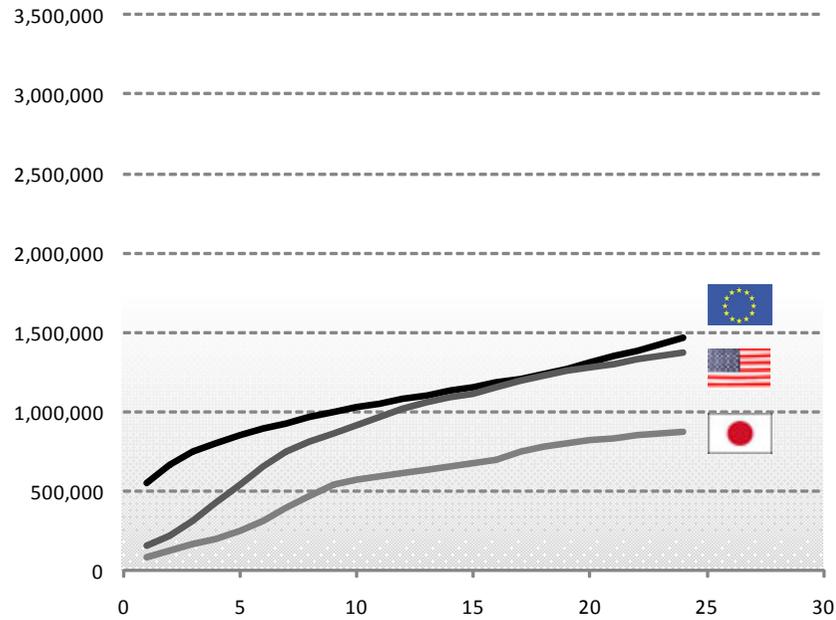
En tant que leader de l'industrie, Sony avait pour responsabilité d'innover sur le marché et de montrer la voie. Au lieu de cela, Sony s'est contentée de lancer une console « me-too » face à la Xbox 360 proposée presque un an plus tôt. La Wii a profité de ce manque d'innovation de manière significative.

Ceci étant dit, examinons maintenant quelle a été la situation de la PS3 dans chacun des marchés principaux :

- La PS3 a le mieux marché dans l'espace EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique, mais aussi Australie – mais en gros les ventes viennent à 95% de l'Europe)
- Même si les ventes de la PS3 aux Amériques semblent du même niveau qu'en EMEA, il ne faut cependant pas oublier le fait que le marché des Amériques est plus large que celui de l'EMEA. Elles sont donc relativement décevantes.
- Les ventes de la PS3 au Japon ont été vraiment minables.
- Dans le même temps, les ventes de la PS2 avaient été plus de 3 fois plus larges que celle de la PS3 au Japon, presque 2 fois plus larges aux Amériques, et 30% plus larges dans l'EMEA.
- Les ventes de Wii suivent à peu près la même rapidité de ventes que celles de la PS2 à son époque, malgré un contexte hyper compétitif (2 autres concurrents sur le marché alors que la PS2 était seule ou presque).
- Face à la Xbox 360, la PS3 fait moins bien dans sa période de lancement aux US, et à peine mieux dans l'EMEA.

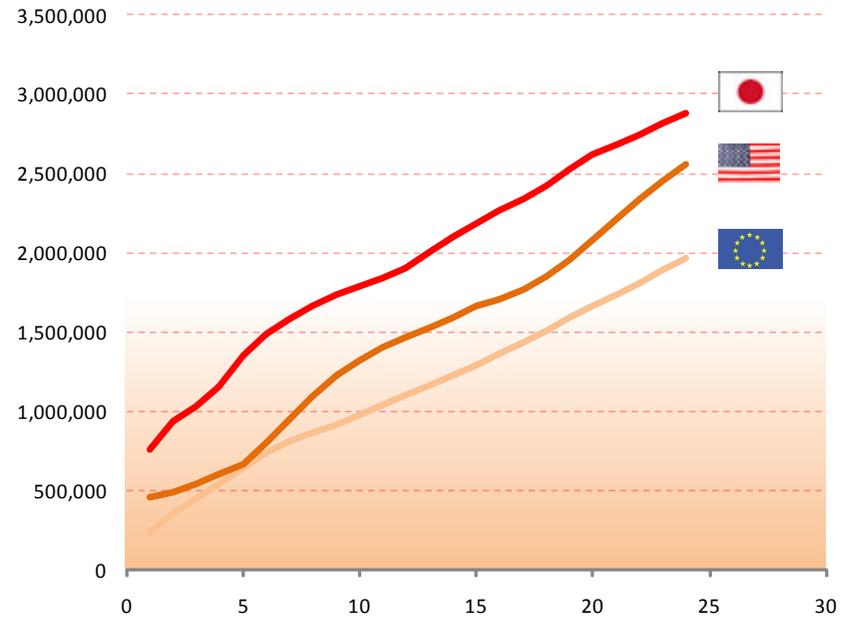
Ventes de PS3 par région dans la période de lancement

Milions d'exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



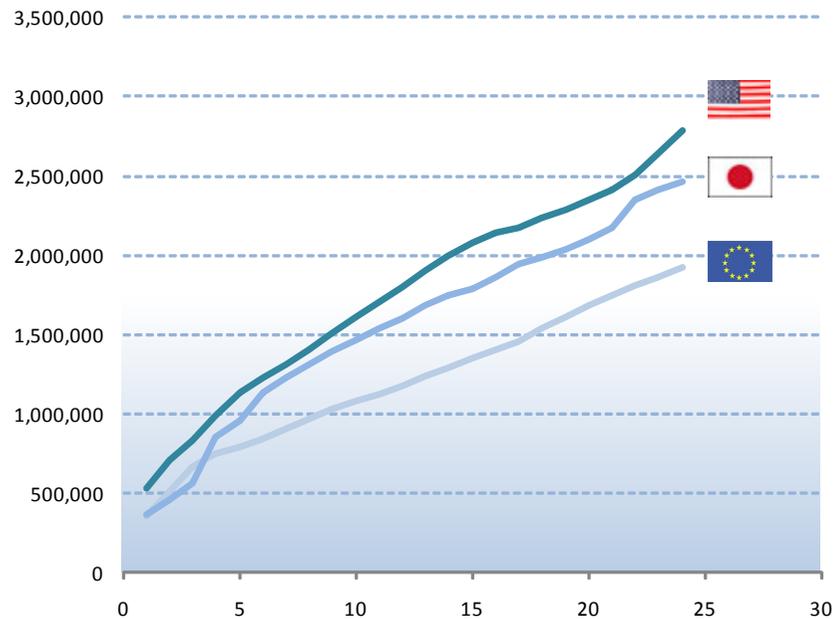
Ventes de PS2 par région dans la période de lancement

Milions d'exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



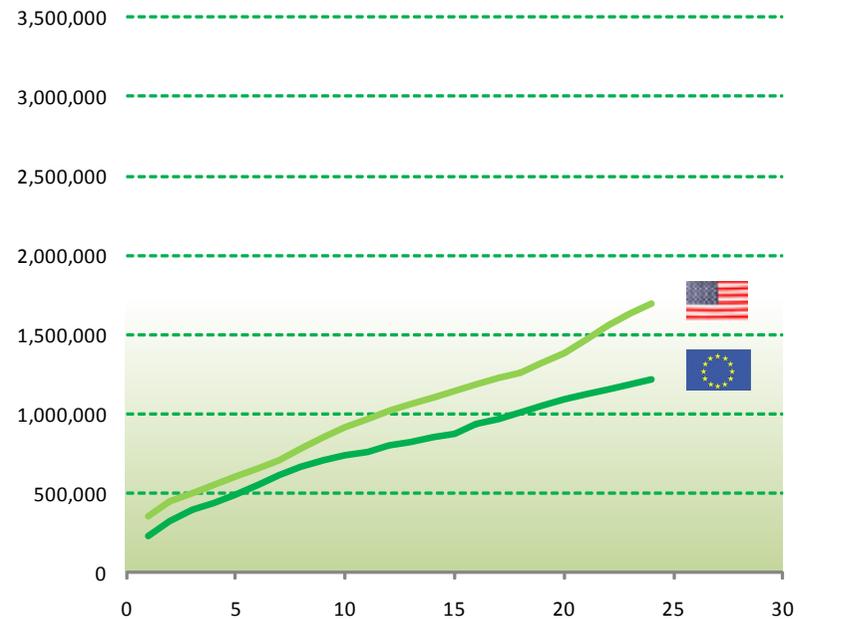
Ventes de Wii par région dans la période de lancement

Milions d'exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



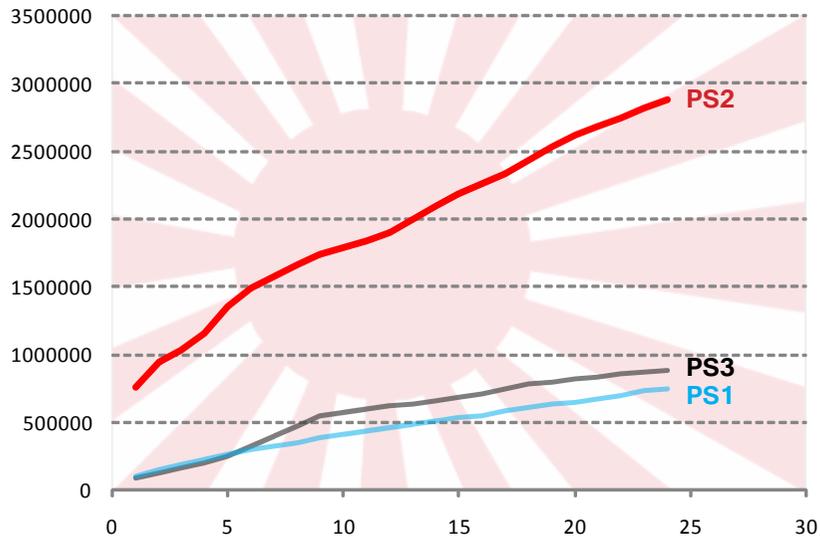
Ventes de X360 par région dans la période de lancement

Milions d'exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



Ventes de consoles au Japon : période de lancement

Millions d'exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



LE CAS DU JAPON

Comme mentionné auparavant, les ventes de la PS3 après son lancement sont catastrophiques. Pour dire, elles sont mêmes du niveau de la PS1 à son lancement :

Je vois certains lecteurs réagir à ce graph en pensant peut-être "mais, la PS1 a été la console la plus vendue de l'histoire avant la PS2, alors rien de catastrophique !". C'est oublier le fait qu'entre 1995 et 2006, le marché du jeu vidéo a explosé, et ne pas arriver à vendre beaucoup plus de machines 10 ans plus tard relève d'une certaine maladresse.

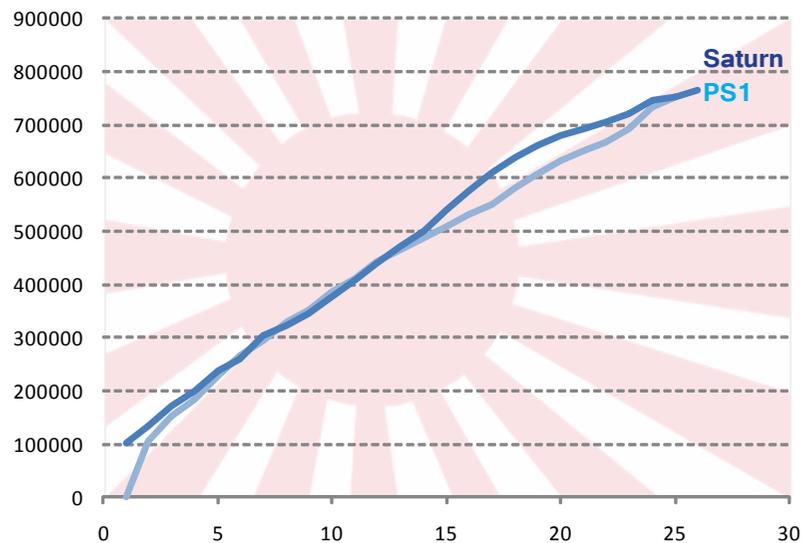
D'autre part, au Japon, pendant sa période de lancement, l'avenir de la PS1 en tant que leader incontesté n'était pas certain du tout. La Saturn de Sega, lancée une semaine plus tôt, fut aussi

un fort succès à son lancement au Japon, et resta largement au coude à coude face à la PS1 qui n'avait alors ni la réputation de Nintendo ou de Sega.

Cette parenthèse sur le cas de la PS1 mérite de continuer, car il est très instructif. Même si les ventes de consoles étaient largement comparables entre les deux constructeurs, un autre facteur important prenait place. Les ventes de jeux étaient bien supérieures sur PS1, comme le montre le graphe ci-dessous. A terme, vendre plus de jeux est un élément clef du retour sur investissement : chaque jeu vendu rapporte des droits de licence importants aux constructeurs, ce qui permet de développer des profits et de financer ainsi d'autres activités comme la publicité et le développement du hardware (pour réduire le coût de la console dans le moyen-terme) et des titres first-party.

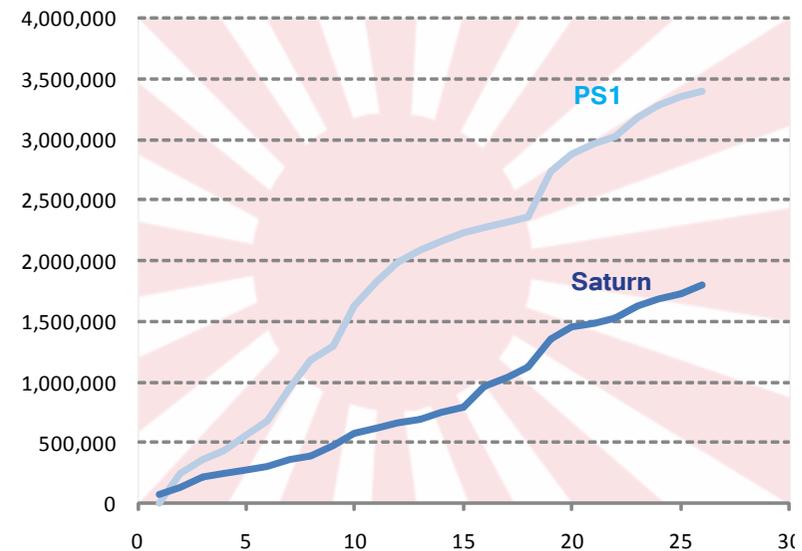
Ventes de consoles au Japon : période de lancement

Exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



Ventes de jeux au Japon : période de lancement

Exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



Si le nombre de jeux vendus est un indicateur de réussite, alors la comparaison des nombres de jeux vendus par machine après la sortie de la PS3 au Japon prend tout son sens. Cf le graphique à droite en haut.

Il se vend donc en absolu beaucoup plus de jeux sur Wii et PS2 que pour PS3. Une lapalissade, vu que le nombre de Wii et de PS2 est largement supérieur aux unités de PS3 disponibles sur le marché ?

Pour confirmer ce point, je propose d'observer comment fluctue le nombre de jeux total vendus par machine sur le parc total de machines installées. Cela représente le chiffre moyen de jeux possédés pour chaque unité de console vendue. Le graphique en bas à droite compare les évolutions de ce chiffre pour chaque lancement de console au Japon.

Une constatation générale : au Japon, le chiffre de jeux par machine augmente au fur et à mesure à partir du lancement. C'est un fait qui paraît logique : le parc de machines se construit alors que peu de jeux sont disponibles, puis le catalogue s'élargit et les gens achètent alors plus de jeux. Ce chiffre atteint souvent un plateau après un certain temps, sorte d'équilibre entre l'offre et la demande des jeux pour chaque format. La PS1 figure largement en tête, avec un record de titres vendus par machine. Ceci est tout à fait cohérent avec la comparaison évoquée plus tôt avec la Saturn. A noter au passage : quand ce chiffre baisse, cela signifie qu'il y a plus de ventes de machines que de jeux en proportion. A 6 mois de son lancement, on pouvait donc estimer que la moyenne de jeux vendus par machine était de 4.5. Une vraie mine d'or pour les éditeurs ! La Wii est, dans cette génération au Japon, la console qui vend le plus

jeux par machine. Mais on est loin des niveaux historiques de la PS1 quand même.

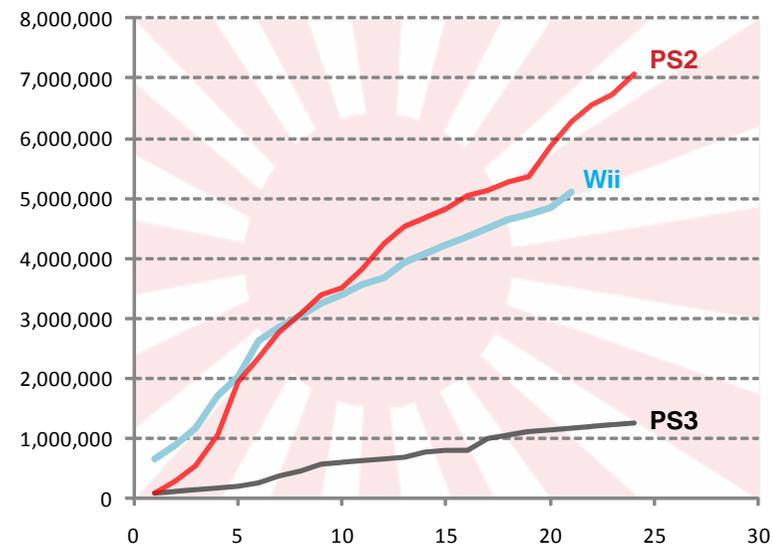
Une surprise pour certains d'entre vous peut-être, au lancement, la PS2 s'est finalement vendue sans que beaucoup de titres suivent à la caisse. Moins de 1.5 jeux par console. L'explication en est pourtant simple. Au lancement, la PS2 s'est surtout vendue au Japon sur base de son potentiel en tant que lecteur DVD. Le Japon était en retard en termes d'équipement de lecteurs, et la console était un moyen relativement peu onéreux de s'équiper d'un lecteur en même temps qu'une console au nom très connu. A titre de comparaison, la Dreamcast, lancée plus tôt que la PS2, a vu ses ventes de jeux décoller rapidement après la quinzième semaine de lancement – c'était une machine 100% jeux positionnée comme telle.

La PS3 figure tristement en bas, avec moins d'un jeu vendu par machine pendant les 8 premières semaines ! Pas besoin de vous faire un dessin, les quelques acheteurs se sont précipités sur le hardware, sans acheter de jeux avec. L'argument de l'achat multimédia pour le lecteur de Blu-Ray ne tient cependant plus vraiment à cette époque, pour trois raisons :

- La demande en termes de Blu-Ray était faible. Le DVD était encore largement répandu et sa qualité était tout à fait satisfaisante. Rien à voir avec le saut de la VHS vers le DVD ou même du VCD vers le DVD.
- Le catalogue de films disponibles en Blu-Ray était alors ridicule à la fin 2006, bien qu'il s'améliore désormais. Sans parler du prix exorbitant de ce support (deux à trois fois le prix du même film en DVD, au Japon).

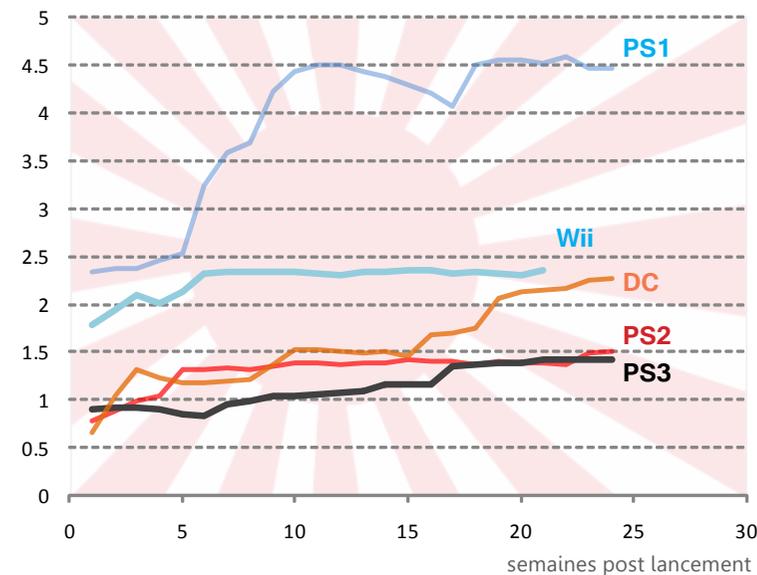
Ventes de jeux au Japon au lancement de la PS3/Wii

Exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



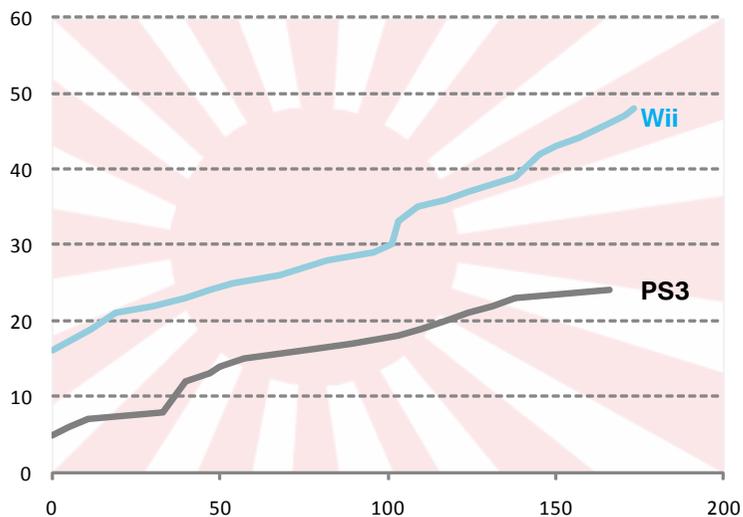
Rapport jeux par console : période de lancement

Japon : Nombre de jeux vendus cumulés par parc de machines installées



Catalogue de jeux par console au lancement

Nombre de jeux disponibles par console par jours suivant le lancement



- L'incertitude sur le format futur des films HD. A l'époque Toshiba mettait largement en avant son HD-DVD, et il n'était pas clair qui serait vainqueur. Un investissement risqué a priori. Pour le DVD le standard était agréé parmi tous les acteurs de l'industrie.

En terme de jeux, la PS3 au Japon avait de quoi laisser désirer. Une brève comparaison entre le catalogue de titres disponibles entre la Wii et la PS3 est éloquent.

Moins de 5 jeux dispos au lancement, c'était presque de la blague ce lancement au Japon. La Wii avait presque deux fois plus de titres disponibles à ses débuts, et le rapport entre le nombre de jeux exclusifs des deux machines était aussi en faveur de la Wii dans les mêmes proportions.

Le résultat de tous ces facteurs en termes de ventes à la sortie, face aux autres consoles disponibles.

Pendant les 10 premières semaines, la PS3 connaît quelques soubresauts de demande, et c'est la bérézina : elle suit progressivement la même tendance que les ventes de PS2, soit un débit très faible et en diminution constante.

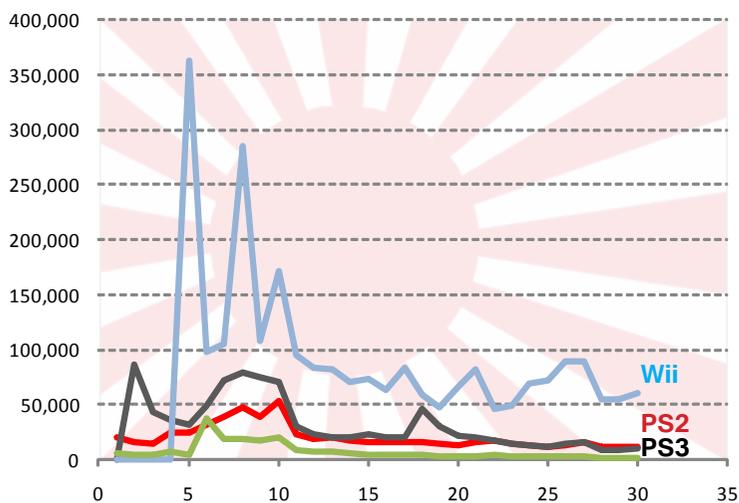
A 30 semaines, la PS2 dépasse même les ventes de PS3. Le Japon est un marché complètement saturé de PS2, et le fait que la PS3 s'aligne sur les ventes d'une machine déjà trop vendue n'a rien de positif. Seule consolation : faire mieux que la Xbox 360. Ce n'était pas difficile vu l'aversion des japonais aux consoles de Microsoft. La descente aux enfers était alors loin d'être finie. Un peu plus tard, courant juin 2007, les

ventes de PS3 passaient pendant plusieurs semaines sous la barre psychologique des 10 000



Ventes de consoles par semaine au lancement de la PS3

Japon : Nombre de consoles vendues (non cumulées) pour chaque semaine



unités écoulées par semaine. Différents observateurs déclaraient alors que certains magasins se débarrassaient de leurs stocks de PS3 pour vendre de la Wii et de la DS à la place, et des éditeurs moins connus arrêtaient aussi de développer sur PS3 pour se concentrer sur les machines de Nintendo.

Joli bilan.

LA SITUATION AUX AMÉRIQUES.



Pour vous donner une idée des ordres de vente au lancement de la PS3 aux Amériques, rien de tel qu'une petite compilation des lancements précédents sur le graphe en haut à droite...

La PS3 finit grande dernière en termes de ventes après 6 mois. Et pourtant, en étant tout à fait honnête, les lancements de la Xbox 1 ou même de la GC étaient bien plus difficiles que celui de la PS3 : les deux consoles se retrouvaient face à une PS2 déjà largement dominante sur le marché, disposant d'un catalogue de jeux conséquent.

Pour la Xbox 1, c'était de surcroît une première sur ce marché, et pour la GC il s'agissait de remonter la pente après une génération perdue avec la N64. Nul avantage en termes de branding, donc. Même la Xbox 360, dont le lancement n'avait pas été si terrible en comparaison avec la Xbox 1, s'en tire mieux sur la fin des 6 mois, plus de 500 000 unités d'avance.

Le marché du hardware aux US est largement dépendant de l'offre côté software. Pour s'en convaincre, il suffit de voir le nombre de jeux vendus par rapport au parc de machines disponibles (en bas à droite).

Sans surprise, la Wii est en tête, avec près de 4 jeux par machine en moyenne. Rappelez-vous le cas du Japon, où ce chiffre n'atteignait même pas 2.5 jeux par machine. Pour la PS3 et la Xbox 360, ce chiffre croît très rapidement après le lancement et ne semble pas encore atteindre le point d'équilibre après 6 mois, ce qui signifie probablement que la demande en termes de software est loin d'être rassasiée.

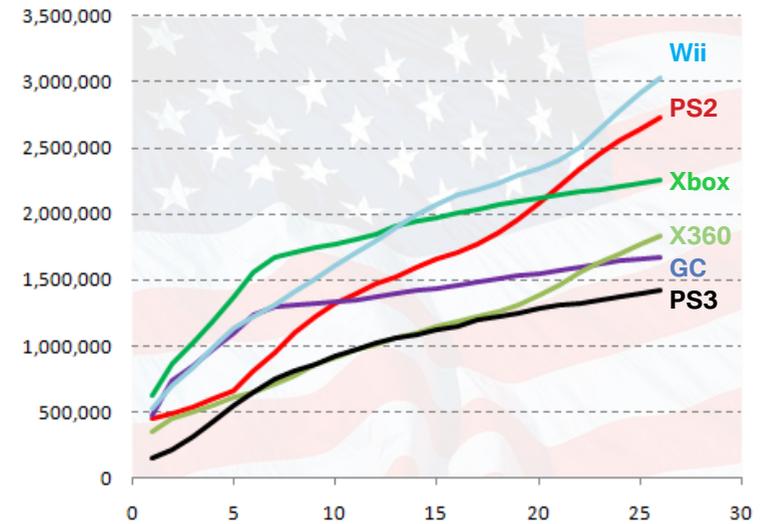
En termes de jeux disponibles au lancement, la Wii était bien entendu en avance, mais pas bien plus que la Xbox 360.

Dans les 20 jours qui suivent le lancement, la Wii se voit dotée très rapidement d'une flopée de jeux qui fait passer le catalogue à 30 titres. Il faudra quasiment 4 mois à la Xbox 360 et la PS3 pour atteindre un catalogue de même taille après leurs lancements respectifs.

La PS3 accuse d'un léger retard qu'elle conserve tout du long de la période de lancement, en s'approchant parfois de la Xbox 360.

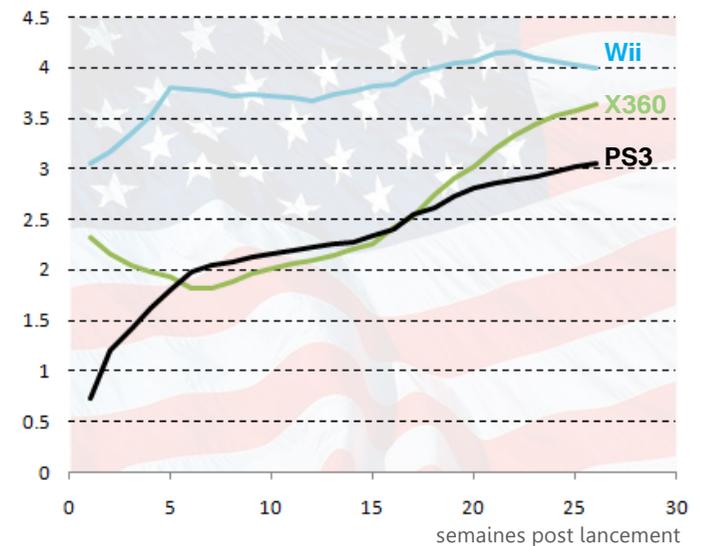
Ventes de consoles au lancement par semaine

Nombre d'unités vendues cumulées par semaine post-lancement respectif



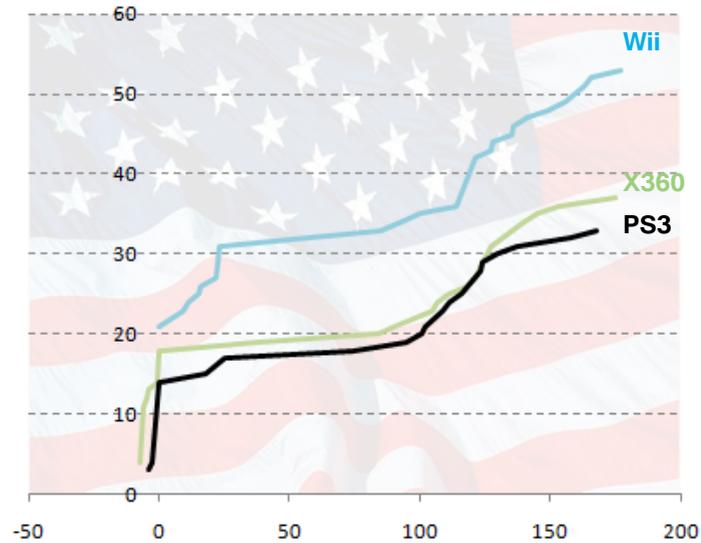
Rapport jeux par console : période de lancement

Amériques : Nombre de jeux vendus cumulés par parc de machine installées



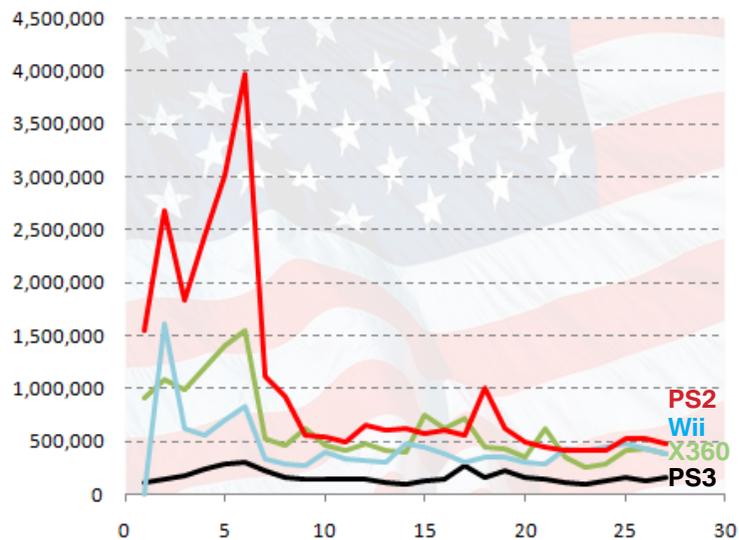
Nombre de jeux disponibles au lancement

Nombre cumulé de jeux disponibles par jour suivant le lancement



Ventes de consoles post lancement de la PS3

Nombre de consoles vendues (non cumulées) par semaine après le lancement



Si l'on regarde par contre en termes de jeux exclusifs, la Xbox 360 reste bien mieux placée dans sa période de lancement par rapport à la PS3. Même à l'issue de 6 mois sur le marché, il n'y a toujours même pas 10 jeux exclusifs dispos sur PS3. 22 sur Wii, en comparaison.

Quelqu'un n'aurait-il pas fait son boulot vis-à-vis des éditeurs tiers ?

Je reviendrai sur ce point plus tard...

Dans le contexte de la sortie de la PS3, c'est-à-dire juste avant les périodes de fêtes, la Xbox 360 connaît alors une forte progression. Après la période de Noël, la Xbox 360 reste largement mieux placée que la PS3. Mais c'est la PS2 qui demeure la grande gagnante de ces fêtes, en continuant de s'écouler par palettes entières alors même que la PS3 est disponible. La PS2 voit encore de gros titres sortir comme God of War 2. Sur PS3, les ventes de hardware ne décollent guère que deux fois pendant 6 mois, pour les sorties de Motorstorm et d'Oblivion respectivement.

Pour résumer la situation, la PS3 a du mal à se positionner aux Amériques aussi, principalement à cause du faible nombre de jeux disponibles dans un marché où le software est au cœur des préoccupations, et souffre aussi de la place prépondérante de la PS2 aussi bien au niveau hardware que software. Pour les retailers, il était sans doute toujours plus rentable de mettre en avant la PS2, la Wii ou la Xbox 360 sur un tel marché vu le nombre de retombées en termes de jeux vendus pour ces trois consoles (entre 2 à 4 fois plus de jeux achetés que sur PS3).



LE CAS PARTICULIER DE L'EUROPE

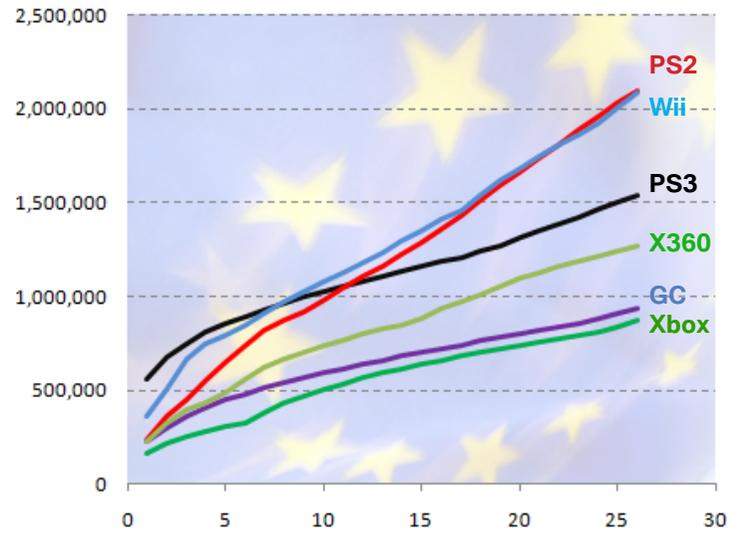


Si l'on doit parler d'exception culturelle, cette fois c'est bien l'Europe (partie prédominante du marché de l'EMEA) qui est à citer. En effet, le lancement de la PS3, bien que tardif (1 an et 4 mois après la Xbox 360, 4 mois après la Wii), est relativement réussi, comme les ventes peuvent le suggérer.

Il s'agit d'un des meilleurs lancements des dernières années, évidemment en deçà de la PS2 ou de la Wii, mais supérieur à la Xbox 360 et largement meilleur que celui de la Xbox et de la GC pourtant dans des situations similaires. Il

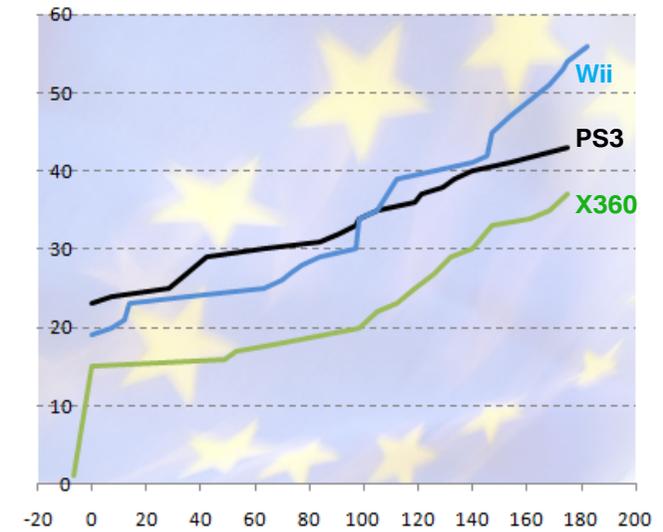
Ventes de consoles en EMEA : période de lancement

Exemplaires vendus cumulés par semaine de présence sur le marché



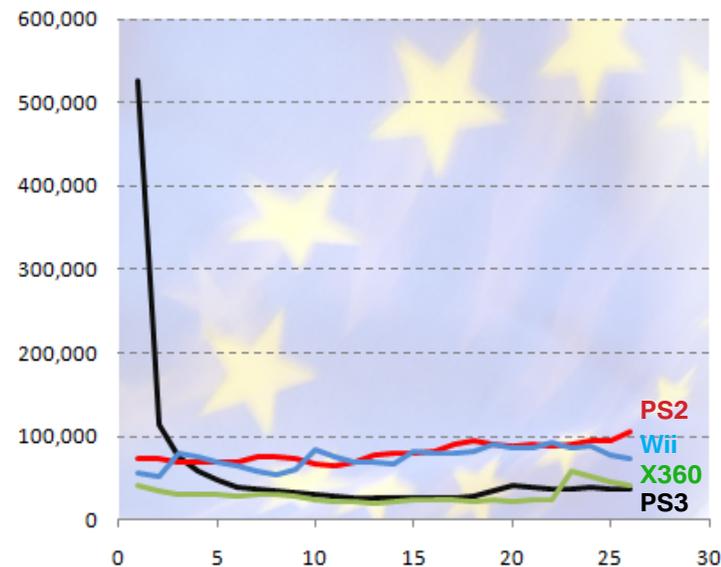
Catalogue de jeux par console au lancement

Nombre de jeux disponibles par console par jours suivant le lancement



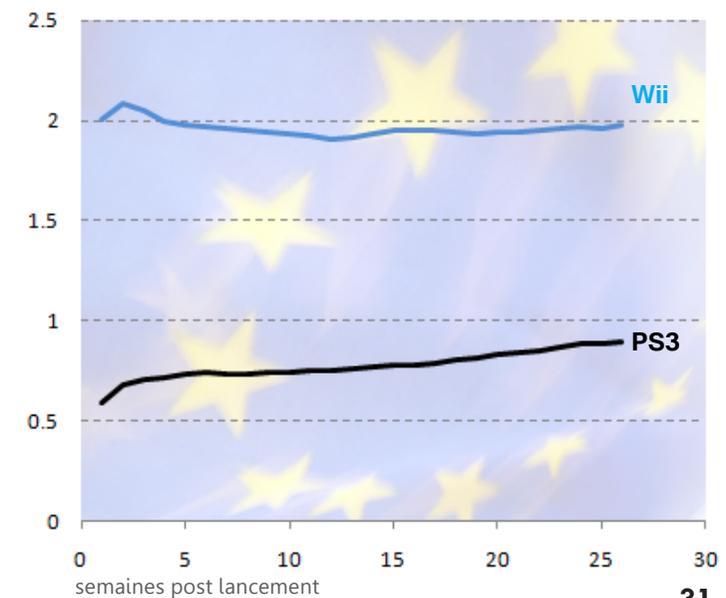
Ventes de consoles post lancement de la PS3

Nombre de consoles vendues (non cumulées) par semaine post lancement



Rapport jeux par console post lancement

EMEA: Nombre de jeux vendus cumulés par parc de machines installées



faut cependant le découpler en deux éléments : les fortes ventes de la toute première semaine, et la progression relativement nonchalante de la suite.

A première vue, on pourrait imputer cette réussite à davantage de préparation de la part de Sony. Après tout, après 4 mois d'attente, le catalogue de la marque s'est étoffé, et elle est même commercialisée avec plus de jeux que la Wii dans sa première semaine. Près de 23 titres dispos au premier jour. Dans les 6 premiers mois, ce catalogue double quasiment de taille.

Mais là où on peut vraiment parler d'exception culturelle, c'est au niveau des ventes de jeux. Alors que le catalogue de la console est relativement bien fourni, les ventes de jeux après lancement sont à plat et ne décollent vraiment pas. La Wii est le support le plus profitable avec des ventes extrêmement fortes. Les ventes de jeux sur PS2 sont clairement en déclin, des lors les retailers mettent la priorité sur la Wii. Le cas de la Xbox 360 est assez spéciale : les ventes de jeux sont très faibles, sauf quand un gros jeu sort (ici Forza Motorsport 2, et Bioshock). Mais, plus important, si l'on regarde le nombre de jeux vendus par console installée pendant les 6 premiers mois, il y a de quoi être surpris. La plupart des PS3 vendues se sont vendues sans jeu. Une situation encore pire que le cas du Japon. Une seule explication alors possible : la confiance énorme en la console et l'importance du branding. La Playstation a des hordes de fans, et ceux-ci n'ont aucun doute sur le succès de la machine.

Des lors, la sortie de la PS3 en Europe est un demi-échec : de fortes ventes cote hardware,

mais des ventes software minimales. Pour inciter les éditeurs à soutenir cette machine, on a vu mieux.

Au TGS 2007, après le fiasco du lancement, Kaz Hirai, dans ses nouvelles fonctions, prend la parole durant la keynote de Sony pour parler des résultats et se félicite du progrès parcouru. Mais un point important est mis en avant : renouer des contacts forts avec les éditeurs, pour faire de bons jeux. Et sans doute des jeux exclusifs, chose que Sony a largement négligé face à Microsoft pendant le développement de la PS3.



Plusieurs raisons peuvent expliquer ce manque de soutien des éditeurs pour ce lancement.

LE POSITIONNEMENT TROUBLANT DE LA PLAYSTATION 3.

Alors que pour les deux précédentes de machine, le marketing était largement accentué sur les jeux bien avant leur sortie, pour la PS3, l'image a été toute autre. Elle a été clairement positionnée comme autre chose qu'une console. Kutaragi l'a souvent présentée comme étant un ordinateur à part entière, et extensible de surcroît – il n'y aurait pas de « modèles », mais des « configurations ». « *Si de nouveaux standards apparaissent sur le PC, nous voulons pouvoir les utiliser sur PS3. Peut-être que le*



lecteur PS3 sera à terme capable d'écrire aussi ». Peu d'accent a été mis sur le côté « console de jeux ». Le problème avec cette vision des choses est qu'elle ne donne pas une image de prix qui baisse. Si l'on upgrade la PS3 au fur et à mesure que les technologies progressent, le prix resterait a priori plus ou moins fixe alors que les spécifications gagnent en puissance. C'est à l'opposé de toute la logique des consoles commercialisées jusqu'à maintenant.

La mise en avant du Blu-Ray comme élément primordial du design de la machine était consistant avec cette logique de « *machine à tout faire* », et pas seulement jouer. Peter Moore, d'ailleurs, montrait une certaine distance avec cette philosophie, en parlant de la 360 à l'e3 2006 :

« *Il y a trois choses sur lesquelles nous nous concentrons : vos jeux sont au centre de tout. Vos amis, avec le Xbox Live et le Live Anywhere, que Bill Gates avait vendu à tout le monde. Et après, autour, il y a votre style de vie : la musique, les films, les vidéos, la télévision. Mais c'est une machine de jeux.* »



Au TGS 2007, Kaz Hirai remettait les pendules à l'heure : « *Si nous poursuivons trop de directions différentes, les gens continueront à nous demander ce qu'est la PS3. Le premier objectif de la PS3, ce sont les jeux interactifs.* »

LE MANQUE DE SOUTIEN À TEMPS AUX DÉVELOPPEURS TIERS.

En Mai 2006, on pouvait lire sur Bloomberg que Sony n'avait pas encore fourni de kit de développement pour la PS3 à tous ses partenaires, et qu'un certain flou existait au niveau des spécifications finales du hardware. (Et dire que Sony était censé sortir la PS3 au printemps 2006, à la base...).

Le PDG de THQ, Brian Farrell, déclarait alors que « *de nombreux développeurs n'ont pas reçu leurs kits. Il n'y aura certainement pas*



beaucoup de titres disponibles (au lancement) ». La version PS3 de « *The Sopranos* » aurait d'ailleurs été annulée pour cette raison.

Dans la même veine, Rockstar et Ubisoft auraient, semble-t-il, contacté Kutaragi à l'avance pour négocier avec Sony la possibilité de faire de GTA IV et d'Assassin's Creed des jeux exclusifs pour PS3. Sans savoir vraiment ce qui s'est passé dans les coulisses, Jack Tretton, le boss de SCEA, déclarait que « *nous avons une*

approche différente vis-à-vis des exclusivités face à nos concurrents. Nous n'achetons pas les exclusivités. Nous ne finançons pas le développement. On ne soudoie pas, pour ainsi dire, quelqu'un d'autre pour faire un jeu uniquement sur notre plateforme. »

Apparemment les développeurs ont choisi, et ce n'est pas la PS3 qui a obtenu la priorité.

Yoshiki Okamoto, de Game Republic, rapporte aussi quelques détails croustillants sur les problèmes de communication avec la maison mère, lors du développement d'un jeu pour PS3.



Le jeu en question était prévu pour utiliser pleinement le Dual Shock 3, vibrations et Six-Axis y compris, comme éléments complètement intégrés aux mécanismes du jeu. Mais, en plein milieu du développement, Sony leur apprend alors que la fonction de vibration est désormais absente du Dual Shock 3. Okamoto doit donc revoir sa copie. Alors que le jeu passe Gold, Sony les contacte à nouveau : « *le Dual Shock 3 va avoir une fonction vibreur à nouveau.* », quasiment en même temps que l'annonce

publique. Aucune priorité pour l'information vis-à-vis des développeurs. Pas terrible pour instaurer une relation de « partenaire ».

En octobre 2007, près d'un an après la sortie initiale de la PS3 aux Etats-Unis et au Japon, la situation avait alors bien changée : Dean Takahashi de San Jose Mercury News rapportait alors que le haut management de Sony a « prié » les développeurs tiers de continuer à soutenir la PS3. Ces derniers s'étaient alors focalisés sur le lancement de titres pour la Wii, pour privilégier des équipes de petite taille, maximiser leurs retours sur investissement et minimiser les risques.

LA COMPLEXITÉ DU DÉVELOPPEMENT

L'autre problème de Sony a été d'arriver en retard sur le marché, avec, de surcroît, une machine complexe à programmer. Dès lors, ceux qui étaient déjà passés à la « Next-Gen » avec la Xbox 360, se sont rapidement rendus compte qu'un port d'un jeu 360 vers la PS3 n'était pas une chose aisée. La plupart des jeux de première génération faisaient peine à voir : des graphismes souvent en deçà de leur équivalent Xbox, un taux d'images par seconde plus faible, voire des saccades... pas de quoi convaincre les premiers acheteurs de la soi-disant supériorité technique de la PS3.

La liste des jeux retardés à cause des versions PS3 est très longue. La plupart des premiers portages sont arrivés bien plus tard sur la console de Sony (Bioshock ?), et pour ceux qui étaient développés en parallèle, les versions PS3 étaient soit retardées par rapport à leur

homologue Xbox 360, soit le jeu tout court était repoussé sur les deux formats pour « finir » la version PS3. Quelques exemples : Alone in the Dark, GRAW 2 de Ubisoft, Unreal Tournament 3 qui loupa la période des fêtes en occasionnant 11 millions de dollars de pertes au passage pour Midway, Stranglehold, et l'un des plus connus, GTA IV.

Selon Michael Pachter de Wedbush Morgan, « il est probable que Rockstar a eu des difficultés pour réaliser un jeu très complexe sur PS3, et a manqué de clairvoyance sur l'état d'avancement du jeu sur ce format. »



En juin 2008, Shuhei Yoshida de Sony faisait presque un mea culpa :

« Parce que la 360 est sortie plus tôt, les jeux furent basés sur l'architecture de la 360. Et pourtant, les développeurs ont sans doute pensé à sortir leur jeu sur PS3 aussi, au même moyen et avec la même qualité. Mais ils ont largement sous-estimé l'effort nécessaire pour re-architecturer le jeu pour profiter de la structure multi-cœurs de la PS3 ».

« Nous savons que nous pouvons faire beaucoup plus, et avec la croissance énorme de l'industrie nous comprenons que les éditeurs tiers ont beaucoup plus de choix qu'ils ont de ressources ».

LA RÉALITÉ ÉCONOMIQUE

Mais un autre facteur qui n'aida pas non plus la PS3 dans ses jeunes années fut la réalité des sous-sous.

Le coût de développement sur PS3, le plus élevé de sa génération, mis en équation à un



prix très élevé de vente laissait augurer à la plupart des éditeurs des ventes peu rapides à sa sortie. Dès lors, sortir un jeu rapidement sur PS3 n'avait rien de rentable. Le président de Namco Bandai, Takeo Takasu, déclarait à ce sujet dans Bloomberg : « Un jeu sur PS3 doit se vendre au moins à un demi-million d'unités pour être rentable. »

Vendre 500 000 unités alors que la base de machines installées progresse très faiblement,

et que les joueurs sur PS3 achètent peu de jeux, incite surtout les éditeurs à... attendre.

Bobby Kotick, qui était pourtant très enthousiaste au sujet de la PS3 avant sa sortie, déclare alors en 2007 : « La PS3 est en train de perdre du terrain et ce me m'aide pas à soutenir cette plateforme. Il est très cher de développer pour cette console, et la Wii et la Xbox 360 se vendent de toute façon mieux. Les jeux sur Xbox génèrent plus de retour sur investissement que sur Playstation. Si nous devons être réalistes, nous pourrions avoir à ne plus soutenir Sony. »



Frank Gibeau, le président du label EA Games, avait aussi son petit mot à dire en août 2007 :

« Je crois que les plateformes qui sont « chaudes » en ce moment sont la PS2, la Wii, la DS et la 360 aussi. Je ne crois pas que la PS3 soit dans une impasse, mais elle n'est plus au centre des projecteurs, la ou était justement la marque Playstation traditionnellement.

Je crois que cette plateforme a besoin de contenu qui la définit. Franchement, il n'y avait

pas beaucoup de titres qui rendaient ce service à la PS3 pour le premier Noël. Resistance, peut-être. »

Eh oui, fondamentalement, le problème des quelques jeux de lancement de la PS3 n'était pas uniquement lié à leur quantité, mais aussi à leur qualité.

Peu de « killer apps », pas de jeux marquants pour promouvoir les ventes. Avant, il suffisait de faire de beaux graphismes pour vendre sa came, mais dès lors il faut être plus original.



Réduire le prix de la console a évidemment aidé à repopulariser la PS3, mais Sony n'est plus que l'ombre du géant qu'il était dans le jeu vidéo. Il n'est plus le leader. Il s'est encore une fois laissé devancer récemment sur le marché des portables par Nintendo sur l'annonce de la 3DS. Personne ne sait encore en quoi la PSP2 serait plus innovante que sa concurrente.

ET DE QUATRE ?

La PS4 sera un franc casse-tête. Comment architecturer sa console face aux besoins changeants des joueurs ? Faut-il en faire une Wii-bis, ou une PS3-bis, ou complètement autre chose ? Faut-il faire progresser les graphismes, les potentielles interactions ou davantage les interfaces ? Sony a intérêt à tirer la leçon de cette génération pour espérer revenir dans la course.

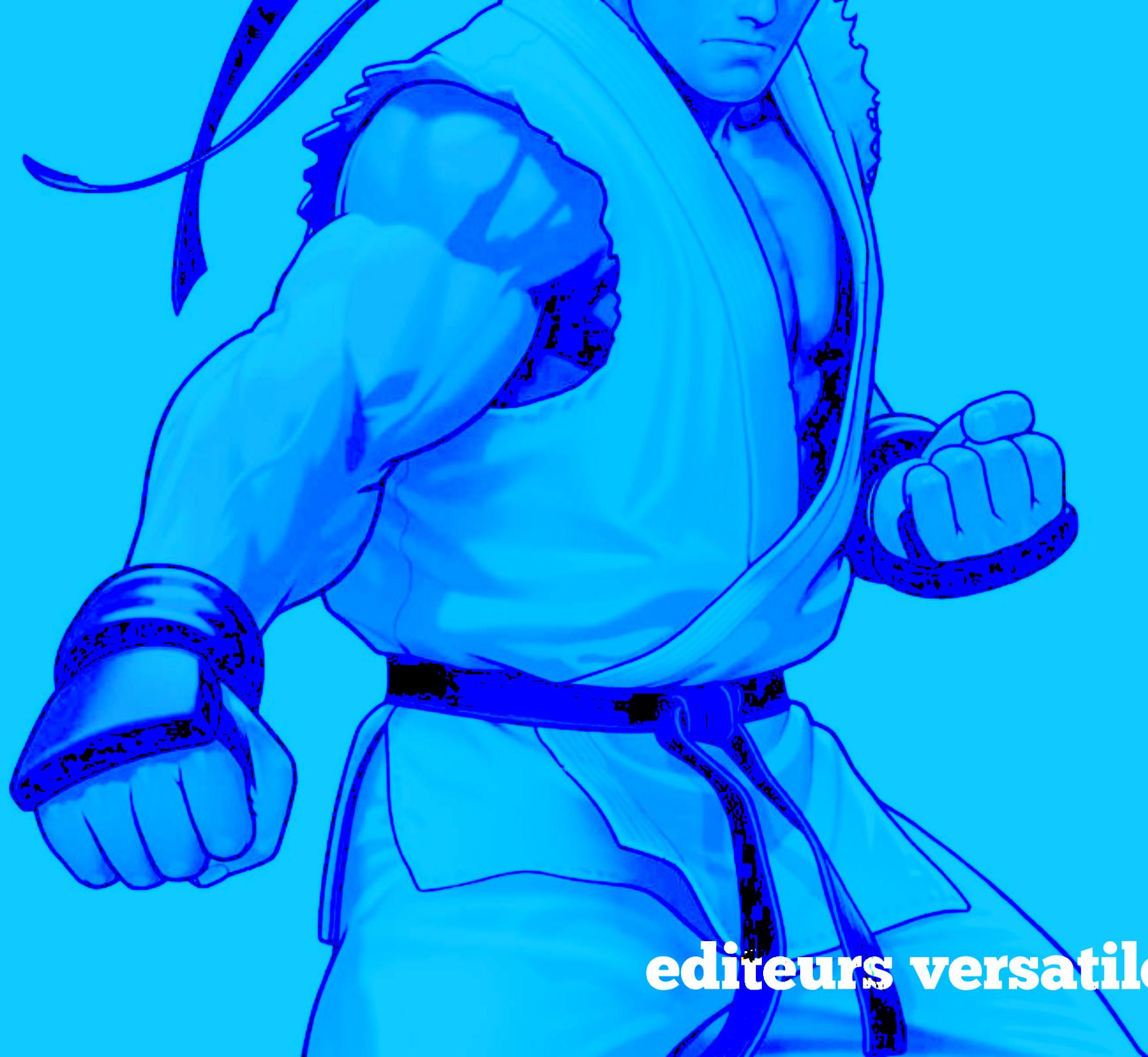
Pour un prochain lancement réussi, je recommande cependant de faire un lancement convaincant, comme celui-ci en Corée :



Je dis ça, mais au final, Sony, c'est vous qui voyez !

lucarne

Un fait divers banal révèle une réalité insoupçonnée...



editeurs versatiles

Alors que je traînais dans un combini de la gare d'Osaka Umeda pendant je ne sais plus quel weekend, voila qu'un détail m'interpelle... une machine étrange qui sert à recharger son portable en 10 minutes, si jamais vous vous retrouvez à court de batterie à l'extérieur. Un système ingénieux en plus. Des compartiments séparés pour que vous puissiez partir pendant 10 minutes en laissant votre portable sous clef, et le récupérer en toute sécurité à votre retour.



Le détail en question qui m'interpella, c'est le nom du fabricant de cet appareil:



A se demander si la plupart des éditeurs de jeux vidéo japonais ne sont pas en fait très... versatiles dans ce qu'ils produisent... contrairement à ce qu'on pourrait attendre d'un éditeur similaire en Europe ou aux Etats-Unis.

Ceci méritait bien quelques recherches et vérifications... Jetons donc un œil à quelques-uns des plus gros éditeurs japonais, comme Capcom, Sega Sammy, Konami et Square.

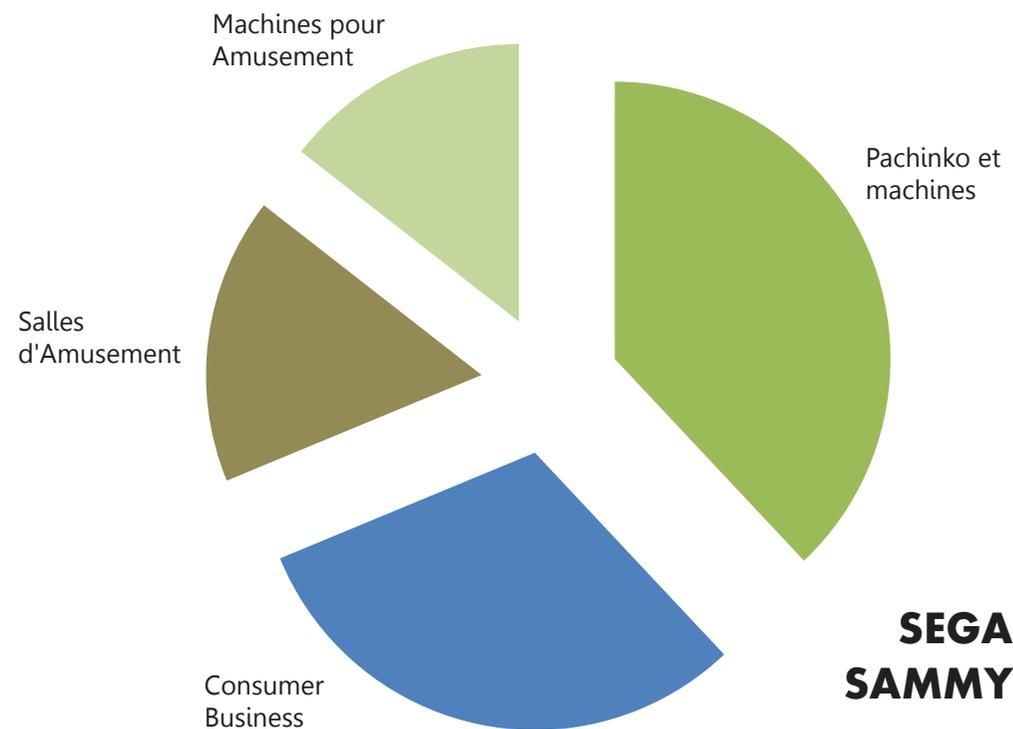
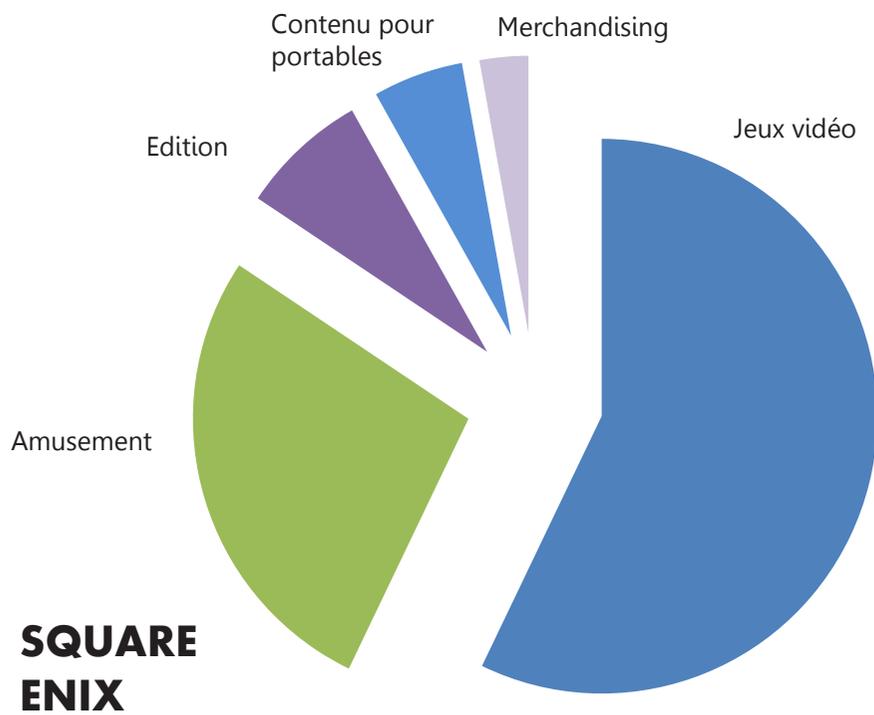
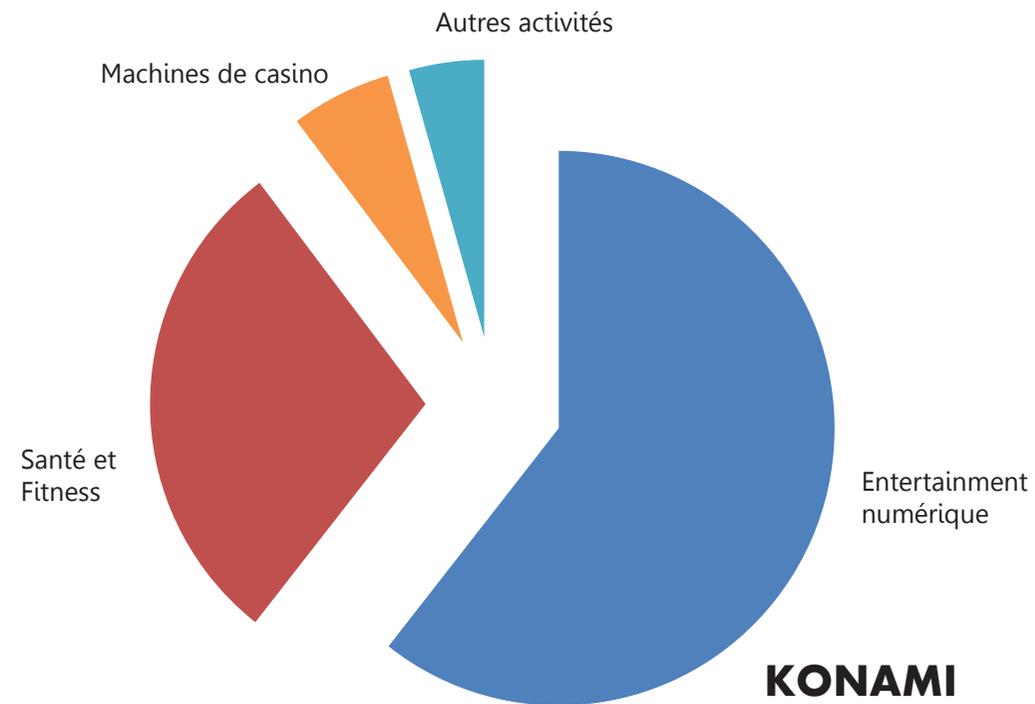
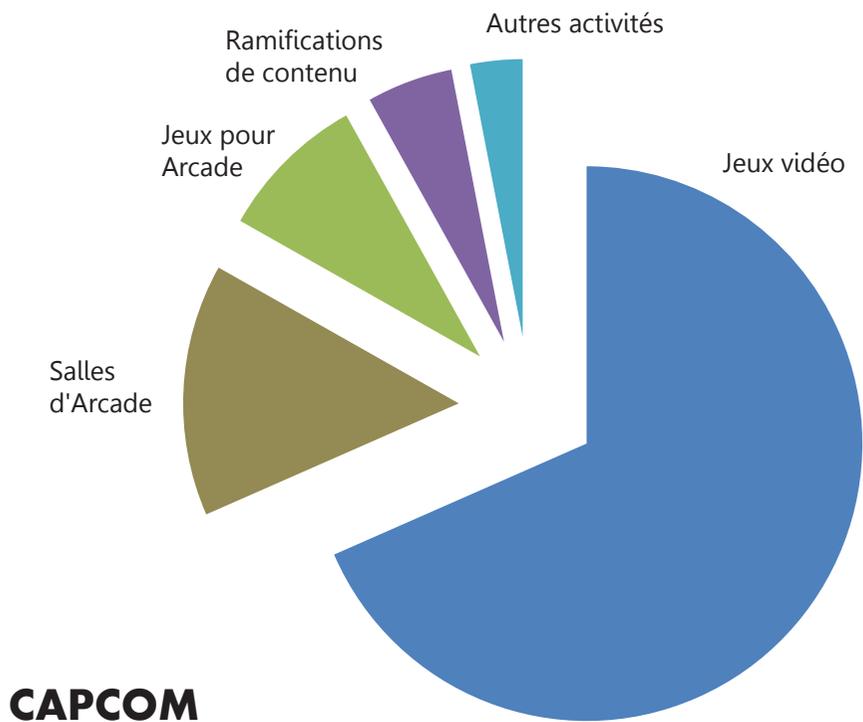
PHILOSOPHIE D'ENTREPRISES

Comme la plupart de ces boites font justement dans des activités somme toute éclectiques, la philosophie générale de l'entreprise ne peut pas être uniquement liée au Jeu Vidéo. La preuve :

Square : *Répandre le bonheur dans le monde entier en offrant des expériences inoubliables.*

Capcom : *Créateur d'une culture de l'Entertainment qui stimule vos sens.*

Konami : *Initier un changement depuis la consommation de temps vers la valeur du temps . Changer tous les aspects de la vie en une expérience vive et inspirante. Transformer la vie de tous les jours en vie de haute qualité.*



Sega Sammy, curieusement, ne possède pas de « vision » claire et nette qui tienne sous la forme d'une phrase.

Expérience, culture, bonheur, ce sont les thèmes classiques des grandes corporations. Rien de bien nouveau sous le soleil si ce n'est que Square, pris hors de son contexte, ressemble plus à une secte qu'à une véritable société. Konami est très orienté vers la « transformation » de votre vie, et Capcom, finalement, a des objectifs plus terre-à-terre. On ne parle pas de vie ici, mais de stimuler vos sens, ce qui est moins difficile.

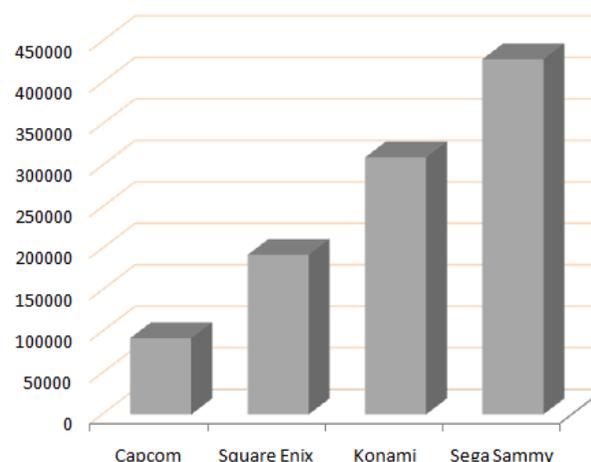
LEURS CORPS DE MÉTIER

Capcom est encore majoritairement orienté jeu vidéo. Comme vous pouvez le constater sur les graphiques de comparaison, presque 70% de leurs revenus proviennent des jeux.

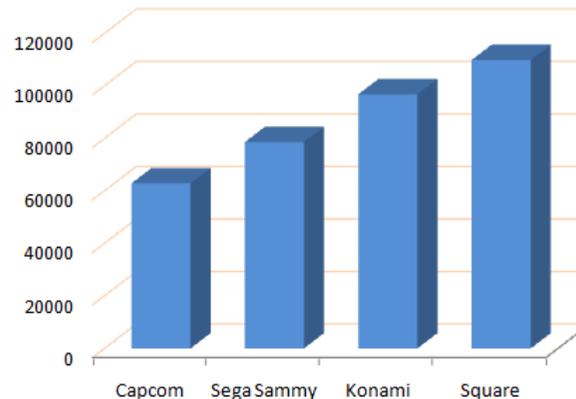
Chez Konami, c'est aussi le jeu vidéo qui reste la plus grosse part de la société, mais c'est tout de suite moins prédominant à 60% des revenus totaux. Il est de notoriété publique au Japon que Konami est aussi très célèbre pour ses salles de sport, ce chiffre n'est donc pas franchement surprenant.

Ca l'est cependant un peu plus pour Square, qui finalement ne compte que 57% de ses revenus dans les jeux. Mais c'est encore loin de ce qu'on apprend de Sega

Revenus net totaux par société (toutes activités)
en milliards de yens (année fiscale 2008-9)



Revenus net totaux par société (jeu vidéo uniquement)
en milliards de yens (année fiscale 2008-9)



Sammy, pour qui le jeu vidéo n'est qu'une toute partie de leur business : moins d'un tiers (et encore même pas) ! Mais le pourcentage est une chose, la taille totale en est une autre.

En termes de taille, Sega Sammy est un véritable monstre. Presque 5 fois la taille de Capcom. Mais c'est aussi dû au fait que Sega Sammy n'est pas vraiment une société de jeu vidéo. La plupart de son business s'articule autour des Pachinko (business principalement issu de l'acquisition de Sammy), de la gestion des salles d'arcade et en général d'Amusement (terme anglais), et de la vente de machines pour ces salles. Bref, 70% de non jeu vidéo. Au Japon, il suffit de se rendre dans un Game Center (où l'on trouve aussi bien des jeux d'arcade que des machines de jeu genre UFO Catcher et autres plutôt familiales ou multi-joueurs) pour voir la marque Sega déclinée sous de nombreuses formes.

Même dans la branche « Consumer Business » de Sega Sammy, qu'on pourrait croire à la base être essentiellement composée de l'activité jeu vidéo, on y trouve en fait plusieurs autres activités qui n'ont pas grand-chose à y voir. Rassurez-vous quand même, le jeu vidéo occupe tout de même 60% de ce secteur. Le reste est complété par Sega Toys, qui fabrique des jouets et des petits robots à destination des enfants, TMS Entertainment, qui produit des films d'animation pour le compte de Sega Sammy, et Sammy Networks, qui distribue du contenu en ligne pour les PC et portables. Bref, vous



l'aurez compris, le jeu vidéo est tout sauf la priorité pour Sega Sammy. Ceci est aussi confirmé par le fait que la grosse partie des profits de Sega Sammy provient du segment Pachinko (14,5 milliards de Yen de profit sur un profit opérationnel total de 27 milliards de Yen) et de la vente des machines d'Amusement (6,9 milliards de Yen de profit). Oui, le jeu vidéo n'a quasiment rien à faire là.

Pour Capcom c'est une bien autre histoire. Capcom est à la base un éditeur de jeux vidéo qui fait, à côté, quelques autres choses pour arrondir ses fins de mois. En effet, les profits engrangés sur le segment jeu vidéo sont substantiels, de l'ordre de 26% des revenus nets de ce segment. La vente de jeux et de machines d'arcades sont aussi très profitables, même si le business est encore petit : presque 22% des revenus net. Capcom développe aussi depuis 2008 ses propres systèmes de Pachinko et Pachislo, et compte porter les licences à succès qu'il détient dans le jeu vidéo dans ce secteur également. Même chose pour les téléphones portables, où Capcom est activement en train de balancer toutes ses licences pour récolter du blé facile.

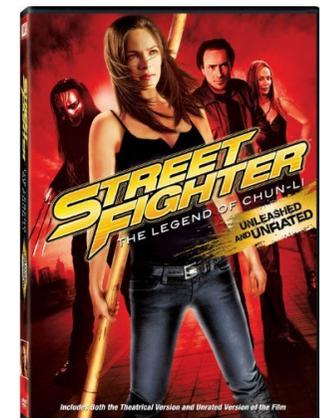
Capcom possède aussi ses propres salles d'arcade, connues sous le nom de « Plaza Capcom », où ils y appliquent une politique rigoureuse de fermeture des salles non profitables pour garder la gestion saine.

Enfin, bien que la dernière partie du business qui rentre dans les « autres activités » soit relativement restreinte



Sega Sammy et quelques-uns de ses business: le pachinko, les Ufo catchers, les jouets robotisés avec Sega Toys. Le chat me fait pas trop envie...

Capcom et ses salles de jeu, les Capcom Plaza. Et aussi un film dérivé de ses licences avec la légende de Chun-Li.





Ace Attorney, transformé en spectacle à Takarazuka.

en taille, Capcom est très actif dans ce secteur-là. En lançant Street Fighter IV, ils ont aussi décliné des produits en parallèle comme des jouets, des mangas et des CDs de compilation de musiques du jeu. Sans oublier la sortie du film « Street Fighter : The Legend of Chun-Li » via Hollywood, qui est, ceci restant entre nous, une sombre bouse. Avec Resident Evil, ils avaient aussi lancé un film en direct-to-video. Enfin, pour les japonais, Capcom a aussi développé un partenariat avec le théâtre de Takarazuka (une ville du Kansai, Centre-Ouest du Japon), pour monter un spectacle basé sur la série « Ace Attorney ». Le théâtre de Takarazuka est connu dans le Japon entier pour n'être joué que par des femmes, et ceci même pour les rôles masculins des pièces en question.

Les salles d'arcade de Taito, qui appartiennent en fait toutes à Square Enix.



Pour Square Enix, bien que l'activité phare concerne les jeux (avec des licences qui valent de l'or comme FF, Dragon Quest, Kingdom Hearts), le business de l'Amusement n'est pas négligeable non plus. Apparemment, Square possède toutes les enseignes de salles d'arcade de la marque TAITO, et construit aussi ses propres machines qu'il distribue dans ces salles. L'une d'entre elles était d'ailleurs basée sur Dragon Quest, nommément Dragon Quest Monster Battleroad II .

Square a aussi une activité d'édition de divers formats papiers : des mangas, des magazines et des bouquins de stratégie qui vont de paire avec les sorties de jeux. L'autre activité de « Contenu pour Portables » consiste à exploiter ses licences de Final Fantasy et Dragon Quest,

entre autres, pour les téléphones portables. Similaire à ce que fait Capcom.

Enfin, le « Merchandising », regroupe toutes les activités de produits dérivés. Le film « Final Fantasy VII Advent Children Complete », en Blu Ray, fait par exemple partie de ce segment.

Malgré toutes ces activités, celle du jeu vidéo reste la plus profitable avec un profit opérationnel de 23,8 % en 2010 alors que les autres activités oscillent entre 2 et 5%. Mais cela tient surtout au fait que FFXIII a été lancé en 2010. En 2009, le profit du segment jeu vidéo n'était que de 6,7%, ce qui montre que d'une année à l'autre, les recettes de ce secteur peuvent être très inégales.

Chez Konami, les deux activités principales sont le « Entertainment numérique » et le pôle « Santé et Fitness ». Que veut donc bien dire « Entertainment numérique » ? Sous cette enseigne se regroupent en fait 4 sous-segments. Bien évidemment le jeu vidéo, qui compte pour 52% du total. Les machines d'arcade pour le marché de l'Amusement, qui compte pour 20%. Le jeu de cartes, comme les trucs à la Yu-Gi-Oh (quelle horreur), qui génèrent quand même 15% des ventes du total, et enfin les jeux en ligne, à teneur de 15% aussi, qui comportent en fait aussi bien la distribution de contenu que le e-commerce et le développement de jeux.

Du côté des jeux vidéo, Konami possède les licences juteuses de MGS, Winning Eleven, Powerful Pro-Yakkyu

(jeu de baseball principalement pour le marché japonais), DanceDance Revolution et Silent Hill. Sans oublier Castlevania, sauf que récemment, la série n'est pas à sa meilleure forme. La raison pour laquelle Konami regroupe toutes ces activités sous l'ombrelle de « Entertainment Numérique » est simple : le contenu créé dans ce secteur est voué à être exploité sous différentes formes, pour le marché portable, pour les salles d'arcade, etc... La série Silent Hill a par exemple été adaptée au format arcade quelques années plus tôt, si mes souvenirs sont encore bons. Un autre exemple a été l'adaptation de MGS4 sur iPhone, comme titre cross-plateformes. C'était pas terrible, mais bon...

L'autre pôle que j'ai soigneusement eludé jusqu'à présent, « Santé et Fitness », comprend toute une sorte de services proposés au grand public pour faire de l'exercice, et plus généralement, rester en bonne santé. Konami est donc le propriétaire de nombreuses salles de sport à travers le Japon, offre des services et des leçons de fitness qui vont avec, mais vend aussi des appareils pour faire de la marche à domicile (les fameux « treadmill ») ou d'autres exercices, sans oublier un service sur portables (e-XAX) qui permet aux abonnés de suivre en ligne les exercices faits en salle et leurs habitudes alimentaires. Vous croyez que c'est tout ? Perdu ! Konami commercialise même une boisson énergétique, PROTEIN PRO, pour compléter le tableau. A cause de la récession économique, ce pôle prend fortement du plomb dans l'aile mais la stratégie de Konami continue d'être de promouvoir des produits

Les salles de sport de Konami



de qualité pour survivre dans un environnement difficile. Il serait aussi possible d'aborder rapidement les quelques restes d'activités de Konami, comme les machines de Casino, plutôt destinées au marché Australien et Américain.

Malgré tout, le cœur du métier de Konami reste le « Digital Entertainment », dont les profits du groupe entier dépendent énormément (avec 21% de profits opérationnels) surtout en période de crise où l'activité « Santé et Fitness » prend cher.

Voilà, ce tour d'horizon des cœurs de métier des différents groupes de jeux vidéo japonais est terminée pour l'instant, mais nous y reviendrons sûrement plus tard d'une manière ou d'une autre, tant les décisions prises au niveau du jeu vidéo sont influencées par l'organisation de chaque société vis-à-vis de ces différentes sources d'exploitation.

au fil du jeu

Revue des jeux à l'origine des dernières tendances du jeu vidéo.



final fantasy XIII

Ces derniers temps, on peut se poser beaucoup de questions sur l'avenir du jeu vidéo comme étant un « art » à part entière. Pour qu'il ait une certaine forme de reconnaissance, encore faudrait-il avoir des chefs d'œuvres !

Et récemment, c'est plutôt l'explosion de bouses fumantes et puantes, demeurant malgré tout d'énormes succès commerciaux. De là à dire que les gens aiment la merde, c'est un raccourci facile que je m'autoriserai seulement à penser (merci Coluche pour la formule) sans néanmoins l'énoncer formellement. Mais si la scène du jeu vidéo était un crime, nul doute que parmi les complices se trouverait le public friand des dernières nouveautés en dépit de toute qualité intrinsèque.

Toute la prose qui suit a commencé alors que je parcourais des yeux las le dernier Final Fantasy, le XIII... Un chiffre porte-malheur? Soyons honnêtes, mes attentes à son sujet avaient été quelque peu « altérées » suite aux deux derniers rendez-vous manqués d'avant sa sortie. Je veux bien entendu parler tout d'abord de la démo de FFXIII disponible sur la version japonaise de Advent Children Complete en Blu-Ray. Sans doute une première mondiale : un mix d'or et de purin dans une même boîte.

Advent Children est un film tout à fait correct, donc indispensable pour tout fan de FFXIII. La démo de FFXIII, quant à elle, était magnifiquement décevante. Si l'on osait la comparaison avec les premiers FF des consoles

précédentes, FFXIII sur PS2, FFX sur PS2, cette démo du XIII ne ferait pas le poids. Les affres de l'expérience à venir étaient déjà dévoilées au grand jour: niveau supra-linéaire dans tous les sens du terme, ennemis très peu variés (super, deux types d'ennemis par niveau!), un seul personnage dirigé dans l'équipe, et un système de combat répétitif et sans aucun intérêt. A l'époque, j'affichais un peu de scepticisme sur le forum de Sanqua, en espérant qu'il ne s'agissait justement que d'une démo technique et non d'un snapshot fidèle du jeu final.

J'avais encore une lueur d'espoir.

Après tout, la sortie restait relativement lointaine. Mais, le deuxième rendez-vous, celui du TGS 2009, fut malheureusement une confirmation des mêmes tares, cette fois-ci étalées au grand jour dans un autre niveau toutefois plus coloré.

Sensation de déjà-vu: un seul chemin, des ennemis identiques à répétition, et un système de combat qui n'avait pas évolué depuis un an. Devant mon désarroi, je me risquais à parier sur un scénario qui serait au moins à la hauteur des meilleures heures de la série.

Erreur, cette fois confirmée une fois le jeu final en main, acheté au prix fort (plus de 8000 yens).

8300 yens, d'ailleurs, si mon souvenir est exact - un chiffre que mon portefeuille se rappelle encore. N'oublions pas

que 8300 yens, c'est le très, très haut tiers des prix au Japon - la plupart des jeux neufs se négociant entre 5000 et 7000 yens grand maximum.

Mais quand on s'appelle Square et quand le nom seul de Final Fantasy suffit à déchaîner les foules, la notion de prix n'a plus la même importance. Et les joueurs se sont aveuglement précipités sur ce dernier opus comme des mouches sur un étron fraîchement coulé.

Avec bonheur ? Pas si sûr...

La réception critique après achat au Japon aura été sans appel : malgré les très fortes ventes de la première semaine, le bouche à oreille s'est rapidement répandu et le jeu a vu son prix chuter très sensiblement en l'espace de deux semaines. La conclusion logique d'un fort inventaire d'invendus et d'une seconde tranche de joueurs tout à fait hésitante à passer à la caisse. Mais Square a quand même sauvé les meubles, grâce à la corruption rampante de la presse vidéoludique japonaise (qui se résume en un seul acteur majeur : Famitsu). Les « early adopters » dont j'ai dangereusement fait partie se sont faits baiser en beauté, trompés par des superlatifs colportés par des journalistes de connivence avec l'éditeur.

Conflits d'intérêts, quelqu'un ?

Les griefs de ce dernier titre sont nombreux, mais si je devais formaliser un peu tout ça, ça tiendrait en quelques mots:



Ils attendent la sortie de FFXIII avec impatience. Ils ne vont pas être déçus, les cons !

- Des personnages caricaturaux et sans relief.
- Des choix cornéliens laissés au joueur.
- Des mécanismes de jeu simplistes, en régression par rapport aux standards du genre.
- Un challenge sans intérêt.

Et tout ça, je crois que ça peut se résumer en un seul terme.

La GAMINISATION.

Voilà, le mot est lancé.

De plus en plus de jeux de gros calibre semblent prendre les joueurs pour des enfants, incapables de réfléchir par eux-mêmes et bêtes à manger du foin. Ce n'est même plus ce qu'on appelle du "casual", c'est tout simplement

prendre le joueur pour un demeuré sans culture, pour un "consommateur" au sens le plus vil du terme.

Même si FFXIII est le porte-étendard japonais de cette tendance, n'oublions pas EA qui a réussi l'exceptionnelle prouesse de transformer un RPG relativement classique comme Mass Effect de Bioware en jeu d'arcade à la limite du Gears of Wars avec Mass Effect 2. Sans doute l'une des suites les plus mensongères de l'histoire: on garde le même nom, les mêmes personnages, le même monde, mais en dénoyautant le tout en silence, et chuuut, surtout sans rien dire aux fans du premier, ça pourrait faire chuter les ventes, on sait jamais.

La gaminisation dans Mass Effect 2 prend de multiples formes. Alors que dans le premier opus, un certain nombre de situations pouvaient se régler par le dialogue ou la négociation, dans sa suite, tout problème

existentiel devient désormais solvable dans le plomb. La logique du bon coup de poing dans la gueule comme meilleur moyen d'aboutir à ses fins. Voire le seul, tant peu de choix sont laissés au joueur pour faire quoi que ce soit d'autre. Par exemple, on se fait mener en bateau par « the Man in black » de bout en bout, sans avoir la réelle possibilité de l'envoyer chier avant la toute fin du jeu.

Pour un jeu qui se targue de laisser le joueur décider de ses actions, c'est un peu limite. Et les quelques bifurcations disponibles dans l'histoire n'ont pas a priori un grand impact sur la finalité. Au niveau de l'inventaire et des compétences, là aussi tout a été raboté au plus sec, comme une planche à pain, pour ne garder plus qu'un système de progression squelettique au possible.

On ne ramasse plus grand-chose comme objets ou armes en parcourant ces grands niveaux décidément bien vides. Certes, le système d'inventaire de Mass Effect 1 était extrêmement confus et difficile à appréhender de manière efficace (qui ne se souvient pas de ces listes interminables d'objets ramassés, empilés sans ordre?), mais de là à le supprimer purement et simplement...

Mass Effect 2, c'est aussi le futur avec ses femmes faciles, qui vous tombent à poil dans les bras rien qu'en leur parlant suffisamment longtemps et en lançant des allusions plus ou moins scabreuses qui passeraient limite pour du harcèlement sexuel de nos jours.



Quand le Space Opera vire au Soap (Opera)...

Toujours au niveau bas-étage, toutes les péripéties sont très prévisibles. Le « Man in Black » qui vous trahit à la fin (non, je ne considère même pas ça comme un spoiler tellement ça se sent de loin), les coéquipiers qui ont tous un ami ou un membre de leur famille à sauver

soudainement avant de partir vers le combat final... Toute cette médiocrité dans l'écriture, cette paresse intellectuelle, cette somnolence de la raison en devient fatigante.

Les combats, pourtant monotones, en deviennent presque libérateurs, c'est dire!

Outre les dialogues, le level-design est visiblement l'ouvrage de sous-doués. Comme dans FFXIII, on nous ressert des niveaux ressemblant étrangement à des lignes droites (avec quelques tournants pour dissimuler un peu la farce et faire semblant). Impossible de perdre son chemin ou de passer un quelque moment à se demander où aller ! Pourtant, la recherche et l'exploration sont des composantes nécessaires dans un RPG.

Et dans tout jeu, même. Mais j'y reviendrai.

Alors, que s'est-il passé chez Bioware ? Est-ce à dire que EA a eu tant d'emprise dans le développement que les principes même de jeu en furent bouleversés ? Ou bien, était-ce un effort conscient de la part des développeurs, pour faire un titre plus con-con, pardon, plus gaminisant que le premier ?

Difficile de donner une réponse claire, surtout après un Dragon Age qui brouille furieusement les pistes. Sorti dans la même période, ce dernier aborde l'aspect RPG de manière plus traditionnelle. Dragon Age a cependant

été en développement depuis bien plus de temps (4 ans au moins), sans doute était-il plus difficile de le modifier tardivement si effectivement EA était à l'origine de la tournure de Mass Effect 2.

Autre scénario possible, Bioware / EA auraient-ils décidé de « clustériser » leur production de jeux en « jeux pour habitués de RPG » avec Dragon Age, et en « jeux pour ceux qui sont un peu cons et qui veulent un jeu à leur niveau » avec Mass Effect 2 ? Il faudra voir comment tournent les prochains titres estampillés Bioware-EA pour confirmer ce qui se passe réellement dans les coulisses.

Troisième représentant de la gaminisation galopante, cette fois made in Rockstar, Red Dead Redemption. Même si l'infection n'est pas encore aussi avérée que dans les autres titres précités, les prémices ne trompent pas, et il faudra songer tôt ou tard à l'amputation. Tout comme dans GTA IV, le jeu promettait d'être ouvert avec un terrain de grande taille, avec plein de machins-trucs à faire de partout... C'est l'aspect bac à sable, donc, attirant vraisemblablement beaucoup de joueurs. En fait, sous ces apparences, Red Dead Redemption n'est qu'un simple jeu à missions successives (quasiment linéaire, même), où il s'agit la plupart du temps de faire parler les armes.

Et beaucoup de joueurs ont semblé-t-il trouver ce titre comme LA révélation quasi-messianique de 2010. Apparemment, c'est aussi la « profondeur de l'univers » qui semble faire le succès de Red Dead Redemption.



Ouais, et moi je mange des rats crus sur des tartines de saindoux tous les matins.

La beauté de la nature... des environnements. L'histoire épique de John Marston... Je suis même tombé sur un article du *New York Times* qui racontait d'ailleurs que le succès de tels jeux était lié au fait qu'ils étaient « pertinents » pour le joueur. Par exemple :

« Red Dead Redemption generates much of its heft from clear engagement with concepts like the end of the American frontier and the shift from what could be called a historical America to a modern United States. Heavy Rain is also 100 percent set in the real world. »

Notez le « historical America » et l'accentuation sur le « real world ». C'est un peu là que j'ai un problème avec Red Dead, pour commencer. Le contexte historique.

Bien entendu, je n'attends pas d'un jeu qu'il soit complètement correct historiquement parlant, mais en même temps, un jeu est censé être plus profond et plus épais qu'un western spaghetti de deux heures, puisqu'il dispose de plus d'heures au compteur pour développer un univers et raconter une histoire. Un peu comme pour les séries TV.

Et c'est plus ou moins ce que le jeu essaye de faire. Les références à l'histoire américaine de l'époque sont multiples. Notamment du point de vue politique : l'Ouest américain s'est formé tout d'abord sans aucune intervention du gouvernement fédéral, et dans Red Dead, on voit



justement petit à petit s'immiscer l'ombre des hommes d'Etat qui essayent de reprendre contrôle de ces zones qui leur ont jusqu'alors échappé. Le shérif du début est aussi méfiant de l'intervention du gouvernement fédéral, et soupçonne l'ami John de travailler pour eux. Tout cela est en phase avec l'époque. Aucun problème.

Domage que le jeu n'explique pas le pourquoi de cette méfiance. Par contre, le jeu est complètement inexact au sujet de la réalité de la violence dans l'Ouest américain. Ca tombe bien, je lisais justement un essai politique et économique intitulé « *The Not So Wild Wild West* » de Terry L. Anderson et Peter J. Hill, paru aux éditions Stanford Economics & Finance.

Cette étude montre à quel point l'image d'un Far West violent, sanguinaire et sans-loi est une énorme exagération de la réalité. Très loin de ces stéréotypes de Sergio Leone et d'autres, l'Ouest Américain s'est en fait développé sans grande violence, sans fréquents vols et meurtres, et sûrement pas à l'abri des lois.

Les communautés qui se sont retrouvées dans ces territoires vierges ont rapidement compris qu'il fallait instaurer des règles pour régir la vie du groupe et punir ceux qui ne respectaient pas la propriété privée. La propriété privée a été la base de toutes les réglementations dans l'histoire de l'Ouest américain, puisque tous

les immigrants en quête de fortune y venaient justement parce que le terrain était "à prendre". Pour éviter alors les débats incessants sur "qui est arrivé en premier" et "où sont les limites de mon terrain", les communautés se sont rapidement organisées pour donner un cadre légal à ces différents. A partir de là, la justice était rendue par la communauté, par l'intermédiaire de milices locales remplaçant alors la police, et des tribunaux de fortune pour régler les différents, avec jury et vote à majorité. Il ne s'agissait pas du tout de lynchages organisés, mais de procès en bonne et due forme, pour décider du sort de chaque criminel dans la communauté.

Les exécutions sommaires étaient extrêmement rares. D'autre part, le fait que chacun puisse posséder une arme à feu réduisait considérablement l'envie de l'utiliser. C'est le concept de symétrie : vous n'avez intérêt à rentrer dans un combat que si vous avez une bonne chance de gagner. Si tout le monde a un revolver sur soi, vos chances de survie sont d'une sur deux en cas de différent armé. C'est ni plus ni moins que jouer sa vie en pariant sur une pièce de monnaie. Forcément, ça fait réfléchir. D'ailleurs, les conflits armés les plus meurtriers sur la frontière entre Indiens et Américains ont eu lieu quand l'un des adversaires se plantait dans l'évaluation des forces de l'ennemi. Cela prouve aussi que si l'on sait être à armes égales, on hésite à attaquer de plein front.

Certains dialogues de Red Dead sont dignes de la caricature mal dégrossie. Prenons pour exemple le discours

de l'Indien que l'on rencontre vers le milieu du jeu. Il nous déballe des généralités du genre « *ouais l'homme blanc est un grand méchant, il vit pas en harmonie avec la nature, il détruit tout autour, et regardez il a décimé les bisons, quel génocide mon Dieu quelle horreur je crois que je vais défaillir* ».

C'est une vision bidon car ce discours emploie la même dialectique qui consiste à saupoudrer d'un peu de vrai un argument fallacieux pour le faire paraître comme une vérité tangible. Une technique politicarde très usée d'ailleurs.

Oui, les colons ont effectivement détruit une partie de leur environnement dans certains cas tout à fait documentés. Oui, le bison a été finalement décimé en particulier PAR les Américains, mais ce n'est pas tout à fait vrai. Une fois que les Indiens eurent mis main sur les chevaux importés par les blancs, ils furent les premiers à chasser le bison à rythme industriel et à le décimer par millions bien avant que les blancs s'y mettent. On estime qu'à peu près deux tiers des bisons (20 millions sur 30 millions au départ) ont été détruits par les Indiens pour en faire des fourrures qu'ils vendaient ensuite aux blancs entre 1840 et 1870, avant que la chasse organisée du côté américain ne commence réellement. D'autre part, la raison pour laquelle le bison a été décimé est que c'est un animal qui n'avait pas de grande "valeur". Il était difficile à domestiquer, et encore plus à contrôler. Il avait aussi besoin d'un espace énorme, et les lois relatives au territoire

favorisaient au contraire les exploitations de petite taille. Comme il ne pouvait pas être apprivoisé, il était aussi improbable d'utiliser le bison pour les travaux d'agriculture. Les cas de gens tués accidentellement par des bisons soi-disant "domestiqués" sont légion. En fait, pour toutes ces raisons, il était bien plus profitable de remplacer le bison par des troupeaux de vaches, plus dociles et compatibles avec les activités humaines. Dans les années 1880, une peau de bison ne valait que 3 dollars alors qu'une vache en coûtait 20. L'investissement était dès lors très clair.



Alors bon, tout ce qui est dit et montré dans Red Dead Redemption est à prendre avec de grosses pincettes.

D'une part, l'Ouest américain n'a jamais été aussi violent que le jeu essaye de le dépeindre, et d'autre part, certains éléments du contexte sont fort trompeurs et historiquement faux.

Rockstar, qui nous avait jusqu'alors habitués à faire dans le politiquement incorrect, se trouve être devenu très conservateur quand il s'agit de raconter cette histoire. Cette image d'un Ouest sanguinaire persiste dans l'inconscient collectif précisément parce que le gouvernement fédéral américain a toujours voulu se placer en gardien de la civilisation face aux sociétés « barbares et violentes » des colons « livrés à eux-mêmes ». Ainsi, seul le sacro-saint gouvernement fédéral serait en mesure de restaurer l'ordre et la paix dans ces territoires possédés par le démon, peuplés de gens avides prêts à s'entre-tuer pour un rien...

Il est très décevant que Rockstar ait choisi de colporter cette image. D'autant plus qu'il est évident qu'ils ont fait un peu de recherche pour développer leur monde. Et si beaucoup de gens se rendent compte qu'un GTA IV est clairement exagéré, le contexte du jeu leur étant familier, ce n'est sûrement pas le cas d'un Red Dead où le contexte est peu connu du commun des mortels.

Alors, quand vous lisez des énormités comme celles du

New York Times, qui mangent du Red Dead au souper et qui parlent au petit matin de « Real World » à son sujet sans rougir, ça montre à quel point les gens sont naïfs et peu documentés. Et encore, ce sont des journalistes, des « élites intellectuelles », hein.

Mais revenons au jeu. Même en faisant abstraction de la déformation historique, des anachronismes (si nombreux que j'ai renoncé à les noter...), ses mécanismes en disent aussi long sur sa philosophie.

Quand il s'agit de faire autre chose que de buter des gens, le soft vous mâche les tâches en vous prenant pour un petit bleu qui n'a jamais joué à quoi que ce soit d'autre dans sa vie. Tenez, par exemple, cette mission où l'écurie de votre amie prend feu (incendie criminel). Les chevaux sont piégés à l'intérieur, et la porte étant scellée par dedans, il vous faut pénétrer dans l'écurie pour libérer les pauvres bêtes à temps.

Et là, je dois avouer que si je n'étais pas déjà assis, j'aurais probablement été victime d'un tombage de cul suivi d'un arrêt de travail. Cash, avant même que vous n'ayez le temps d'esquisser une forme de « *tiens, qu'est-ce que je vais faire?* », le soft vous dit « *déplace-toi vers l'échelle sur le côté de l'écurie* » avec un gros point jaune marquant la position sur le « radar » du jeu. Ensuite, « *monte l'échelle* », puis « *déplace-toi vers l'ouverture postérieure de l'écurie* », sans oublier un « *rentre dans l'écurie, descends au niveau du sol* »



suivi d'un éloquent « *ouvre la porte pour faire sortir les bêtes* ». A ce niveau-là, je me suis posé la question si j'étais en mode « beauf on » - mais après un bref passage dans les options, il s'agit bien du mode normal du jeu.

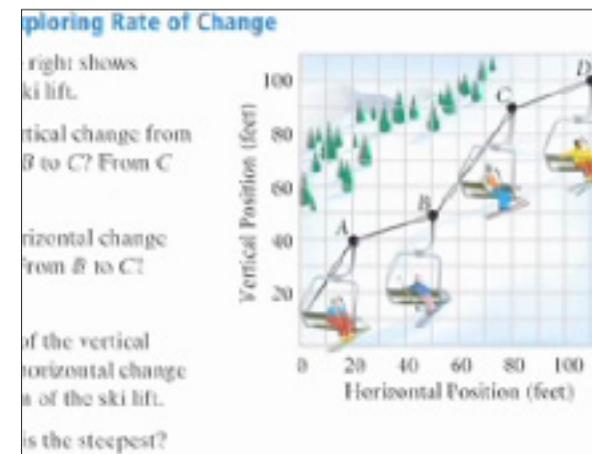
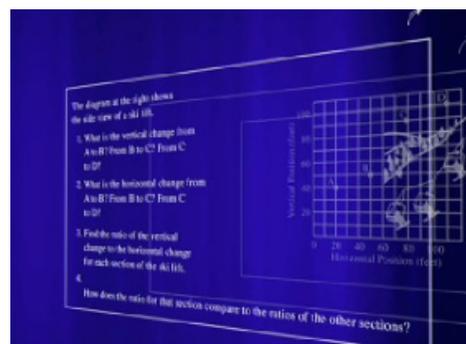
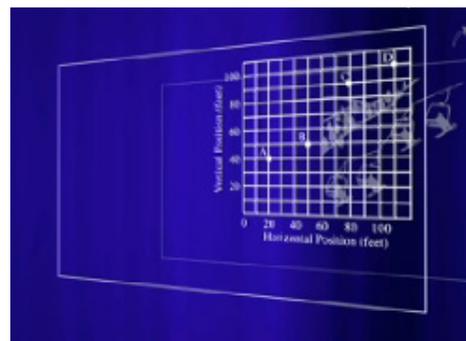
Le jeu pour neuneus!

Franchement, Rockstar n'a rien compris. La gratification d'une tâche ne réside pas dans son achèvement, mais dans l'effort impliqué dans sa résolution. Einstein le disait d'ailleurs mieux que moi : « *la formulation d'un problème est souvent plus essentielle que sa solution, qui peut n'être qu'une affaire de mathématique ou d'expérience* ». Autrement dit, pour les éventuels lecteurs neuneus qui auraient trop joué à Red Dead, il aurait été plus amusant de simplement vous laisser chercher le moyen de monter dans l'écurie et de trouver, par vous-mêmes, l'échelle et tout le tralala nécessaire pour aller libérer les chevaux, sans qu'on vous prenne par la main comme un triple handicapé mental.

Ce n'est pas évident de trouver une raison unique derrière ce phénomène, mais ce qu'on retrouve dans le jeu vidéo est finalement très proche des problèmes endémiques qui touchent le domaine de l'éducation. Coïncidence marrante (ou effrayante selon votre point de vue), je suis tombé par hasard sur une présentation de Dan Meyer, professeur de mathématique, lors de la dernière conférence TED (Technology-Entertainment-Design).

Son speech commence en expliquant quel est le principal problème des nouvelles générations à qui il enseigne :

- Manque d'initiative
- Manque de persévérance
- Manque de mémoire
- Aversion face aux problèmes textuels
- Envie d'appliquer une formule



Dan Meyer, professeur de lycée, expliquant à la dernière conférence TED 2010 comment retourner un exercice où tout est mâché dans les livres scolaires pour le transformer en vrai problème qui demande un peu d'intellect aux élèves. C'est l'histoire d'un téléphérique où l'on demande aux élèves de déterminer quelle est la section la plus pentue. Dan Meyer propose par exemple de ne donner tout d'abord que la représentation du téléphérique, sans les coordonnées. Les élèves devraient arriver à trouver par eux-mêmes qu'un système avec repérage est nécessaire, pour finalement s'en servir pour résoudre le problème posé, comme le montrent les trois étapes détaillées en bleu.

Toutes ces composantes sont complètement cohérentes avec le phénomène de la gaminisation. Les jeux actuels sont FAITS pour broser les feignants du cerveau dans le sens du poil : pourquoi torcher le cul du joueur en lui montrant des « hints », toutes les deux secondes ? « Manque de persévérance ». « Manque de mémoire ? », qu'à cela ne tienne, hop, un point jaune, une carte, un indicateur quelconque pour être sûr qu'il ne passe aucun temps à chercher. « Manque d'initiative ». ? Parfait, faisons donc des jeux avec des chemins tous droits. « Aversion face aux problèmes textuels ».? Pas de soucis, nos jeux ne s'encombrent pas de dialogues, tout se règle au combat. Et les joueurs, au final, dans chaque jeu, comprennent alors très vite qu'il y a une « formule à appliquer ». pour résoudre tous les problèmes du jeu sans inquiétude.

David Milch, réalisateur et auteur de séries TV (DeadWood, par exemple), attribue justement ce genre de problèmes sociétaux à un re-câblage du cerveau. Ce n'est plus un secret pour personne de nos jours, les découvertes des 5-10 dernières années sur la manière dont fonctionne notre matière grise ont montré que les activités auxquelles on s'adonne ont un impact direct sur la structure de notre cerveau.

Une génération qui passe 4h par jour à regarder des sitcoms, par exemple, où la plupart des « problèmes », se résolvent en moins de 2mn30, et sont entre coupés de publicités toutes les 5 minutes, a sans doute du mal à justement se retrouver en face de

David Milch, en pleine gesticulation



problèmes non triviaux où les solutions ne sont pas évidentes. L'ami David dit d'ailleurs à ce sujet : « *Ca crée une impatience, par exemple, pour les choses non résolues.* ».

Mais là où l'éducation (et les jeux vidéo) devrait justement reprendre les choses en main et sortir ces pauvres choux de leur monde, elle fait justement l'inverse. Dans le domaine des maths, les problèmes à résoudre sont malheureusement présentés de manière triviale : l'énoncé contient toute l'information nécessaire et aucune information superflue. Reste alors à appliquer la formule. C'est anti-pédagogique, car avoir un surplus d'information serait plus engageant : il faudrait faire un travail de filtrage entre ce qui est nécessaire pour la résolution ou non. Ou, à l'opposé, un manque d'information serait au moins aussi passionnant, puisqu'il faudrait alors chercher pour trouver l'information en question. Mais non, l'éducation qu'on donne à nos enfants est l'ennemie de tout effort.

Pour le coup, l'ami Deus Ex (qui vient de fêter ses 10 ans), montrait précisément l'exemple à suivre, dans le monde du jeu vidéo. Il laissait au joueur le loisir de trou-

Deus Ex 1; avec JC Denton, le héros à droite.



ver le meilleur moyen de franchir des obstacles, sans le micro-manager incessamment. Mieux encore, le jeu était suffisamment bien pensé pour que plusieurs solutions soient tangibles pour un même problème. L'une consistant à bourriner, une autre consistant à hacker les systèmes informatiques pour retourner les ennemis contre leurs propres défenses, une autre encore à s'infiltrer par camouflages, etc...

Sans aller jusqu'à la « perfection » d'un Deus Ex, laisser une marge de réflexion, d'expérimentation et d'exploration au joueur est quand même la base de tout jeu vidéo qui se respecte. Plus récemment, Portal montre en quoi un jeu basé sur l'expérimentation et la recherche, même avec des concepts simples à la base, peut être passionnant. Les exemples ne manquent pas.

Dans les années 80, la plupart des jeux étaient très pauvrement documentés, et sans lire le manuel dans la boîte, se retrouver coincé sans savoir quoi faire n'était pas rare. Il fallait en chier, pour venir à bout des énigmes à la con de Day of the Tentacle ! Il fallait souffrir pour trouver le bon chemin dans Eye of the Beholder... pas de mapping intégré, rien ! Et rappelez-vous, l'internet d'aujourd'hui

n'était alors qu'un lointain rêve, donc pas de gamesfaq à l'horizon pour se dépatter d'une solution emmerdante.

Non.

Puis, dans les années 90, avec l'avènement d'un plus grand public dans les jeux, soudain des modes « tutorial spécial larves » ont fait leur apparition. La plupart du temps, ça consistait à proposer un niveau court au joueur pour lui expliquer les contrôles, les principes du jeu, et lui permettre de s'entraîner avant de se lancer dans l'action. Ça m'aurait fait rire, 20 ans plus tôt, de voir un shoot'em up proposer une mission tutorial dans un niveau vide, pour vous expliquer de A à Z comment ça marche. Le problème fondamental du tutorial, c'est qu'il crée un cadre dans lequel vous allez fixer les barrières du jeu. Quelque part, il vous limite dans votre volonté d'expérimentation, en vous disant clairement quelles sont les règles à suivre. De plus en plus, l'aide in-game a fait son apparition, en sus ou en remplacement des tutoriaux. Et c'est comme ça, qu'on aboutit en 2010 avec un Red Dead Redemption qui vous mêche le travail et qui vous dit où mettre les pieds toutes les 3 secondes.

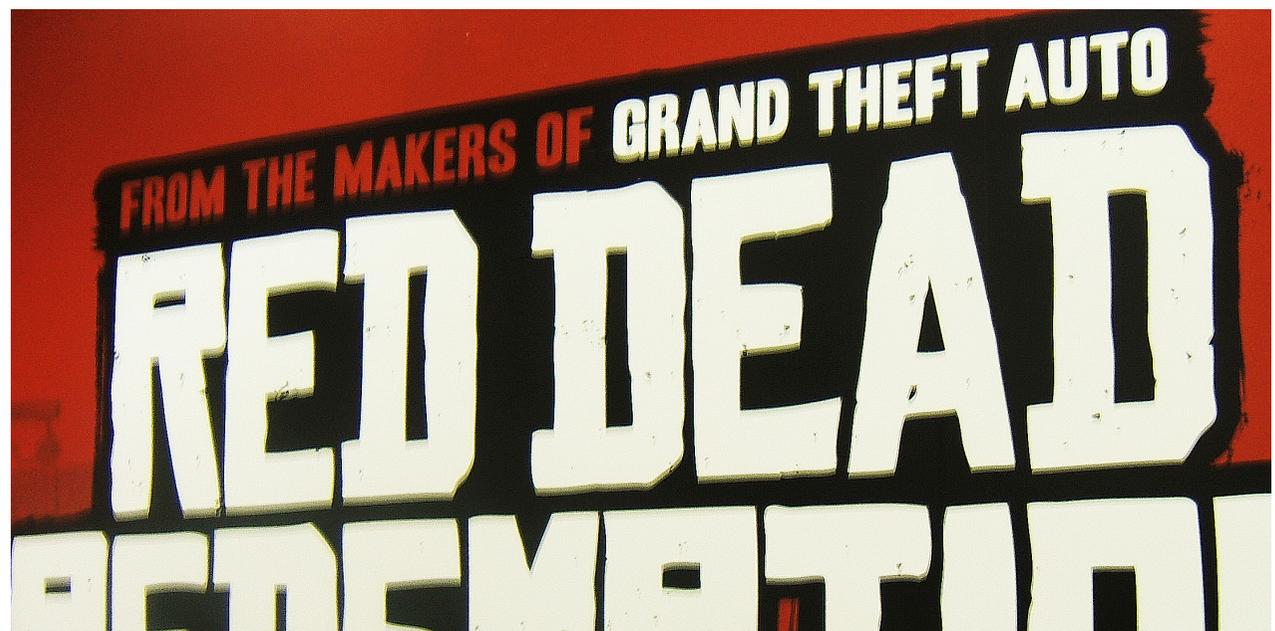
Au secours!

D'une volonté de rendre le jeu plus abordable à la première prise en main, nous voilà arrivés à une époque où l'intervention du joueur se doit d'être minimale. Le jeu en autopilote. C'est comme si on appliquait le

principe des QTE à tout un jeu. Shen Mue, qui avait justement introduit ce principe des QTE, était pourtant aux antipodes de la gaminisation actuelle. Quand on devait aller trouver quelqu'un en ville, pas de radar, pas de croix pour indiquer la destination. Non, il fallait regarder autour de soi, parler aux gens pour s'orienter, se débrouiller dans une ville non familière. Et cela contribuait dans une grande part à l'expérience de jeu. Le simple fait de trouver comment aller à tel endroit était un mini-challenge qui

prenait quelques minutes. Mine de rien, l'impression de se retrouver en terrain inconnu était réelle!

Red Dead Redemption, malgré ses qualités, a été construit comme un simple mod de GTAIV. Les similitudes y sont tellement évidentes qu'il est facile de comprendre que le réel travail sur le jeu a été autour de l'habillage graphique et de l'ambiance. Fondamentalement, aucun mécanisme nouveau n'a été introduit. Et c'est là une op-



Le méchant ultra-capitaliste (sic) de Mass Effect 2. C'est bien un jeu de 2010.



opportunité manquée. Si, dans GTAIV, avoir un radar avec un GPS dans sa voiture était tout à fait logique, dans le contexte de Red Dead, ça n'a aucun sens. Pourquoi ne pas avoir imaginé qu'il faille justement se sortir le doigt du c..., demander sa direction aux quidams, aux passants, comme le faisait probablement la plupart des gens à l'époque, pour trouver un inconnu dans une ville qu'on visite pour la première fois ?

Ca n'aurait fait que renforcer la particularité du monde dans lequel les développeurs souhaitent vous emmener en voyage. Ce n'est pas le tout d'intégrer 2000 heures de

dialogue (complètement superflues) pour créer une ambiance. Les détails, la cohérence de l'univers sont avant tout primordiaux. On ne devrait pas pouvoir jouer à Red Dead comme on joue à GTA.

Parfois, le jeu se moque même carrément de lui-même, en considérant la survie en désert comme un « mini-jeu » qui consiste à flinguer des animaux et à les saigner avec son couteau. Il aurait pu être carrément génial de se perdre dans le désert, sans indication, et de se retrouver justement dans des situations de survie forcée une fois

la nuit tombée, sans repère. Ca aurait pu être une partie du jeu, au moins, illustrant les dangers de l'époque.

La plus grossière erreur des gars de Rockstar a été de transposer un jeu typiquement citadin comme GTA dans un monde purement paysan et désertique comme celui de Red Dead en croyant qu'il suffisait de changer l'aspect visuel pour nous resservir le même plat. Hélas, ce n'est pas suffisant, et ça sent l'argent facile plus que la recherche de nouveaux concepts de jeu.

Mais apparemment, ce n'est pas la quête d'innovation qui les motive...

Avec Mass Effect 2, Bioware a tenté par contre d'innover un peu. En effet, c'est le premier jeu (je crois) qui vous propose de continuer avec un personnage créé dans l'épisode précédent, en prenant en compte vos expériences et vos choix. C'est une très, très bonne idée à la base.

C'est misérable dans son exécution.

Dès le début du jeu, votre vaisseau, le Normandy, est attaqué, et paf! Vous mourrez dans l'attaque. Et voilà, votre perso doit recommencer à zéro une fois ressuscité artificiellement par une société privée aux motifs obscurs. Bref, les caractéristiques du perso du 1 ne sont pas prises en compte DU TOUT. Dommage pour ceux qui ont fait du level-up dans l'espoir de garder leur gros-bill d'un titre à l'autre. Mais passons. Si les paramètres sont

remis à zéro, vos décisions passées restent par contre mémorisées. Là, c'est un peu mieux fait. Quand vous rencontrez des anciens potes, ceux-ci se rappellent de ce que vous avez accompli ensemble.

Ce sont les seuls.

Perso, après avoir fini Mass Effect 1 plus d'un an plus



tôt, je n'ai quasi plus aucun souvenir de ce genre de détails, et j'ai davantage l'impression d'être amnésique à chaque fois qu'un gars m'aborde. Bioware aurait dû trouver un moyen de faire un résumé de ce qui se passait dans NOTRE premier opus, histoire de rafraîchir nos mémoires avant d'essayer d'en remettre un plat. Tiens, je jette une idée comme un pavé dans la mare : pendant la phase de résurrection, pourquoi ne pas avoir introduit

une séquence sous forme de rêve, qui servirait justement à nous rappeler les décisions clefs prises auparavant ?

Hein ?

Mais sans ça, le résultat est sans appel : effet complètement raté.

Avec Dragon Age, puisqu'il faut bien y revenir, Bioware n'a pas cherché pas à réinventer la roue. A moins de considérer les giclées de sang au litre qui recouvrent les personnages après un combat comme un concept en soi-même. Artistiquement nul, Bioware livre surtout un RPG classique de chez classique dans la grande tradition des Baldur's Gate, avec des myriades d'options pour la progression des personnages. Cependant, Dragon Age introduit quand même quelques bonnes idées qui font plaisir à voir. En effet, suivant l'origine (i.e. la race) du personnage choisi, on commence apparemment l'aventure dans un contexte complètement différent. C'est une sorte de prologue, qui sert justement à donner un peu plus d'épaisseur au personnage et à ses origines. N'ayant pas vraiment essayé de faire plusieurs backgrounds différents encore, l'idée même est séduisante et a de quoi m'inciter à revenir une seconde fois sur le jeu. Bien entendu, il ne s'agit vraisemblablement que d'un court chapitre qui se reconnecte à l'histoire commune rapidement, mais l'effet est réussi. Pour le reste, rien de bien surprenant: beaucoup de dialogues (la plupart mal doublés, sic), avec des vrais choix à faire (pas comme



dans Mass Effect 2) qui peuvent par exemple décider de la vie ou la mort d'une personne. Et, chose amusante, mais pas franchement nouvelle pour les habitués de Bioware, les personnages de votre équipe ont aussi leur point de vue sur ce que vous faites, et peuvent se retourner contre vous ou se barrer s'ils considèrent que vous allez à contresens de leurs principes.

Cet aspect montre la longueur d'avance qu'ont les RPG occidentaux face aux RPG japonais, qui se consacrent uniquement à des conversations extrêmement linéaires, sans intervention ou presque. Si l'interactivité n'est pas le fort des japonais en général, le Japon est très sensible à l'écriture des dialogues. Déjà, le Japon est le seul ter-

Les trois filles de Love Plus. Seule celle de droite est agréable, au passage.



ritoire où l'on trouve des jeux qui sont pour ainsi dire des romans-vidéo : beaucoup de texte, très peu d'interactivité, mais une histoire bien écrite, qui fait souvent une belle part aux personnalités des différents protagonistes. L'un des seuls jeux qui rentrent quasiment dans ce moule, tout en étant populaire dans le monde entier, est évidemment Metal Gear Solid.

Eh bien, les tonnes de dialogues que vous trouvez dans un MGS, c'est la norme dans les jeux japonais d'aventure. Mais pas seulement. Le Japon, c'est aussi le pays des Love-Sims, où les jeux entiers se basent sur les sentiments humains (plutôt en dessous de la ceinture, il est vrai). La encore. Beaucoup de dialogues sur des images fixes ou presque.

Au passage, un jeu sur DS vient de renouveler ce genre :

Love plus. Son concept est simple: vous êtes un ado qui vient d'arriver dans une nouvelle école, et vous voilà transporté dans la vie scolaire de votre nouveau patelin. Rapidement, vous rencontrez trois filles dans votre environnement qui vous plaisent. A vous ensuite d'organiser vos journées pour développer les qualités de votre personnage pour attirer les filles en question.

La réalisation en elle-même est bien vue: les filles sont en 3D, et les mouvements lors des conversations sont extrêmement bien rendus. La monotonie est rompue par une tonne de sujets différents abordés dans les conversations, le tout parlé de vive voix. Et, une fois l'une des filles conquises, un mode de jeu insolite fait son apparition, et c'est sans doute là le secret du succès de

Nene-san, en uniforme de travail, public otaku oblige.



ce titre.

Le jeu passe en temps réel.

Votre DS se transforme alors en une sorte de fenêtre vers un univers parallèle - où votre petite amie a aussi sa propre vie et vous contacte le matin ou le soir, ou vous réveille le matin. Vous prévoyez des rendez-vous à des heures précises pour le week-end suivant, et à vous de faire en sorte d'être devant votre DS à temps, sinon vous risquez d'endommager votre relation. Bref, même si le jeu en lui-même n'a rien de la haute-voltige, ce concept de temps réel appliqué à un format portable est une idée à explorer pour d'autres genres. Pourquoi ne pas imaginer, par exemple, un wargame, dans lequel vos conseillers viendraient vous voir quand vous vous connectez, pour

La partie gestion de MGS Peace Walker comporte même un soldat HIDEO, qui n'est autre que Kojima.

vous informer des évolutions des combats en temps réel ? Cela pourrait vous inciter à passer plus de temps sur le jeu, pour faire en sorte que les bonnes décisions soient prises au bon moment. Pour une simulation économique, il en serait de même - rester éloigné trop longtemps des affaires pourrait avoir un impact sur la situation de votre entreprise, l'état de la concurrence, etc... Tout jeu qui inclut une forme de management, que cela soit de personnes ou de ressources matérielles, pourrait bénéficier de cette approche pour établir un lien émotionnel direct avec le joueur.

Le concept de management se répand même là où on ne l'attend pas. Metal Gear Solid Peace Walker a par exemple réussi avec brio de transformer un simple jeu monojoueur en un jeu aux multiples aspects de gestion. Comme tout MGS qui se respecte, il possède une campagne solo conséquente. Qui est relativement correcte, mais on sent que Kojima a la fâcheuse tendance à faire de la redite.

C'est toujours la même rengaine d'un héros confronté à une nouvelle incarnation ou prototype de Metal Gear. Rien n'empêcherait pourtant de combler les trous dans l'histoire de Big Boss sans chercher systématiquement à mettre en scène la fameuse scène de combat contre un gros robot. Je crois que tous les fans de MGS aimeraient être surpris, et changer un peu le type d'histoire ne ferait pas de mal.

En tout cas, cet épisode PSP s'attache entre autres à



expliquer comment Big Boss a pu créer sa fameuse milice et former Outer Heaven.

Il intègre donc un élément de gestion des ressources humaines. Au cours des missions solo (ou co-op), vous pouvez capturer les ennemis au lieu de les tuer, et chaque ennemi capturé intègre vos rangs une fois la mission terminée - ça donne une autre raison d'opérer avec doigté. Les nouvelles recrues ont leurs forces et leurs faiblesses, et vous décidez de leur affectation dans votre camp militaire : faire la bouffe pour les autres, chercher comment améliorer les armes existantes, réparer les véhicules endommagés, s'occuper des blessés, ou tout simplement aller au front se fritter avec l'adversaire. Cette dernière option vous permet, si vos gars en sortent vainqueurs, de prendre possession d'autres équipements déjà aux mains de l'ennemi. Avec le risque, cependant, de voir ses hommes se faire massacrer. Ce genre de combat se déroule comme dans un wargame tour par tour, avec des icônes très simples à l'écran. Un peu à la Battle Isle, si ça vous dit quelque chose. Rien de

bien folichon graphiquement, mais une jolie addition qui sert aussi pour mode solo. Les nouvelles armes récupérées deviennent alors disponibles pour la mission de campagne de Big Boss.

Croulant sous les options, ce MGS est particulièrement bien conçu pour une portable. Les missions sont courtes et on peut sauver à intervalles réguliers. Si l'on ne souhaite qu'y jouer quelques minutes, les activités de gestion s'y prêtent fort bien. Dommage cependant que la maniabilité dans la partie en 3D souffre de problèmes persistants. Le plus frustrant consistant à faire tourner la caméra pour viser les ennemis qui vous entourent- il faut pas être pressé ! Le jeu a cependant été conçu pour prendre ce problème en considération. Les ennemis sont donc relativement « sympas », ils prennent bien 5 à 10 secondes à vous tenir en joue avant de vous tirer dessus, ce qui vous laisse un peu de temps pour justement les aligner un à un. Ce que ce MGS gagne en jouabilité, il le perd néanmoins en crédibilité. C'est une question de compromis. Y'a pas à chier, la PSP est une



Fortitude, l'un des boss les plus réussis de Bayonetta.

console qui n'a jamais été pratique pour ce genre de jeux en 3D.

Quelque part, il est presque amusant de voir un jeu SUR PORTABLE, comme MGS, être beaucoup moins gamin qu'un jeu sur PS3, comme FFXIII. Démographiquement, l'âge moyen des joueurs doit pourtant être supérieur sur PS3. C'est comme si les exigences sur consoles de salon étaient plus faibles que sur consoles portables, un comble!

Heureusement, les titres exigeants sur consoles de salon existent toujours, et Bayonetta est là pour nous le prouver. A la base, ce jeu est issu d'anciens de Capcom,

du studio Clover, maintenant basés à Osaka (dans le Sky Building, pour ceux qui connaissent, à Umeda) qui se sont sans doute dits qu'ils pouvaient faire mieux que Devil May Cry (sur lequel ils ont aussi travaillé).

Et là, à chaque fois que j'ai pu me tâter au jeu avant sa sortie, les impressions étaient bonnes et sans équivoque, contrairement à FFXIII. L'année dernière au TGS, le stand de Sega accueillait des centaines de personnes pour venir tester le premier niveau. Et quel premier niveau ! Tout respirait l'originalité : le fait de contrôler une sorcière qui possède des pouvoirs maléfiques. Les décors oscillant entre la modernité, le médiéval et le fantastique. Des en-

nemis aux designs comme jamais vus auparavant, pas de banales copies d'autres monstres moins inspirés et mille fois revus. Que dire de « Fortitude », ce boss étrange mi-dragon, mi-visage humain géant renversé ? Mais si ce n'était que ça... l'air frais ne s'arrête pas là, le pad en main, la différence se sent aux bouts des doigts. Les réactions sont immédiates, les contrôles sans faille. Et pour vaincre les vagues successives d'adversaires, savoir se jouer des contrôles est essentiel. Eviter un coup qu'on vous porte au dernier moment vous gratifie en effet d'un bonus non négligeable: le temps ralentit soudain autour de vous, mais vous continuez à pouvoir frapper comme si de rien n'était alors que les adversaires restent comme figés pendant une très courte période. Cette idée est excellente, elle vous oblige à prendre des risques contre les ennemis les plus forts, au lieu de la jouer safe. Cette idée a fait des émules d'ailleurs dans God of War 3, mais chez ce dernier, l'exécution en est tellement pauvre qu'elle fait plagiat.

Bayonetta est le jeu japonais par excellence. Un trait caractéristique des japonais est justement de savoir s'inspirer avec génie de choses qui leur sont étrangères, de les digérer et de leur donner une couleur qui n'a plus rien à voir avec le matériau d'origine, sans cependant le rendre ridicule. Bayonetta reprend ainsi des mythes vaguement judéo-chrétiens avec l'idée que le monde est séparé en 3 univers différents : l'enfer, le paradis et le milieu terrestre. Mais l'interprétation qui en est faite est complètement déroutante et rafraîchissante, un

peu comme « Interview With A Vampire » réussissait au début des années 90, dans le milieu cinématographique, à redonner une seconde jeunesse au mythe du Vampire. On devine aussi l'influence de Mortal Kombat dans Bayonetta, avec les espèces de fatalités que notre héroïne enchaîne pour achever les ennemis déjà KO.

Au croisement des genres, Bayonetta possède aussi un soupçon de jeux de baston à la Street Fighter, avec des tonnes de coups spéciaux à disposition du joueur, suivant des enchaînements plus ou moins complexes à réaliser. Un nombre qui n'a pas à rougir face à un Tekken ou un Dead or Alive, par exemple. L'aspect musical rappelle enfin énormément les mélodies des jeux d'arcade des années 80. Quelque part, un clin d'œil à une époque qui ne se foutait pas de la gueule du monde ?

Mais, au-delà de ces multiples références, Platinum Games a compris qu'un bon jeu, ça commence par de bons personnages. Et, même si l'histoire n'a apparemment aucun sens (tout n'est certes pas très clair), les protagonistes ont tous du caractère, de la personnalité, du style. Ça sent le relief.

Aucun des héros ne se ressemble, et même plus de six mois après avoir fini le jeu sans l'avoir retouché du tout, je me rappelle encore très vivement de tous les boss, et même des persos de second plan, tant ils sortent de la norme fade et insignifiante à laquelle nous avons été habitués.

En cela, ce Bayonetta est un anti-FFXIII.

L'antithèse de la gaminisation.

Un titre aux héros atypiques et insolites, au design tout sauf neutre, aux choix multiples (dans la manière d'appréhender les combats), qui fait évoluer le genre en renouvelant ses mécanismes, tout en proposant un challenge motivant d'un niveau à l'autre. Tout cela en évitant presque toujours la facilité qui consisterait à sombrer dans la répétition.

Une fois le jeu fini en mode normal, je n'attends qu'une chose : le reprendre dans quelques mois avec des yeux neufs, cette fois-ci en mode "hard", pour apprécier à nouveau, à sa juste valeur, l'exigence et la pertinence millimétrique des contrôles.

Chapeau bas à Platinum Games, pour avoir montré quel vent suivre dans cet océan de médiocrité.

A d'autres de suivre leurs traces.



effet d'annonce

Interrogations et investigations soulevées par des annonces publiques.



hadopi: vouée à l'échec ?

effet d'annonce

Par KYLIAN

« La HADOPI n'a pas les moyens de traiter toutes les demandes de l'industrie de la musique, du cinéma et du jeu vidéo en même temps »

M. Jean-Claude Larue,
délégué général du Syndicat des éditeurs
de logiciels de loisirs (SELL), L'Express, juin 2010

Cette annonce du SELL, syndicat influent dans le domaine des jeux vidéo puisqu'il compte parmi ses éditeurs Microsoft, Nintendo ou Sony, est lourde de sens. D'autant qu'elle se justifie par les chiffres : « surveiller 100 titres et collecter 25 000 adresses IP coûterait 35 000 euros par mois, soit 420 000 euros par an ». Imaginez alors pour 1 000 ou 10 000 titres, seuil réaliste s'il en est. Cette estimation a appelé chez d'autres une comparaison assassine : on dépasserait ainsi le montant des subventions directes à l'industrie cinématographique ! Quels sont les autres effets de l'annonce de Jean-Claude



Larue et comment les interpréter : simple lézarde entre le SELL et ses confrères de la musique et du film ? Ou illustration d'une erreur de conception de la HADOPI, assez grave pour lui être bientôt fatale ? En d'autres termes, la HADOPI est-elle vouée à l'échec ?

SUS À L'ADO-PIE !

Retour en arrière : fin juin, on apprend que le SELL a repoussé son choix d'un prestataire privé chargé de collecter les adresses IP des « pirates » sur les réseaux d'échange. Le syndicat prenait ainsi à contre-pied ses

collègues de la musique et du cinéma : le SCPP, présidé entre autres par Pascal Nègre, le SPPF, la SACEM et l'ALPA emmenée par le patron de Gaumont ; eux venaient d'adouber prestement une société quasi-inconnue, Trident Media Guard pour la défense de leurs intérêts. Dans la foulée, Jean-Claude Larue suscitait l'interrogation par son annonce. Pourquoi le SELL, peu habitué à jouer les mutins, n'a-t-il pas tout simplement acquiescé à ce choix collectif ? « D'autres prestataires sont moins chers » a-t-on entendu. Faut-il comprendre que le SELL se désolidarise de ses alliés parce qu'ils ne regarderaient pas à la dépense en ces temps de crise ? De là à tirer à vue sur la HADOPI dans son ensemble...

MAIS D'ABORD, QU'EST-CE QUE LA HADOPI ?

La HADOPI est la Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des droits sur Internet (notez que les droits sur Internet n'ont pas semblé mériter une majuscule). Créée en 2009 par la loi Création et Internet, elle-même héritière de la DADVSI, elle souhaite « promouvoir l'Internet comme support de diffusion et lutter contre le piratage ».

Nous ne reviendrons pas sur sa naissance agitée (logo de France Télécom piraté, cadre de TF1 licencié pour avoir critiqué la loi) ni sur les récentes polémiques autour du salaire confortable, jusqu'à 180 000 par an, de son secrétaire général – il est vrai ancien conseiller TIC de Nicolas

Sarkozy. Ni sur les émoluments de ses membres hauts fonctionnaires, magistrats de la Cour des comptes, de Cassation ou du Conseil d'Etat voire spécialistes en communication : ils sont indexés sur un grade de l'administration publique, ce qui est un débat certes mais hors de propos ici.

Nous préférons rappeler les positions de cette autorité, que l'on penserait à la pointe du modernisme, sur la copie privée (« incompatible avec le P2P »), les DRM (« la meilleure protection possible ») ou la neutralité du net (qui justifierait un logiciel de surveillance « dans tous les PC »). Rappelons aussi la prégnance des appuis politiques, de feu Philippe Séguin à Gérard Larcher en passant par Bernard Accoyer, pour mériter son poste. A ce propos, ceux qui s'interrogent encore sur l'indépendance politique de la HADOPI relèveront la présence de Jacques Toubon comme « personnalité qualifiée » (sic, dont acte) et de... deux élus UMP ou assimilés : Franck Riester, député, et le vrai-faux démissionnaire Michel Thiollière, ancien sénateur rapporteur du projet et donc l'un des pères de la loi.

LA HADOPI EST-ELLE INDÉPENDANTE ?

Ainsi auréolée de ses origines politiques, la HADOPI semble incapable de s'émanciper du pouvoir exécutif. « Rien de nouveau », direz-vous : entre le CSA, France Télévisions et tous les organes de pouvoirs publics et privés,



on a l'habitude. Admettons. Le calcul de Jean-Claude Larue nous rappelle alors qu'il peut exister d'autres dépendances, à commencer par celle financière.

Avec 420 000 de coûts annuels pour 100 titres, une transposition – même logarithmique – pour 10 000 œuvres (films, chansons, logiciels confondus) nous amènerait à une facture oscillant entre quelques millions et plusieurs dizaines de millions d'euros. Mais quel que soit le montant global au final (pour l'heure, comme dans les manifestations, les estimations varient beaucoup : de 10 millions à 70 millions d'euros par an, selon que l'on table sur une identification d'adresse IP à 0,65€ pièce ou à 8,50€, que l'on inclut ou pas les honoraires de justice, l'affranchissement du courrier, les salaires, etc.), il ne sera pas couvert par les 6 ou 7 millions d'euros promis par le ministère de la Culture. Demandez à la RIAA : après avoir dû déboursier près de 57 millions de dollars entre 2006 et

2008, elle a infléchi sa politique de répression pour privilégier les accords à l'amiable, qui lui ont tout de même coûté encore près de 16 millions de dollars sur la seule année 2009, rien qu'en frais d'avocats ...

La HADOPI devra donc compter sur des partenaires privés, FAI, ayants-droits c'est-à-dire majors. « Rien de nouveau », redirez-vous stoïque : après France Télécom, Air France, EDF ou La Poste, ce n'est pas la première fois qu'un organisme public se privatiserait ou tendrait à agir comme tel. Admettons. Mais ici, nous parlons d'une autorité de magistrats capable de sanctions. Le fait que leur jugement se base à ce point sur des partenaires privés, presque commerciaux, soulève une nouvelle question, une troisième dépendance, plus insidieuse que celle politique ou financière et plus préoccupante encore : la dépendance technologique.

ET ÇA, C'EST UN MULOT ?

On l'a dit, les membres de la HADOPI sont des hauts fonctionnaires et des juges, certes pas des ingénieurs en informatique. Sans être un problème en soi, on peut donc supposer qu'ils n'ont pas compulsé avidement le code source du logiciel de filtrage retenu. Or peut-on juger sans savoir ? Assurément non et c'est la raison pour laquelle, nul n'étant omniscient, les tribunaux font appel à des experts nommés près la Cour ou éminences d'un ordre régi par une déontologie (médecins, psycholo-



gues, géomètres, etc.), chargés d'apporter leur éclairage impartial. Les juges de la HADOPI, eux, vont s'en remettre à une PME et à son logiciel qui – ce n'est pas le moindre des problèmes – n'a pas été conçu ad hoc pour cette mission.

Ce qui soulève deux questionnements :

Primo, un logiciel, aussi efficace et robuste soit-il, n'en demeure pas moins une création humaine et donc non infaillible. Surtout quand il repose sur l'adresse IP dont tout le monde connaît la facilité d'usurpation (phishing, proxies ou même wep-cracking ou wifi public) et donc le danger de s'en servir comme preuve. Les défenseurs d'internautes poursuivis ne pourraient-ils pas s'engouffrer dans cette brèche ?

Secundo et plus prosaïquement, est-on bien sûr que ce logiciel soit digne de confiance ?

Les juges de la HADOPI ont dû anticiper ces deux écueils en obtenant la bénédiction de la respectable CNIL. Cette

dernière a probablement donné son aval au logiciel de filtrage, non pas en se basant sur une déclaration sur l'honneur de l'éditeur ou sur un extrait de sa base de données, mais en ayant disséqué chaque ligne de code... Rien n'étant moins sûr (cela relève-t-il seulement de la compétence habituelle de la CNIL ?), on sera heureux de vérifier, à la première demande d'expertise du code par un avocat, que la commission a bien travaillé, que le logiciel ne peut être pris en défaut et surtout, qu'il fait bien ce qu'il dit, ni plus ni moins. Et certainement pas plus, puisqu'on parle là de récolter des données sensibles et personnelles sur les internautes français avec l'autorisation de l'Etat. « Rien de nouveau » tousoterez-vous encore : nos communications ne sont-elles pas déjà entre les mains d'opérateurs de téléphonie dont on ne sait pas, non plus, ce qu'ils font avec nos données ? Admettons.

Mais d'une, elles sont surveillées par l'ARCEP (ex-ART) qui, contrairement à la HADOPI, compte près de 200 techniciens compétents en plus de son collègue de hiérarques. De deux, ces sociétés répondent aux enquêtes de Justice ou de police, non l'inverse : elles n'ont pas reçu un blanc-seing pour initier une procédure sur le seul témoignage d'un logiciel qu'elles auraient elles-mêmes fabriqué.

C'est donc là une sorte de grande première, y compris au plan juridique : jusqu'ici, la dénonciation relevait de la partie lésée (procédure accusatoire) ou du ministère

Comme dirait un ministre, les lois Internet, ça va quand il n'y en a qu'une. C'est quand il y en a plusieurs que ça devient un problème...



public (procédure inquisitoire). C'est-à-dire que deux cas sont possibles et la valeur des « preuves » n'est pas la même : soit elles sont avancées par l'une des deux parties ; elles sont alors toujours suspectes de partialité et leur sincérité est réexaminée systématiquement. Soit elles sont produites par un juge d'instruction ou par des officiers de police assermentés et extérieurs à l'affaire ; on argumente alors sur leur fiabilité ou leur interprétation (exceptionnellement sur leur sincérité). Où va se situer la HADOPI dans tout cela ? Sa parole aura-t-elle la valeur du plaignant ou du procureur ? Et si elle n'est ni l'un ni l'autre, se voit-elle alors comme au-dessus d'eux, telle une entité infaillible grâce à son logiciel (est-ce seulement possible d'être au-dessus de la Justice, laquelle donne droit au bénéfice du doute) ?

Plus qu'une question technique, la dépendance technologique de la HADOPI est donc un véritable problème éthique, et même constitutionnel, qui se pose à nos consciences. Car cette dépendance, pour ne pas dire aliénation, à des sociétés délégataires du marché de filtrage et de détection, entendrait donc amener un tribunal à sanctionner, par une peine de prison ou même une amende, un internaute dénoncé par une société privée et commerciale (nous y revenons bientôt...) dont les salariés ne sont ni policiers assermentés, ni fonctionnaires tenus au devoir de réserve, ni même hommes de loi soumis à un code de déontologie ? Une société dont le produit n'a pas été créé sur la base d'un cahier des charges imposé par les pouvoirs publics mais qui s'est

lui-même imposé à eux ! Une première à une telle échelle et sur l'Internet...

Et pourtant. Ces obstacles évidents, sur lesquels les contradicteurs de la HADOPI n'ont pas manqué de rebondir, ne semblent pas avoir inquiété le gouvernement et les majors outre mesure. La HADOPI elle-même, et ses juges expérimentés, n'ont pas hésité à confier cette responsabilité, de clef de voûte de leur existence, à une société quasi-inconnue, Trident Media Guard, face à d'autres prestataires tels que La Poste (via sa filiale Extelia) ou AdVestigo (à la technologie anti-piratage éprouvée).

« Pour quelle raison ? », nous sommes-nous interrogés. Il fallait en effet que l'heureuse élue, pour bénéficier de tout le poids des industries de la musique et du cinéma, ait un talent caché, une compétence unique au monde ou bien de sérieux appuis en coulisse.

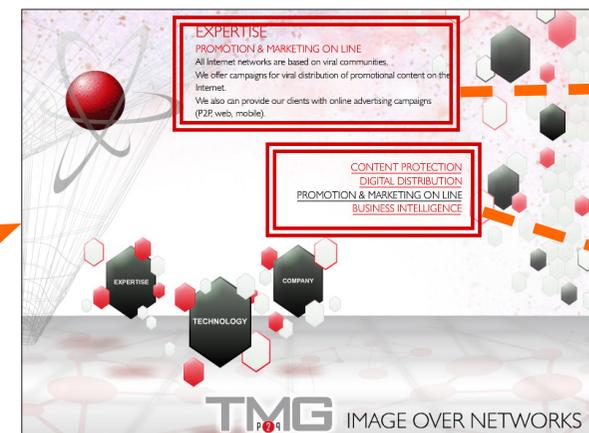
Une dernière hypothèse que le refus du SELL nous a poussés à envisager.

Nous n'en fûmes pas déçus...

TMG ET GOG VOUS VEULENT DU BIEN

Trident Media Guard (TMG), police du web choisie par les majors, est une start-up nantaise créée en 2002 par deux entrepreneurs. Jusqu'ici peu habituée aux feux

des médias, TMG a fait buzzer, pardon, vibrer le net une première fois quand il apprit que l'acteur Thierry Lhermitte était entré dans le capital de la « jeune » pousse juste avant qu'elle n'obtienne le juteux sésame gouvernemental, avec le soutien des majors du cinéma donc. Flair génial du comédien ou hasard troublant ? Deuxième effet, quand a surgi un lien entre TMG et Mediaguard, le système de chiffrement breveté par Canal+ et utilisé pour crypter ses programmes. Canal+ étant un ami bien connu du monde du cinéma, le hasard troublant troubla plus encore. Est-ce à ce titre que le député de



d'entre elles, très souvent aux américains – ce qui ne choquera personne – ou à des locaux comme Dassault. Vous ne voyez pas leur rapport avec Léo Ferré ? Nous non plus. On pense le découvrir en parcourant les profils prestigieux des patrons de GOG : diplômés d'écoles de commerce ou d'Harvard, issus des places financières, de laboratoires pharmaceutiques, des télécommunications ou de l'armement ; visiblement pas de place pour un encyclopédiste de la chanson française...

On tombe alors (http://www.ouestventures.com/index.php?rub=services_innovants#trident) sur la section de présentation de TMG, succincte mais fort instructive. GOG nous y apprend que TMG est « leader européen des solutions pour contrer les téléchargements pirates sur les réseaux P2P (et) propose également une offre de marketing et communication on line via les réseaux P2P (...) Acteur de l'anti-piratage, TMG devient maintenant acteur du marketing et de la communication online ». Diantre ! Voilà de quoi nous rassurer sur la gestion de nos données : TMG est bien un expert de la protection et de la chasse aux pirates sur Internet.

Et tant pis s'il s'avoue « maintenant » (que les arcanes du web lui sont ouvertes par l'Etat), et « également, acteur » du marketing on line, autrement dit de la publicité, du B2C et autres démarchages ciblés via ce même Internet. Une activité de marketing commercial mal assortie (ou

Meurthe et Moselle Hervé Féron déclara : « à qui profite vraiment HADOPI ? Aux majors ! » ? Un constat logique auquel tout le monde s'est arrêté. Ce qui arrange bien les intéressés car cette évidence cache une réalité plus lourde encore. Selon un document PDF apparu sur le site de l'Association de Développement Economique de Nantes (et retiré depuis), TMG a levé 750 000€ de fonds (une paille) en 2006, grâce à des soutiens hétéroclites : collectivités de l'ouest (CCI, Nantes Métropole, Atlanpole), réseaux de développement (Comité Alizé) et entreprises dont EADS/Airbus ou même...Total. Des anges-gardiens prestigieux pour le futur contrôleur du web hexagonal mais qui pèsent moins que son actionnaire majeur, un fonds d'investissement baptisé FCPR Ouest Venture 2. Parmi les souscripteurs, ayant dû acquitter un droit d'entrée de 500 000€ sur 4 à 5 ans, on

retrouve les conseils régionaux des Pays de la Loire et de Bretagne (pour une fois que la Gauche est d'accord avec le gouvernement !) et des banques (Crédit Mutuel, CIC, Banque Populaire). Juste de quoi sourciller.

Puis on se penche sur le porteur de fonds : Grand Ouest Gestion (GOG).

GOG est une société de capital-risque. Une activité certes éloignée du mécénat ou même de la chose publique. Une visite sur leur site nous apprend que comme tout bon business angel, ils investissent (dans) des PME « naissantes, relevant des services innovants, technologiques et des sciences de la vie ». Proactifs, ils ont « aidé à naître » puis « revendu » une cinquantaine

EXPERTISE

PROMOTION & MARKETING ON LINE

All Internet networks are based on viral communities.
We offer campaigns for viral distribution of promotional content on the Internet.
We also can provide our clients with online advertising campaigns (P2P, web, mobile).

CONTENT PROTECTION DIGITAL DISTRIBUTION PROMOTION & MARKETING ON LINE BUSINESS INTELLIGENCE

très bien au contraire, ça dépend de quel côté on se place) avec la collecte de données sur Internet pour le gouvernement. Pour nous assurer d'avoir bien lu, direction le site officiel de TMG.

Mais non, dans la partie « Expertise – Promotion & Marketing on line », il est bien écrit que TMG « offre des campagnes promotionnelles à diffusion virale sur le net » ainsi que des « campagnes publicitaires en ligne (P2P, web, mobiles) ». On notera au passage le vocable du portail, assez éloigné de celui institutionnel : « clients », « prospective », « B2B/B2C », « répondre aux besoins du marché », « recruter des représentants pour développer les ventes » et surtout, notre préférée, « aider les clients à augmenter et consolider leurs bénéfices ».

On relèvera enfin que, pour un défenseur de la culture française, il a semblé de meilleur ton d'afficher un site entièrement en anglais. La langue des affaires, à ce qu'il

paraît...

HADOPI SANS MOYENS...D'ÊTRE EXEMPLAIRE ?

Alors, bien sûr, nous n'irons pas penser que le logiciel de filtrage de TMG, « acteur du marketing online », pourrait aider à la création d'un fichier clients, en détectant une adresse IP, la reliant aux œuvres qu'elle télécharge (genre musical, type de film ou de jeu) puis, après identification, à un nom et à une adresse...

Nous n'oserons pas non plus imaginer TMG livrer à la HADOPI les adresses IP des « pirates », dans la limite fixée par la CNIL, mais enregistrer toutes les autres (les réseaux P2P pouvant aussi être supports d'échanges légaux), pour son activité parallèle...

Nous n'aurons pas plus l'outrecuidance de présupposer que TMG, redevable aux majors et à ses financiers

dont le métier est quand même d'obtenir retour sur investissement, puisse être priée d'honorer sa dette en partageant de telles informations de data mining, gisement d'acheteurs potentiels à ramener vers les circuits de distribution de ces mêmes majors...

Non, nous ne le dirons pas.

Ce qui est certain en revanche, c'est que la coexistence d'intérêts commerciaux avec ceux d'une administration publique n'augure pas du meilleur. Elle jette en effet un épais voile d'ombre sur la crédibilité de la HADOPI qui jure, la main sur le cœur, agir dans un esprit de prévention et d'éducation de l'internaute et défendre la culture française...

Peut-elle y parvenir en autorisant une tâche hautement sensible, la collecte de données personnelles, à une société qui ne cache pas son activité de publicité et de démarchage sur la base de ces mêmes données ?

Peut-elle encore parler d'éthique en s'alliant à une société qui, jusqu'à preuve du contraire, existe grâce aux financements de capital-risque ?

Peut-elle invoquer la préservation culturelle nationale quand elle se repose sur un prestataire plutôt versé dans le langage commercial et la culture anglo-saxonne ?

En mélangeant la morale publique et la conception

marchande, la Haute autorité, déjà affaiblie par ses dépendances politiques, économiques et technologiques, perd toute crédibilité et donc jusqu'au moyen de se justifier.

Car l'autorité naît de l'exemplarité.

VERS LA HADOPI – ET AU-DELÀ ?

La question qui nous occupe, « La HADOPI est-elle perdue ? », semblerait donc avoir trouvé une réponse affirmative. Pourtant, dans les faits, elle est en marche : les premiers avertissements sont partis en juillet, la position dissonante du SELL a été isolée et un sondage (évidemment indépendant) a confirmé la terreur des internautes français « qui vont dorénavant mieux surveiller l'usage de leur connexion ». Un storytelling panglossien comme on nous en sert depuis quelque trois années maintenant.

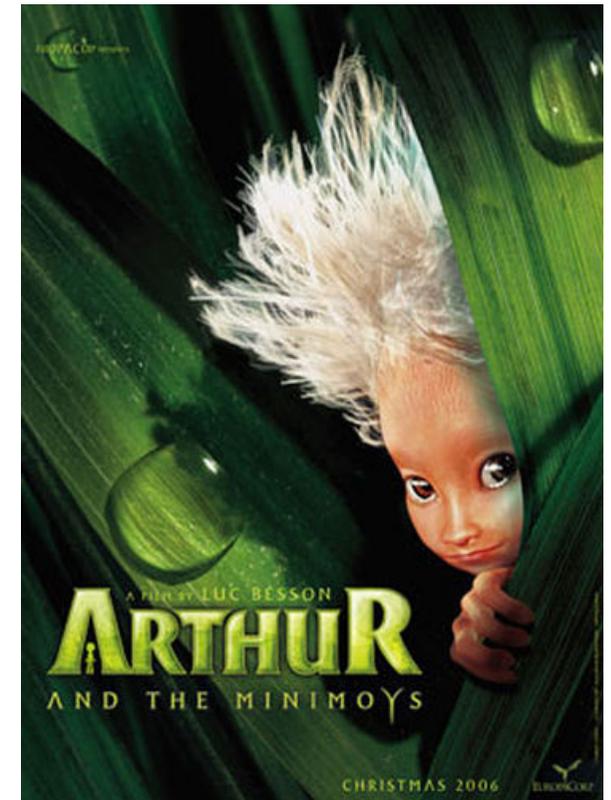
Alors que faire ? Renoncer à changer les choses au motif que le gouvernement ne se mettra jamais à dos de puissantes industries à deux ans d'élections présidentielle et législative ? Ou dénoncer deux fois plus cette conception anglo-saxonne qui substitue la collusion public-privé à la vision française, ingénue mais pas si lointaine, de l'irréprochabilité du pouvoir institutionnel dans une démocratie éclairée ?

Ce n'est pas à nous de répondre ! Pleutres ? Avisés plutôt : ce pays ne manque ni de garants des droits individuels ni de journalistes d'investigation ni même de lobbys libertaires, qui s'en chargeront bien mieux. Pour notre modeste part, nous continuerons notre raisonnement. Clairvoyante de prime abord, l'annonce de Jean-Claude Larue se fait désormais sibylline : le SELL savait-il déjà tout ceci ? N'a-t-il renoncé à choisir que par souci d'économie – selon la version officielle –, par guerre d'intérêts (Sony et consorts n'ayant pas avantage à s'aliéner à TMG si celui-ci est l'émissaire, sinon l'émanation, d'industriels concurrents), ou par sursaut éthique et moral ? Dans ce dernier cas, pourquoi n'avoir pas dénoncé plus franchement la manœuvre ? Pour ne pas être celui qui déterre la hache de guerre en public ? L'avis couperet de Jean-Claude Larue a tout de même ébréché l'image de trois secteurs en osmose autour de la HADOPI... Quoi qu'il en soit, seuls les intéressés connaissant la réponse, mieux vaut ne pas ergoter plus longuement sur ces hypothèses.

Pour ne pas nous arrêter là, au milieu du gué, rebondissons sur cette annonce et prenons le problème à l'envers : s'il ne fallait pas se demander « quels moyens ? » consentir à la HADOPI mais « pour quoi faire ? ».

Car après tout, on pourrait militer pour un financement d'Etat accru, pour le plafonnement (ou l'interdiction) des investissements privés des majors, banques, multinationales, etc....La question de fond demeurerait de savoir s'il est sage de consacrer quelque moyen qu'il soit

Comme le cinéma de Besson, les majors se cachent derrière la HADOPI...



pour une juridiction propre à seulement trois industries (deux pour l'heure) et financée par elles ? Pour protéger le travail des artistes, dites-vous ? C'est assurément une nécessité et le mythe du « tout-gratuit » est irresponsable (sinon ne payons plus rien dans la vie) : tout travail mérite salaire et les auteurs, techniciens ou producteurs n'ont pas moins de droits sur ce plan que des ouvriers d'usine ou des fabricants. Mais justement, les groupes de l'agro-alimentaire, du textile ou de l'automobile ont-ils pour autant une HADOPI et un TMG à leur disposition ?

Exception culturelle, dites-vous encore ? Oui mais les galeries d'art, les musées et les sociétés d'édition en sont-ils pour autant bénéficiaires ? Pas pour le moment. De même, les artistes indépendants ou hors des circuits de distribution traditionnels, qui essaient sur le net, sont-ils sûrs que la HADOPI les défendra s'ils n'ont aucun label ? On aimerait croire qu'il n'y aura pas deux poids deux mesures...

Le problème serait donc bien que la HADOPI ne défend pas la création culturelle dans son ensemble mais l'industrie de « l'Entertainment » (et encore, exception faite à cette heure du jeu vidéo). Du sur-mesure parfait pour les majors, au point de se demander s'il est bien raisonnable.

Car si l'autorité publique naît de l'exemplarité, elle grandit à l'aune de l'impartialité. Ainsi, on imagine mal la répression des fraudes confiée à une association de consommateurs ou, à l'inverse, la lutte contre le cancer du poumon orchestrée par les fabricants de tabac : on ne peut être juge et partie. Nous ne sommes plus à l'époque des tribunaux citoyens ou religieux.

D'où une ultime question :

LA HADOPI EST-ELLE DE NOTRE ÉPOQUE ?

Non, d'abord parce qu'elle a une vision partielle du piratage et pour cause, elle est celle des majors pour qui le pirate

acquiert un bien sans le payer (tous les dons, cadeaux, cessions gracieuses tombent sous le coup de cette conception). Une vision objective et donc plus actuelle nous est donnée par l'Académie Française : le piratage est la « contrefaçon d'une œuvre ou d'une invention », c'est-à-dire « la reproduction frauduleuse d'une œuvre littéraire ou artistique, d'un produit industriel ». Bien sûr cette définition n'arrange pas les majors : la contrefaçon étant un délit ancien, universel et déjà réprimé par les tribunaux, on voit mal l'intérêt d'avoir engagé l'impôt des contribuables pour ajouter encore une couche à l'épais millefeuille judiciaire.

Non, ensuite, parce que la HADOPI semble oublier que le monde a changé. Que des années 60 ou 70, où l'achat d'un 45-tours n'était pas un acte anodin, nous sommes passés aux années 80 et 90, celles du double-K7 et des vidéoclubs victimes ou complices du repiquage pour les camarades de classe.

Puis aux années 2000, celles de l'Internet, des supports de stockage et des codecs de compression. Les années des Napster, Kazaa et Edonkey (premiers du nom), du téléchargement libre, gratuit et facile de mp3 par camions entiers, bien aidé par l'absence abyssale d'offre légale.

Bref, qu'en matière de « loisirs culturels », le dernier quart de siècle a orienté notre monde occidental d'une économie de rareté vers une économie d'abondance. Celle-ci soulève deux enjeux d'importance : le coût du

bien, et le coût de sa préservation.

En effet, comment estimer le coût d'un bien culturel, autrefois tangible et quantifiable (production d'œuvres en quantité limitée et connue), quand celui-ci devient intangible et illimité (un mp3 peut exister aujourd'hui en plusieurs milliards d'exemplaires sans que cela coûte plus cher à son auteur) ? En macroéconomie, un élément en quantité presque illimitée n'a plus vraiment de valeur marchande. Sauf s'il a nécessité à chaque fois une transformation en produit fini, qu'il faut amortir. Or voilà, avec le numérique, la création d'une copie n'a aucun coût.

D'où le deuxième enjeu : à quoi bon dépenser de l'argent pour protéger un bien dont la valeur marchande serait proche du néant ? Est-il sage d'investir une partie des sommes gagnées par la vente de chansons dans la lutte contre le piratage, surtout si elle est amenée à nécessiter des financements de plus en plus lourds – ce qui finirait par léser les budgets consacrés à la création ?

Parmi toutes les solutions à envisager, il n'est pas certain que l'accentuation de la répression contre des décennies de liberté, certes effrénée et non maîtrisée, soit la meilleure. Cela a peut-être marché par le passé mais toujours à l'échelle d'une nation et des limites d'un territoire. Or, pour la première fois, nous sommes face au défi de l'Internet, ce réseau mondial qui abolit les frontières. Les législateurs ont tenté de restreindre cette liberté numérique par les dernières contraintes physiques, à savoir le passage obligé par son FAI. Mais cette stratégie



La défense de la « culture », financée par des investisseurs en quête de profits...

résistera-t-elle longtemps ? Elle se heurte à deux réalités : d'une part, la facilité avec laquelle on peut cacher à son fournisseur ses intentions réelles dans la matrice (VPN, cryptage, Freenet, streaming...). D'autre part, l'écartèlement croissant dont vont souffrir les FAI français, pris entre l'obligation de collaborer, et l'impact de cette collaboration sur leur compétitivité (identifier une IP demande du temps, de l'argent et des employés) face à des concurrents espagnols, italiens ou belges non soumis aux mêmes contraintes. Le comble c'est que la HADOPI le sait déjà, en ayant reconnu à demi-mots son impuissance et le décalage permanent avec les dernières technologies. Comme consciente de faire la chasse aux pies à coups de canon. On en viendrait presque à se demander si elle n'est pas la première étape d'un projet plus vaste, celui de contrôler à terme l'ensemble du web français et non du seul P2P, voire même toutes nos communications Internet (en prétextant que l'on peut aussi s'échanger des fichiers via MSN ou Skype ...). Un scénario fantaisiste à cette heure mais lorsqu'on voit

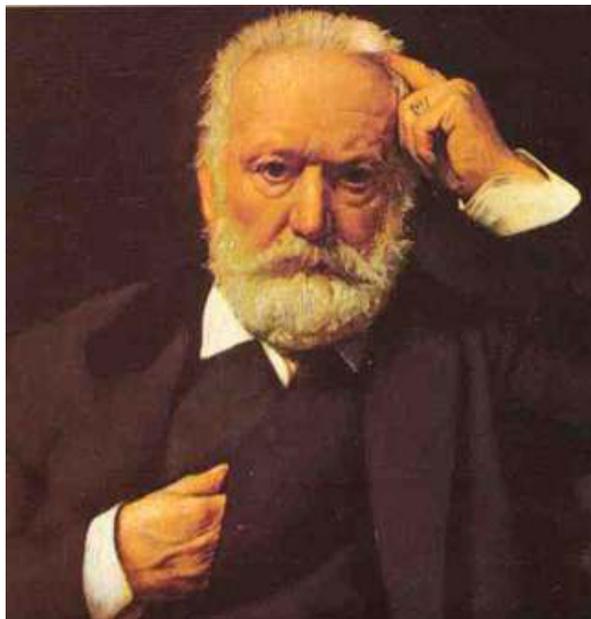
ce qu'ils sont capables de faire avec TMG, ce dernier apprécierait sûrement que l'hypothèse devienne réalité... Puisque nous n'en sommes pas là, nous nous en tiendrons à la dernière interrogation qui vaille : si la HADOPI n'a effectivement aucun moyen de réussir et si elle n'est même pas de son époque, la lutte qu'elle mène avec notre argent est-elle perdue d'avance et donc, est-elle encore justifiée ?

UNE LUTTE DES TEMPS PERDUS ?

Résumons avant de conclure. La HADOPI, déjà percluse de ses origines politiciennes, « n'a pas les moyens de traiter toutes les demandes ». Moyens financiers d'abord, le déficit colossal à craindre ne pouvant s'éviter que par les financements privés. Pas de chance, la Haute autorité les a sollicités auprès des majors, qui ne sont pas les plus objectives dans cette lutte. Pire, le gendarme qu'elle autorise à espionner les réseaux P2P fait « également »

du marketing et de la publicité sur ces réseaux. Un mélange des genres et, au-delà une dépendance technologique et commerciale, qui ôte à la HADOPI tout moyen d'être irréprochable dans ses accusations, ce que des plaideurs talentueux ne manqueront pas d'exploiter. Et de s'interroger sur tout cet argent engagé contre un délit très particulier, la fraude à deux ou trois industries des loisirs. D'où une nouvelle question de fond que nous avons abordée dans la deuxième partie de ce dossier et qui élargissait l'annonce du SELL : faut-il doter la HADOPI de plus de moyens ou consacrer le temps de ses membres et l'argent du contribuable à d'autres actions ?

Mi-juillet, lors du Westminster eForum, un certain Peter Jenner, ancien manager des Pink Floyd, a ébauché une réponse en affirmant qu'« empêcher les individus de copier (était) une perte de temps » et que la lutte anti-piratage, « concession des politiques à la pression des majors », se retournera contre eux aux élections puisque tout le monde sait que « le coût marginal d'un fichier numérique est très proche de zéro ». Toujours selon Jenner, qui relaie ainsi une position grandissante chez les artistes anglo-saxons (nombreux à s'opposer l'an dernier à la riposte graduée votée par la Grande-Bretagne), mieux vaudrait faire payer l'Internaute pour le conteneur que pour le contenu. Autrement dit, acquitter un droit d'entrée sur un réseau fermé, pouvoir écouter et copier sans restriction, en interdisant seulement que le fichier soit rediffusé via un autre réseau sous peine d'être alors marqué comme contrefait. Une idée certes



pas parfaite mais toujours moins extrême, donc plus raisonnée, que la licence globale ou l'éradication des échanges numériques proche de l'autodafé. Peut-être y viendra-t-on bientôt dans l'hexagone, où l'on finit désormais par se prendre pour des américains...

On aimerait plutôt que le pays de Voltaire, de Diderot et de Rousseau redevienne en avance sur son temps et ses voisins, non plus à leur traîne. Ce n'est d'ailleurs pas le moindre des paradoxes d'y échouer justement dans le domaine de la Culture, où la France fut longtemps un modèle de créativité et d'inspiration géniale. Encore faudrait-il que nos politiques aient compris que le monde a changé, qu'il s'imprimera moins pour mieux se numériser. Ils seraient alors aussi lucides et brillants que cet écrivain du 19ème siècle, reconnaissant la précédente révolution culturelle qui se jouait sous ses yeux : « l'architecture ne sera plus l'art dominant. L'humanité ne se bâtera plus, elle s'imprimera ».

Il s'appelait Victor Hugo.

La grogne des FAI ?

A l'heure où nous mettons sous presse, selon la formule consacrée, les FAI Orange, Free, Numéricable et Bouygues Télécom ont fait savoir qu'ils ont écrit au ministre de la Culture à la fin du mois de juillet, pour menacer de facturer à l'Etat (donc au contribuable) l'identification des adresses IP déjà relevées par TMG. Et ce, au tarif de 8,5 euros pièce. En réponse, le ministère a fait savoir que des négociations d'ici septembre permettraient d'arrêter un coût bien en deçà de cette exigence, une fois le procédé automatisé.

Une fronde des FAI qu'il convient de relativiser, voire de regarder avec un sourire de circonstance : rappelons que Bouygues est Bouygues (TF1, etc.) et qu'Orange compte dans ses rangs l'ancienne ministre Christine Albanel, connue pour son soutien marqué à la HADOPI. Gageons qu'ils n'objecteront pas très longtemps. Quant à SFR, qui n'a même pas jugé utile de se plaindre, il s'agit d'une filiale de Vivendi, détenteur... de Canal+ et d'Universal, deux incontournables de la sphère HADOPI.

Décidément, en France, le monde des média est tout petit.



the factory

Observation d'un jeu en plein développement. Avec intervention de son créateur.

**WHAT'S
YOURS IS MINE**

monaco

Pour ce premier Factory, nous nous sommes penchés sur un jeu indépendant, grand vainqueur du dernier IGF (Independent Games Festival) : Monaco.

Un prix exceptionnel à plus d'un titre : le jeu n'était en développement que depuis 6 semaines quand il fut présenté au jury de l'IGF.

Nous nous sommes entretenus avec Andy Schatz, son créateur, pour mieux cerner les aspects du développement, ses expériences passées, sa manière de faire des choix et sa vision de l'industrie en tant que développeur indépendant (que nous raccourcirons par indé pour la suite).

Si sa victoire à l'IGF est évidemment une bonne chose, c'est aussi une épée de Damoclès. Il raconte d'ailleurs à ce sujet :

C'est aussi bien une bénédiction qu'une malédiction. Mais bien entendu c'est surtout une bénédiction. J'ai toujours rêvé de gagner un prix comme celui-ci, et à ce moment-là je n'étais pas dans une situation financière très confortable, et l'argent du prix a vraiment aidé. Ça m'a conforté aussi dans l'idée que je puisse faire de ce jeu un plus grand succès commercial.

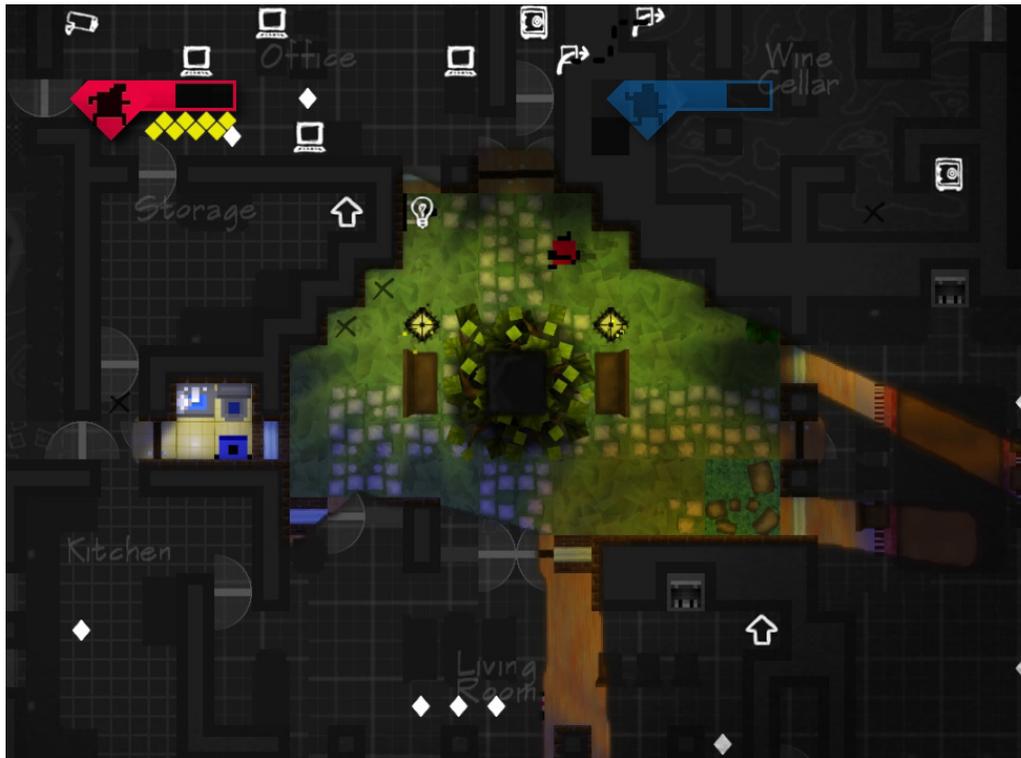
Mais c'était aussi une malédiction. A la base, je pensais faire le jeu en 6 semaines et le lancer tel quel, mais une fois le prix obtenu, j'ai réalisé que je pouvais faire

Andy Schatz, le créateur de Monaco, à l'IGF 2010.



de ce jeu une expérience plus complète qui comporte tout ce que je voudrais y intégrer. Quand vous avez de grandes ambitions, cela devient bien plus difficile de les réaliser.

Mais pour mieux cerner les ambitions liées à ce projet, faisons un bref tour d'horizon du jeu et de ses principes.



In-game: les zones visibles sont tracées à partir de la position de vos personnages.



Les personnages et leurs différentes classes.

Monaco est un jeu 2D vu de dessus, multi-joueurs à la base, où le principe est d'aller dérober des objets de valeurs dans des maisons ou des installations protégées par des gardes et des équipements électroniques. Andy Schatz dit avoir intégré dans son jeu des éléments de Left 4 Dead, de Gauntlet, Thief et de Hitman. Un mix de jeux collaboratifs en multi, et d'infiltration, donc. Andy est fasciné par l'idée d'individus brillants qui s'associent pour accomplir de sombres desseins. Des films comme Heat, Rififi, ou encore des séries comme A-team ou Mission Impossible se rapprochent tout à fait de ce concept qu'Andy souhaite explorer.

Le jeu s'articule principalement autour du degré de connaissance de votre environnement. Comme la vue

est de dessus, vous disposez d'un aperçu général des alentours, mais la plus grande partie apparaît par défaut de manière grisée.

Au fur et à mesure que vous avancez, votre personnage voit ses environs proches en couleurs, suivant l'endroit où il se trouve. Le jeu gère ce genre de visibilité en traçant des lignes de vue qui s'arrêtent bien entendu aux obstacles.

A plusieurs, donc, la visibilité est accrue puisque chaque joueur peut alors agrandir le champ de vision de l'équipe entière. La difficulté du jeu réside donc dans le fait qu'il faille anticiper ce qui peut venir des zones encore inconnues (gardes et autres ennemis), tout en continuant de progresser et d'assurer ses arrières.

Plusieurs personnages sont sélectionnables et chacun d'entre eux a ses propres aptitudes, complémentaires de celles des autres membres de l'équipe.

Quatre classes de base sont disponibles :

- Le Hacker peut planter des virus dans les ordinateurs et désactiver tous les équipements électroniques dans un rayon proche pendant 10 secondes.
- Le Cleaner (Nettoyeur) peut endormir les gardes avec du chloroforme et récupérer de la vie si immobile.
- Le Locksmith (Serrurier) ouvre les portes verrouillées ainsi que les coffres-forts très rapidement, et peut lancer des fumigènes pour échapper aux gardes.
- La Prowler (Rôdeuse), a une vision thermique et peut lancer des grenades fumigènes.



Quatre autres classes peuvent être débloquées au fur et à mesure du jeu :

- La Redhead (la Rousse) peut séduire les gardes dans les installations.
- Le Gentleman peut se déguiser à tout moment pour passer inaperçu et peut soigner les autres avec une bouteille de whisky qu'il emporte avec lui.
- La Taupe (Délateur) est assez unique : il peut dénoncer ses collègues pour envoyer les gardes à leurs trousseaux et s'en tirer sans problèmes.
- Le Boom Boom aime bien se promener avec du C4, et peut donc créer des passages là où il n'y en a pas.

Au niveau des contrôles, c'est extrêmement simple : on se déplace avec le stick – pour ouvrir une porte verrouillée, il suffit de se pousser contre, et un chrono décompte alors 3 secondes avant que l'action ne se termine. Des secondes précieuses pendant lesquelles vous êtes fort vulnérable aux gardes qui patrouillent les environs. Et pour utiliser votre aptitude spéciale, un seul bouton est nécessaire. Difficile de faire plus abordable.

Même si le jeu est fait pour le multi, il est possible de finir aussi tous les niveaux en solo. Apparemment, le jeu à 2-3 joueurs serait le plus fun.

LE DÉVELOPPEMENT

Le jeu a été développé avec XNA (une série d'outils qui facilite le développement de jeux, fournie gracieuse-

ment par Microsoft), qui semble très rapide à prendre en main. Détail important, Andy n'a rien dépensé pour créer tous les aspects du jeu : les musiques et les sons sont tous du domaine public, et il est à l'origine des graphismes. Il utilise aussi des outils open source comme Graphics Gale, GIMP pour l'édition d'images, Audacity pour retoucher les sons, Lidgren comme API libre pour connecter un client à un serveur, etc... et même Google Docs pour gérer ses tâches et sa liste de bugs.

Tout cela est aussi possible parce que le jeu est en 2D. Andy déclarait dans un entretien précédent qu'avec la 3D, on passe beaucoup de temps à essayer de faire un jeu qui marche plutôt que de s'amuser à créer le contenu.

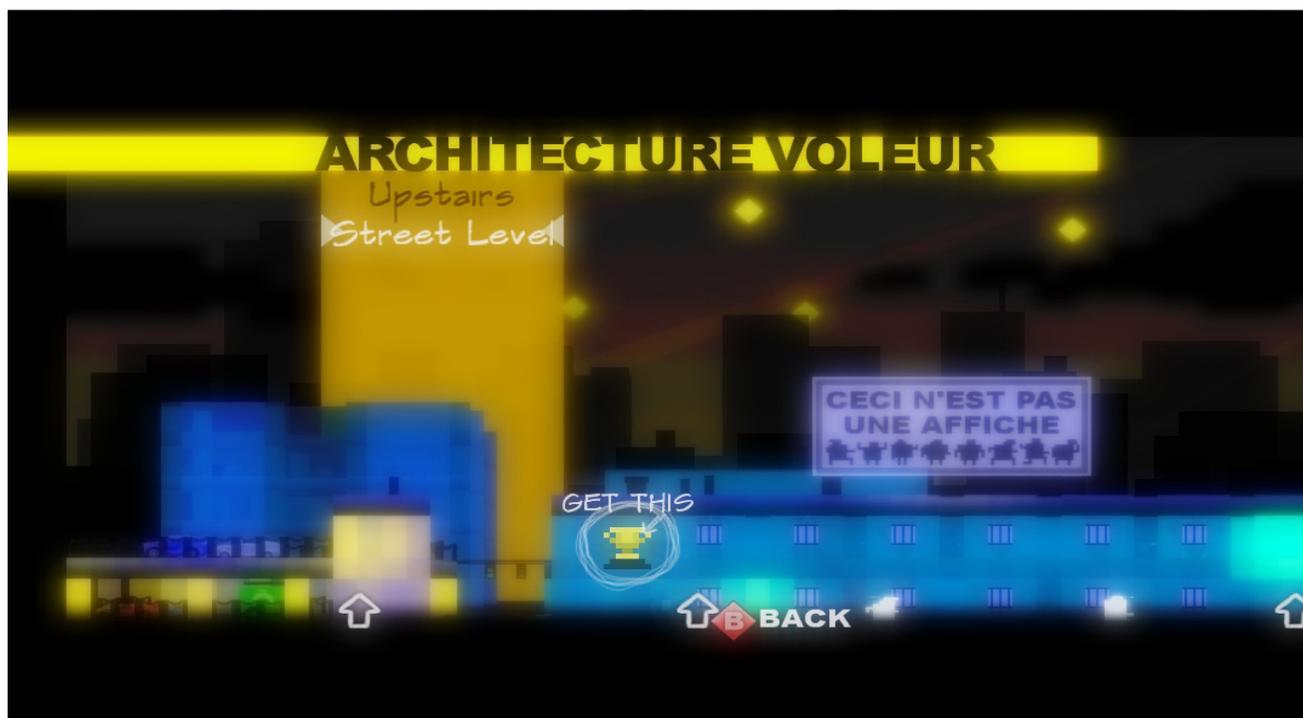
Le développement indé est souvent vu comme le lieu idéal en terme de design – peu de contraintes, une grande liberté dans les choix à opérer. Andy a d'ailleurs à ce sujet une métaphore assez parlante sur l'évolution du design et la place du développement indé : celui des minima locaux.

Il y a un concept en mathématique qui s'appelle les minima locaux, qui s'applique aussi au design des jeux. Imaginez une carte d'élévation, en 2D, sur laquelle chaque point de ce plan a une hauteur. Certains endroits apparaissent comme un paysage de vallées et de montagnes. Si vous laissez tomber une balle quelque part sur ce paysage, elle va descendre les pentes qu'elle rencontre jusqu'à ce

qu'elle atteigne une sorte de vallée, où elle ne peut plus rouler davantage. Son environnement apparaît comme une série de pentes ascendantes. Cette vallée n'est probablement pas la vallée la plus profonde du monde entier. Elle est juste un minimum local, c'est à dire un point d'élévation minimum si l'on considère les autres points auxquels elle se rattache.

Le même genre de choses arrive dans le design de jeux. Quelqu'un créa Wolfenstein 3D, et c'est comparable à laisser tomber une balle quelque part dans le paysage. Ensuite, Doom, Doom 2, c'est comme si la balle continuait sa descente : ce sont des jeux dérivants de leur aîné. Ils sont similaires mais ils ont plus de profondeur, et sont sans doute meilleurs que le précédent. Ensuite, quelqu'un d'autre reprend ce design et crée quelque chose qui est légèrement différent et à son tour meilleur, et ainsi de suite. Chacun continue à polir l'exécution du concept, et on arrive à un point où le jeu est parfait en terme de game design, qui se trouve être le fond de la vallée. Un jeu qui ne pourrait pas être mieux en termes de FPS.

Et puis, quelqu'un, un jour, se pose la question « et si je modifiais ceci pour le rendre un peu différent ? Qu'est-ce qui se passe si je saute 5 mètres à gauche, là où ça ressemble à une montagne ? Peut-être je vais passer la montagne, et tomber dans une autre vallée qui est plus profonde... »



Avant chaque partie, une vue latérale du niveau est affichée. Elle sert aussi à développer l'histoire via des dialogues.



Et vous obtenez quelque chose comme Bioshock, par exemple. Et si vous continuez à descendre dans cette direction, peut-être que vous obtenez Fallout 3 et ce genre de choses.

Avec les jeux AAA (NLDR : les jeux qui demandent beaucoup de moyens pour être réalisés, généralement développés au sein de grands éditeurs), il est très risqué de laisser tomber la balle n'importe où. Le nouvel endroit où la balle tombe peut ne pas être très profond, et vous pourriez vous retrouver avec peu de marge de manœuvre pour faire un bon jeu.

Avec le développement indé, le risque en termes de développement est si faible que nous pouvons prendre la balle et la laisser tomber n'importe où

sur le paysage. Ça n'a pas d'importance. Et on peut se retrouver dans des situations où l'on s'exclame : « mon Dieu, il y a une vallée ici qui est super profonde, qui contient toute cette possibilité de game design que personne n'a jamais exploré ». C'est ce qui s'est passé avec Braid. Je sais qu'il y a eu plusieurs jeux impliquant les voyages dans le temps avant celui-là, mais Braid est vraiment quelque chose où tout le monde reconnaît l'ampleur du game design que ce jeu a ouvert en termes d'exploration et d'expérimentation.

Andy connaît en effet bien les deux mondes de développement. Avant de devenir développeur indé, il a travaillé sur plusieurs projets AAA pour de grands éditeurs. De 1998 à 2004, pour être précis. Il a commencé par être engagé par Presto Studios en tant que stagiaire pour

faire du level-design pour un jeu Star Trek. Après son diplôme, il continua à travailler avec eux pour développer des modes online et des IAs, avant de rejoindre TKO studios, où il travailla alors en sous-traitance pour le compte d'EA sur Medal of Honor et Goldeneye : Rogue Agent. Pendant son passage à TKO lui vient déjà l'idée de Monaco. Il écrit un document complet qui décrit les fonctionnements du jeu, et propose à son entourage d'en faire un jeu AAA, ce qui sera sans suites.

En 2004, il quitte TKO et sa carrière indé commence véritablement quand il crée sa société, Pocketwatch Games. Il se focalise alors principalement sur des jeux simulant des écosystèmes avec Venture Africa, Venture Artic. Alors qu'ils continuent son développement sur Venture Dinosauria, il rencontre des difficultés à progresser sur le



L'écran de début de jeu... en tout cas dans les build précédentes.

jeu et décide alors de passer à autre chose temporairement. Il se donne 6 semaines de « break » pour travailler sur Monaco suite à son idée du jeu, née plusieurs années plus tôt, et la suite, vous la connaissez.

Depuis le succès de Monaco à l'IGF, le développement du jeu continue et les nouvelles font surface de temps en temps. Nous nous demandions comment Andy faisait pour savoir où s'arrêter quand il travaille sur jeu indé, où les contraintes en termes de sortie sont très flexibles.

Quand vous travaillez pour un gros éditeur, vous avez en fait 2 objectifs, et c'est une course pour arriver à les atteindre.

L'un d'entre eux est de tout finir dans un temps donné. L'autre est de finir toutes les choses que vous voulez intégrer dans le jeu avant la date de lancement. Si vous y arrivez, hurrah, vous pouvez lancer le jeu en avance. Si ce n'est pas le cas, vous devez renoncer à des fonctionnalités de votre jeu pour garantir la sortie.

En tant qu'indé, sauf si vous n'avez plus aucun sou, vous avez le luxe de ne pas courir pour atteindre ces deux objectifs. Il n'y a en fait qu'une seule priorité « qu'est-ce que je veux mettre dans mon jeu ? ». Au début vous ne savez pas forcément tout ce que vous

voulez y intégrer. Vous découvrez ces choses au fur et à mesure du développement. Dans mon cas j'ai une idée précise de ce à quoi les jeux finaux vont ressembler, tout ce que je dois faire, c'est donc travailler sur le jeu jusqu'à ce que j'atteigne ce point.

Andy, comme beaucoup d'autres développeurs indés, travaille encore seul. Même s'il avait pu, à l'époque de Venture Artic, faire appel à des partenaires extérieurs pour mener à bien son projet, dans le cas de Monaco il tient les rennes en solo. Il dit d'ailleurs à ce sujet :

C'est difficile. C'est la chose la plus dure en tant qu'indé. J'ai toujours voulu travailler avec un partenaire sur un jeu. Mais c'est vraiment très difficile de trouver quelqu'un avec des compétences complémentaires, qui sera capable de travailler aussi dur que soi.

Si je m'associe à quelqu'un qui n'a ni l'expérience, ni la réputation, et qui finalement n'apporte pas vraiment de valeur ajoutée à l'équipe, comment faire quand il s'agit de décider comment partager les profits ?

Etre indé, c'est souvent une vocation, mais pas seulement. Pour Andy, la passion de la création des jeux a commencé très tôt – dès l'âge du commodore 64, quand on lui acheta un bouquin de programmation – il recopiait les programmes donnés en exemple et une fois lancé, le jeu tournait à l'écran.

Après une carrière de plusieurs années dans le monde du AAA, nous voulions savoir quand même ce qui l'avait poussé à revenir à l'autonomie:

Pour être capable de démissionner de son job et devenir un développeur indé, il faut vraiment être dégoûté. Mes expériences sur des titres AAA ont été très enrichissantes pour moi, je ne regrette absolument rien, mais au final je ne pouvais pas travailler dans un tel environnement et j'en suis arrivé à dire « pas moyen, plus jamais, peu importe comment, je ne vais plus faire ça ». Même si je savais toute ma vie que je voulais être un développeur de jeux, j'ai alors compris qu'il me serait impossible de retourner travailler pour un EA ou une autre boîte de ce style. Dans ce sens, je n'avais pas le choix.

Pour réussir en tant qu'indé, il faut être bien prêt, et savoir s'instruire tout seul. J'ai essayé d'être un développeur indé toute ma vie. J'ai fait mon premier jeu quand j'avais 7 ans, et après j'ai même fait et fini un jeu qui était assez important à 13-14 ans. Ma famille et moi, nous y jouions tout le temps, mais il n'avait pas de scène indépendante où vous pouviez le sortir, parce qu'il n'y avait pas encore d'internet. A l'université, j'ai essayé de lancer ma petite société de jeux avec un ami. Nous n'avons jamais rien lancé. J'ai continué à essayer encore et encore. J'entends toujours des gosses qui ont envie de faire leurs propres jeux. Ils devraient le faire, et essayer de les finir. (...)

Bien que j'ai réalisé ne plus vouloir travailler dans un environnement AAA, j'ai appris beaucoup de choses qui m'ont aidé à réussir, des compétences en général, le code éthique au travail...

Et bien sûr, vous avez besoin de créativité. Il faut continuer à penser à des solutions créatives pour résoudre des problèmes, et en parler aux autres, échanger.

Quand le développement est en cours, il faut souvent faire des choix. Andy parle souvent de nouvelles fonctionnalités dans les différentes interviews qu'il donne, mais nous ne savions pas clairement comment il prenait des décisions en terme de game design. Il suffisait de lui demander:

Je reçois beaucoup de retours d'autres designers, et aussi de ma femme. Généralement les idées originales viennent de moi. J'aime faire des promenades et je pense plus clairement quand je marche. Je suis très flexible vis à vis de l'expérience des novices quand ils jouent à Monaco pour la première fois. En fait, s'il y a une chose qu'un nouveau venu n'aime pas ou ne comprend pas, alors il y a un problème, même si j'aime la fonctionnalité à la base. Et un problème, il faut le régler. Quelques fois, quand quelqu'un d'autre joue à Monaco, j'ai l'impression qu'il ne comprend pas vraiment ce qui se passe. Et j'ai déjà entendu plusieurs développeurs indépendant dire ça : si 50% de votre audience ne « pige » pas votre jeu, alors le créateur

est probablement dans le faux. Si vous pouvez faire descendre ce pourcentage à 5%, alors vous êtes dans une meilleure situation. Si quelqu'un n'aime pas quelque chose dans votre jeu, il n'aura pas forcément la solution à vous proposer, mais sa perception est correcte. Alors il vous faut chercher et trouver comment changer cette perception. Les testeurs sont rarement de bons designers, mais leurs retours sont souvent honnêtes.

Parler théorie, c'est bien, mais avec un exemple en main, c'est tout de suite plus compréhensible :

Le jeu est en 2D, vu de dessus, et vous interagissez avec la plupart des choses dans le monde simplement en vous poussant contre elles. Alors si vous avez besoin d'ouvrir une porte verrouillée, vous vous poussez contre et un petit chrono décompte 3 secondes jusqu'à ce que la porte s'ouvre. Les personnages sont relativement petits à l'écran, et si vous utilisez un contrôleur Xbox sans vous pousser directement contre la porte, le personnage va commencer à déverrouiller la serrure, mais il y a une chance qu'il glisse sur la porte et arrête dès lors d'essayer de l'ouvrir. Pour 70% des joueurs ça ne pose généralement aucun problème, mais les 30% qui restent vont de temps en temps glisser sur la porte et perdre du temps à réessayer à nouveau de déverrouiller la porte, ce qui n'est pas une bonne chose quand un garde est à vos trousses. Et pour 5% des joueurs, ça arrive 3 à 4

fois dans une même partie. C'est quelque chose que je n'ai pas corrigé pendant longtemps parce que je n'ai aucun problème avec ça, et c'est resté longtemps sur ma liste de bugs.

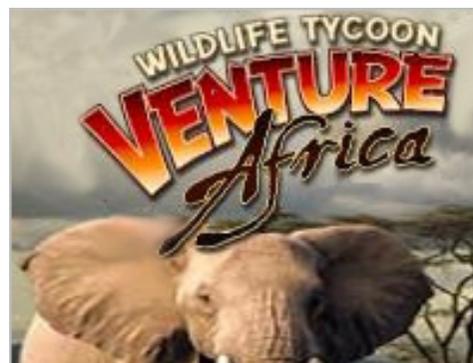
Au début, j'ai simplement ajouté une notion de friction sur la porte, pour ralentir l'effet de glissade. Mais ce n'était pas suffisant. La semaine dernière, j'ai retouché ça: si le joueur pousse la porte avec un angle d'environ 45 degrés, leur personnage arrête de bouger et ne peut donc plus glisser sous un certain seuil. Ça a résolu le problème.

En termes d'expérimentation, Andy tente apparemment pas mal de nouvelles idées par lui-même, et se rend compte que leur implémentation n'est pas idéale.

Dans la plupart des cas, j'intègre une nouvelle idée et ça ne semble pas marcher comme je l'espère. Ces idées-là sont des bonnes idées prises individuellement, mais pas géniales quand elles doivent se rattacher au tout.

Au travers d'autres interviews que j'avais parcourues sur le net, il semblait qu'Andy avait quelques croquis qui traînaient ici et là à propos du jeu.

D'ailleurs, il est aussi l'auteur de jeux de plateau qui ne sont ni plus ni moins que des versions « papier » de ses jeux sur ordinateur. Il en existe même un pour Monaco.



L'un des jeux indés créé par Andy avant Monaco : Wildlife Tycoon Venture Africa.

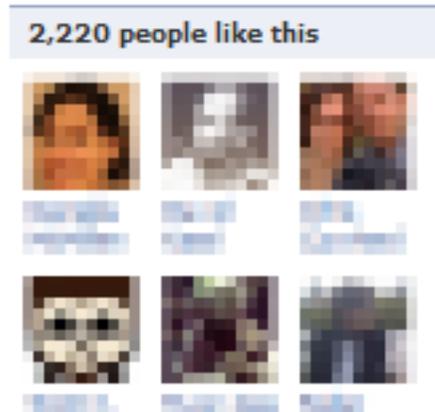
Nous voulions alors savoir si Andy travaille surtout de manière analogique avant de passer au code ou non...

Je pense à la plupart des choses dans ma tête. Je les écris rarement. Par exemple quand j'étais en train d'essayer de définir les 8 classes de personnages, je les ai écrites sur papier pour visualiser leurs aptitudes, pour les rendre complémentaires mais aussi uniques. Chaque personnage a une aptitude passive et active. Je ne voulais pas que ces deux soient de la même nature, mais je souhaitais qu'elles aient quand même quelque chose en commun. Comme la

relation thématique qui définit aussi le personnage et sa manière de jouer quand vous l'incarnez. Pour ce genre de choses, j'ai tout mis par écrit. Mais pour le reste, ça s'est passé dans ma tête.

Pour réussir, un jeu indé doit se vendre suffisamment pour rentabiliser le temps passé dessus. Dans le cas de Monaco, bien que l'éditeur final ou la plateforme finale n'aient pas encore été décidés, le prix de l'IGF a aidé à faire connaître le jeu à un plus large public, professionnel y compris:

La page Facebook de Monaco a déjà plusieurs milliers de fans. Peu de filles, mais un public quand même diversifié: bien que la communauté anglophone soit majoritaire, les français sont la deuxième communauté représentée en nombre.



Après le prix de l'IGF, on pouvait sentir une recrudescence de l'intérêt pour le jeu. Certains éditeurs et distributeurs sont davantage intéressés par l'IGF que d'autres, et j'ai vu une forte augmentation du nombre de fans me suivant sur Facebook et twitter. Mais je me concentre principalement sur le jeu.

Si le jeu est vraiment bien il va trouver ses clients et ses éditeurs. Je n'ai pas encore choisi une console ou une plateforme, mais ce n'est pas parce que je me fais jeter sur le marché, c'est simplement parce que je cherche à faire le jeu aussi bien qu'il puisse l'être, avant de décider comment le commercialiser. Je compte me remettre à penser aux plateformes après la conférence PAX (qui a lieu en septembre à Seattle).

Et le succès, pour Andy, c'est quoi ?

L'IGF 2010, ou Monaco a été récompensé. Limbo fut l'un des autres titres remarquables.



Je trouve que j'ai déjà beaucoup de succès.

J'en aurai encore plus une fois que Monaco sera sorti, et il sortira, ce n'est pas du vaporware. (...) Et il ne souffre pas d'accumulation de fonctionnalités, ça sera le jeu que je voulais le jour où il a gagné le prix de l'IGF. Je suis vraiment impatient qu'il sorte. A ce point-là, ça sera cool de voir les gens jouer au jeu, et j'aimerais voir les gens continuer à y jouer pendant un an, deux ans voire trois ans après sa sortie. J'aimerais aussi faire beaucoup d'argent avec, pour être honnête, parce que cela légitimera l'idée qu'il faille faire le meilleur jeu possible pour avoir du succès. Et c'est aussi nécessaire pour que je puisse continuer à faire des jeux durablement. Je viens de me marier et je veux fonder une famille dans le futur, et je peux faire ce genre de choses avec l'argent que je récolte des jeux que je

veux vraiment réaliser, ça sera plus passionnant que si je faisais des jeux Facebook.

Si les qualités intrinsèques d'un jeu sont bien évidemment importantes, une autre incertitude dans le domaine indé, c'est l'absence complète de standard en termes de prix. Et c'est souvent le prix qui peut devenir le plus grand obstacle à l'adoption quand le jeu est peu connu. Mais le prix et son évolution au cours du temps servent aussi d'autres objectifs :

Je peux parler du prix en termes théoriques (pas celui de Monaco).

Je dirais que j'aime beaucoup le concept d'expérimenter avec les prix. Mais les consommateurs ne remarquent pas un aspect vis-à-vis de ces expériences comme

World of Goo, The Humble Bundle, et les soldes sur Steam : généralement ce n'est pas une solution unique. Vous ne pouvez pas faire une seule de ces choses et faire marcher votre jeu. Par exemple, pour World of Goo, les développeurs n'auraient jamais pu lancer leur jeu à la base s'il avait été uniquement vendu sous forme de payez ce que vous voulez. Une des choses que vous devez vraiment faire, en tant que responsable de votre affaire, c'est de garder votre jeu à la une – être dans l'actualité est souvent un moteur de ventes, et l'une des manières les plus simples pour y arriver dans les deux dernières années, consiste à avoir des soldes, et en particulier une manière créative de faire des soldes. (...) Avec le développement indé, tout le marketing est viral. Vous essayez de générer des ventes par du bouche-à-oreille. Tous les grands hits indés sont basés sur le bouche-à-oreille. C'est pourquoi le modèle du payez ce que vous voulez est si populaire auprès des développeurs.

Outre l'innovation sur les prix, nous l'avons vu, le monde indé est souvent à l'origine de nouveaux concepts non testés dans le monde AAA. Quelque part, ce marché se rapproche de ce qui se faisait dans les années 80. Dans les années 80, de nombreux jeux étaient encore faits par des poignées de personnes et il était toujours possible de faire son jeu dans son garage.

Another World, sorti au début des années 90, était l'un

des derniers exemples de jeu vraiment original, créé par une seule personne et à succès commercial retentissant. C'était avant que le marché ne s'ouvre à un plus large public :

Les gens qui jouaient dans les années 80 faisaient partie d'une tranche démographique particulière, étaient généralement très intelligents, des gens intellectuellement curieux – je pense que ces gens existent toujours, et il y a toujours des jeux qui sont faits pour eux, mais ce marché ne s'est pas élargi au cours du temps, alors que l'industrie a explosé auprès de ceux qui n'étaient pas aussi intellectuellement curieux et intéressés pour apprendre de nouvelles règles, de jouer à de nouveaux jeux. A partir de ce moment-là, vous avez commencé à voir des jeux avec des concepts déjà familiers encore et encore.

D'autre part, les attentes en termes de jeux sont devenues si élevées qu'il n'est pas possible de prendre autant de risques sur les jeux. Il faut passer beaucoup plus de temps pour faire un jeu, et c'est en soi un pari énorme. Je pense que le développement indé est vraiment similaire à celui des années 80, c'était toujours là quelque part, et maintenant ça revient sur le devant de la scène. Il y a beaucoup plus de gens qui sont intéressés par ce genre de choses désormais. Aussi parce que les gens grandissent au fur et à mesure avec les jeux, et ça devient plus facile pour eux d'apprendre de nouvelles règles.

Même si Monaco est encore en travaux, Andy pense déjà à la suite :

Je pense qu'après avoir fini Monaco, je vais probablement essayer de refaire un petit jeu de la même façon, probablement avec le moteur de Monaco. Et je ferai encore par moi-même un prototype en 6 à 10 semaines, comme Monaco à la base. Et si j'ai suffisamment d'argent pour engager quelques personnes pour m'aider, je le ferai peut-être alors. Mais ça dépendra vraiment du jeu lui-même. J'ai beaucoup d'idées sur ce que je voudrais faire ensuite. Par exemple le premier grand RTS sur consoles, et aussi un genre de RPG qui serait essentiellement généré par les utilisateurs. Différent d'un MMO.

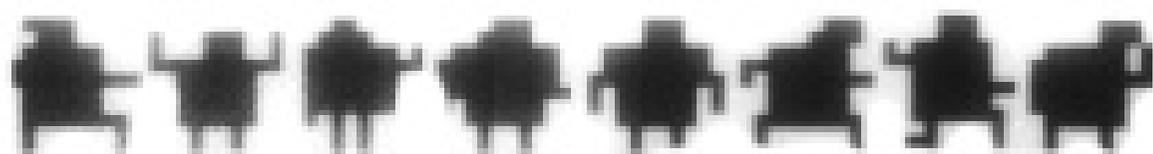
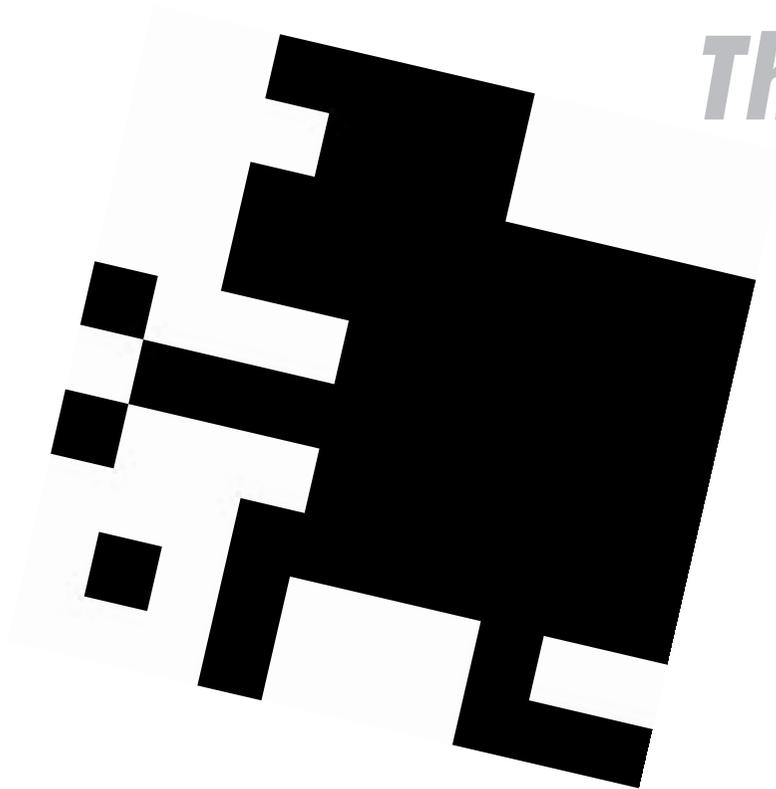
Voilà, ce tour d'horizon de Monaco et de son créateur, Andy Schatz, touche désormais à sa fin.

Si, à la suite de cet article, vous êtes intéressés pour en savoir plus, je ne saurais que trop vous conseiller de vous inscrire sur la page Facebook ou Twitter du jeu.

Ou de suivre les posts de Sanqua sur le forum à ce sujet.

Un grand merci à Andy Schatz pour sa gentillesse et sa disponibilité.

The Locksmith



avant coureur

Un aperçu des évolutions technologiques et des changements qu'elles pourraient provoquer.



l'avenir du 3D

avant coureur

Par EKIANJO

Ce n'est un secret pour personne, nous sommes rentrés de plain-pied dans l'ère de la vision 3D. Même si l'idée est loin d'être nouvelle (les films 3D étaient déjà en vogue dans les années 60), il a suffi d'un gros hit au cinéma, Avatar, pour convaincre aussi bien les spectateurs que les industriels qu'un marché juteux se cachait derrière un chiffre et une lettre. Nous avons donc décidé de jeter un œil avisé sur cette nouvelle tendance, ses acteurs, ses implications technologiques, son avenir pour savoir en quoi cela va changer les choses.

Avant de plonger dans les détails, autant rappeler l'objectif suprême de tout affichage dit « 3D ». Dans l'idéal, la vision 3D devrait presque ressembler à de la magie : créer l'illusion optique parfaite d'un véritable environnement volumétrique, sans que le spectateur puisse la distinguer de la réalité.

Cette proposition en elle-même montre déjà le gouffre technologique entre ce qui est techniquement possible à l'heure actuelle et ce qu'on souhaite obtenir au final.

Bien entendu, les technologies qui sont actuellement commercialisées au cinéma et à domicile sont encore relativement rudimentaires. Au cinéma, ce que vous avez vu pour la première fois peut-être avec Avatar, c'est du stéréoscopique. Autrement dit, on balance une image différente à chacun de vos yeux pour vous donner l'impression, quand votre cerveau reconstitue l'image finale, qu'il existe une sorte de profondeur.

Pour créer cette illusion, il faut résoudre deux problèmes :

- Balancer une image différente à chacun de vos yeux en même temps
- Vous maintenir dans une position fixe au moment du visionnage.

Pour le deuxième, fastoche, une fois dans votre siège, pas de raison de bouger à outrance. Quand on parle de vision stéréoscopique, vous pourriez facilement perdre le sens de l'illusion si vous étiez mobiles, même légèrement, puisque vous verriez alors l'absence de parallaxe (c'est-à-dire un différentiel entre le premier-plan et l'arrière-plan) pendant votre déplacement.

Pour le premier challenge, celui de l'image différente sur chaque œil, c'est un poil plus complexe. Dans le cas du cinéma à la Avatar, le projécteur balance en fait une image pour chaque œil tous les 60èmes de seconde. Mais comme il n'est pas possible de mixer les images en même temps, on les balance séquentiellement pour que chaque œil voie 60 images par seconde. Autrement dit, le projécteur doit balancer 120 images par seconde. Et comment faire pour que l'image pour l'œil gauche ne parvienne qu'à l'œil gauche et pas au droit en même temps ? Vous savez déjà la réponse : les lunettes contiennent des verres polarisants qui permettent de ne laisser passer la lumière que sous un certain angle. Les images balancées par le projécteur sont donc polarisées, pour qu'un seul œil ne voie qu'une image à la fois. Pour une question de fluidité et de rendu de l'effet 3D, 60 images par seconde sur chaque œil

Avatar aura été le catalyseur de l'explosion de la 3D au cinéma. Fallait aimer le bleu, quand même.



semblent nécessaires. Si vous descendez en dessous de cette cadence, votre cerveau commencera à comprendre que quelque chose ne va pas et l'illusion aura plus de mal à se matérialiser.

Bref, cette technologie est déjà connue depuis très longtemps, et éprouvée dans les parcs d'attraction. Elle a simplement évolué en permettant une meilleure fréquence d'images et une meilleure qualité de projection avec la digitalisation des longs métrages.

Le succès récent de la vision 3D prouve que la technologie a certainement évolué suffisamment pour satisfaire les attentes de certains spectateurs. Et la vision de films en 3D favorise l'adoption de la technologie elle-même. En effet, 40% des spectateurs ayant déjà vu un film en 3D au cinéma seraient plus intéressés pour voir un film en 3D qu'en 2D. Pour ceux qui n'ont jamais eu l'occasion de voir de la 3D au cinéma, l'intérêt est seulement de 23%. Et en cela, le pari est déjà gagné pour l'industrie du cinéma : elle sait que le marché existe, qu'il ne peut que grandir, et qu'il est très rentable : les films en 3D sont facturés plus chers aux spectateurs, et ne coûtent pas bien plus cher en postproduction, ou en production tout court, pour créer l'effet souhaité. Évidemment, les cinémas doivent, de leur côté, investir pour s'équiper d'un projeo digital à 120 Hz, qui permet cependant des économies en contrepartie : avec un projeo digital, plus de bobines, donc plus besoin de projectionniste. A terme, les salles vont donc s'équiper davantage de projets digitaux pour diffuser plus de films

en 3D, générer plus de recettes, et réduire partiellement leurs coûts salariaux. Et la transition s'accélère : Au Japon, on estime déjà qu'en 2012, 30% des salles du pays seront capables de projeter des films 3D.

D'autre part, l'industrie du cinéma a clairement montré quel modèle ce business devait suivre : commencer par installer la base hardware et proposer de plus en plus vite du contenu pour rentabiliser l'investissement. Avatar, en tant que block-buster historique, a rassuré les cinémas en termes d'audience, et ce sont plusieurs studios qui se sont ensuite engagés dans la brèche pour fournir un flux continu de films en 3D dans les années à venir. Citons par exemple Disney avec Tron Legacy, Dreamworks, qui vient de s'engager à ce que tous ses prochains films aient une version 3D... bien d'autres encore font des paris similaires.

En 2009, parmi le top 10 des films en termes de popularité, 4 étaient diffusés en 3D : Avatar, Ice Age 3, Up et

Monsters vs Aliens. Pour ce dernier, 60% des revenus réalisés sur le film provenaient uniquement de la version 3D. La hausse des revenus provient bien entendu du prix pratique pour les séances 3D, qui augmente considérablement la marge pour toute la chaîne.

Ceci étant dit, le risque évident pour l'industrie du cinéma, est de croire que l'inflation des prix des tickets est normale. Et permanente. Certaines chaînes de cinéma, aux US par exemple, ont décidé d'augmenter encore le prix des séances en 3D après le succès d'Avatar et d'Alice. Le premium payé entre une séance normale et une séance 3D est souvent de l'ordre de 30% à 50% en sus du ticket normal. Alors deux choses d'une :

a) soit les gens décident qu'il n'est pas raisonnable de payer plus, et se rabattent alors sur les versions 2D par défaut... rendant alors les salles 3D moins rentables que prévu...

Les fameux verres polarisants qui vous permettent de voir l'effet 3D... et d'avoir l'air un peu con en même temps.



b) soit les cinémas décident de sucrer certaines versions 2D de leurs films pour imposer la 3D et forcément des prix élevés sur certains long-métrages. En clair, proposer plus souvent le film en 3D qu'en 2D pour forcer la main. C'est ce qui m'est par exemple arrivé avec Toy Story 3 récemment. Dans le cinéma où je me suis rendu, c'était soit une séance en 3D, soit pas de séance du tout.

Et il ne s'agissait pas d'un petit cinéma de quartier dont je parle, mais d'un multiplex à 10 écrans géants en plein cœur de la ville. Une pratique ingénieuse mais limite malhonnête pour multiplier les profits aux dépens d'un choix réel laissé au spectateur. Le jour où les séances 3D coûteront systématiquement 20 dollars, les gens com-

menceront peut-être à se poser des questions avant de rentrer dans n'importe quelle salle.

Au passage, les cinémas se font relativement peu d'argent sur un ticket vendu. C'est souvent de l'ordre de 10 à 15% qui leur revient, alors que les maisons de production récupèrent le reste (85 à 90%). Par conséquent, l'augmentation de prix du ticket profite largement plus aux maisons de production qu'aux cinémas. Quant à la production elle-même en 3D, quand il s'agit de post-production (c'est encore la majorité) et non en shooting, le coût serait de l'ordre de 100 000 dollars par minute de film. Pour 90 minutes de film, ça représenterait donc un coût supplémentaire de 9 millions de dollars. Une

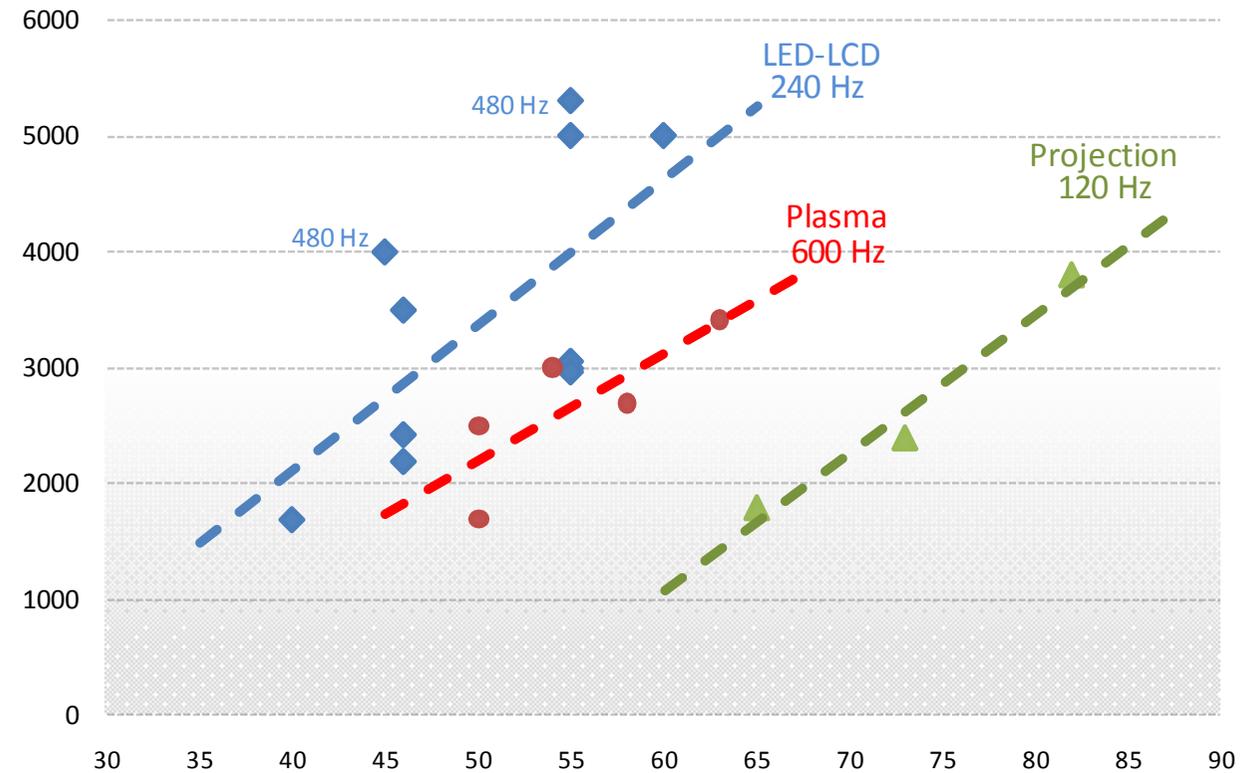
augmentation de facto presque négligeable quand on regarde le budget des block-busters récents : Clash of the Titans disposait d'un budget de 125 millions de dollars. Alice de Tim Burton : 200 millions de dollars. Pour ces deux films la post-production 3D représentait respectivement sans doute moins de 10 % et 5% du budget total. 30% de profits en plus pour un surcoût de 10%, c'est très rapidement rentabilisé si le nombre de salles qui exploitent la projection en 3D est suffisant. Et d'après Variety, sur les 39 000 écrans de cinéma installés aux Etats-Unis, déjà plus de 3300 seraient capables de projeter en 3D. Une base tout à fait raisonnable, quand on sait que la plupart des nouveaux films à gros budget ouvrent leur première semaine avec 3000 à 4000 écrans aux Etats-Unis.

Pour Hollywood cependant, conquérir la 3D au cinéma n'est qu'une première étape. Après tout, Hollywood fait 50 à 60% de ses bénéfices sur les activités hors du cinéma (supports physiques et VODs, etc.). Il est donc primordial de boucler la boucle en introduisant l'expérience 3D à domicile. Mais pour la 3D à la maison, les choses sont moins évidentes.

L'investissement, cette fois-ci, est du côté des spectateurs, et il est conséquent. Les TV capables de rendre l'effet 3D voulu sont parmi les modèles les plus chers et ont toutes besoin d'un périphérique additionnel actuellement (les lunettes), bien qu'elles soient parfois vendues sans.

Prix des écrans 3D par taille et technologie

Prix basés sur les prix les moins chers constatés sur Best Buy en Juillet 2010 (\$ / pouce)



Pour de la télé 3D à la maison, après une petite comparaison des prix disponibles aux US (en utilisant Best Buy en juillet 2010), les choses se présentent ainsi :

- Vous n'avez pas grand-chose à moins de 1600-1700 dollars pour de la 3D.
- Pour ce prix-là, vous avez cependant le choix entre trois technologies : les téléviseurs LED-LCD, au grand contraste mais aux plus petites diagonales (40 pouces), les télévisions plasma à plus grand écran (50 pouces) et meilleure fréquence de rafraîchissement mais à la durée de vie courte, ou bien encore les écrans rétroprojetés via DLP, de très grande taille (65 pouces) mais à la fréquence de rafraîchissement relativement juste (120 Hz) – sans parler d'un contraste pas excellent et d'un angle de vision restreint.
- Les prix des 3DTV LED-LCD varient énormément, même au sein d'une même marque. Pour la même taille d'écran, les nouveaux modèles peuvent être quasiment 30 à 50 % plus chers que les précédents modèles, sans différence notable dans les spécifications techniques. A voir en magasin, donc, si la différence de prix se justifie d'une manière ou d'une autre.
- Jusqu'à 55 pouces, on peut trouver des prix comparables entre les TV plasma et LCD-LED, mais au-delà le Plasma devient nettement moins cher. Pour du 60 pouces, c'est 1500 \$ de moins pour le Plasma par rapport au LCD-LED.
- Les rétroprojecteurs DLP sont les moins chers et offrent les tailles les plus grandes (il n'y a que cette technologie dispo au dessus de 65 pouces), avec les désavantages néanmoins cités plus haut.

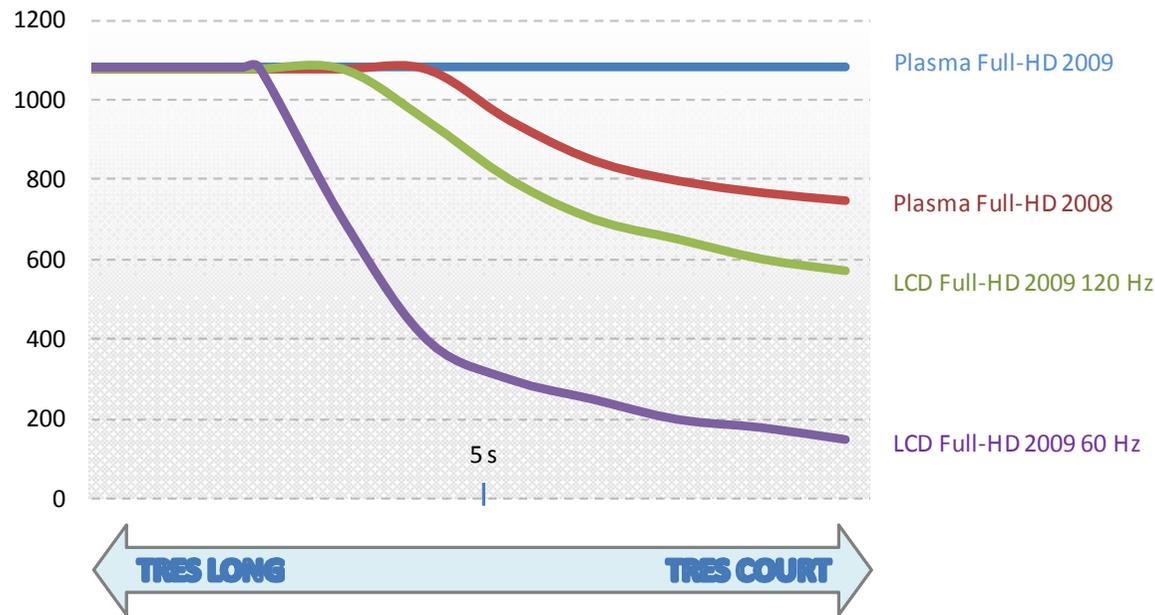
Une chose importante à signaler au sujet des écrans LCDs ; les fréquences données par les fabricants de LED-LCD sont souvent fantaisistes. Quand ils prétendent afficher des images à 240 Hz voire plus, ce sont des mesures qui sont réalisées dans des conditions très particulières qui ne s'appliquent pas vraiment à l'usage courant. Le taux de rafraîchissement des écrans LCDs a toujours été un problème, et continue de l'être de nos jours, même si ça s'améliore. L'autre défaut des LCDs, c'est la faible

résolution en mouvement. Alors que toutes les télévisions Full-HD sont effectivement capables d'afficher 1920*1080 pixels en images fixes, quand l'image est en mouvement relativement rapide, la résolution est alors modifiée par la télévision en temps réel.

La plupart du temps, les images en mouvement passent alors à 500-600 lignes, voire 800 pour les meilleurs écrans, ceci pour réduire les problèmes de rémanence liés au LCDs.

Résolution en mouvement par technologie

Résolution en pixels en ordonnées / temps mis par un objet pour traverser l'écran en abscisses



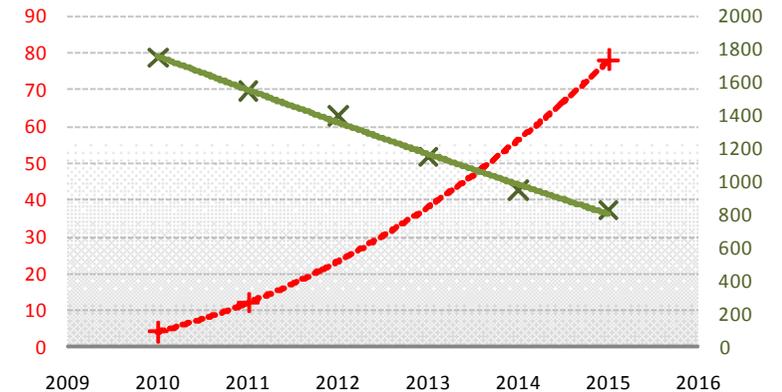
En cela, le Plasma est une technologie bien supérieure : le rafraîchissement de chaque pixel est quasiment instantané, et aucun problème de rémanence n'est visible, même en mouvement. Ce sont les seuls vrais écrans 1080p à l'heure actuelle, capables de conserver une telle résolution à tout instant. Pour la 3D, garder des images précises et nettes pendant le mouvement est forcément un avantage pour le spectateur : moins de fatigue visuelle et une expérience plus proche de celle du cinéma. Cependant, le LED LCD prendra sûrement l'avantage sur le Plasma en termes de contraste et de luminosité (sans parler des OLEDs bientôt). Mais pour le plasma, c'est peut-être le début d'une seconde vie pour cette technologie : après avoir été largement supplantée

par les écrans LCD (le plasma ne représente que 10% des ventes d'écrans plats), voilà que la mode de la 3D lui donne une seconde chance.

En termes de pénétration de ces téléviseurs, même si les prévisions sont enthousiastes, les ventes de 3DTV sont encore marginales et on est clairement au stade du « early adopter ». Il faudra bien attendre 2013 voire 2015 pour que le parc de TV installées avec ces technologies atteigne une masse critique. Comme le montre le graphe, les volumes de 3DTV décolleront vraisemblablement quand leur prix aura chuté à peu près de moitié. Comme toutes les TV vendues désormais ne sont de toute façon pas « 3D ready », si je puis dire, le pire concurrent

Taille du marché des TV3D : prévisions

Rouge : volumes en millions / Vert : prix en dollars



de la 3DTV c'est encore son équivalent HDTV, moins cher, de même taille, avec une très belle image et un OS qui permet de visionner du contenu venant d'internet, à la manière d'une set-top box intégrée.

Voilà donc l'état au niveau hardware pour la vision 3D à domicile.

Au passage, après avoir essayé plusieurs TVs 3D grand écran dans les magasins au Japon (des équipements qui coûtent plus de 6000 dollars quand même!), je ne suis pas convaincu par l'effet rendu. L'effet 3D est très léger, ça marche relativement bien pour différencier un avant-plan et un arrière-plan, mais tout ce qui est plus ou moins sur le même plan a l'air très, très plat. Ça me rappelle beaucoup l'époque des jeux de plate-formes 16 bits avec leurs scrollings différentiels multiples pour simuler un effet de profondeur en 2D. La 3D actuelle, ça ressemble à des plans 2D éloignés les uns des autres, sans relief. C'est donc loin d'être le « waou » que les marketeurs

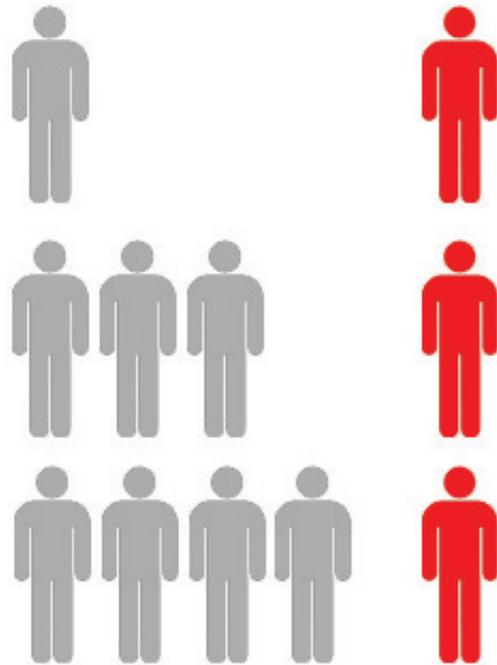
essayent de nous vendre avec leurs clichés énervants où, pour nous expliquer l'effet 3D, on voit un écran de côté avec des objets qui sortent de la lucarne. Limite à nous prendre pour des cons.

Bref, dépenser beaucoup plus pour un effet que je qualifierais de « marginal », c'était surtout faire preuve de vachalâïssisme plus qu'autre chose. Pire encore, devoir encore porter des lunettes pour avoir droit à cet effet n'a rien de très pratique en soi. Le rapport « qualité / praticité » est quand même largement défavorable. En tout cas pour l'instant. Quand les lunettes disparaîtront, que l'effet de profondeur sera plus prononcé et que le prix deviendra raisonnable, on pourra alors considérer que la technologie est davantage mature.

Pour ceux qui souhaiteraient faire partie des premiers à passer de l'autre cote du miroir, soyons honnêtes : les raisons pour le faire ne sont pas encore légions. Les chaînes TV en 3D sont encore très peu disponibles, même au Japon (seule la compagnie JCOM le propose), et les catalogues de films sont quasiment inexistantes ou presque.

Du côté des jeux vidéo, l'intérêt semble exister. Je suis tombé sur un sondage qui donne une idée de ce qu'attendent les gamers. Cf le graphe ci-contre.

Bien que Sony commence à proposer quelques jeux compatibles avec le mode 3D de certaines TVs, c'est encore loin d'être généralisé, et tant qu'il n'y aura pas de



1 joueur sur 2 ayant vu un film en 3D est intéressé par les jeux en 3D

1 joueur sur 4 est, à la base, intéressé par les jeux en 3D

1 joueur sur 5 est un blaireau (pff) et souhaite que sa prochaine TV soit une TV3D

killer app à l'horizon, peu de chance que ça décolle vraiment grâce aux consoles. Notons quand même que GT5 devrait être compatible avec les écrans 3D, à sa sortie en Novembre 2010 si aucun nouveau retard n'est annoncé. La plupart des joueurs sont de toute façon passés à l'écran HD ready ou Full HD relativement récemment, et il est fort peu probable qu'après avoir claqué leurs thunes dans une télé HD 2-3 ans plus tôt, ils veuillent d'ores et déjà repasser à la caisse se vider les poches.

D'autre part, pour le jeu vidéo, l'autre obstacle est lié aux performances : pour créer un effet 3D crédible, il faut du 120 Hz, cela revient donc à faire calculer une image toutes les 120èmes de seconde par la console, au lieu des 60 (voire moins ! parfois 30 !!) auxquels les développeurs nous ont habitués. Cela ira donc avec une dégradation nécessaire de la qualité de l'image des jeux compatibles

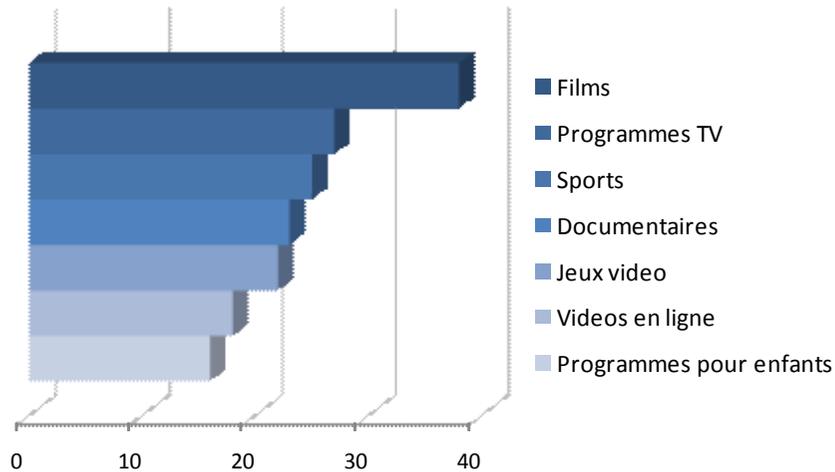
3D par rapport aux jeux HDTV seulement . WipeOut HD était par exemple l'un des jeux 3D en expo l'année dernière au TGS. S'il n'est certes pas laid , WipeOut n'est plus le benchmark en termes de performances graphiques qu'il fut.

Le jeu vidéo sur 3DTV, c'est pas vraiment pour cette génération. Il faudra un saut de puissance relativement énorme pour que justement ces machines puissent suivre. Gageons donc que la Xbox 720 et la PS4 se placeront sous le signe des vraies consoles 3D qui tuent plus vraies que nature .

Ca tombe bien, la plupart des « experts » du milieu estiment que la nouvelle génération de consoles arrivera probablement à l'horizon 2012-2013, dès lors il est fort possible qu'elles soient prévues pour.

Intérêts pour les programmes en 3D

"Par quels programmes êtes-vous intéressés sur votre TV3D ?"



Source : All Eyes on Video: U.S. / 2010 Park Associates



Si les vieilles lunettes bicolores avaient l'air ringard, les constructeurs font tout de nos jours pour rendre leurs nouvelles incarnations plus sexy, en utilisant à outrance des booth babes de combat. Mais au final, pas de 3D sans lunettes !

Mais le véritable problème, avant même de parler de conversion vers les écrans 3D, concerne l'awareness (dixit JCVD) du grand public vis-à-vis de la disponibilité de telles TVs. Selon une étude récente de Parks Associates (référence), l'awareness des 3DTV aux US n'était que de 13% des foyers interrogés. En légère augmentation par rapport au début de l'année 2010, où ce chiffre n'était qu'à 10%.

Si on compte à peu près 115 millions de foyers aux US, cela signifie que le marché potentiel en 2010 n'est que d'environ 15 millions. En termes d'intérêt tout court envers la 3D à la maison, 16% de foyers seraient intéressés pour avoir une expérience 3D à la maison, et 14% pour les jeux vidéo. Dans cette étude-la, le marché potentiel maximum actuel est alors estimé à 26 millions de foyers aux US.

Faisons un bref détour par le Japon : selon un sondage récent (sur Kakaku.com) l'awareness de la technologie semblerait déjà énorme : 96% en auraient entendu parler, et 30% l'auraient déjà vu en magasin. En termes d'intention d'achat, seuls 6% des gens interrogés seraient vraiment intéressés pour posséder une TV 3D, et 24% intéressés tout court. Malheureusement, sans avoir accès aux données du sondage, impossible de savoir si ceux qui veulent vraiment une TV 3D sont aussi ceux qui ont déjà vu la technologie en démonstration. En tout cas, cela veut dire que la demande existe, mais qu'elle n'est a priori pas encore mûre. Les résultats de ce sondage au Japon sont pourtant à prendre avec des grosses pincettes cependant, car obtenus entièrement par internet sur un site du type kelkoo.com, donc certainement pas un échantillon représentatif de la population japonaise. Il est fort probable que l'awareness

des écrans 3D au Japon soit donc bien inférieure à ces chiffres annoncés. La plupart des constructeurs TV au Japon en sont encore à communiquer à plein pot le HDTV, le Blu-Ray, les disques durs intégrés aux écrans pour enregistrer les émissions, le LED et ses noirs profonds... il ne faut pas pousser, le marché n'est pas encore prêt à capter un message publicitaire de plus actuellement. En tout cas, le vrai moteur de la conversion vers la télé 3D à la maison sera certainement le cinéma. C'est sur ce quoi s'accordent la plupart des sondages, dont l'un d'entre eux est visualisé ci-dessus.

Nous avons abordé la question du prix, de l'awareness, mais même si ces deux problèmes-là étaient réglés, restent encore les obstacles suivants :

- Le besoin de périphérique (les lunettes)
- Le manque de contenu à visionner



Lunettes actives ▲

Ce sont des lunettes qui nécessitent une source d'énergie. Dans le cas de ce type d'écrans, les lunettes s'obscurent alternativement d'un œil puis de l'autre grâce à une couche LCD présente à la surface des verres, à la même cadence que le rafraîchissement des images sur la TV. Cela demande un capteur infrarouge qui synchronise l'écran et les lunettes de manière très précise. Problème: elles sont plus encombrantes que les lunettes passives, et on sent le «flickering» même s'il est très rapide. C'est la technologie la plus répandue actuellement,



Lunettes passives ▲

Il s'agit simplement de verres polarisants placés sur monture, comme au cinéma. C'est bien plus léger, moins coûteux que les lunettes actives et vous avez l'air cool avec. Les verres polarisants absorbent par contre un peu de luminosité, et l'image paraît plus sombre: Mais c'est a priori moins fatigant à porter que les montures actives, car l'effet de flickering est absent.



Pour les lunettes, je dois dire que les différentes études ici ou là montrent que les résultats sont polarisés. Je suis tombé sur un « 50% de spectateurs n'auraient pas de problèmes à porter des lunettes pour regarder leur TV », comme si ce chiffre était un chiffre positif. Je sais pas, mais je crois que ça veut aussi dire que l'autre moitié à justement un problème avec les lunettes, non ? D'autre part, regarder la TV est souvent une expérience à plusieurs, et dans le cas des programmes ou films 3D, cela veut dire être équipé en conséquence de 2-3, 4 paires... Sans parler des problèmes d'angles de vision pas optimum dès qu'on s'écarte un peu trop du centre. Non, si la 3D doit se développer à la maison, il faudra forcément passer par des nouvelles technologies qui éliminent les lunettes pour de bon. Nous y reviendrons...

Pour ce qui est du contenu, c'est encore la traversée du désert. Au niveau des films, la lueur d'espoir naît grâce au Blu-Ray. En effet, les industries du cinéma se sont

mises d'accord en décembre 2009 pour utiliser le Blu-Ray comme support physique de la distribution de films 3D, via une nouvelle norme, le Multiview Video Coding, ou MVC. Ce MVC n'est ni plus ni moins qu'une modification du codec MPEG-4 H.264 déjà très en vogue actuellement, et pris en charge par les lecteurs Blu-Ray. Le MVC fonctionne en alternant une image pour l'œil droit tous les 1/120èmes de seconde, et une image pour l'œil gauche le 1/120ème de seconde suivant, soit 60 images par seconde pour chaque œil. Comme la lumière n'est pas polarisée, il faut donc des lunettes spéciales qui obturent chaque œil tous les 1/120èmes de seconde séparément, en synchro parfaite avec la télévision. Ces lunettes ont donc besoin de courant, et d'un capteur infrarouge pour synchroniser avec la TV. Bien que ce standard soit probablement l'un des plus populaires à venir, il existe plus de 10 standards différents encore pour encoder de la vidéo en 3D, et des organisations comme l'IEEE, la SCTE et la SMPTE (Society of Motion Pictures and Television Engineers) sont en train

de finaliser les leurs. Le problème, avec tous ces normes, c'est qu'on ne voit pas clairement quel standard s'imposera à terme, vu que le marché est encore minuscule, et si les appareils comme les TVs et les lecteurs seront ou non compatibles avec plusieurs standards.

Donc, gros risque, dans cette période, de se retrouver avec un matos obsolète s'il n'est pas évolutif. Pour le cas des lecteurs Blu-Ray, la PS3 permettra de lire le MVC via une mise à jour du firmware. Qu'en sera-t-il pour les autres lecteurs Blu-Ray du marché ? Nul ne le sait...

Pour palier au manque de contenu, les constructeurs TV, comme par exemple Toshiba, ont comme idée de générer à la volée une image 3D à partir d'une image 2D, en incluant un cluster de processeurs CELL dans sa boîte, cadencé à 3.2 Ghz. Un algorithme permet en effet de générer en temps réel une image semblable à la première avec une légère différence de perspective.

N'ayant jamais vu l'effet en vrai, difficile de juger, mais il paraît que ce n'est pas formidable, surtout pour les scènes qui bougent très vite.

Au niveau de la distribution TV de programmes en 3D, il est peu probable qu'on assiste à un boum très rapide. Bien évidemment, le passage à la 3D sera progressif avec probablement un push du côté de la programmation des films et des événements sportifs majeurs. L'intérêt de passer à la 3D pour les journaux télévisés, les programmations locales, voire les séries, sera sans doute limité par rapport au retour espéré (peu de TVs capables d'afficher les programmes en 3D, donc pas de marché de masse qui justifierait l'investissement supplémentaire et qui amènerait plus d'audience sur sa chaîne).

Passer à des chaînes en full 3D représentera un coût pour les réseaux de distribution, sans bénéfice direct associé, comme ce fut le cas pour la HD. Notamment, les revenus publicitaires entre la SD et la HD n'ont pas augmenté, et au contraire, à cause de la situation du marché de la pub, ces revenus se sont écroulés de 30% dans les dernières années. Ce n'est pas la 3D qui va compenser ce manque à gagner.

Pour ce qui est des publicitaires, tout comme à l'heure actuelle il n'est pas rare de voir encore des publicités en SD même sur des réseaux Full-HD, il est fort probable que la même chose se passe sur les réseaux 3D : des spots encore en non-3D (sans doute HD, cependant) puisque le surcoût à la production est estimé entre 10

à 20% pour shooter une pub en 3D. La publicité étant elle aussi un marché de masse, investir davantage dans des pubs sans avoir un retour quantifiable en terme de ventes ne fait pas de sens.

En deux mots, à part pour la retransmission des films et des événements sportifs, il est fort probable que les chaînes de TV seront parmi les derniers acteurs à passer à cette technologie – elles attendront d'abord que le marché de ces appareils atteigne une masse critique pour en profiter. Dans tous les cas, ajouter des programmes en 3D signifie aussi pouvoir transporter plus de données que sur un flux Full-HD normal. Ca devient dès lors un problème lié à la bande passante du réseau qui sert à la distribution des programmes TVs.



Pour palier à ce problème, RealD propose un flux spécifique pour coder le signal 3D sans pour autant bouffer beaucoup plus de bande passante qu'un flux HD normal. Mais la qualité de l'image en est un peu dégradée. C'est

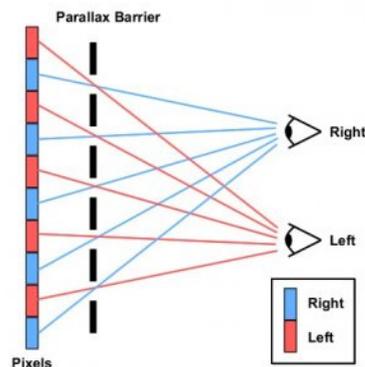
la technique déjà utilisée par DirecTV aux US sur ses 4 chaînes 3D disponibles. Le signal est ensuite interprété sur la set top box qui sert de décodage avant l'affichage sur la TV.

Suivant les directions prises en termes de codage 3D par les fabricants de TV, il est possible que le flux Blu-Ray 3D avec son codec MVC devienne aussi le standard pour les transmissions câblées. Le principal obstacle est que ce flux demande par contre 50% de bande passante de plus que son équivalent HD en 2D. Est-ce que les distributeurs vont donc accepter la charge supplémentaire, et mettre à jour leurs installations si nécessaire, voire faire payer le spectateur en conséquence ? Ou bien utiliseront-ils une version modifiée du flux MVC pour réduire le nombre d'images par seconde (en rendant alors l'impression 3D bien moins bonne ?). Une autre solution consisterait aussi à utiliser le flux IP MPEG 4 au lieu du flux MPEG 2 actuel exploité par la plupart des réseaux câblés, car il consomme lui aussi moins de bande passante.

Pour le marché de la VOD, la solution est moins complexe. Il sera bien plus facile de gérer le flux supplémentaire puisqu'il n'est alors qu'occasionnel.

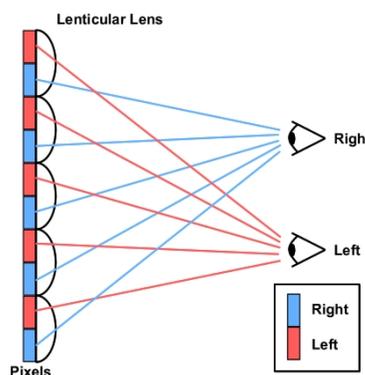
LE FUTUR DE LA TV3D

Il est évident que l'aspect lunettes n'est pas le summum pour lancer la technologie et espérer qu'elle prenne racine dans le grand public. Si au cinéma ça peut être



Parallax Barrier

Applications : Appareils portables, de petite taille d'écran.
 Horizon : déjà disponibles et commercialisés.
 Appareil le plus commun: Nintendo 3DS



Lentilles lenticulaires

Applications : Appareils portables, TVs de taille moyenne.
 Horizon : déjà commercialisé pour les écrans de petite taille.
 Appareil le plus commun: Fujifilm Real 3D Camera

acceptable, pour un écran à domicile l'idéal serait bien entendu de se passer de ces périphériques. Les technologies existent déjà et on peut en voir de nombreux exemples dans les salons professionnels.

Plusieurs méthodes pourraient être mises en œuvre pour le grand public d'ici 5 ans. L'une d'entre elle est déjà utilisée par Nintendo pour sa 3DS. Il s'agit de la méthode inventée par Sharp que l'on appelle le « Parallax barrier ». En fait, l'idée est très simple : on met devant un écran LCD normal une couche avec des lamelles très fines placées en lignes, en laissant un petit espace entre chacune. Comme chaque œil à un angle de vision légèrement différent, l'œil droit voit un pixel que l'œil gauche ne voit pas, caché par la lamelle en question. Et inversement.

Le problème de cette technologie est qu'elle ne marche bien que pour les petits écrans (il faut être suffisamment près) et qu'elle réduit la résolution horizontale énormément (1 pixel sert à l'œil gauche et un pixel à l'œil droit, donc l'image reconstituée n'a que la moitié des pixels physiques horizontaux au final).

C'est pourquoi cette technologie sera sûrement populaire sur les portables.

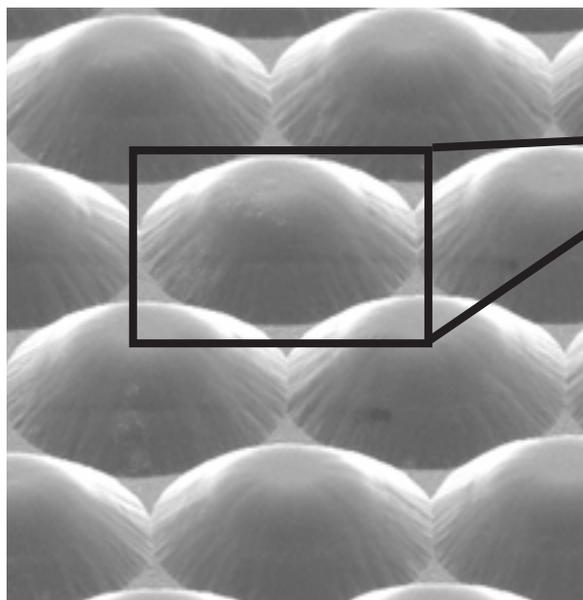
Au niveau du domicile, il est fort possible que les prochains écrans utiliseront la technique des lentilles lenticulaires, c'est-à-dire rajouter une couche de lentilles sur l'écran LCD pour chaque couple de pixels, qui diffusera par diffraction optique l'image de chaque pixel dans une

direction différente. Le problème est cependant le même que pour le Parallax barrier : la perte de la moitié des pixels en horizontal.

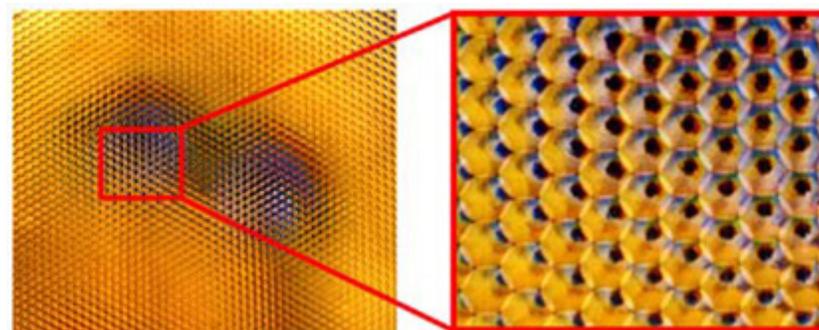
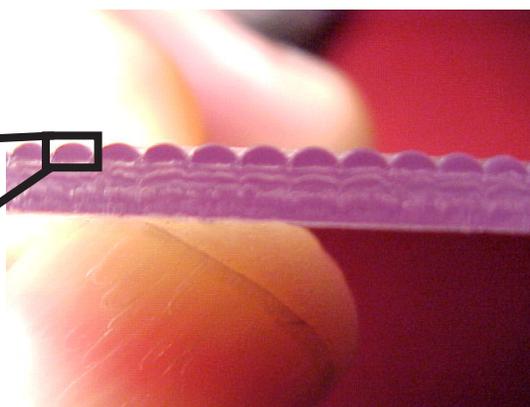
D'après les dernières estimations, ces écrans seront néanmoins disponibles vers l'horizon 2015.

A plus long terme, la seule vraie technologie qui permettra de véritablement voir une image avec de la véritable parallaxe, c'est-à-dire avec une multitude de points de vue quand vous bougez autour de l'image, est connue sous le nom de integral imaging .

La méthode la plus prometteuse pour y arriver consiste à appliquer des microsphères convexes sur l'écran, chaque microsphère recevant une micro-image complète sur son



Les microsphères qui se placent sur l'écran.



Integral imaging

Cette technique consiste à projeter des images entières (et non pas un seul pixel comme dans la plupart des autres technologies) sur chaque micro-sphère qui tapisse la surface de l'écran. Ce faisant, chaque microsphère balance dans une infinité de directions chaque partie de l'image sous-jacente. A un point donne, vous ne voyez donc qu'un angle précis de chaque microsphère, et la partie de l'image qu'elle renvoie donc dans cette direction. Aucun problème pour voir l'image en étant couché ou en position haute.

plan. Suivant votre position par rapport à l'écran, vous verrez donc un pixel ou une série de pixels différents de chaque microsphère, vous donnant véritablement l'impression de « tourner » autour de l'image. Pour réaliser cet effet, il est cependant nécessaire que la vidéo ou la photo soit enregistrée avec une caméra spéciale qui elle aussi comporte cette couche de sphères convexes à l'enregistrement. Pour l'instant des prototypes existent mais la résolution est encore très faible (400 * 200) et les équipements coûteux. Des avancées sont prévues pour réduire la taille de ces sphères et donc augmenter de manière importante la résolution. Difficile d'estimer une date de commercialisation, mais on peut espérer voir des tels écrans débouler avant 2020 si le marché de la 3D explose véritablement.

La vision holographique est bien entendue déjà très connue, puisque c'est l'une des seules technologies qui est capable de vraiment reconstituer un objet de manière intégrale en 3 dimensions. Le principal problème pour voir cette technologie décoller un jour est lié aux problèmes de stockage. La quantité de données à stocker pour chaque image est si énorme qu'un film ne tiendrait jamais sur les supports actuels les plus gros. Ca restera sans doute une technologie réservée aux professionnels pour un bout de temps. Bref, certaines de ces technologies qui permettront de supprimer complètement ces lunettes préhistoriques sont d'ores et déjà disponibles, et ce n'est plus qu'une question de temps pour voir leur implémentation dans nos téléviseurs... sous 5 à 10 ans.

UNE VISION DU FUTUR

Avec toutes ces données, on peut imaginer à quoi ressemblera le marche audio-vidéo-ludique dans 5 ans. La plupart des téléviseurs milieu de gamme que nous achèterons alors seront compatibles avec les modes 3D, via lunettes interposées. Vraisemblablement, ces mêmes postes ne seront ni plus ni moins que des téléviseurs avec PC intégrés, pour traiter le signal bien entendu, mais aussi pour offrir des fonctions supplémentaires via connexion au net. Toutes les tendances actuelles semblent indiquer une convergence entre les TVs et les services internet standards. Il suffit de voir les projets comme Boxee (qui n'est ni plus ni moins qu'une set-top box qui se connecte entre le téléviseur et internet pour jouer des programmes issus du net sur la TV, comme

Youtube et autres) pour s'en convaincre. Les modèles plus avancés seront autostéréoscopiques, sans lunettes nécessaires, et ceux-ci seront peut-être déjà passés à la norme Ultra-HD (UHD) avec une résolution 3840 par 2160. Vous aurez probablement un grand écran chez vous pour le prix d'un plus petit déjà acheté 5 ans plus tôt.

Il est plausible que plusieurs chaînes de TV proposeront des émissions en 3D, au moins des films et des événements sportifs majeurs sous cette forme. La VOD de films 3D sera courante, et il sera facile de trouver une collection raisonnable de vieux titres 2D reconvertis en 3D dans votre magasin de Blu-Ray 3D. Au cinéma, tous les grands films à spectacle et les films d'animations seront disponibles en 3D, et d'autres genres s'y aventureront sûrement. Les grands classiques profiteront d'une nouvelle jeunesse en s'offrant une nouvelle sortie en salles pour faire des profits faciles et quasiment garantis (plus facile à faire qu'un remake !).

En vous baladant dans la rue, vous verrez apparaître les premières publicités sur grand écran avec effet 3D, sous doute en utilisant la technologie intégrale ou lenticulaire avec de nombreux points de vue autour d'une même scène.

Votre PS4 ou Xbox 720 (noms fictifs à la con) seront sûrement aussi compatibles avec les écrans 3D, et nul doute que la plupart des jeux qui sortiront à cette époque proposeront un mode 3D en option dès le départ.

Mieux encore, si telle est la volonté des constructeurs, il est fort probable que davantage soit fait pour mélanger les interfaces de contrôle avec la vision de l'espace. Les contrôleurs du genre « Kinect » ou « PS Move » prendront véritablement leur sens quand on pourra proprement visualiser leur déplacement dans un espace en 3D via l'écran, au lieu d'une simple projection en 2D comme c'est le cas actuellement. La sensation de profondeur, associée à des écrans de plus grande taille, et des contrôleurs spatiaux en standard, va véritablement permettre de se sentir dans le jeu comme jamais auparavant.

La plupart des équipements portables seront déjà passés à la 3D, et peut-être avant même leurs confrères à domicile. Il est en effet plus rapide de déployer des portables qui ont finalement une durée de vie très courte, et l'innovation est clairement l'un des facteurs clef sur ce marché, notamment au sujet des téléphones portables. Nintendo rentre de plain-pied aussi dans le marché 3D avec sa Nintendo DS, mais Sony semble réticent à faire le pas, en justifiant d'un manque de précision des écrans 3D portables actuellement. Mais rien n'indique que Sony ne souhaite pas non plus suivre le pas sans vouloir en dévoiler trop avant la véritable annonce.

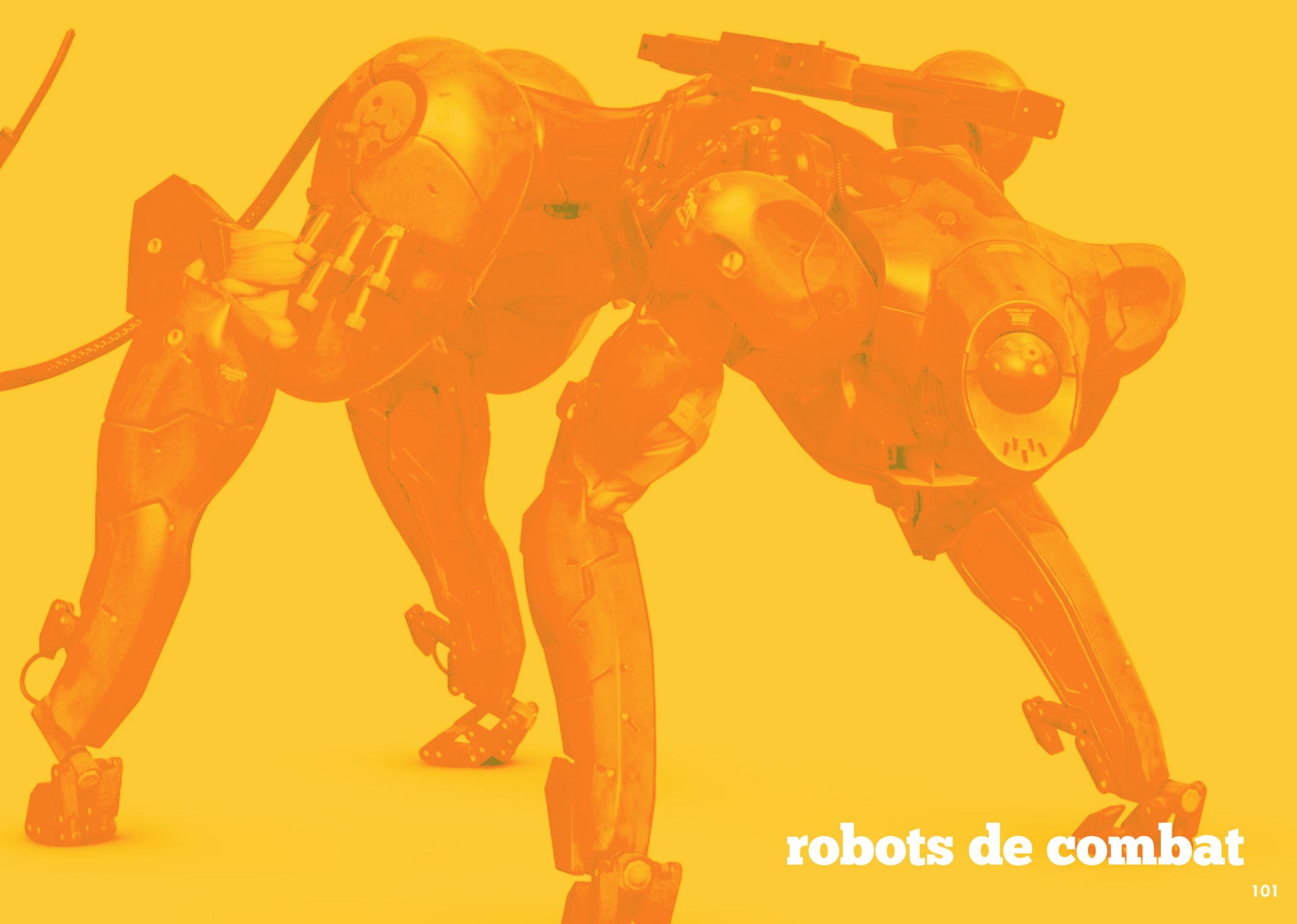
La 3D prendra donc progressivement part à nos activités courantes, sans complètement révolutionner ou remplacer les media auxquels elle s'intégrera. C'est typiquement le business model de la valeur ajoutée à défaut de révolution.



Outre ses TVs, Sony est très actif dans le domaine de la 3D, comme le montre l'un des prototypes en démonstration dans le Sony Building. Il s'agit d'un affichage circulaire (360 degrés complets) dans lequel vous pouvez voir directement une vidéo en stéréoscopie, avec l'illusion de la 3D. Comme l'affichage est circulaire, vous pouvez vous déplacer autour et observer la scène sous de multiples angles. Un système prometteur, mais qui a encore du chemin à parcourir. Pour l'instant la résolution est encore à 96 par 120 points.

anti -cipantia

Anticiper les évolutions à venir en observant les progrès en cours....



robots de combat

Ce sont nos compagnons de jeu, nos ennemis familiers dans un bon nombre de FPS, RTS et autres jeux d'arcade. Les petits et gros robots de combat, nous en avons tous dégommé des trouzaines et jamais ils ne représentent une bien grosse affaire pour les guerriers de salon que nous sommes. Qu'est-ce qu'une armée de droïdes face à un chevalier Jedi décidé ou à un seigneur Sith ? Je vous le demande. Mais voilà, chez Sanqua on se prend parfois à rêver un peu plus loin. A rêver réalité, comme dit la chanson. Et si... nous voyions réellement apparaître des robots de combat, de vrais robots tueurs, capables de choisir de vraies cibles temporairement vivantes : le terroriste du bout du monde, mon voisin de palier qui est bête, arrogant et surtout vulgaire, ou, pourquoi pas, moi-même. Et tout à coup, on en vient à se demander si le rêve n'a pas viré au cauchemar.

Mais précisons l'objectif. Nous nous proposons de faire une réflexion en anticipant sur une innovation technologique probable et en essayant d'en prévoir les conséquences principales. En l'occurrence nous allons nous intéresser à des robots qui n'auraient pas besoin d'être téléguidés mais qui pourraient choisir eux-mêmes leurs cibles en fonction de règles d'engagement assez semblables à celles que reçoivent les soldats des armées modernes lors de leurs nombreuses missions. Ces règles pourraient aller de la destruction pure et simple de tout ce qui vit à la protection de personnes précises, en passant par tous les degrés d'une riposte graduée et la distinction entre combattants et non-combattants. Il

nous intéresse assez peu de considérer les ratés de la mise au point. Si pour ajuster le système de reconnaissance, il y a quelques milliers de "dommages collatéraux", ce n'est pas vraiment notre problème. On les enregistrera comme "martyrs de la science" ou quelque chose du même tonneau. Voyons ce que pourrait donner un système bien au point, présentant toutes les garanties qu'un client raisonnable serait en droit d'exiger. Cela changerait-il fondamentalement l'art de la guerre et l'usage de la violence ?

DE NOBLES INTENTIONS... COMME TOUJOURS

Pour répondre à cette question, le point de départ le plus simple est de se demander ce pour quoi on va les utiliser. Sur le plan tactique, les droïdes de bataille présentent quelques avantages évidents. Tout d'abord, il s'agit de préserver la vie de ses hommes. Cela ne fait que prolonger le rêve actuel d'une guerre « propre », du moins du côté de l'armée dominante. Les premiers robots ne devraient être utilisés que pour des missions simples et routinières mais qui présentent un danger : reconnaissance en milieu hostile, à l'instar des drones actuels qui ne sont que de vulgaires engins télécommandés, ou convois de ravitaillement dans des zones propices aux embuscades. La défense de bases permanentes ne devrait pas non plus poser de grosses difficultés. L'utilisation de robots permettra d'abord de redéployer les troupes humaines pour ne les risquer que lorsque cela

en vaudra vraiment la peine. Pour des offensives d'une certaine ampleur, il faudra sans doute attendre un peu plus longtemps, car ces missions sont naturellement plus complexes et comprennent surtout une plus grande part d'imprévu. Il faudra donc des systèmes plus élaborés.

CITIUS, ALTIUS, FORTIUS

Tout laisse à prévoir que rapidement, les droïdes seront plus qu'une simple mesure d'économie en hommes et deviendront des armes décisives. Il n'y a rien d'original à dire que les machines bien conçues peuvent nous affranchir des limites du corps humain. La seule limite véritable étant l'imagination perverse des ingénieurs et des militaires. Sans aller chercher bien loin, pour rester dans les « classiques », si je puis dire, on peut imaginer des robots ayant des capacités de franchissement spécialisées pour frapper au-delà de toutes les protections ordinaires : se faufiler dans la jungle, traverser le désert de sable le plus hostile, grimper les falaises les plus abruptes, parcourir les solitudes glacées du grand Nord, se glisser subrepticement dans des conduits d'aération pour des missions d'assassinat, attaquer dans de vastes zones contaminées par des radiations ou du gaz sarin. Il n'y aurait décidément plus de forêt des Ardennes, de désert du Sinaï ou de jungle malaise qui tienne. Notez qu'on s'en doutait déjà un peu mais les grands franchissements étaient tout de même limités par le risque qu'ils représentaient pour les soldats. Ce risque ne compte plus. D'ailleurs, si l'on



La mule de Lockheed Martin. A la base conçue comme un support pour les troupes, suivant l'infanterie à une distance de sécurité automatiquement, de nouveaux modèles d'assaut sont aussi prévus. La version d'assaut est équipée de mitraillettes et d'obus anti-tanks. Un exemple bien réel des tournures prises par les fabricants du milieu.

admet des robots capables de se débrouiller tout seuls, rien de tout cela ne nécessiterait de sauts technologiques. La seule difficulté est financière. Un modèle précis trouverait-il un usage suffisant pour justifier une chaîne de production à un coût jugé acceptable ? Nous reviendrons sur cette question, qui a des implications énormes. Mais continuons d'abord sur les avantages tactiques. Le corps humain est fragile, lent et se fatigue vite. Un pilote d'avion n'est guère capable, même avec un très bon équipement de supporter des accélérations de plus de 7 ou 8 G. Et encore, un tel effort l'épuise rapidement. De plus il est à peu près impossible d'appuyer sur une commande de tir en moins de deux secondes, même lorsque l'on est en bonne santé et bien entraîné. Amusez-vous à faire le calcul de la distance parcourue en deux secondes à mach 2, pour s'en tenir à des vitesses tout à fait raisonnables.

En fait, les pilotes combattent généralement à des vitesses très inférieures aux capacités de leur avion. Que dire encore de la possibilité de combattre ou même tout simplement de veiller sans fatigue ? On pourrait vaincre des adversaires humains simplement à l'usure, en leur mettant une pression continue sur deux ou trois jours. Jusqu'à présent, il y avait des pauses inévitables dans toute opération, la nuit ou lors d'intempéries trop fortes, ou alors on ne pouvait pas supprimer ces pauses trop longtemps. Dans le cas de droïdes, même pas besoin d'organiser les trois-huit du combat, juste des retours au stand pour faire le plein. De l'autre côté, imaginez une sentinelle qui ne serait jamais prise en défaut, qui n'aurait besoin ni de dormir ni de pisser, qui serait plus rapide et plus précise que le meilleur tireur d'élite (il faudra d'ailleurs penser à améliorer la balistique des

Le robot BIG DOG, créé en 2005 par le laboratoire de Boston Dynamics, sur commande de la DARPA. Il ne s'agit pas d'un robot armé mais de support, qui peut transporter 150 kg d'équipement tout en parcourant les terrains les plus difficiles à 6 km/h au minimum, et bien plus vite sur des terrains praticables.



armes légères si l'on n'est plus limité par les bras et les yeux du tireur – par exemple, du côté de l'OTAN, on a dû réduire le calibre des armes à cause de l'excès d'énergie qui se traduisait par une grande imprécision en mode rafale). C'est vous qui pourriez dormir sur vos deux oreilles dans votre bunker climatisé ! Avouez que c'est quand même autre chose qu'une cagna dans une tranchée boueuse ! Il est même possible que la plus grande précision des robots permette un gain de « productivité » ou plutôt de « destructivité » dans l'usage des munitions. Certes, d'un point de vue financier, ces économies seraient perdues par ailleurs, mais d'un point de vue logistique cela pourrait constituer un avantage non négligeable. Si vous mettez d'un côté les moyens de transport nécessaires pour un régiment de soldats avec leur nourriture, leurs douches, leur bar, leur drogue, leur bordel de campagne et leurs munitions et de l'autre côté une escouade de robots avec quelques mécaniciens

et le reste... on pourrait raisonnablement améliorer les capacités de projection à moindre coût.

IRONMIND

Mais les limites les plus intéressantes et les plus dangereuses à dépasser sont naturellement les limites psychologiques. Courage et peur n'ont pas de sens pour une machine. Les missions les plus désespérées deviennent envisageables sans le souci de trouver un volontaire. On peut sacrifier plus aisément une machine qu'un homme tout simplement parce qu'elle ne va pas s'y refuser. La remplacer n'est qu'une question de budget et de logistique. Dire cela est banal. Une autre limite psychologique, plus redoutable à franchir, est celle de la mauvaise conscience. Un homme peut avoir des scrupules et hésiter au moment crucial. Qui d'entre nous est sûr de planter son couteau à temps dans le ventre d'un ennemi ? Le robot n'a ni pitié ni cruauté, seulement une programmation. C'est pourquoi les généraux apprécieront de troquer une discipline toujours aléatoire contre une fiabilité technique mesurable.

MULTIPLICATIONS

Au niveau stratégique, une armée robotisée permettra d'abord de multiplier les capacités d'action. Jusqu'à présent, avec les engins télécommandés, il faut toujours

à peu près un technicien par machine. Bientôt, un seul informaticien pourra programmer toute une escouade, voire beaucoup plus. C'est une question de choix. Ce sera alors un compromis entre la puissance de feu et la précision du contrôle par le donneur d'ordres humain. Pour de nombreuses raisons, il est improbable qu'on s'amuse à concentrer une force colossale entre les mains d'un seul homme. Ce n'est pas tant un problème technique. Qu'est-ce qui empêche d'imaginer une division ou un corps d'armée robotique ? Tout est automatisable, si on s'en donne les moyens : avions, chars, navires, infanterie, microtumeurs, que sais-je encore ? On pourrait techniquement envisager une guerre sans soldats de chair. C'est une bête question d'intendance.

La vraie question est plutôt de savoir qui l'empêche. Aucune puissance, aucune société n'aurait intérêt à trop concentrer la force armée dans les mains d'un tyran. Je gage que même le pire des Führer ou des gourous ne parviendrait pas à évincer tout collaborateur. Il faudra nécessairement disperser ce pouvoir. Et de toute façon, il faudra un nombre important de techniciens pour vérifier l'efficacité des machines et éviter de tomber dans la virtualité pure.

Disons qu'au maximum d'automatisation, il faudra sans doute conserver les officiers et les sous-officiers. La puissance de feu d'une armée pourra donc, du seul fait de la robotisation, être multipliée par dix ou vingt, cent à la rigueur selon son budget mais probablement pas par

mille ou un million. Déjà de quoi lancer un joli Blitzkrieg, prendre Pékin et Moscou dans la semaine et siffler une flûte de champagne le dimanche sur les Champs-Élysées.

ASYMÉTRIE

La stratégie n'est pas seulement une affaire de puissance de feu. Ce n'est même pas essentiellement ça. Une conception vulgaire serait de dire que le but de la guerre est de détruire l'ennemi. Mais c'est un pis-aller. Une conception plus fine, mais tout à fait classique puisqu'elle a été formulée la première fois par Sunzi, c'est que la stratégie consiste à imposer sa volonté à l'adversaire. Un ennemi acculé se battra à mort mais un ennemi en déroute est à la merci du vainqueur. Idéalement, il faudrait s'emparer de l'armée ennemie pour augmenter ses propres forces. La destruction, c'est le gaspillage. En quoi les robots changent-ils la donne ? Mettons-nous simplement dans la peau des soldats concernés. Si je suis le programmeur, je vais pouvoir me consacrer à la stratégie en toute tranquillité, bien à l'abri dans mon bunker, avec une tasse de café et de la musique douce, ou du Wagner pour rester quand même un peu dans une ambiance martiale. Si je suis de l'autre côté, du mauvais côté a priori, mon premier sentiment sera sans doute l'impuissance : à quoi bon risquer ma peau sans espoir de victoire ? Même si je parviens à détruire la machine, ce qui sera difficile, cela n'affectera presque pas mon adversaire qui se contentera de la réparer ou de procéder à

un échange standard. Une guérilla devra y penser à deux fois avant d'attaquer un convoi s'il n'y a pas de chances de tuer au moins un ennemi. Si les méchants sont juste privés de donuts, à quoi bon la mort de mon copain ? De l'autre côté les stratèges seront certainement heureux de pouvoir sacrifier des « soldats qui par définition n'ont pas de maman. Plus de risque de perdre une guerre aux cris de « Bring the boys back home ! » Apparemment, dans ces conditions, il semblerait qu'en



Le SYRANO, un robot français de THALES et GIAT, est un prototype destiné à repérer des cibles en environnement urbain. Pas de version armée pour l'instant, mais qui sait... ?

cas d'asymétrie, l'armée en retard n'ait d'autre choix que de se soumettre.

AU-DELÀ DE L'ARITHMÉTIQUE

Mais voilà, toute action suscite une riposte et aucun système d'armes ne serait complet s'il ne prévoyait la parade. Je laisse de côté le cas où les deux camps disposeraient de ce genre d'armes et où leurs qualités respectives seraient sensiblement équivalentes. Les avantages techniques disparaissant, tout reviendrait à la qualité des hommes. Et s'ils sont aussi nuls d'un côté et de l'autre, c'est bien simple, ça tourne au massacre inutile. Je vais plutôt rester sur les guerres asymétriques. D'ailleurs, toute la stratégie ne consiste-t-elle pas à créer une asymétrie ? Quel intérêt y a-t-il à mettre des troupes face-à-face et à attendre que l'arithmétique fasse le reste ? On paye les généraux justement pour faire mieux que l'arithmétique.

Quelles seraient donc les parades possibles ?

Pour y répondre précisément, il faudrait d'abord connaître leurs caractéristiques précises. Or, puisque l'on parle de toute une catégorie d'armes au fonctionnement très varié, il est délicat de faire des projections. D'emblée, on peut noter que l'espionnage y aura une place prépondérante. On peut aussi distinguer quelques points qui seront nécessairement présents dans ces robots, et sur



Le Gardium est un robot développé par G-NIUS AUGV, une joint venture d'Israel Aerospace Industries et de Elbt Systems. Son rôle est de protéger des zones précises, en stationnement ou en patrouille. Il est capable de tirer à vue sur toute cible s'introduisant dans le périmètre de sécurité, et de riposter par lui-même si attaqué. Il peut aussi être téléguidé si nécessaire. Israël utiliserait ce système depuis 2008 pour surveiller les frontières, et serait en train d'évaluer leur utilisation pour protéger les aéroports.



POUR VAINCRE TANT DE BRAS, IL FAUT FRAPPER LA TÊTE.

Mais ces petites adaptations tactiques se feront au coup par coup, lorsque nous en aurons besoin. Ce qui peut vraiment changer la donne, c'est d'envisager l'affaire au niveau stratégique. Car il me semble qu'une armée robotique peut présenter une vulnérabilité qu'ont rarement les armées classiques. Si j'assassine le président des Etats-Unis, ça ne me donnera pas la victoire. Au contraire même, ses concitoyens ne s'en battront que mieux, car la volonté de lutter n'est pas dans les seuls chefs mais plus ou moins répartie dans l'ensemble de la nation. C'est particulièrement vrai dans les pays démocratiques. A la Renaissance, Machiavel pouvait désigner les cités monarchiques comme des proies relativement faciles, car on pouvait espérer éliminer à faible coût la famille royale et la remplacer.

Aujourd'hui, toutes les armées sont essentiellement nationales et il n'y a plus guère d'espoir de décapiter l'hydre. Avec une armée de robots, ça redeviendrait possible. En effet, les robots n'obéissent qu'en vertu d'une programmation qu'on peut toujours effacer ou modifier. Ils ne connaissent ni trahison, ni fidélité, seulement des codes. On peut alors imaginer toute une gamme d'offensives sur le commandement même. Citons dans le désordre, une destruction des satellites de navigation ou de communication (voilà un bon moyen de remettre tous les compteurs à zéro), l'attaque virale pour désactiver

chacun d'eux imaginer quelques attaques. Par exemple, les matériaux présentent quelques vulnérabilités : les explosifs permettent des attaques sur toutes sortes d'objets, mais si l'essentiel est en métal, on peut tenter aussi diverses substances chimiques, acides ou autres. On peut aussi jouer sur le fait qu'ils sont bourrés d'électronique pour employer des armes électromagnétiques. Jusque là, nous restons sur le plus évident. On peut s'attaquer à leurs systèmes de déplacement. Crever les pneus d'un véhicule ou enrayer des saloperies autour d'une hélice fait partie des grands classiques à se rappeler. Il ne faudrait pas s'imaginer que tout est moderne dans une arme nouvelle. On peut aussi détruire ou neutraliser leurs systèmes de repérage : des fumigènes ou des peintures sur des caméras, c'est simple et potentiellement très efficace. Une petite réserve toutefois, il n'est pas impossible que l'on multiplie les systèmes sur des robots importants. S'il y a à la fois des caméras optiques,

des détecteurs de mouvement, de l'infrarouge, un radar et que sais-je encore, il se peut que la neutralisation complète soit délicate. Toutefois, obliger l'ennemi à se suréquiper, c'est déjà le blesser au porte-monnaie. Il n'est pas impossible que certains revers cuisants surviennent à cause d'astuces toutes simples sur des objets pas si bien conçus. Jusqu'à preuve du contraire, les hommes auront tout de même une meilleure capacité d'adaptation que les robots, à défaut d'être plus solides. On peut aussi envisager des actions plus subtiles. Par exemple leurrer leur système d'identification des ennemis. Si on se contente des camouflages et des déguisements, ça reste un peu limité mais c'est toujours ça. Le temps d'une reprogrammation, on peut faire pas mal de choses. Le risque, en fait, serait d'inciter l'ennemi à régler ses tueurs sur une détection « très sensible », ce qui ne serait pas forcément avisé.

tout ou partie du système d'armes. Le fin du fin, qui nous rappellerait ironiquement le premier traité de stratégie de l'histoire, serait la capture pure et simple des forces adverses. Impossible, me direz-vous ! Il y aura des codes et des cryptages extrêmement élaborés pour éviter ça justement.

Pas si sûr, il y a bien des moyens de contourner un code. Le plus simple et le plus efficace n'est pas la cryptanalyse mais le vol ou la corruption. On peut dire que plus la technique avance plus l'espion devient une pièce maîtresse sur l'échiquier. Et plus l'on est spécialisé, plus l'on se sent puissant et plus dans le même temps on s'expose à voir ses tactiques et sa stratégie invalidées. Je parle bien d'invalider, pas seulement de surclasser ou de contrer. Pour bien me faire comprendre, je vais donner quelques exemples dans le passé.

Les piquiers suisses ont invalidé partiellement les tactiques de cavalerie lourde simplement en utilisant des piques. Les Allemands ont invalidé la ligne Maginot tout simplement en attaquant ailleurs. A l'image du premier exemple, on pourrait concevoir un système électronique qui désactive le robot avant qu'il puisse me toucher ou bien d'autres choses. A l'image du contournement de la ligne Maginot, on serait tenté de lancer des attaques terroristes directement sur le territoire ennemi, puisqu'il n'est plus raisonnable de rechercher la victoire par une guérilla classique sur ses troupes.

QUO NON ASCENDET... VIS ?

Cela nous ramène assez naturellement aux problèmes essentiels qui sont les problèmes politiques. Car ce qui compte le plus, comme je l'ai déjà dit, c'est d'affaiblir la volonté de combattre des ennemis mais aussi

armes, en position de victimes, on n'a pas le choix. Mais la force de ces technologies ne tient que dans la mesure où l'adversaire trouve plus sûr et moins coûteux de renoncer que de risquer des parades. Dès lors qu'un ennemi se sent assez fort et riche pour créer des systèmes concurrents ou assez désespéré pour tout risquer, la



Le SWORD, l'un des robots de combats les plus répandus aujourd'hui sur les terrains de guerre. Plus de 3000 auraient été déployés à ce jour. Il ne s'agit pas encore d'une version autonome, elle a besoin d'être guidée par un soldat à distance. L'armée Américaine a arrêté de financer le projet à la suite d'incidents en Irak. Foster-Miller, le fournisseur, travaille actuellement sur une nouvelle version de sa machine, le MAARS.

de maintenir la sienne. Je vais donc m'attacher maintenant à examiner plus précisément comment les robots tueurs vont être considérés dans les différentes sociétés concernées par ces différentes formes de guerre. On pourrait croire que si l'on est du mauvais côté des

supériorité de la meilleure armée du monde est en danger. Le risque des actions désespérées est qu'elles sont imprévisibles. Envisageons l'affaire de manière dialectique. Une opération entraîne une réaction qui en retour entraîne etc. Le commandement du pays A est très heureux de ses

nouveaux joujoux technologiques. Il s'en réjouit d'autant plus qu'il va économiser ses hommes, écraser les forces armées ennemies très facilement et qu'il ne risque plus d'être gêné par les pacifistes qui feront pleurer les mamans des pioupious.

Très bien, maintenant, dans le pays B, c'est d'abord la peur, mais une peur limitée, parce qu'au fond ce n'est pas forcément bien pire que ce qui se fait déjà. Ce point est absolument crucial pour la suite des événements. On avait déjà été frappé par des Superfortress et des missiles de croisière, donc par des ennemis cachés bien à l'abri. Ce n'est pas vraiment nouveau, puis il y a eu les drones. Alors où est vraiment le point de rupture ? Va-t-on renoncer maintenant ? Peut-être pas car un autre sentiment monte. C'est un sentiment de dégoût, d'injustice devant une cruauté non seulement meurtrière mais littéralement inhumaine. Il n'est pas du tout certain que les programmeurs des robots seront cruels, au contraire même, mais les conséquences de leurs actes en donneront l'impression. Voilà de bonnes raisons de faire un ultime effort.

Pendant ce temps, dans le camp A, on est très loin de comprendre ce qui se passe en face. Pourquoi n'admettent-ils pas la justesse de nos vues ? Pourquoi s'obstinent-ils ? Pourquoi ne voient-ils pas que nous sommes là pour les libérer ? Et on le comprend d'autant moins qu'une double séparation s'opère insidieusement : entre les décideurs et le terrain d'une part, entre l'armée et la

nation d'autre part. Du côté de l'armée on prend l'habitude de la facilité. On ne met plus guère les pieds dans les zones dangereuses, et on commence à croire que l'homme n'a plus sa place sur le terrain, qu'on peut tout faire à distance. De temps en temps, un grincheux se dit vaguement que pour gagner les cœurs et les esprits, ce n'est pas terrible, mais on aime bien les réseaux sociaux virtuels, on sait bien communiquer depuis Internet... Du côté de la population, puisque les braves soldats rentrent à la maison en pleine forme et repus, on s'imagine que tout va bien. On est même soulagé parce qu'on se souvient que le grand frère était bizarre en revenant de là-bas. Maintenant c'est tellement mieux et on peut faire confiance au gouvernement qui sait ce qu'il fait. Il y a bien le vingt heures mais qu'est-ce qu'ils ont à raconter ? Encore une journée ordinaire, quelques chiffres entre les hamburgers et le pop-corn. Et je vais retourner à ma Playstation. Qui s'intéresse encore à ce qui se passe au loin ?

Dans le camp C, il y a toujours un camp C, les avis sont partagés. On se réjouit un peu de ce que des opérations puissent être propres, mais on est tout de même inquiet. De temps en temps, des réfugiés du camp A nous interpellent entre deux morceaux de fromage. Puis une certaine indignation se fait jour. Mais on n'agit pas. On voudrait protester un peu contre ces armes inhumaines mais au fond, on ne sait pas quoi en penser. Certains en ont peur, peur d'être les suivants sur la liste. D'autres se disent qu'après tout, ils ont bien leurs raisons pour agir

ainsi. Et puis, en quoi est-ce vraiment nouveau ? On s'est déjà habitué à tant de choses. Dans les armées du camp C, on réfléchit à des parades ou à des moyens de dissuasion. Et les gouvernements protestent pour la forme car ils auraient bien du mal à justifier leurs propres programmes d'armement. La course est relancée. On envisage de donner plus d'autonomie aux robots, avec des programmations read-only pour éviter une prise de contrôle par l'ennemi et des sous-réseaux fermés sous la direction d'un officier robot etc. Il faut bien parer les parades de ceux d'en face.

Dans le camp B, on survit tant bien que mal, et on cherche des soutiens improbables et on se résout à de nouvelles actions. On va frapper chez eux, sur le territoire même de A. Et pourquoi on n'utiliserait pas aussi des armes robotiques ? Tenez, la compagnie machin, dans un pays C, vient de concevoir un robot majordome qu'il suffirait de modifier un tout petit peu pour qu'il dépose une bombe dans le bureau du général ennemi.

Les attentats provoquent l'indignation dans le camp A. On est obligé de renforcer la surveillance un peu partout. On crée pour cela des auxiliaires de police robotisés, équipés d'armes non létales. Und so weiter, and so on, etc.

QUI A FAIT ÇA ?

Il est très facile d'imaginer ainsi des scénarios d'escalade autour des robots, comme d'ailleurs autour de toute nouvelle technique guerrière qui donne à son détenteur

l'illusion de pouvoir dicter les lois de la guerre. On m'objectera que ce ne sont pas les seuls scénarios possibles et que la réprobation entourant des événements graves ou criminels pourrait amener à bannir les robots comme on a banni les mines antipersonnelles. L'opinion du pays A pourrait s'indigner de ce que l'on commet des crimes en son nom. Malheureusement, les robots comportent un avantage très net pour les va-t-en-guerre. C'est que ça permet d'agir avec beaucoup plus de discrétion. « Loin des yeux, loin du cœur ». L'opinion sera très lente à réagir et c'est vrai pour la pitié encore plus que pour l'amour.

Du côté des militaires, on n'identifie les règles de la guerre, si tant est qu'il en existe, que pour les transgresser et obtenir par là un avantage. On ne les respecte que dans la mesure où la peur d'être soi-même victime d'une semblable transgression dépasse les avantages espérés quand on les viole. M'en priver serait trop dangereux. « Si je ne les utilise pas, d'autres le feront ». Comme « ce n'est pas tellement pire que ce qui se fait déjà », cela deviendra très rapidement la norme. D'un autre côté, les industriels continueront de faire valoir les enjeux économiques, les retombées sur l'emploi ou la technologie, ou plus simplement useront de leur puissance financière pour forcer la main des politiques de plus en plus ignorants du fonctionnement réel des armes.

Beaucoup de systèmes de déplacement ou d'armement ne seront pas adoptés pour des raisons tactiques ou stratégiques mais encore plus qu'aujourd'hui pour des raisons économiques ou à cause de la fascination

qu'exerce la technologie. Et la tentation d'utiliser ces armes, « parce qu'on n'a pas dépensé tout cet argent pour rien », sera plus forte que jamais.

A l'extrême, on peut craindre plusieurs choses :

1. Une dilution des responsabilités, les fabricants, les militaires et les politiques se rendant mutuellement responsables des éventuels dysfonctionnements, sous le regard d'une population passive.
2. Un abaissement du seuil de la violence acceptable, c'est-à-dire une tentation plus grande d'employer la force, puisqu'elle coûte moins d'hommes dont les familles protesteront, ce qui peut décourager l'esprit de compromis nécessaire à la diplomatie.
3. En partie en conséquence du point précédent, une indépendance aggravée de l'armée par rapport au politique.
4. Après les deux précédents, la tentation d'une guerre permanente.
5. Des répercussions liberticides sur la société civile dans le pays même qui emploie ces robots, en particulier si on en tire des applications policières.

Et tout ça pour peut-être perdre la guerre au bout du compte.

A LAST HOPE ?

Cependant, les seuils d'acceptation de la violence ne seront pas affectés uniformément selon les acteurs concernés et selon les étapes du processus. Bien des choses peuvent se passer et affecter les résultats finaux. Et la première est tout simplement la conscience que l'on a du danger. Si l'on connaît les dérives possibles, on peut ajourner une catastrophe sine die. Toute la question est de savoir qui est « on ».

Et pour ceux qui confondent anticipation et science-fiction, essayez juste de vous renseigner sur l'Urban Challenge, organisé par la DARPA en 2007 et sur la reconnaissance automatique des cibles. On trouve beaucoup de choses sur Internet.

Juste pour voir le chemin qu'il reste à parcourir.

PREPARÉS

Sanqua Spark I
Une réalisation de
SANQUALIS.com a but non
lucratif. Gratos, quoi.

Ont participé à l'élaboration
laborieuse de ce numéro et de
Sanqua Spark I en général :

Sébastien
Lugh
Kylian
Egomet
Jika
Meego
SilentZen
Ekianjo

Remerciements à :

Andy Schatz.
Goichi Suda.
Albert Camus.
Pierre Carde.
Eric Viennot.

Sortie officielle
Le 12 septembre 2010.

Pour les fanatiques du légal:

1. Vous êtes libres de redistribuer
Sanqua autour de vous à condition
de conserver le principe de
gratuité et de ne pas le modifier
par rapport à la version officielle

2. Les images utilisées dans ce
Sanqua sont à but uniquement
démonstratif et non publicitaire.
Si vous êtes l'auteur d'une ou
plusieurs de ces images, vous avez
notre considération et notre ad-
miration. Si malgré tous ces bons
sentiments, vous ne désirez tout
de même pas qu'elles figurent dans
Sanqua, nous respecterons vos
souhaits. Contactez-nous.

3. Les opinions exprimées un
peu partout n'engagent que leurs
auteurs. Si vous avez un problème
avec la liberté d'expression, rien
ne vous empêche d'aller vous faire
foutre. Et de ne plus lire Sanqua.

4. Les noms de marques citées
dans Sanqua appartiennent à leurs
propriétaires respectifs et ne
sont utilisées qu'à but informatif,
satorique ou parodique. Désolé si
nous n'avons pas mis un TM et un
C sur chaque ligne, mais ce genre
de conneries est relativement
casse-couille, merci infiniment de
votre compréhension.

5. Nous n'aimons pas être re-
sponsables de ce que vous faites
avec votre ordi, de ce que vous
installez dessus. Si votre PC ou
machine quelconque s'auto-detruit
à l'ouverture de Sanqua, c'est votre
problème, pas le nôtre.

6. Sanqua n'est pas un magazine
sérieux. Sanqua n'est pas un
magazine sérieux. Sanqua n'est

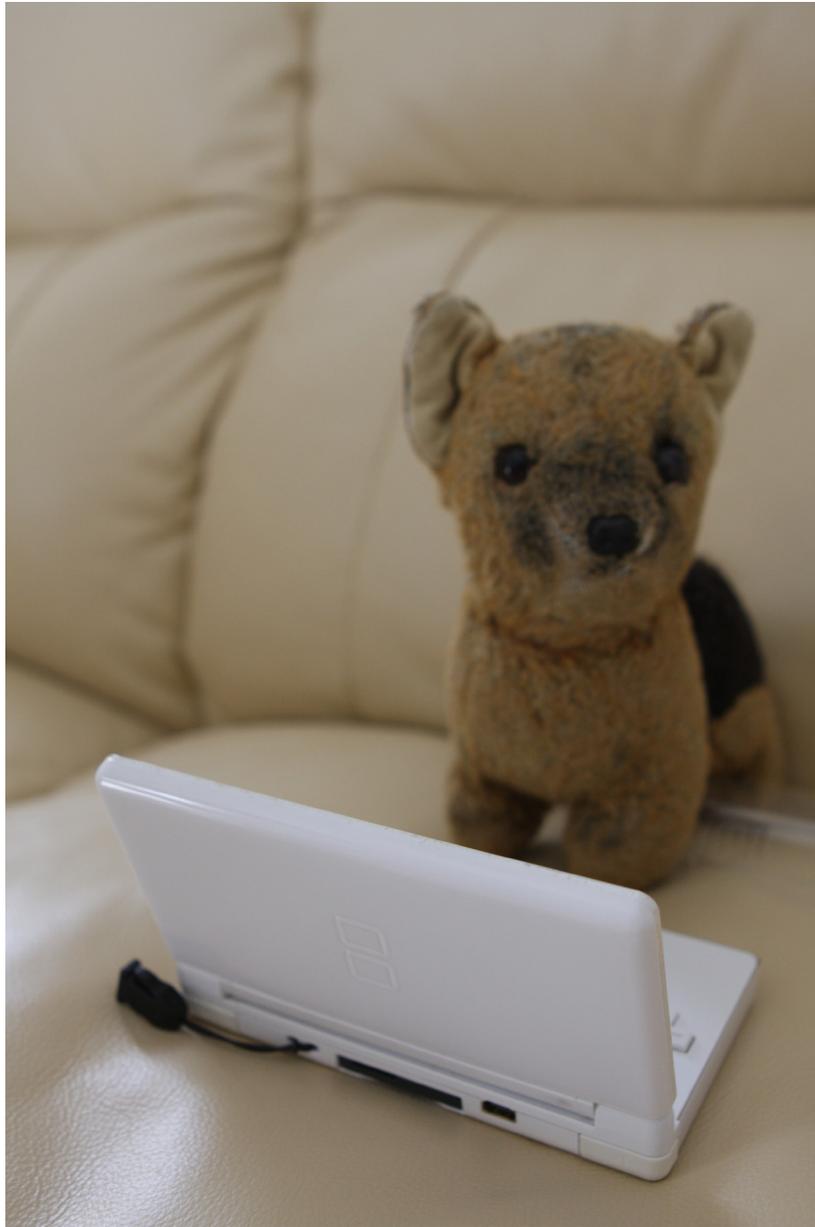
pas un magazine sérieux. Vous avez
compris ou je dois répéter ?

7. Tous les auteurs de Sanqua
donnent de leur temps pour avoir la
chance d'être publié ici. Même si ce
sont tous des génies en puissance,
il leur arrive parfois d'écrire
des énormités sans s'en rendre
compte. N'hésitez pas à venir nous
corriger ou nous éduquer avec des
martifouets si nécessaire. Personne
n'est infailible.

8. Si vous avez besoin de répondre
à un article, n'hésitez pas à venir
faire un tour sur le forum ou à nous
contacter directement par le for-
mulaire consacré. Vous serez bien
reçus la première fois, mais rien ne
garantit que ça ne se terminera pas
en baffes si vous insistez.

9. Sanqua est écrit en français,
mais comme la plupart de nos
rédacteurs ont du mal avec cette
merveilleuse langue, il est fort
possible que nous l'ecorchions
régulièrement. Mille excuses.

10. La rédaction de Sanqua est
toujours à la recherche éventuelle
de talents en tous genres. Si vous
savez faire quelque chose d'unique,
genre signer un chèque avec votre
gros orteil gauche, vous pourriez
nous intéresser. On sait jamais. À la
rigueur, si vous n'avez qu'une bonne
plume, qu'un bon crayon, qu'un bon
œil ou qu'un beau sourire, votre
candidature ne serait pas exclue
pour autant.. Essayez, ça coûte rien.



Fin de Spark 1

SANQUA

www.sanqualis.com