

A large, stylized green graphic on the right side of the image, resembling a person jumping or running. The figure is composed of thick, rounded lines and is set against a white background that transitions into the green background of the overall image.

SANQUA
SPARK



Panasonic

R.E.A.L.
300 INTERACTIVE MULTIPLAYER
FZ-1

ACCESS

COMPACT
disc
DIGITAL AUDIO

READY



CONTROL

Les grands penseurs se
sont toujours heurtés à
l'opposition violente des
esprits médiocres.

Albert Einstein



where it all begins

15 ans chevaliers

un jeu d'enfant ata ata hoglo hulu

inachevé histoires d'O

time is now

lucarne de l'idée dans les suites

au fil du jeu pleurnichards

effets d'annonce droit d'auteur et numérique

going on

the factory mercure montant

avant coureur casques de plongée

anticipantia clonage reproductif humain

K
SANQUA
R
A
P
S

15 ans

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



chevaliers

15 ans

Par EKIANJO

Pour une fois, je vais transgresser légèrement la règle de cette rubrique qui veut que l'on traite d'un soft édité 15 ans plus tôt. Tout d'abord parce que je le veux, ça m'arrange, et ensuite parce que je le peux, donc personne ne viendra se plaindre. Et le premier qui bronche, je lui casse un bras pour l'exemple.

Abordons ainsi le cas de *Wing Commander III*, développé par Origin, sorti en 1994 sur PC, puis 1995 sur 3DO, et 1996 sur Playstation (ouf, pile 15 ans pour cette version). *Wing Commander III* était le fier successeur d'une série de jeux de combats spatiaux déjà forte de deux épisodes tout à fait remarquables.

Pour rappel, *Wing Commander I* avait tout simplement révolutionné le jeu sur PC, une machine jusque là à l'usage professionnel, qui peinait à démontrer son potentiel ludique face aux consoles et ordinateurs 16 bits de l'époque (Amiga et Atari ST). *Wing Commander* bénéficiait directement du surplus de puissance des PC en termes de calcul 3D – certes, on n'affichait pas encore de polygones à l'époque, et le jeu se rabattait sur des sprites représentant les différentes positions des appareils ennemis suivant différents angles, mais pour simuler la distance par rapport à l'ennemi, le jeu zoomait plus ou moins sur ces sprites en temps réel... Une astuce extrêmement efficace en 1990 pour offrir une expérience de combat spatial sans équivalent – et pour peu que vous ne fussiez pas à deux centimètres du vaisseau ennemi, c'était très, très beau, à défaut d'afficher des animations très fluides. Mais *Wing Commander*, c'était beaucoup plus que



ça. Un vrai scénario, des cinématiques longues, beaucoup de dialogues, un véritable univers qu'on découvrait au fur et à mesure de l'aventure. Comme Chris Roberts, le créateur de la série, le décrivait lui-même : « *C'était un jeu qui proposait une expérience, une immersion totale dans un autre monde.* » En effet, les personnages intervenant dans l'histoire n'étaient pas de simples pions, ils avaient leurs histoires personnelles, leurs conflits intérieurs, leurs idéaux avec lesquels ils transigeaient parfois dans le contexte de la guerre.

Les innovations dans le jeu se comptaient par dizaines, comme par exemple les musiques dynamiques pendant les combats (un procédé certes similaire au *IMuse* de LucasArts dans le principe), la gestion d'un autre pilote dans votre escadron (d'où le terme *Wing Commander*) sans oublier un scénario qui laissait la place aux échecs.

Différents embranchements dans l'histoire étaient proposés suivant les résultats de vos missions. Et je dirais même plus, vos compagnons dans l'aventure pouvaient mourir si n'étiez pas à la hauteur, il n'était pas rare d'assister à quelques funérailles – pas de guerres sans morts, comme on dit. Et si vous mouriez au combat, avant de voir un écran de Game Over, vous aviez vous-mêmes la chance d'assister à votre propre inhumation.

Wing Commander II, peu de temps après le premier, allait encore plus loin dans les cinématiques, la qualité du scénario, et toute la réalisation montait d'un cran, en offrant entre autres des voix digitalisées pour tous les dialogues.

Quand il sort en 1993, Wing Commander III se trouve donc à la croisée des chemins, dans plusieurs domaines. Tout d'abord, technologiquement parlant : c'est l'un des premiers jeux à passer à la vraie 3D avec textures (X-Wing de LucasArts était en vraie 3D mais en surfaces pleines), en délaissant les sprites des précédents épisodes, grâce à un moteur que les gens d'Origin appelaient le « 3D Realspace graphics system ».



Ci-contre, le premier Wing Commander de Chris Roberts, révolution ludique en son temps. Même les scènes de combat spatial, n'utilisant pourtant que des sprites, pouvaient vous procurer la sensation d'être dans un Star Wars chez vous.

Le deuxième épisode, dans la partie inférieure, reprenait la même recette mais proposait beaucoup plus de cinématiques, de scénario, et des personnages encore plus recherchés. Sans parler d'une réalisation complètement hors du commun pour l'époque, c'était une vraie justification pour claquer votre dernier salaire dans un processeur plus puissant pour gagner quelques images par seconde en plus.





Les graphismes étaient encore rudimentaires, et c'est normal vu qu'aucune carte 3D n'existait encore au moment de sa sortie (il faudra attendre le chip Voodoo de 3dfx en 1996 pour ça). Ainsi fallait-il une bête de course (Pentium 90 mhz, avec une carte graphique disposant d'un bus local rapide) pour espérer au mieux 24 images/sec. Les cinématiques en 2D avaient été remplacées par de la vidéo Full motion (FMV), avec de vrais acteurs filmés devant des « blue-screens » (en fait verts, que les décors pré calculés remplacent en postproduction). C'était sans doute l'un des premiers jeux vidéo à utiliser ce procédé, qui n'était pas encore généralisé au cinéma non plus. Mais pour stocker autant de vidéo (3 heures et demie au total), impossible de distribuer le jeu sur disquettes. A la pointe de l'innovation, là encore, Origin opte pour le format CD, mais ne pouvant stocker assez de vidéo sur un seul, ils en mettent quatre dans la boîte !

En termes de budget, là aussi, on fait exploser la tirelire, avec 4 millions de dollars nécessaires, chose jamais vue pour l'époque. C'est aussi parce que des acteurs extrêmement connus rejoignent le casting, comme Mark Hamill (cultissime Luke Skywalker dans le rôle de Christopher Blair), Malcom McDowell (Amiral Tolwin de Clockwork Orange), John Rhys-Davies (Paladin, vu dans Indiana Jones and the Last Crusade, et LOTR en tant que Gimli), François Chau (plus récemment disparu dans Lost, la Dharma initiative), Tom Wilson (Mania, mais aussi Biff dans la trilogie des Back to The Future)... bref, un casting de folie et toujours inégalé. « Dans cette période, il me semblait que c'était la seule manière de donner un meilleur niveau à l'histoire et aux personnages de Wing Commander III.

Le but a toujours été de vous donner l'impression d'être la star de ce film », en dira Chris Roberts.

C'était un pari osé, vu que bon nombre de jeux sur CD se sont aussi essayés à la mode de l'intégration des séquences filmées, avec plus ou moins de bonheur (souvent moins). La technologie était encore nouvelle et impressionnait facilement le joueur lambda. On pouvait même voir des jeux entièrement basés sur ces séquences, comme Night Trap. Le problème de ces titres est qu'ils manquaient d'interactivité et finissaient par être creux (remarquez, ce problème vaut toujours)... sans parler de la qualité discutable des « films » en question, des effets spéciaux cheap-de-cheap, et des acteurs récupérés au bord de la route.

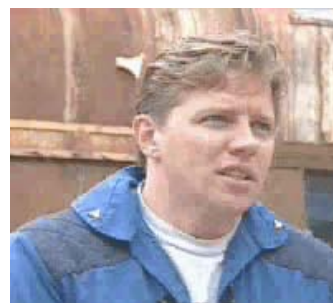
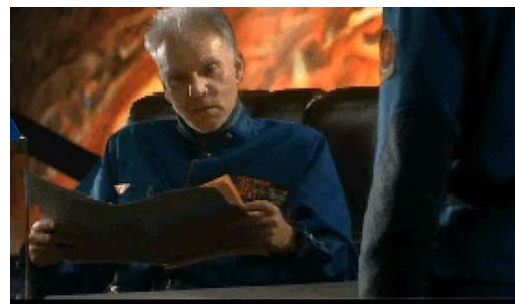
Mais ce n'était donc pas le cas de Wing Commander III, qui n'oubliait pas d'être en plus un simulateur de combat spatial exigeant. La réaction critique et commerciale ne s'y est pas trompée, puisqu'il s'est vendu rapidement près de 500 000 copies du jeu alors qu'il était un jeu PC, avant d'être converti sur consoles. On a d'ailleurs dit de Chris Robert que sa contribution au sein d'Origin aura été essentielle, pour faire passer le chiffre d'affaires de la société de 4 à 50 millions de dollars en 1995. A lui tout seul, Wing Commander III y aura d'ailleurs contribué à hauteur de 30 millions de dollars, rien que ça, pendant sa période de vente.

Et pourtant, Wing Commander III est un jeu comme on n'en fera plus jamais. L'ère des séquences filmées dans les jeux est complètement révolue, et comme Chris Roberts le prédisait

lui-même plus de 10 ans auparavant, la mode est désormais à la 3D pour les cinématiques: « Le futur sera fait de 3D photoréaliste, et le multijoueur sera devenu une composante importante (mais ne remplacera pas le reste). La FMV est probablement une chose du passé, puisqu'avec les cartes 3D récentes vous pouvez raconter des histoires passionnantes directement DANS le moteur du jeu. Et ça ne va que s'améliorer avec le temps. Pourquoi donc chercher à couper l'ambiance avec une séquence filmée ? C'était un bon moyen narratif 3 ans plus tôt mais la technologie est passée au-delà. Metal Gear Solid est un bon exemple d'un jeu 3D qui raconte une histoire DANS le moteur du jeu. »

Cependant, malgré tous les progrès réalisés par la technologie, nous sommes encore loin d'égaliser la qualité d'un jeu d'acteur filmé. Pour plusieurs raisons.

D'une part, les personnages synthétiques n'ont pas encore passé le stade du faux, et rares sont les cas où l'on pourrait se demander si le personnage est réel ou artificiel. Et même les jeux qui tentent de passer cette barrière sont loin, très loin de l'objectif (Heavy Rain, par exemple). Question de rendu graphique, déjà : le photoréalisme est encore à des années-lumière, surtout en ce qui concerne les personnages, bien qu'on ait fait beaucoup de progrès sur les objets inanimés (voitures, par exemple). Au-delà du rendu, les animations faciales sont encore pourraves. Ca s'est amélioré au cinéma, mais dans le jeu vidéo la quantité d'informations que les visages transmettent est toujours très faible : à part les lèvres et les yeux, tout est souvent trop statique.



La qualité de production sur Wing Commander III parle d'elle-même. Un casting de grandes stars (au passage, en haut à gauche, remarquez le gars de Lost!), des personnages bien écrits, des effets spéciaux tout à fait corrects (animatronics pour les mouvements des lèvres des Kyrathis, et des décors faits en synthèse, par incrustation), non, y'a pas à dire, ils avaient mis ce qu'il fallait pour épater leur monde en 1994. Je me rappelle, en lançant ce jeu la première fois à l'époque, comment ça faisait tout drôle de se retrouver devant un film jouable.



Après Alyx et ses petits yeux brillants, l'une des vraies nouveautés introduites par Half Life 2, ce qui se fait de mieux actuellement dans le jeu vidéo, au point de vue des expressions faciales, c'est LA Noire. Mais pour arriver à un tel rendu, il faut allonger les thunes et les caméras (32 caméras nécessaires). Le système a tout de même ses limites (les acteurs sont figés quand leur expression est capturée).



Il a fallu attendre Half Life 2 pour avoir un semblant de vie dans Alyx – quand ils ont su rajouter un peu de réflexion dans ses yeux. Mais c'est trop peu. Certes, le récent LA Noire de Team Bondi est un pas majeur dans la bonne direction, mais les coûts mis en œuvre pour aboutir à de tels rendus sont énormes, et ils nécessitent toujours la présence de véritables acteurs. La technique a aussi ses limites : leur système ne capture que les visages, et exige donc le découplage de la Motion capture et des mouvements faciaux. Si, dans une scène de dialogue, ça ne pose pas de problèmes, dans une scène où le personnage est en mouvement, en revanche, les expressions du visage peuvent donner une impression étrange, suivant l'action en cours.

Ensuite, le jeu d'acteur n'est pas quelque chose qui s'écrit sur une feuille de papier ou dans des lignes de code : cela exige de l'apprentissage, de l'expérience, et pas simplement la capacité de faire du lip-synching. Le cas de Metal Gear Solid cité par Roberts est ambigu. Une partie énorme du jeu d'acteur dans MGS est procurée par les doublages (excellents, dans la version américaine en tout cas). Les animations dans le moteur 3D sont rudimentaires, et plus symboliques que réalistes. On voit tout de suite que les phases de codec sont plus à même de transmettre des émotions, par l'intermédiaire de dessins style comics, où les traits, les expressions sont légèrement exagérées, chose que l'on n'arrive pas encore à faire très bien sous forme 3D, même en 2011. En cela, la narration d'un MGS1 est bien meilleure que celle d'un MGS4, malgré l'écart technologique. Les scènes de codec dans MGS4 sont particulièrement atroces.

Allez, prenez l'exemple de Aliens (James Cameron) datant de 1986, et celui de Alien 3 de Fincher en 1992. Début 1990, tout le monde du cinéma se met à l'image de synthèse, après le succès de Terminator 2 (de Cameron, tiens!). Mais, la plupart le font mal, et l'Alien en question dans le troisième épisode est trop synthétique, trop luisant, il manque de naturel et les acteurs n'arrivent pas à bien «coller» leur jeu avec. Les Aliens de 1986 en silicone étaient bien plus crédibles. Bave, saleté, reflets plus ou moins opaques, rien à dire, c'était le summum des effets traditionnels. Même en 2011, le cinéma n'est pas complètement mûre au niveau des effets spéciaux en synthèse, c'est dire combien la transition était prématurée.

Dans un sens, il est bien plus dur désormais de faire des personnages crédibles, vu qu'on est passé au tout 3D. La transition s'est effectuée avant la maturité de la technologie. On a abandonné les séquences filmées pour se rabattre sur des séquences purement de synthèse, au rendu et à l'impact narratif bien souvent inférieurs, même si leur intégration était plus facile. On peut dresser le parallèle avec les effets spéciaux au cinéma, où nous sommes passés, des années 80 et des effets réalisés «à la main» avec du maquillage, des automates ou des déguisements, à l'image de synthèse des années 90, souvent avec des résultats largement inférieurs en termes de rendu. Limite la honte. Et même en 2011, le CGI au cinéma n'est toujours pas mûr. Seuls certains films tirent vraiment leur épingle du jeu (District 9, pour ne citer que lui).

Dans le jeu vidéo, c'est pareil : il faut investir beaucoup de temps et de ressources pour espérer avoir un rendu correct mais jamais parfait, alors qu'on peut y parvenir presque immédiatement, en mettant en scène des acteurs, même moyens, devant une caméra. La palette, la qualité des expressions humaines est incomparable. Evidemment, cela n'est pas forcément facile à intégrer dans le reste du jeu: la transition entre séquences filmées et séquences de jeu pourrait être brutale, certes, et le jeu doit vraiment être fait pour ça. Ce n'est sûrement pas adapté à certains genres, mais il est cependant regrettable d'avoir complètement abandonné cette technique, surtout au vu de la médiocrité des acteurs virtuels en général. Certains genres s'accommodaient très bien du mélange film/jeu, notamment la série des Tex Murphy (Under a Killing Moon). Même quand on y rejoue maintenant,



malgré le fait que les graphismes 3D ont bien mal vieilli, ces jeux tiennent encore la route grâce à leurs scénarii et au jeu des acteurs, en voix off ou en vidéo.

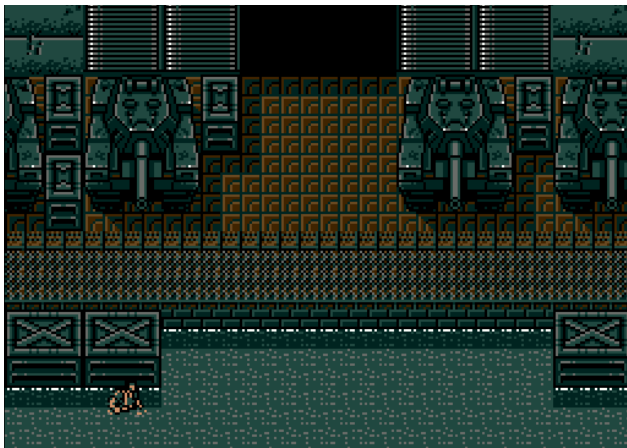
Je vous entends d'ici: oui, les contre-exemples existent dans les jeux modernes, citons par exemple Bioshock Infinite, qui prouve que des personnages virtuels peuvent être tout à fait crédibles à défaut d'être réalistes ; mais on est loin de pouvoir parler de « norme » dans le jeu vidéo, il s'agit clairement d'une exception.

Wing Commander était de ceux-là. A tel point qu'il marqua la fin du règne d'Origin dans le monde du jeu vidéo, puisque le rachat du studio par EA allait rapidement dégrader les choses, d'abord en interne. Alors que Chris Roberts voulait se consacrer à un autre jeu après Wing Commander III, EA allait lui en commander un quatrième opus, qui sera son dernier projet avant de quitter la grande structure. Ce n'est pas

uniquement un nom d'éditeur qui disparut ainsi avec Origin, mais aussi un état d'esprit. Chris Roberts racontait tout récemment: « Je n'ai pas fait Wing Commander parce que je me suis dit « oh, c'est quelque chose qui va bien se vendre », ou « il y a un manque dans le marché », c'était juste « je veux ce genre d'expérience de jeu ». »

Origin était cette structure composée de gens talentueux qui repoussaient constamment les limites des machines (et techniques) pour faire des jeux auxquels ils aimeraient jouer. Même leurs jeux à moindre succès avaient toujours de bonnes petites idées, de bons concepts et ils innovaient aussi bien de manière technique que narrative.

Strike Commander était un exemple de jeu dont les graphismes faisaient rêver, et qui touchait un sujet inhabituel : celui de la vie de pilotes d'avions mercenaires dans un monde post-troisième guerre mondiale.



Ne soyons pas réfractaires quand les évolutions technologiques vont dans le bon sens. Dans le cas de Metal Gear, le passage de la 2D à la 3D a apporté une plus grande richesse de jeu pour l'infiltration, tout en procurant un vrai sentiment d'immersion. Ce n'est pas sûr qu'on puisse dire la même chose d'un Sonic 2D face à un Sonic en trois dimensions.

Depuis ces années, les innovations techniques ont été importantes, mais toutes ces ressources englouties pour faire de meilleurs et plus beaux moteurs de jeu n'ont pas souvent trouvé leur équilibre dans la qualité du contenu produit. Comme je le disais dans SPARK2 (précédent numéro, cf. Au Fil du Jeu), il y aurait des tonnes de choses à faire du côté narratif mais cela ne semble intéresser personne dans l'industrie.

Une industrie qui se contente de reproduire encore et encore les mêmes schémas d'un jeu à l'autre sans chercher à mettre à jour autre chose que les graphismes, et souvent même en simplifiant le cœur du jeu (gaminisation galopante).

Ce décalage entre technologie et contenu n'a pas lieu d'être, puisque la technologie est un outil pour justement donner vie à l'essence du jeu. Le passage de Metal Gear en 3D faisait du sens, par exemple, du moment que le concept d'infiltration était enrichi par la 3D. L'intégration de la physique dans Crysis était naturelle, puisqu'elle enrichissait aussi les possibilités du jeu en termes d'attaque, de défense et d'interaction. De même, le parti-pris de Wing Commander III de passer à la full 3D rendait les combats plus dynamiques, plus réalistes, plus trépidants.

Mais est-ce que le travail technologique effectué sur un Heavy Rain apporte davantage de richesse au jeu d'aventure, quand il limite les mécanismes à deux-trois choix dans les dialogues et à du tripotage de boutons dans les QTE ? Rien n'est moins sûr.



Ce n'est pas le seul jeu à tomber de ce côté de la barrière, ne croyez pas que je prenne Heavy Rain comme bouc émissaire, c'est presque une tendance générale.

Alors qu'il travaillait encore chez Digital Anil, à la fin des années 1990, Chris Roberts disait plus ou moins la même chose: « Il y a trop de jeux, il n'y a plus de vraie innovation, et les jeux sont orientés par la technologie qui les anime plutôt que par le contenu. »

Chris Roberts, après EA, continua quelques années dans le jeu vidéo en fondant Digital Anil et en sortant deux jeux, Starlancer et Freelancer, qui reprenaient plusieurs concepts de Wing Commander et de Privateer, mais avec moins de succès. Ensuite, à la surprise générale, il s'écarta du jeu vidéo pour le cinéma, frustré par l'obstacle technologique:

« Il y a des choses que je voulais faire mais qui étaient techniquement impossibles. J'étais frustré par la technologie, et je voulais davantage explorer le langage narratif, c'est pourquoi je suis passé par la case cinéma. » Le jeu vidéo moderne serait-il donc moins fouillé encore et plus simplet que le cinéma, pourtant lui-même en déliquescence sur la profondeur scénaristique ? C'est à craindre...

Les frustrations technologiques étaient aussi liées au temps de développement, notamment sur Freelancer: « En tant que créatif, c'est vraiment lassant de travailler sur un projet qui dure 5 à 6 ans. Tous les gens de ID Software sont des types super, Carmack et Tim, mais ils ont travaillé sur Rage pendant plus de 5 ans déjà. Je pense qu'ils se disent maintenant « on espère qu'on ne mette plus jamais autant de temps pour faire des jeux ». Et c'est une des raisons pour lesquelles je suis parti, parce que je ne veux pas rester dans un projet technologique sans fin. Une des choses qui m'a attiré vers le cinéma, était que les films pouvaient se faire en un an, un an et demi. [...] Pour les Wing Commanders, le cycle de production ne prenait pas plus d'un an, un an et demi aussi, et quand ça prend trop de temps, au-delà de ces limites, vous commencez à perdre tout l'aspect motivant de la créativité. Le développement d'un jeu n'a pas besoin de ces temps de production gigantesques. »

Bien que Roberts ait codé la plupart de ses premiers jeux, (en tout cas jusqu'à Strike Commander, et une bonne partie de Wing Commander III), il n'avait pas de passion pour le code en lui-même: « Je détestais la programmation. Je trouvais ça très pénible, mais je l'ai fait parce que je voyais tel truc dans



ma tête et je voulais le faire apparaître à l'écran. J'étais très efficace dans ma manière de programmer parce que je voulais m'en débarrasser le plus vite possible. Au moment où j'ai quitté l'industrie, c'était devenu un vrai travail d'ingénierie de faire des jeux. »

Dans une interview récente, Chris semblait indiquer son intention d'opérer un come-back dans le jeu vidéo, puisque les différents moteurs permettent désormais (si vous en avez les moyens), de justement réduire le temps de développement de manière significative et de se concentrer davantage sur le contenu: « Maintenant vous avez des outils sûrs, stables, et beaucoup plus de talents disponibles. De loin, il semble que vous pouvez faire des projets très ambitieux, de haut niveau, et ne pas avoir besoin de 5 ans pour les réaliser. Ils peuvent se



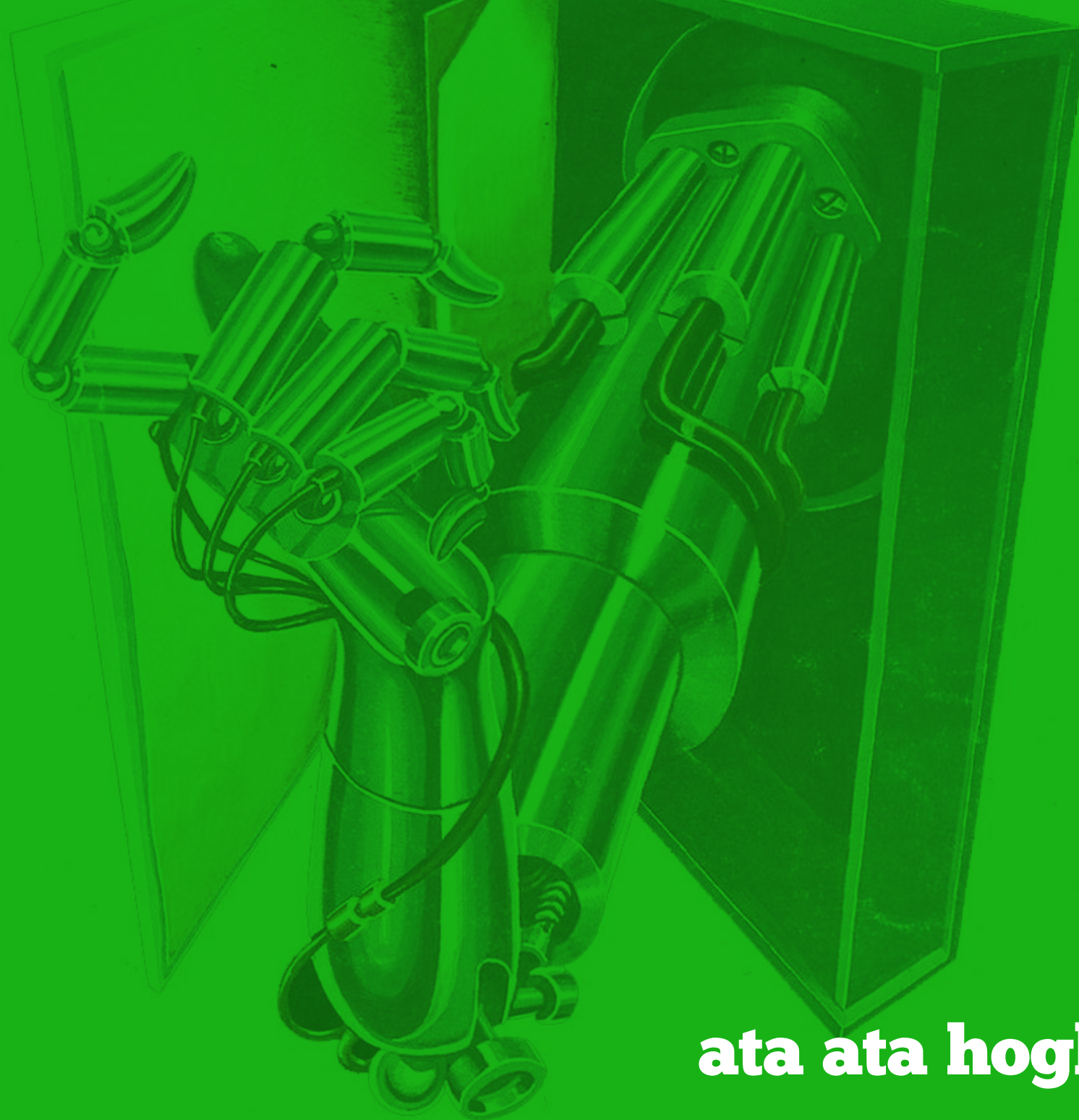
faire en 2 ans. Faire quelque chose de très spécial en deux ans, ça répond exactement à mes aspirations créatives. »

A propos des jeux actuels, il ne cache pas qu'il trouve certains titres fantastiques... « Il y a de très bonnes choses qui se font. Mais je crois que je pourrais revenir pour repousser les barrières du narratif à nouveau, sur un mode cinématographique. J'observe ce qui se fait, et d'une certaine façon, c'est toujours restreint, et ce n'est pas à cause de la technologie. C'est restreint à cause de la manière dont c'est conçu. »

Un autre revenant, alors ? Ce serait la bonne surprise de 2011, si le bonhomme se décide réellement à passer le cap. Un peu plus de concurrence ne fera pas de mal.

un jeu d'enfant

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



ata ata hoglo hulu

un jeu d'enfant

Par EKIANJO

« Le commencement est toujours un moment très délicat. »

Ce n'est pas moi pas qui le dis, c'est la princesse Irulan, dans le film « Dune » de David Lynch. Un énoncé qui suggère la fragilité, l'instabilité de toute entreprise, une notion que Philippe Stark abordait d'une manière certes plus folklorique dans sa présentation complètement improvisée à la conférence TED, où, à travers mille gesticulations et onomatopées (« gloub gloub »), il émettait l'idée que la vie était peut-être issue d'un processus itératif sur Terre, émergeant plusieurs fois avant de disparaître, puis réapparaître, avant de s'implanter une fois pour toutes.

Mais là n'est pas notre sujet, même s'il concerne le parcours d'un autre Philippe, Philippe Ulrich en l'occurrence, qui justement en connaît un certain rayon sur les débuts d'une chose qui nous passionne: ceux du jeu vidéo. Pionnier dans le domaine du développement et de l'édition, (co)fondateur d'ERE Informatique puis de Cryo Interactive, il pourrait cumuler les titres, mais ces deux noms sont les seules preuves de Noblesse nécessaires.

Pour bien comprendre comment Philippe Ulrich et ses collaborateurs ont su faire preuve de génie créatif, revenons quelques années en arrière, à une époque où le jeu vidéo n'existe même pas. Les années 60 voient un Philippe Ulrich ado, bricoleur, et nul doute, l'art de la bidouille est déjà dans les gènes: « Je suis né avec un fer à souder à la main. Je démontais les télévisions, les radios, je trouvais que les réglages d'usines n'étaient pas parfaits, j'ai eu plusieurs magnétophones à cassettes, je me suis fabriqué un multipiste pour pouvoir



Philippe Ulrich (en 1997)

faire de la musique en multitracks. Je faisais des fusées aussi, chlorate de soude (désherbant que j'achetais par kilo en faisant croire que c'était pour le jardin de mes parents), sucre glace, pompe à vélo. C'était l'époque où l'homme allait sur la Lune... J'ai failli exploser plusieurs fois. »

Comme beaucoup d'autres jeunes de son époque, le choc du jeu vidéo arrive avec les ancêtres « ... un Pong ou un Invaders, au bistro du village. Dans le Sud-Ouest en ces temps là, le bistro était le lieu de rendez vous de tous les ados. Le Pastis 51 coulait à flots et on passait nos temps de loisir près du scopitone à faire des parties infernales de flippers ou de babyfoot. Lorsque les jeux vidéo sont arrivés, c'était la folie, fallait faire la queue pour jouer... »

Les études, vous pourriez le deviner, ça n'était pas vraiment la vocation d'Ulrich, qui s'amusait d'ailleurs à raconter: « J'ai été très tôt interné dans un collège, et je n'aspirais qu'à une chose, me barrer. J'en suis sorti en sixième, j'y suis resté de huit ans à treize ans, après mon certificat d'études. Je voulais soit ne rien faire, soit tout faire. »

C'est avec sa première guitare qu'il découvre son intérêt pour la musique, et qu'il trouve une nouvelle forme d'expression: « A quatorze ans, j'ai eu ma première guitare. J'ai appris à jouer seul, la première fois que j'ai eu la guitare entre les mains, j'ai écrit un morceau. Je n'ai jamais su jouer quelque chose de quelqu'un d'autre. »

Il quitte donc le Sud-ouest pour aller tenter sa chance dans la création musicale. « J'avais un groupe de rock à l'époque, je me suis mis à voyager, ce que j'ai fait pendant dix ans. J'ai travaillé en Suisse, en Polynésie, aux Etats-Unis, j'étais avec ma guitare, c'était l'époque baba. Je suis vraiment de cette cuvée-là. Après des années d'errance, j'avais écrit une cinquantaine de chansons, je suis monté à Paris pour faire carrière. J'ai fait un premier album (le Roi du gasoil) chez CBS. Puis un deuxième (Message Pirate) c'était déjà de la musique électronique en 1975. A l'époque, on avait construit avec François Paupert une boîte à rythme avec un programmeur de carillon de porte, et j'avais mis des cartes qui faisaient des impacts, je créais des rythmes répétitifs et je jouais par dessus. J'aimais beaucoup la Cold Wave. J'étais même devenu... chauffeur de Rika Zarai ! Comme je la conduisais souvent au studio Z, j'en profitais pour y aller la nuit et enregistrer des petits bouts. »



Et c'est par le biais de la musique synthétique qu'il finit par toucher au premier micro-ordinateur personnel commercialisé: « Je me suis passionné pour les premiers séquenceurs, programmation à pas, le midi n'existait pas. J'ai acheté le ZX80 en pièces détachées dans un magasin qui s'appelle DUNE sur le Champs Elysées (ça ne s'invente pas). Je voulais faire de la musique avec. »

Le ZX80, pour tous ceux qui n'ont pas connu les années 70, était une révolution à lui tout seul. Ulrich raconte: « Quand j'ai vu ça, 'PRINT machin', 'INPUT x', ça a été un choc. J'avais déjà vu des Apple, bien sûr, mais c'était tellement hors de mes moyens que je n'y pensais même pas.



The first personal computer for under \$200.

The Sinclair ZX80.
A complete computer—
only \$199.95 plus \$5.00 shipping.

Now, for just \$199.95, you can get a complete, powerful, full-function computer, matching or surpassing other personal computers costing several times more.

It's the Sinclair ZX80, the computer that independent tests prove is faster than all previous personal computers. The computer that "Personal Computer World" gave 5 stars for "excellent value."

The ZX80 cuts away computer jargon and mystique. It takes you straight into BASIC, the most common, easy-to-use computer language.

You simply take it out of the box, connect it to your TV, and turn it on. And if you want, you can use an ordinary cassette



- entering programs with faults.
- Powerful text editing facilities.
- Also programmable in machine code.

Le ZX80, l'ordinateur qui changea tout: pour la première fois l'informatique était à la portée de toutes les bourses, face à des Apple au prix exorbitants. Au dessus, la fameuse extension de 16 kilos de RAM. Oui, 16 kilo-octets.

L'autre pionnier de l'édition en France, Laurant Weil de Loriciels.



Le ZX80, le problème, c'est qu'il n'était pas capable de traiter des données et d'afficher une image en même temps, ça clignotait. Mais j'ai trouvé un moyen de synchroniser l'affichage et j'ai fait une sorte de Space Invaders. Je pleurais toutes les larmes de mon corps en jouant, mais quel plaisir. Mon entourage me prenait pour un fou! Comme j'avais des problèmes avec ma maison de disques, je me suis engouffré là-dedans. »

Il continue donc à programmer pour découvrir ce dont la machine est capable. Et à partir d'un simple échange, son avenir va prendre une tout autre voie: « J'ai programmé Othello pour apprendre. J'ai échangé mon programme contre une mémoire 16 Ko pour mon ZX chez Direco l'importateur Sinclair en France. Mon Othello quelques temps plus tard était vendu par Sinclair avec le ZX81 partout en Europe, et j'étais devenu auteur de jeu vidéo malgré moi.... Othello avait été publié par Direco. Je n'avais pas de contrat, je le leur avais donné. Cinq ans après, l'usine de duplication m'a dit qu'ils en avaient vendu près de cent mille exemplaires, ils le donnaient avec la machine. Et Emmanuel Viau avait fait aussi un Othello en langage machine. C'est comme ça que j'ai rencontré Emmanuel. Et c'est parce qu'on s'était fait avoir, sur ce coup-là, qu'on a décidé de fonder notre propre maison d'édition. Le jeu vidéo est devenu une passion dévorante, Emmanuel Viau et moi avons créé ERE Informatique en 1982, premier éditeur de jeu vidéo (après Loriciel de Laurant Weil) bien avant Ubi et Infogrames. »

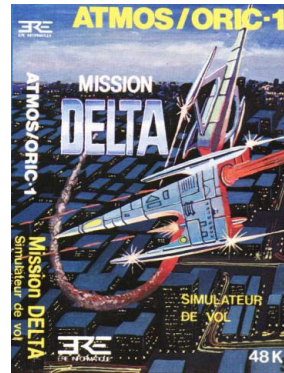
Loriciel est en effet l'autre pionnier de l'époque, spécialisé à ses débuts dans le support de l'Oric 1, l'un de micros les plus

en vogue de son temps (et incidemment, celui sur lequel j'ai fait mes premières armes de gamer). Le nom en est d'ailleurs dérivé (L'Oric + logiciels = Loriciels). Mais d'autres machines font aussi l'objet du soutien du développeur, comme le XZ81, ZX Spectrum, les Amstrad CPC (464, 664, 6128), les Thomson MO5 et TO7/70... (oui, ces machines horribles issues de l'ex géant français de l'électronique grand public. Et dire qu'on nous apprenait à programmer sur ces machins en primaire...) Loriciel se distinguera particulièrement en 1985 pour leur jeu « L'Aigle d'Or » un jeu d'aventure-action aux graphismes révolutionnaires pour l'époque. Loriciel passera ensuite sur Atari ST et Amiga à l'époque de la micro 16 bits, avec quelques jeux marquants comme « Mach 3 » (un shoot'em up en pseudo 3D) et « Panza Kick Boxing » (un jeu simulant la discipline, avec rotoscoping pour les mouvements des personnages). Loriciel deviendra ensuite société anonyme (SA) en 1990, avant de connaître de graves problèmes financiers en 1992 et de mettre la clef sous la porte.

Mais revenons sur ERE Informatique, au milieu des années 80. En 1984, pour ceux qui ont vécu cette époque, c'est l'explosion de la micro-informatique personnelle. Certes, elle ne touche pas encore le très grand public, mais les passionnés commencent déjà à former une audience suffisante pour soutenir une offre constamment renouvelée de hardware. Dans ces années-là, des dizaines de machines sortent chaque année, bien entendu toutes incompatibles les unes avec les autres... Au tout début, Ulrich adapte son peu « Panic » sur les machines les plus populaires (C64, MSX, Oric, Lynx, Spectravision, entre autres...).



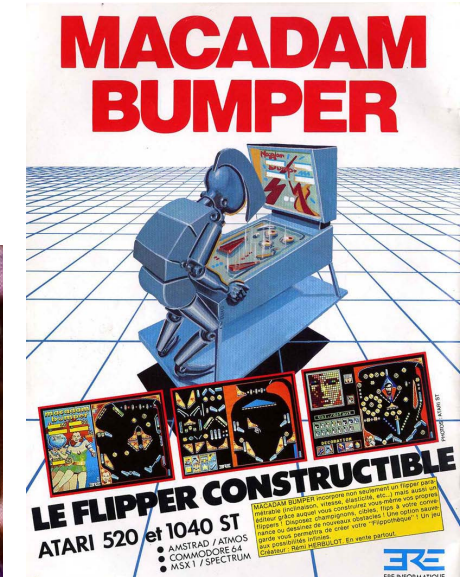
Emmanuel Viau, cofondateur de ERE avec Ulrich. Au centre, Michel Rhô, illustrateur de génie.



Le premier grand succès de Ere, créé par Marc-André Rampon, qui intégrera la société une fois son titre lancé. En l'absence de photo du bonhomme, une caricature...



Macadam Bumper, un jeu qui n'est pas passé inaperçu à la fin des années 80... je l'ai entendu de nombreuses fois. Ci-contre, son créateur, Rémi Herbulot, fraîchement sorti de Valéo pour faire carrière dans le jeu.



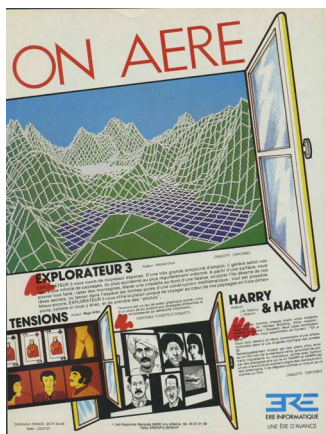
Mais il se rend vite compte que la tâche va devenir insurmontable avec l'avalanche de machines à venir, vu qu'il s'occupe aussi des emballages de chaque logiciel. Il change son fusil d'épaule pour passer du côté de la production artistique, en recherchant directement des auteurs de logiciels à éditer. A noter que cette démarche est très similaire, du moins dans l'esprit, à celle de Trip Hawkins aux débuts d'Electronic Arts (cf notre article sur la 3DO dans la rubrique Inachevé), à la différence près que Trip est un calculateur, un businessman alors qu'Ulrich possède davantage un sens artistique aigu. ERE fonctionne en engageant des programmeurs freelance en leur donnant des royalties sur les projets publiés. A l'époque, la plupart des jeux se font encore individuellement, et cette relation de producteur à auteur un peu comme dans le domaine du livre part d'une analogie naturelle.

L'un des premiers auteurs à venir rendre visite à Philippe Ulrich est Marc-André Rampon, qui vient avec son jeu Mission Delta, un simulateur de vol novateur en son temps. Les deux comparses s'entendent très bien et Mission Delta devient le premier hit d'ERE informatique. En accord avec les principes d'ERE, Rampon touche donc de juteuses royalties sur son titre, et ce dernier en profite pour acquérir des parts dans ERE. Au vu de son implication active, il prendra le rôle de la distribution des produits. Grâce à la popularité dont jouit Mission Delta, ERE rayonne et attire de nouveaux développeurs. Parmi tous les candidats, des programmeurs et artistes ingénieux se démarquent et seront engagés par Ulrich, comme Johan Robson, Stéphane Picq et Michel Rho.

C'est aussi à ce moment-là que les gens de ERE font leur première rencontre avec deux énergumènes venus de Lyon, Bruno Bonnell (un « cow-boy ») et Christophe Sapet, cofondateurs d'une petite société d'édition / distribution de jeu vidéo, Infogrames. Ils déboulent chez ERE style « Vos produits sont les meilleurs, nous en voulons des centaines pour les vendre demain à la foire de Lyon ! ». Mais comme le Monsieur paie cash, ça ne se refuse pas. « C'était le début, aucune autre boîte ne faisait ça. » racontait Ulrich. Ca ne sera pas la dernière fois que leurs routes se croiseront...

Chez ERE, parmi les autres programmeurs choisis pour l'édition, il faut aussi compter Rémi Herbulot, dont l'histoire personnelle est suffisamment hors du commun pour mériter une petite parenthèse. Avant de faire des jeux, Il occupait un poste de contrôleur de gestion chez Vadéo à Caen, et dans le cadre de son travail, il demandait sans cesse des nouveaux logiciels à son directeur informatique. Ce dernier, lassé par l'insistance de son collègue, lui avait rétorqué un jour: « Vous avez un terminal avec un BASIC dans votre bureau! Si vous

voulez des logiciels, pourquoi ne pas les écrire vous-même ? » Et ce fut le début de l'apprentissage autodidacte des langages de programmation pour Rémi. Il s'achète un premier ordi, un Rainbow de Digital, et écrit des petits jeux, genre casse-briques, et se laisse envoûter... au point de vouloir en faire son métier. Après s'être acheté un Oric et avoir pratiqué l'assembleur, il entreprend son jeu le plus ambitieux alors, « Multiflip », qui recrée un jeu de flipper sur ordinateur, et propose en sus à l'utilisateur de créer ses propres tables de flippers. Persuadé de la valeur de son jeu, il déboule à Paris pour trouver un éditeur, et passe chez Loricels, Innelec et autres, avant d'être enfin compris en rencontrant les gens de chez ERE. Herbulot reçoit une avance de 5000 francs de ERE pour finir son jeu qui se voit rebaptisé Macadam Bumper. Une fois sorti, il lui procure une source de revenus stable grâce aux droits d'auteur qu'il continue à toucher – revenus d'autant plus importants que le jeu connaît un véritable succès au niveau international, premier en France et cinquième aux Etats-Unis en 1985 sous le nom de Pinball Wizard, où le chiffre de 35000 unités est annoncé.



Didier Bouchon, énigmatique que cela soit derrière des lunettes ou sans. Touche-à-tout, il est aussi à l'aide pour coder que pour faire du graphisme. A gauche, Explorateur 3, un logiciel de création de paysages fractals, édité par ERE, qui allait donner des idées à Bouchon pour Captain Blood.

Herbulot sera même récompensé au Japon d'un prix d'excellence par Sony, et au final on estime que son jeu s'est vendu à 100 000 exemplaires, un record en son temps où les meilleurs jeux ne dépassaient que rarement les 30 000 exemplaires.

Les rencontres fructueuses ne s'arrêtent pas là. Au détour d'un salon, la Micro-Expo, Philippe Ulrich rencontre Didier Bouchon, qui faisait une démonstration d'un joystick pilotant une table traçante, la Graphiscop. « Didier avait tout simplement fait un dessin pour la démonstration de Graphiscop. En fait, la vérité, c'est qu'il avait interfacé une souris Thomson sur

l'Amstrad et il avait fait le dessin à la souris. Il n'a jamais voulu le dire! Ce qui m'a impressionné, alors, c'était la qualité du graphisme. Et puis il m'a montré sa souris, et je me suis rendu compte qu'il était capable de bidouiller. Et on a discuté, il avait fait une école de décoration intérieure, des effets spéciaux pour le cinéma, de la peinture... A ce moment-là, on venait de sortir chez ERE Informatique un produit qui s'appelait Explorateur 3, qui créait des paysages fractals, et en même temps l'Atari venait d'apparaître. J'en ai donné un à Didier, en lui disant qu'il fallait qu'il se mette à programmer dessus. »

Ulrich rentre déjà pleinement dans son rôle de « catalyseur » comme il aimera se décrire plusieurs fois par la suite: en proposant des outils ou des idées aux créateurs, pour donner naissance à de nouveaux softs comme jamais faits auparavant, aux concepts très éloignés des banalités usuelles.

« Didier a appris l'assembleur 68000 et a commencé à créer des effets graphiques assez hallucinants. C'est comme ça que Captain Blood est né. C'était la base du logiciel. L'Arche était le vaisseau qui recueillait tous les chromosomes de tous les êtres vivants. » Mais l'idée de base évolue aussi à cause des contraintes personnelles du créateur: « Ca a changé un peu pour des raisons techniques et de temps, Didier était presque à la rue, des huissiers venaient frapper chez lui tous les jours, ça a mis un an, pendant lequel on a passé notre temps à douter du résultat final. Plus d'une fois, on a failli renoncer. »

En parallèle de la création de l'Arche du Capitaine Blood, ERE Informatique souffre financièrement parlant. ERE fait figure de leader en termes de créativité, mais il devient rapi-

dement nécessaire de distribuer les logiciels sur un maximum de points de ventes pour assurer leur pérennité, et ERE n'a pas atteint la masse critique pour disposer d'une force de vente qui permettrait de soutenir leur activité. « Historiquement, il y a eu ERE Informatique, au départ, qui luttait au niveau de la qualité des produits avec notamment deux sociétés, à savoir Loriciels et Infogrames. Là dessus, ERE Informatique s'est trouvée dans des difficultés financières, pas à cause des produits mais à cause de la distribution, par exemple, que l'on n'a pas maîtrisé suffisamment, alors qu'Infogrames et Loriciels l'ont maîtrisée tout de suite. On était trop petit, en fait. Et puis on n'était pas des gestionnaires. » Malgré les succès internationaux de Mission Delta et autre Macadam Bumper, la gestion de l'entreprise n'est donc pas menée à son bien, et on dit même que France Image Logiciels, le distributeur des jeux ERE, ne reverserait pas ce qu'il doit dans les délais impartis, ce qui met à mal leur trésorerie. Emmanuel Viau se met en quête d'une plus large structure pour reprendre les activités d'ERE, et ces nouvelles tombent dans l'oreille de Bruno Bonnell (Infogrames), qui s'avère très intéressé. Infogrames a notamment bénéficié largement du plan « Informatique Pour Tous » du gouvernement Fabius, en refilant leur logiciel sur le territoire national, le « Cube Basic » destiné à l'apprentissage du TO7. Résultat: une explosion de leur chiffre d'affaires et de leurs bénéfices. Sans cette coûteuse action gouvernementale dans le milieu, Infogrames n'aurait peut-être jamais pu devenir l'entreprise majeure qu'on a connue dans les années 1990... et nous n'aurions jamais appris le Basic sur ces machines décidément à la ramasse qu'étaient le Thomson TO7 et autres MO5...

Encore une « grande » entreprise d'Etat bien montée (et on sait ce qu'elle est devenue...). Toutes ces péripéties ont permis à Infogrames de gagner la confiance de la société d'investissement Avenir Industrie, ces derniers leur fournissant alors les moyens de racheter Cobra Soft, petit éditeur de jeux de stratégie militaire. Fin 1986, Infogrames rentre déjà dans le capital de ERE Informatique en rachetant des parts à Viau et Rampon, suite à la sortie annoncée de *Captain Blood*, que Bonnell espère à juste titre être exceptionnel, un vrai hit au niveau international. Au sein de ERE, des désaccords entre Rampon et Viau font que Rampon quitte la société brusquement. Mais, possédant toujours ses parts en grand nombre dans la société, il les revend à un Infogrames plus glouton que jamais, qui peut alors absorber la société en juin 1987, sans avoir besoin de négocier. Cependant, Infogrames a dû vider les fonds de caisse pour effectuer ce rachat, et désormais les lendemains s'annoncent difficiles pour l'éditeur Lyonnais. Les dirigeants de ERE, comme trahis, se résignent à l'idée d'appartenir à Infogrames, en se disant que cette opération sera peut-être positive au final pour les ventes de jeux, même si tout le monde est loin d'être convaincu. En attendant, *Blood* se doit d'être terminé à temps pour les fêtes de Noël 1987.

En décembre 1987, quand « *l'Arche du Captain Blood* » sort, c'est un OVNI dans le monde du jeu vidéo, surtout constitué de shooters et jeux de plateformes génériques. Un jeu comme celui-ci n'avait clairement jamais été fait auparavant. Graphiquement, c'est l'un des plus beaux jeux de sa génération. La technologie n'y est pas pour rien: Didier Bouchon a utilisé les fractales pour donner vie aux paysages des planètes

que vous visitez, en générant en temps réel des ravins et des montagnes. Au point de vue sonore (suivant la version) vous avez droit à des langages extra-terrestres complètement reproduits à la voix, et des musiques utilisant des samples de Jean-Michel Jarre, avec son accord (Ulrich et lui s'étant rencontrés à plusieurs reprises).

Mais au-delà de ces aspects déjà extrêmement audacieux et réussis, le scénario mérite à lui seul le détour: Bob Morlock, le héros du jeu, est un programmeur sans succès qui se retrouve malgré lui aspiré dans l'univers de son propre jeu, aux commandes d'un vaisseau s'appelant « l'Arche ». A cause d'un dysfonctionnement dans l'hyperdrive de l'engin juste après son arrivée dans l'univers en question, Morlock (alias *Captain Blood*) se retrouve cloné, et découvre que son corps est en train de dégénérer. Sa seule chance de survie est de retrouver ses clones et de les désintégrer, pour retrouver un peu de « fluide vital » et rallonger son existence. Les systèmes de L'Arche réparent au fur et à mesure le corps de Morlock par des artifices de métal. Si Morlock ne fait rien, il mourra, ou pire, deviendra un robot... Le jeu est à la vue première personne, et vous contrôlez la main, déjà mal en point, de *Captain Blood*. Retrouver les traces des clones n'est pas une partie de plaisir, il vous faudra voyager de planète en planète, envoyer des poissons de l'espace (les OORXX) télécommandés à la surface pour parler aux différents aliens, qui selon leurs races disposent de personnalités très distinctes. Tout cela pour retrouver des informations sur ces fameux clones. Bien avant *Mass Effect* et autres, *Blood* pouvait se jouer intimidateur ou coopératif pour arriver à ses fins avec

Bouchon et Ulrich, les deux créateurs de *Captain Blood*.



Une vieille photo relatant probablement une séance de travail

les aliens: travailler pour leur rendre service, ou les menacer, voire même détruire les planètes de leurs amis pour leur tirer les vers du nez. La communication dans le jeu s'effectue avec une série d'icônes connues sous le nom d'UPCOM (Universal Protocol COMMunication), soit 120 symboles, représentant des mots et des concepts.



Blood se joue à la première personne, et les rencontres avec les extra-terrestres donnent lieu à des dialogues par l'intermédiaire d'un protocole de communication universel, à base d'icônes. L'idée était géniale et franchement puissante. C'est le début du point&click, pour ainsi dire.



« On sait jamais, sur un quiproquo, ça pourrait marcher! » Aux Etats-Unis, un autre Captain Blood était célèbre avant celui d'ERE Informatique, et malheureusement ça n'avait rien à voir et les gamins ont fait le rapprochement, ce qui a joué contre le succès commercial du titre aux US. Pas de bol.

Comme votre corps est à bout de ressources, votre temps dans l'aventure est limité, si dans les deux premières heures de jeu vous n'avez pas tué le premier clone, votre main à l'écran va commencer à trembler, juste un peu au début, puis de plus en plus jusqu'à rendre le jeu incontrôlable à mesure que l'horloge tourne. Dans ces cas-là, mieux vaut désintéresser un des clones que vous avez capturé et mis en réserve dans le frigidarium du vaisseau pour gagner une heure de vie supplémentaire. Chacun des clones a d'ailleurs une personnalité différente, le numéro 2, naïf, vous suppliant de le laisser en vie...

La réception critique et commerciale de Blood dépasse toutes les espérances: l'édition décembre 1987 de SVM est élogieuse à son propos: « Scénario exceptionnel, graphismes magnifiques, conception révolutionnaire, cette dernière création d'ERE accumule les superlatifs. Il annonce une nouvelle génération de logiciels, où sens du récit et talent de la programmation se mettent au service d'un art nouveau ». Les ventes se précipitent et dans les trois jours, le jeu se vend à 10 000 exemplaires, et les 5000 exemplaires de la version Atari ST seront rapidement en rupture de stock. Un succès qui contraste drastiquement avec l'échec commercial de « Bob Morane » de la maison Infogrames, basé sur la licence de la BD éponyme, qui n'est plus adaptée au public de 1987.

Alors que Captain Blood marche bien en France et en Europe, le marché américain n'est pas aussi facile à capter: « Ca a marché mais il y a eu un problème tout bête: il n'y a pratiquement pas de presse micro là-bas pour informer les consomma-

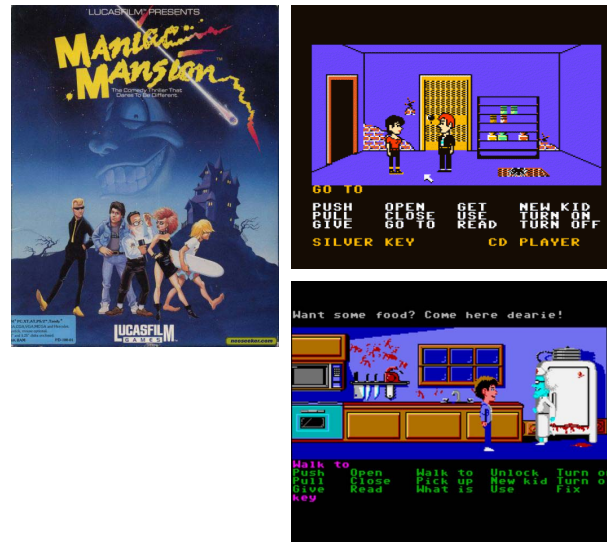
teurs, ce sont donc les distributeurs qui font les efforts pour mettre en place les produits. Or, il y a un film d'Errol Flynn qui s'appelle Captain Blood, qui a été diffusé des dizaines de fois sur les télévisions américaines, et tous les gamins connaissent ce nom. On ne savait pas ça. C'était l'histoire d'un médecin sur un bateau pirate, qui faisait des saignées, etc. Et les gens ont fait un parallèle entre le logiciel et le film ce qui fait que le produit n'est pas resté très longtemps dans les charts. On a été numéro 5, quand même, pendant un mois ou deux. Mais on aurait pu être mieux placé. » Si commercialement le jeu n'atteint pas les espérances, en contrepartie il assied la réputation de ERE vis-à-vis des développeurs américains: « On a eu un grand succès d'estime auprès de la profession, auprès de Cinemaware, de Mindscape, d'Epyx ou d'Origin Systems. »

Mais Blood s'inscrit aussi dans une mouvance plus profonde, celles des jeux qui révolutionnent la vision du jeu d'aventure sur ordinateur. Avant 1988, tous les jeux d'aventure étaient encore « textuels », c'est-à-dire qu'on entrait toutes les commandes à la main, via le clavier, en formant des mots ou des phrases relativement concises que l'ordinateur pouvait comprendre (genre verbe+objet) pour progresser dans le scénario. Ceci ne signifiait pas que les jeux n'affichaient que du texte, bien au contraire. Le clavier était simplement l'interface principale de jeu, l'écran servant à représenter les environnements. La plupart des jeux Sierra suivaient ce modèle, comme la série des Kings Quest par exemple, tout en affichant des graphismes superbes pour illustrer le résultat des actions entreprises en tapant les commandes. Mais après 1988, ce genre d'interface textuelle



A peu près dans la même période que Blood, plusieurs jeux participent à la renaissance du jeu d'aventure, sous forme d'interfaces simplifiées utilisant la souris, ou le joystick dans le cas du Pacte d'Eric Chahi. Maniac Mansion de LucasArts et Maupiti Island de Lankhor seront de très grands succès qui cloueront une fois pour toutes les mécanismes du genre. Un genre qui allait durer une bonne dizaine d'années et engendrer de nombreuses merveilles, dont Dune de Cryo fut l'une d'entre elles.

devient rapidement obsolète et elle abandonnée au profit d'interfaces dites « point & click », dont Blood est l'un des premiers représentants, avec ses icônes qui servent à recréer des conversations. La transition s'effectue en à-coups, avec par exemple « Le pacte » sur Amstrad CPC, de Loricel, un jeu d'aventure écrit par Eric Chahi, largement textuel mais illustré, qui propose cependant une autre manière d'entrer des commandes, déjà proche du point&click: avec le joystick, on fait défiler les actions disponibles, et après un premier clic, on peut faire défiler les objets disponibles dans la situation présente. Dans l'esprit, c'est déjà la direction à venir, celle de restreindre les possibilités à quelques éléments, même si les combinaisons demeurent nombreuses. En 1987, on avait aussi pu voir Maniac Mansion de LucasArts franchir le pas, avec des verbes à cliquer pour exécuter des actions sur des objets présents à l'écran. Enfin, l'autre représentant de ce nouveau genre était encore un jeu français, le Manoir de Mortevielle, développé par Lankhor, qui proposait au joueur d'enquêter sur un meurtre. Ce jeu était l'un des premiers à user de synthèse vocale, ce qui avait marqué les joueurs qui n'étaient souvent habitués qu'à des sons relativement simples. Maniac Mansion, Blood et le Manoir de Mortevielle connurent tous un grand succès de par leurs qualités respectives, et incitèrent les autres développeurs à passer à cette mode du point&click, plus abordables et plus graphiques. A partir de là, les titres de la même veine en termes d'interactivité se succèdent, avec Les Voyageurs du temps en 1989 (de Paul Cuisset avec la participation de Eric Chahi), Maupiti Island en 1990, et Croisière pour un Cadavre en 1991 (utilisant le même mode vectoriel d'animation que Chahi avait produit pour Another



World), tous des jeux français. Sous peu les jeux d'aventure texte disparurent complètement. Plus tard, la tradition continuera avec la série des Syberia de Microids, société fondée par des anciens de Loricels...

L'ERE Exxos

Blood est désormais un succès, mais Ulrich se rappelle avec un peu d'amertume: « Le succès qu'il a remporté a été à la fois une souffrance et une joie. On savait qu'on aurait pu aller beaucoup plus loin, si on avait eu le temps... »

ERE est donc entre temps rentré sous la direction d'Infogrames, et les relations ne vont pas pour le mieux. Ulrich et Viau doivent se rendre toutes les semaines à Lyon pour parler développement, et les points de vue diffèrent souvent. Infogrames est devenu une structure classique, hiérarchisée, remplie de commerciaux et cadres, alors que les gens d'ERE ont une vision d'auteur, de créateur, d'individu à mettre sur la table. Infogrames connaît toujours des problèmes financiers, et dès le printemps 1988, on parle d'un potentiel rachat de l'éditeur lyonnais par l'américain Epyx.

Epyx est alors un gros éditeur, plein de ressources, qui s'apprête même à se lancer dans le hardware en développant la console Lynx, (cf l'article sur la 3DO dans Inachevé). Bref, ce rachat arrive comme une échappatoire salutaire aux déboires de Bonnell.

En mai 1988, Captain Blood atteint apparemment le chiffre de 100 000 unités vendues dans le monde, et sa popularité s'étend même au Japon où il figure à son pic à la sixième place des tops des ventes. Mais ERE n'a pas dit son dernier mot et les nouveaux projets sont en cours, et voici qu'Ulrich va faire parler de son organisation lors d'une réception, que dis-je, une cérémonie, au studio 102 des champs Elysées, en juin 1988, pour annoncer la naissance d'un nouveau label, ou même, disons-le carrément, d'une nouvelle divinité:

« Mesdames et Messieurs, la décision n'a pas été facile mais nous avons tout de même convenu de vous révéler le secret de notre dynamisme et de la créativité qui fait le succès d'ERE Informatique. S'il y a des gens sensibles dans la salle, je leur demande d'être forts. Ils ne risquent rien si leurs vibrations sont positives, les forces telluriques les épargneront... Mes amis, l'inspiration ne tombe pas du ciel, le génie n'est pas le fruit du hasard... L'inspirateur et le génie qui a conçu Macadam Bumper, ça n'est pas le fabuleux Rémi Herbulot ou le merveilleux Michel Rho (...). L'inspirateur et le génie qui a généré Captain Blood, ce n'est pas l'inextinguible Didier Bouchon et encore moins votre serviteur. C'est Lui. Lui qui vit tapi dans nos bureaux depuis des mois... Lui qui vient de l'extérieur de l'Univers. Lui que nous dévoilons aujourd'hui au monde, car

l'heure est venue. J'ai nommé l'Exxos. Je vous demande de dire après moi quelques phrases magiques qui lui rappellent son pays: Ata ata hoglo huglu, ata ata hoglo huglu... »

Le nom Exxos est tiré du grec « exo » qui signale le mouvement de l'intérieur vers l'extérieur (comme dans « exothermique » par exemple, qui qualifie une réaction chimique qui produit de la chaleur dans son environnement, à l'opposé de « endothermique », qui absorbe la chaleur aux alentours). Le terme est bien trouvé, puisqu'il vise justement à mettre en scène les extravagances de leurs univers, en dehors des logiciels. En tout cas, l'événement ravit la presse et fait parler de lui. Exxos, une sorte de dieu des programmeurs, sera représenté par un logo à l'image guerrière en perpétuelle ébullition. Le logo, réalisé par Didier Bouchon, se retrouvera dans les jeux et sur les jaquettes des jeux à venir, et le slogan « Exxos est bon pour vous » fera son apparition dans les publicités et les manuels (en anglais, « Exxos is good for you »). A noter que les éditions tardives de Captain Blood porteront avec fierté le label Exxos, ce qui en fait spirituellement le premier jeu de ce label.

Quelques mois plus tard, en octobre 1988, sort Purple Saturn Day, le second jeu à arborer le démon souriant, Purple Saturn Day, écrit par Herbulot avec des graphismes de Didier Bouchon. La sortie du jeu donna là encore lieu à une festivité en l'honneur d'Exxos, où une maquette d'Amstrad géante fut sacrifiée à coup de masse par un Ulrich cheveux teints verts. Chaque invité put repartir avec une pièce de l'ordinateur immolé en public.



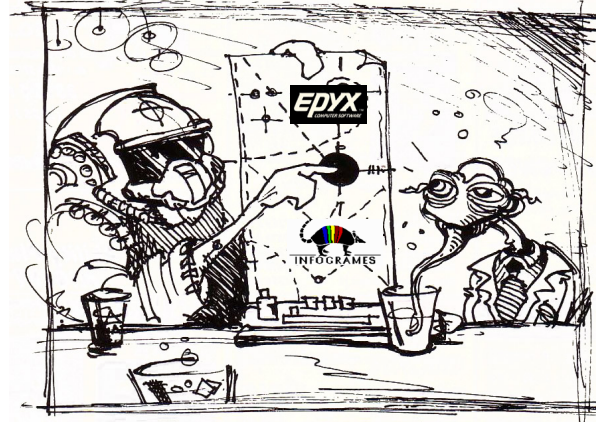
Logo réalisé par Didier Bouchon

La fin 1988 arrive et sonne comme une récolte en plein hiver, si l'on en croit le nombre de prix que ERE Informatique reçoit pour Blood et ses autres œuvres: le magazine anglais CTW annonce la victoire de Captain Blood en tant que meilleur jeu étranger. En France, Tilt le qualifie de « meilleur jeu d'aventure en français » et décerne un « Prix spécial du jury pour l'ensemble son œuvre » à ERE Informatique. Les longues nuits blanches portent leur fruit auprès du public et des professionnels, mais déjà le futur avec Infogrames s'annonce sombre. A l'occasion du rapprochement avec Epyx, Infogrames organise une réception à Paris pour fêter ces nouvelles perspectives, une semaine avant Noël. Peu après, Bonnell s'envole pour les US en vue de finaliser le rachat d'Infogrames par Epyx, mais coup de théâtre: ce dernier n'est plus intéressé, car son comité d'administration ne donne pas son aval.

Ouch. Pan dans les dents.

Rajoutez à cela qu'un des distributeurs d'Infogrames vient de faire banqueroute, et la société se retrouve avec plusieurs millions de francs d'impayés sur le dos. C'est sûr, plus personne ne va rire en 1989, et encore moins l'équipe de ERE, puisque la décision de Bruno Bonnell sera de privilégier la rémunération de ses propres salariés. Résultat des courses, les royalties dues aux créateurs des jeux restent impayées, et Bonnell essaye de calmer le jeu en leur demandant de comprendre la situation et d'être patients. Mais mettez vous à leur place: Infogrames fait du chiffre surtout grâce aux ventes exceptionnelles des jeux de ERE, les meilleures parmi tous les jeux de leur catalogue, mais les auteurs d'ERE n'en sont pas récompensés en conséquence.

Mais comme si de rien n'était, le manège et les doux délires continuent dans leurs productions. Le prochain jeu, Kult (programmé par Patrick Dublanquet et aux graphismes signés Michel Rho), sort le 13 avril 1989, et cette fois c'est un extra-terrestre (en latex, je vous rassure) qui sera décapité et dépecé dans les sous-sols de ERE, devant des journalistes invités à porter les lunettes de protection fournies pour « se protéger des hallucinations collectives ». Chacun repartira encore avec un morceau de la bête, Ulrich se gardant la tête pour trôner au dessus de son bureau. Mais n'oublions pas de mentionner le titre: Kult est l'un des jeux qui a marqué ma vie de jeune joueur: il s'agissait d'un point&click, un jeu d'aventure à la première personne où vous dirigiez un disciple dans le temple d'une secte. Vous aviez une heure pour résoudre 5



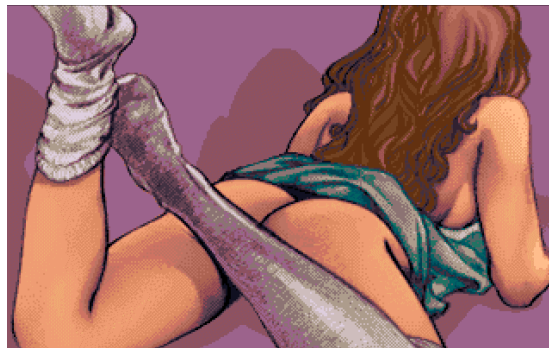
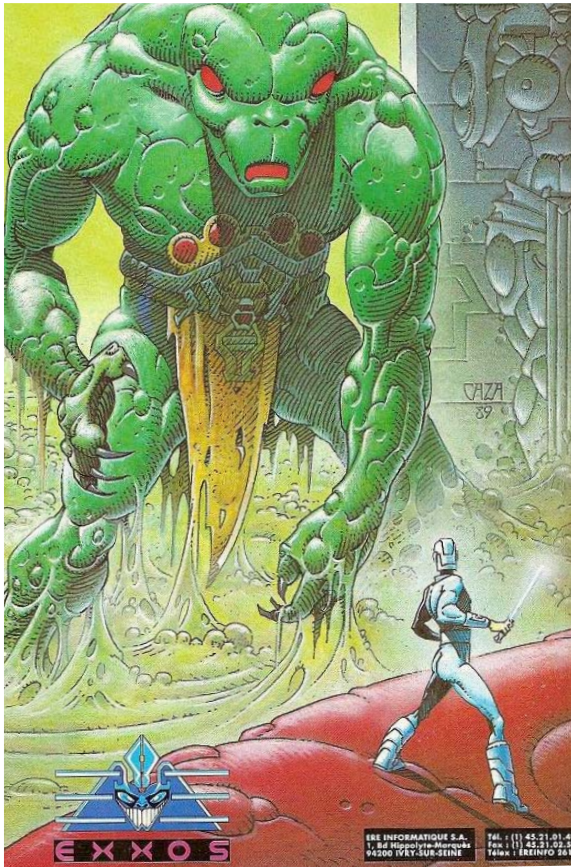
A gauche, le cow-boy Bruno Bonnell, aussi connu sous le nom de "Monsieur 100 000 volts". Le voilà, ci-contre, à gesticuler pour expliquer à son voisin de comptoir comment il espère remonter la pente grâce au rachat par Epyx. Dommage, il n'arrivera jamais.



La cérémonie à la gloire d'Exxos pour la sortie de Kult: Ulrich, paré d'un casque à l'effigie d'Exxos, décapite un extra-terrestre devant une foule qui chante les louanges de la divinité guerrière.

énigmes et obtenir les 5 crânes qui attestent de votre réussite, pour devenir « Divo » et passer à un niveau supérieur dans la hiérarchie sacrée. Il s'agit donc d'une épreuve, et si sous une heure vous n'aviez pas pu réunir les crânes en résolvant les énigmes, vous étiez assassinés par les gardes des lieux. D'autres candidats essayaient aussi de résoudre les mêmes épreuves, et c'est d'ailleurs comme ça que vous pouvez parfois récupérer un crâne sans rien faire, ou presque: en vous débarrassant, discrètement, de l'un de ces candidats. J'ai oublié de mentionner que vous possédiez une panoplie de pouvoirs surnaturels, vous permettant de déplacer des

objets à distance, d'analyser les pensées d'un adversaire, de tuer un individu gênant en passant en mode berserker... ce sont toutes ces possibilités qui rendaient l'approche des différentes énigmes très interactive: il y avait souvent plusieurs manières d'approcher un même problème et, même si la solution était parfois unique, les moyens de la découvrir étaient nombreux. Outre la richesse en termes de contrôles, c'est vraiment l'ambiance et l'univers du jeu qui en font un soft complètement à part, comme seuls les softs des années 80 pouvaient encore se le permettre. Ce titre reste un bijou, il n'a pas vieilli d'un cheveu.



Ci-dessus, Kult... vous avez remarqué le logo Exxos sur la boîte ? L'interface du jeu était fouillée, mais très fine, du très beau travail. A droite, Teenage Queen, un jeu de strip poker aux jolies illustrations de Jocelyn Valais, qu'on peut considérer comme le quatrième jeu Exxos... si l'on en croit le clin d'oeil lors de la dernière image...

Malheureusement toutes les bonnes choses ont une fin, et c'était la dernière occasion de faire la fête chez ERE. Les créateurs ont trop donné sans rien recevoir, si ce n'est des promesses qui attendent toujours de se concrétiser. Herbulot envoie une lettre recommandée à Infogrames, qui explique bien le ras-le-bol de lui et de ses collègues:

« Pourquoi nous, auteurs, devrions supporter pleinement les difficultés financières que vous rencontrez alors que nous avons apporté des produits sans frais de développement ? Pendant que les salariés continuent de percevoir des salaires, parfois confortables, nous autres, les auteurs, sommes laissés avec peu pour vivre, malgré les bonnes ventes de nos produits. »

En juin 1989, après plusieurs rappels des impayés dus par Infogrames, la direction décide de lâcher du lest et de procéder à un licenciement collectif de ERE Informatique. Ulrich disait alors en 1990 que le climat de confiance qui était nécessaire à la relation auteur-éditeur avait été rompu:

« Pendant six ans, sur les quelques centaines d'auteurs que j'ai reçus et avec lesquels nous avons travaillé, il y en a une quinzaine avec qui il s'est vraiment passé quelque chose. Ce principe de travail fait que lorsque le produit est terminé, il n'a pas coûté un centime à l'éditeur. Vu la trésorerie de l'époque, il n'était pas question de donner des avances, et donc les droits d'auteur étaient assez conséquents. Et au bout de trois mois, il faut bien les payer, ces droits d'auteur, d'autant que lorsque le produit marche, ça peut être une véritable rente. La seule arme qu'on avait à l'époque, c'était de faire de très bons produits.

On les a faits et il s'est trouvé un moment où les sommes qui nous étaient dues étaient assez importantes, et il fallait donc un climat de confiance absolu pour que ça fonctionne. Malheureusement, ce climat de confiance n'a pas fonctionné. »

C'est la fin du label Exxos, mais pas la fin des haricots pour autant. Les auteurs sont toujours là, ils disposent toujours d'autant d'énergie, et Ulrich, Bouchon, Herbulot, Dublanchet, Rho, se retrouvent dans une nouvelle entité, Cryo, tandis que Viau part de son côté fonder une autre entreprise, Smart Move.

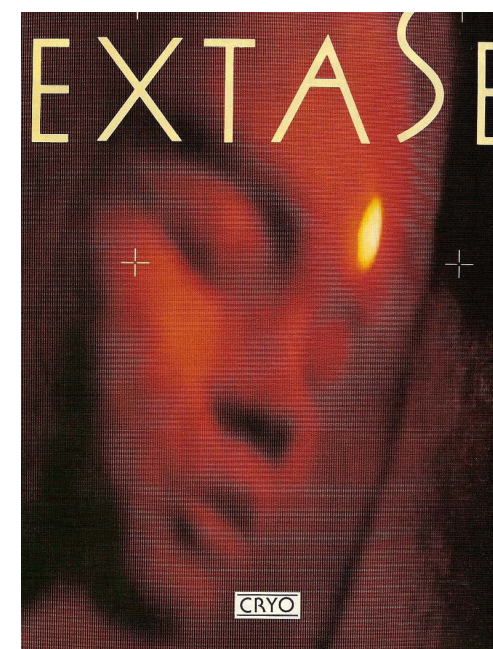
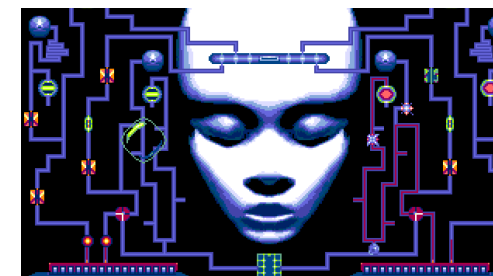
Dans leur nouvelle structure, les anciens d'ERE délaissent l'image guerrière de la divinité précédente pour opter pour une vision plus apaisante, celle d'une jeune femme endormie dans un container de cryogénéisation. Ulrich la décrit comme « beaucoup plus humaine qu'Exxos, beaucoup plus calme, j'ai voulu mettre de la sérénité et de la paix, c'est quelqu'un qui préserve les gens, et ses élus ont des pouvoirs. » Cette image sera celle utilisée dans le premier jeu du studio, Extase, dans lequel le joueur se retrouve face à une androïde endormie à qui il doit redonner vie. Ce jeu est basé sur le principe du Brain Bowler, un mini-jeu qui avait été introduit dans le jeu Purple Saturn Day quelques années plus tôt. Extase est clairement un jeu de transition, plaisant certes mais sans grandes ambitions.

En fait, le studio prépare son retour avec un très, très grand titre en 1992, Dune, qui les propulse à nouveau au devant de la scène. Dune était l'adaptation en jeu vidéo du roman de

Avec Extase, fini le logo d'Exxos aux velléités guerrières, désormais c'est la paix, l'harmonie qui s'impose avec la nouvelle entité du jeu, qui deviendra la marque de fabrique de leurs titres à venir.



Frank Herbert, et du film de David Lynch. Tout dans Dune était de haut niveau: le scénario, tiré du livre, avait été magistralement remis en forme pour s'adapter au style de point&click, en fait largement dominé par des dialogues et des interactions entre un grand nombre de personnages. Les animations faciales étaient parmi les meilleures de l'époque, et le jeu proposait des dizaines de personnages différents tout au long de l'aventure. Les graphismes étaient magnifiques, et la musique envoûtante (un grand bravo à Stéphane Picq). Là encore, un jeu de longue haleine, se terminant par une phase de stratégie où vous deviez mettre un terme aux forces des Harkonnens... Le jeu était sorti en premier lieu sur disquettes



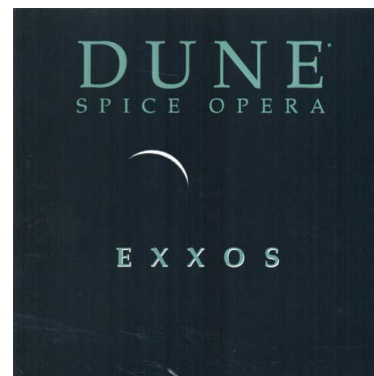
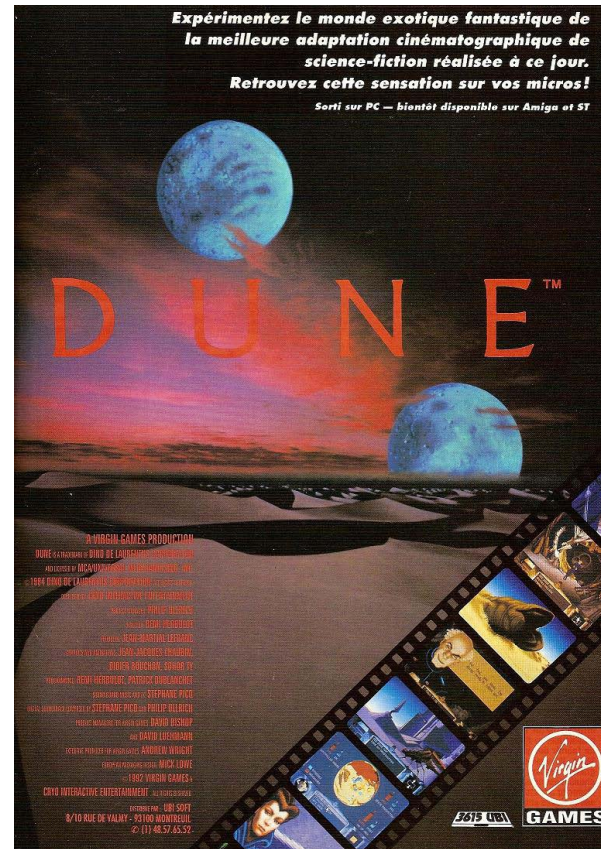
sur ordinateurs, mais Cryo est l'une des premières sociétés à franchir le pas et développer des versions CD-Roms de leurs jeux, en l'occurrence en y apportant de la valeur ajoutée: Dune en version CD-Rom figure des dialogues entièrement doublés (et ils sont nombreux !), des séquences de déplacement en synthèse (pour remplacer celles sous forme de sprites de la version floppy), sans oublier des séquences vidéo directement tirées du film de David Lynch.

C'est aussi l'occasion pour Cryo de s'aventurer sur consoles, puisque la version CD-Rom sort aussi sur Mega-CD. Le développement du jeu s'en voit bien évidemment rallongé.



Dune, malgré toutes ses qualités, n'était pas un jeu à proprement parler aussi innovant que pouvaient l'être les précédents jeux du label Exxos. Mais on pouvait reconnaître la passion du détail, le travail bien fait et le souci de raconter une histoire. A noter quand même qu'il proposait une gestion du temps, du cycle jour-nuit à mesure qu'on se déplaçait d'un point à l'autre de la planète. C'était une aventure passionnante qui se terminait par une partie stratégique en temps réel (assez nouvelle, mais sans commune comparaison avec Dune II, qui se rangeait dans un tout autre genre).

Signalons aussi que la musique réussissait à être envoûtante, à coller parfaitement avec l'ambiance, et à ne pas prendre la tête même après des heures d'écoute. Stéphane Pica, compositeur des musiques du jeu, a d'ailleurs publié un CD, «SPICE OPERA», désormais rarissime, qui compilait des compositions sur le thème du jeu, remixées et ré-orchestrées. Tiens, que fait Exxos sur la boîte ?



Philippe Ulrich racontait alors: « Pour nos premiers jeux, six mois suffisaient, parfois même trois. Pour Dune, cela faisait à peu près deux ans qu'on était dessus et il aura fallu six bons mois de plus. »

A sa sortie, Dune est un grand succès – qui fait parler de lui et se vend en palettes. Rapidement, la société grossit et devient l'un des plus grands studios de développement en Europe, travaillant directement avec des éditeurs reconnus au niveau international comme Virgin, Sega, GTE, Mindscape, Viacom ou encore MGM. La reconnaissance est complète, et Cryo continuera dans sa lancée avec KGB la même année, un jeu d'aventure au contexte historique.

Largement leader en nouvelles technologies, ils miseront davantage sur les films interactifs, usant largement (trop, peut-être?) de séquences précalculées, impressionnantes en leur temps, comme dans des jeux tels que Megarace, Commander Blood... ou encore le jeu d'aventure Lost Eden.

Je ne reviendrai pas cette fois sur le déclin du studio dans la deuxième partie des années 1990 et le dépôt de bilan en 2002, mais nul doute que le changement radical de public et le désintérêt progressif des joueurs pour les jeux d'aventure d'antan eurent leur influence dans cette histoire.

Mais peu importe, ERE et Cryo nous ont donné de nombreuses heures de rires, de passion, d'émotion devant nos écrans, et en cela, nous devons beaucoup à Philippe Ulrich et tous les créateurs qui l'ont entouré.

Sans forcer la nostalgie, le jeu vidéo des années 2000 n'a jamais su être aussi fantasque, délirant et exotique que ce que nous avons pu voir avec ERE, entre autres. Et comme le disait déjà Ulrich en 1990, « *ce qui manque principalement, ce sont les scénarios. Les Spielberg du logiciel, ce sont ceux qui construiront des univers cohérents. Les gamins ne liront pas Jules Verne de toute éternité, c'est pas possible. Il faut qu'on avance.* »

A l'occasion de cet article, il déclarait quelques mois plus tôt: « *C'est un peu toujours la même histoire, on devient réac en vieillissant: avant c'était mieux... On fait beaucoup de copier-coller aujourd'hui. On ne fait pas confiance aux créatifs, je regrette que le jeu vidéo n'ait pas révélé de grands réalisateurs comme c'est le cas au cinéma.* »

Il est assez révélateur, par ailleurs, de voir que bon nombre de grands noms du jeu vidéo (Garriott, Roberts) qui auraient pu émerger comme de grands auteurs modernes de jeux vidéo, ont préféré prendre leurs distances avec le monde ludique pour suivre d'autres passions, l'astronautique pour l'un, le cinéma pour l'autre.

En France, c'est à peu près la même chose, tout comme Ulrich, des noms comme Raynal, Chahi, se sont effacés du rôle de direction qu'ils avaient pu avoir dans le passé. Les anciens de Delphine Software ne sont plus au premier plan, Michel Ancel a apparemment du mal à faire financer des projets ambitieux, et il n'y a certes David Cage qui tient le coup en tant que créateur français au niveau international, même si

la philosophie de ses jeux est... discutable (cf. Au fil du jeu dans ce numéro). Au niveau anglais, Peter Molyneux, bien que toujours actif, s'est rangé pour de bon et ne semble plus avoir d'autres ambitions que de faire croire qu'il travaille à un prochain jeu révolutionnaire... Bien entendu, de nouveaux noms émergent, mais comment être sûr qu'ils resteront dans le jeu vidéo dans le long terme ?

Ulrich est maintenant revenu vers sa passion première, la musique, « *en produisant Henri Salvador, Alain Champfort, Regis Cecarelli, Valerie Lagrange et enfin Mxp4 avec Gilles Babinet et Sylvain Huet. Chez Mxp4, nous réinventons le jeu vidéo à la lumière de la musique, mes deux passions, si le jeu vidéo et la musique n'étaient qu'un...* »

Et qu'attend donc Philippe Ulrich, après tant d'expériences et tant de succès ? « *J'attends les premières expériences d'immersion totale, celle où l'on confondra le réel et le virtuel, car ce jour là on aura démontré que la réalité n'existe pas...* »

Cette phrase m'a fait sourire, car je reconnaissais là le Philippe Ulrich de mon enfance, interviewé par Blottière dans l'émission Micro Kids, qui parlait déjà d'avoir des électrodes branchées sur le cerveau comme prochaine étape de la réalité virtuelle. Il voyait déjà loin.

Nous voilà 20 ans plus tard, et nous avons oublié cette réalité virtuelle qui nous faisait tant rêver à cette époque. C'est peut-être cela qui rend les jeux si fades de notre jour: notre incapacité à imaginer le futur.



Avant de se séparer, signalons que ces grands créateurs semblent finalement faire un demi-tour pour une nouvelle incursion dans le jeu vidéo. Didier Bouchon et Philippe Ulrich préparent en effet un nouveau jeu, Captain Blood Legacy (tiens, Tron est passé par là?) prévu pour 2012. C'est avec curiosité que nous attendons de voir ce qu'ils nous mijotent.

inachevé

Retour sur un échec retentissant et tentative d'analyse.



histoires d'O

De la génération dite des « 32 bits », on ne retient souvent que la Playstation, la Saturn et la N64 (oui, bon, 64 bits si vous voulez). Mais c'est faire abstraction d'un bon nombre d'autres machines qui s'essayèrent alors sur le marché à ce moment, espérant à leur tour rentrer dans la danse durablement. Et parmi celles-ci, la 3DO était sans doute l'outsider le plus original: une machine techniquement performante, un business model inédit, des gens expérimentés à la barre... rien n'avait été laissé au hasard. Et pourtant, la machine ne rencontra pas le succès espéré, et fut balayée par la Playstation, emportant tout sur son passage tel un raz-de-marée.

Pourtant, cette incursion tout à fait extraordinaire - et culottée - dans le monde des consoles méritait un retour en détail. Je vous propose donc, une nouvelle fois, de vous replonger dans l'ambiance de l'époque et comprendre ce qui s'est réellement passé.

LA FIN DES 16 BITS

Au début des années 1990, le marché est encore largement dominé par les deux acteurs historiques, Sega et Nintendo, avec la Megadrive (Genesis aux US) sortie en 1989 et la SuperNES (ou SuperFamicom au Japon) dispo dès 1991. Au niveau mondial, Nintendo sort grand vainqueur grâce à sa domination totale du marché japonais, mais aux US, Sega, « plus fort que toi », parvient à tenir tête à son concurrent. Les deux arrivent à vendre à peu près 20 millions de machines chacun en Amérique du Nord. Le ralentissement des ventes de consoles 16 bits pousse les différents acteurs à s'orienter progressivement vers la nouvelle génération de machines. Et

c'est opportun: les évolutions technologiques sont majeures dans tous les domaines: les cartouches commencent à être largement dépassées en termes de capacité (les plus grosses cartouches jamais sorties sur Nintendo64 faisaient 64Mo, pour mémoire) par l'arrivée du CD-ROM et ses 650 mégas de stockage. Le PC, en parallèle, devient de plus en plus une plateforme de jeu à part entière: les prix à l'achat s'effondrent, les performances du processeur principal explosent, les résolutions augmentent (le Super VGA, en 640*480, fait son apparition dans plusieurs jeux), les cartes graphiques et sonores performantes se démocratisent, les jeux innovants sortent (merci Origin, entre autres)...





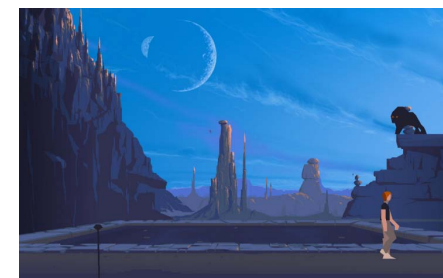
La SuperNES, reine de son époque, en concurrence directe avec la Megadrive de Sega. C'était encore l'époque où Nintendo faisait des machines puissantes, et se battait aussi du côté technique, chose qu'ils ont abandonné depuis des lustres, pour favoriser le casual gaming et les interfaces à la con.

Et peu à peu la 3D (texturée) émerge à grande échelle dès 1994... C'est aussi le début du marché très grand public pour le PC, ou l'on commence à voir l'intérêt d'avoir un ordinateur dans chaque foyer. Juste avant l'arrivée du World Wide Web dès 1994-95...

Cela coïncide justement avec cette tendance au « multimédia » et à « l'interactif » tous azimuts (c'étaient les « buzzwords » de l'époque): des expressions vides de sens qui décrivaient simplement le fait que les machines de jeux allaient pouvoir offrir des séquences vidéo et des bandes son de haute qualité. Pour l'interactif, je cherche encore... les jeux étant interactifs



Non, je ne fais pas une fixation sur Eric Chahi, mais puisqu'on parle des années 1990, il représente bien l'un des derniers créateurs solitaires du jeu vidéo, avant l'arrivée du jeu vidéo au coeur du grand public quelques années plus tard avec la Playstation.



par nature. S'agit-il de signaler aux benêts que c'est plus interactif qu'une télé ?

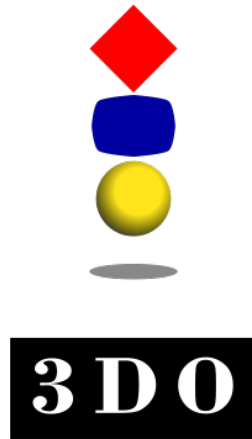
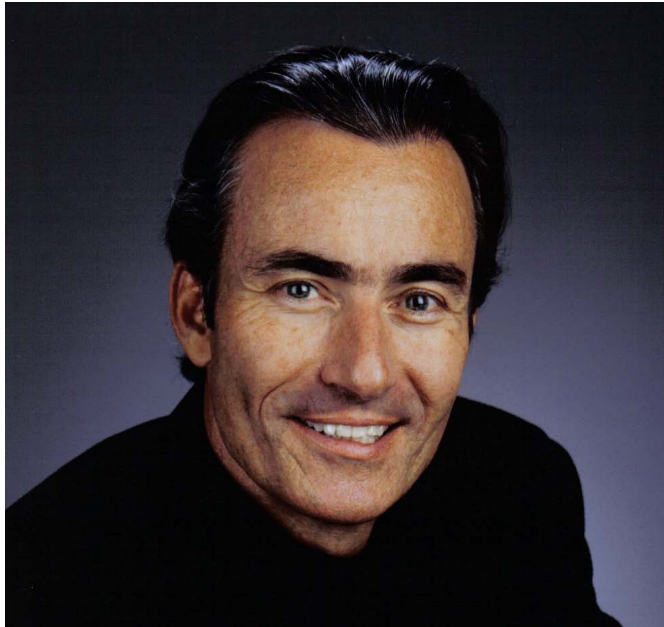
En 1993, le grand public n'est pas encore tombé dans la potion magique du jeu vidéo. La plupart des joueurs sont encore des gosses ou des ados, bien que la part des adultes joueurs, sur console certes mais surtout sur PC, commence à augmenter. En tout cas, les media traditionnels, comme d'hab' ultra-myopes, continuent à traiter les gamers comme des autistes asociaux (cf. un certain « Envoyé spécial » sur Eric Chahi, créateur d'**Another World**) et n'envisagent pas une seconde le phénomène de masse que le jeu vidéo est en passe de devenir.

Mais dans l'industrie, certains constructeurs sont visionnaires, et se préparent en conséquence. L'une des tendances principales s'attache à rapprocher jeu vidéo et cinéma – puisque la technologie le permet: des séquences vidéo peuvent être techniquement intégrées aux jeux. L'intersection entre Hollywood et la Silicon Valley. Et c'est le CD-ROM qui sera le

principal vecteur de cette intégration. Le marché du cinéma étant largement adulte, l'idée est de combiner les deux dans un nouveau medium hybride pour attirer un plus grand public vers le jeu vidéo. Le concept de « film interactif » émerge alors, et même si la forme a changé depuis, elle perdure encore de nos jours (regardez « Heavy Rain » qui s'en réclame).

Vu les perspectives juteuses de convergence des media, les tentatives d'entrer et de percer dans le domaine furent nombreuses. Face aux leaders de l'époque, Nintendo et Sega, de grands noms comme Commodore (avec l'Amiga CD32), Atari (avec la Jaguar), Philips (avec son CDI) et Sony (avec la Playstation) allaient proposer des alternatives de nouvelle génération. Et, au milieu de ces aficionados, un outsider complètement inconnu au bataillon s'ajoute à la liste: 3DO.

Ne cherchez pas trop une signification à l'acronyme, 3DO. Apparemment, c'est simplement la continuation de l'idée de « audio », « vidéo »... et « 3DO »... certains disent que cela signifierait « 3 Dimensional Optics », mais allez savoir.



Trip Hawkins, le fondateur de Electronic Arts et de 3DO. Le logo de la 3DO était relativement abstrait, assez moche mais facile à repérer.

Ce qui est sûr, c'est qu'il y a de la 3D dedans. Mais 3DO, avant d'être le nom d'une machine à venir, était d'abord celui d'une startup, tout comme Google dans ses jeunes années: une entreprise créée rapidement avec peu de ressources mais de bonnes idées, pariant sur de nouvelles technologies pour changer la donne ou répondre à de nouveaux besoins. 3DO a vocation d'être une société purement technologique: elle ne souhaite rien fabriquer, que cela soit en hard ou en soft, mais simplement concevoir un nouveau standard de console que tout constructeur pourra produire, moyennant l'acquittement d'une licence.

Cette approche est évidemment novatrice dans le milieu, et pour mieux cerner la philosophie de la société 3DO, il est essentiel d'en apprendre davantage sur son fondateur, William Hawkins, aussi dit « Trip » Hawkins. « Trip », parce qu'il est le troisième de sa famille à porter le nom de William

Hawkins, et sa grand-mère s'amusait à le traiter de « triplique », d'où le petit nom de « Trip » (voire Trippy) qui lui est resté.

Trip Hawkins (né en 1954) est un entrepreneur de longue date. Il racontait lors d'un discours à Stanford que sa première expérience dans le domaine consista, dans ses jeunes années, à créer un jeu de plateau de toutes pièces, un jeu de stratégie basé sur le baseball, pour le vendre à ses amis d'école. Son projet en tête, il alla voir son père et lui demanda: « Dis Papa, tu peux me prêter un peu de thunes ? C'est pour un jeu de plateau – tu veux combien fiston ? – 5000 dollars s'il te plaît ! – 5000 dollars !! – Ben oui, faut bien le fabriquer, le jeu. » Ca se passe comme ça chez les Hawkins – Il tapa donc 5000 dollars à son père comme investissement initial. Bien qu'il soit arrivé à concrétiser son projet, il finit par perdre tout l'argent en question (« Sorry Dad ! »), mais il persistera dans l'idée qu'il faut continuer à faire des choses nouvelles, tout

simplement parce que c'est « fun ». Il retient malgré tout une leçon importante: il doit apprendre, coûte que coûte, à éviter l'échec financier (surtout avec l'argent de Papa).

C'est peut-être pour mieux contrôler le niveau d'incertitude qu'il développe un sens aigu de l'analyse. On raconte ainsi, que lors d'un match de baseball des Giants de San Francisco, il déclara à l'un de ses invités, assis à ses côtés: « Vous savez, si ce pitcher essaie un pick-off sur la première base, la probabilité que ce coureur vole la deuxième base avec succès chute de 75 à 65% ? » Ouais, ça doit être moyennement fun de regarder un match avec lui.

Féru de sport et de statistiques, il crée plus tard son premier jeu vidéo, début 70, « AccuStat », un jeu de football américain qui est censé simuler le prochain Superball de 1974, alors qu'il étudie la stratégie et la théorie appliquée du jeu à l'université de Harvard. Son programme aboutit à la conclusion que Miami gagnera le Superball avec un score de 23 à 6. En 1974, lors du Superball, Miami gagne effectivement le tournoi, avec un score de ... 24 à 7. Plutôt doué, le Trip. Il sera d'ailleurs dans les premiers à sortir diplômé de Harvard en « Design et Théorie du Jeu ». Il continue à faire des prédictions dans différents domaines. Par exemple, dans celui de l'informatique. En analysant la date de sortie du premier processeur d'Intel, et les activités naissant autour du premier magasin d'ordinateurs (le Dick Heiser's Computer Store), il prédit en 1975 qu'il lui sera possible de créer une société pour fabriquer des ordinateurs personnels, pour le grand public, dès 1982.



Un Apple II - une machine plutôt pas mal, mais horriblement chère. Apple garda une politique de prix élitiste pendant longtemps. Certains diront que c'est encore le cas aujourd'hui, ce qui n'est pas faux, mais cela n'a quand même rien à voir avec les prix honteux de la marque au fruit dans les années 80.

Une fois les études terminées, il remarque l'Apple II à la première West Coast Computer Fair, et postule chez Apple. Engagé, il commence alors sa carrière chez eux en 1978. Il fait partie des premiers employés de la société, et arbore d'ailleurs le badge numéro 68. Il travaille directement pour Steve Jobs, le co-fondateur de la marque, en tant que responsable du « market planning ». Son job consiste à convaincre les hommes d'affaires de l'utilité de l'Apple II dans un contexte professionnel. Il assiste alors à une démonstration du premier tableur, Visicalc, créé par deux programmeurs de Personal Software, et comprend rapidement que cet outil pourrait propulser l'adoption de l'ordinateur au bureau. Le président de Personal Software est prêt à fournir le programme à Apple en échange d'un million de dollars en actions Apple, mais les dirigeants d'Apple ne sont pas chauds et laissent passer l'opportunité. Comme Trip l'avait envisagé, c'est effectivement ces tableurs, qui, quelques années



Steve Jobs dans sa jeunesse, devant une collection d'ordinateurs Apple plus évolués. L'ami Trip Hawkins travailla directement sous Jobs pendant le début de sa carrière.

plus tard, vont faire vendre des quantités importantes de machines. Il racontait aussi qu'en 1979, lors d'une conférence, il déclarait devant une audience médusée « *Vous savez quoi ? Dans quelques années, il y a aura un ordinateur sur chaque bureau. Et on les achètera dans des grands magasins.* » ce qui donnait lieu à des réactions hilares « *arrête ton char, sors de là !* » S'il est une chose dont Trip est le plus fier, c'est sa capacité à imaginer le futur de l'high tech. Évidemment, dit a posteriori, l'histoire de Trip peut sembler « trop parfaite », et il est sans doute difficile de séparer le vrai de la légende, mais quelque part, tous ces articles enthousiastes à son sujet démontrent au moins que le bonhomme a du charisme, et qu'il n'hésite pas à en user pour convaincre ses interlocuteurs.

En 1982, alors qu'il est devenu le directeur de la Stratégie et du Marketing chez la marque à la pomme, il quitte la société pour former la société Amazin' Arts, à partir de pas



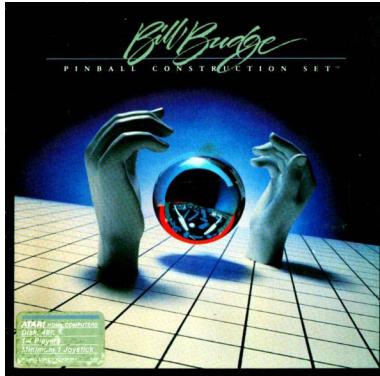
Bob Frankston et Dan Bricklin, les cofondateurs de Personal Software, responsables du développement de Visicalc, le premier tableur de son temps. Apple laissa passer l'opportunité de s'associer avec eux, et quelques années plus tard leur logiciel devenait incontournable pour les entreprises.

grand-chose, soit 120 000 dollars de sa poche (excusez du peu), et des bureaux prêtés par le groupe Sequoia Capital. Avec Sequoia et d'autres fonds d'investissement, il décroche 2 millions de dollars vers la fin 1982 pour développer son projet de société. Les premiers mois sont passés à définir le business plan de la marque, destinée à être spécialisée dans l'édition de jeu vidéo.

Entre septembre et novembre 1982, la société compte 11 employés, avec notamment Bing Gordon (cf. SPARK2, Inachevé, au sujet de la Dreamcast) et David Maynard. Le nom de la société est remis en question lors d'un meeting en Octobre 1982. Une soirée où tout le monde doit être d'accord sur le nom choisi au final. Si l'un des membres part se coucher avant, il perd son droit de vote. Hawkins considérant la création de jeux comme un art, il est emballé par l'idée d'appeler son entreprise « Software Artists ».



Bing Gordon, de Electronic Arts. Récemment, il y a eu de la friction entre Trip Hawkins et Bing, vu que Bing se fait passer désormais pour le cofondateur de EA. Trip a mis les points sur les i : « Je suis le seul fondateur, un point c'est tout. Bing a été le septième employé de la société et il a commencé à travailler pour EA 6 mois après que j'ai créé la société. Alors, il est un peu en retard pour être cofondateur, et pour créer l'illusion que nous avons fondé la société ensemble. » Et paf, Bing dans les dents.



Si Macadam Bumper (voir notre article Un Jeu d'Enfant dans ce numéro) était bien l'un des premiers jeux de création de flipper en Europe, il avait été devancé aux US par le Pinball Construction Kit de Bill Budge sur Apple II. Comme vous le voyez, EA avait l'habitude de faire des boîtes de jeux soignées, de mettre en avant les créateurs, et de les envoyer même en tournée dans le pays pour signer des autographes, tout comme des stars de la musique. Ci-dessus, Hawkins et Bill Budge derrière Pinball Construction Kit sur l'écran.

Hélas, une autre société du nom de « Softart » existe déjà, ce qui rend l'utilisation de ce nom inappropriée. Bing Gordon, entre deux bouchées de chips, propose alors le nom de « Electronic Artists » en référence à « United Artists » dans le monde du cinéma. Mais à la différence de « United Artists », les artistes du jeu vidéo, c'est-à-dire les développeurs, ne seront que leurs clients privilégiés, puisque la société qu'Hawkins souhaite lancer a seulement vocation d'éditeur. Au final, le nom d'« Electronic Arts » fut fixé. Le fameux EA était né.

La stratégie d'EA, à ses débuts, consiste à mettre les développeurs en avant, contrairement aux géants de l'époque comme Atari ou Mattel, qui commercialisent des jeux en

traitant les développeurs comme de la main d'œuvre sous-qualifiée indigne d'être mentionnée. EA présente par contre ses développeurs comme des superstars, avec des photos, des bios longues et complètes, à l'image de l'industrie musicale. Hawkins les fait passer à la télé, et les fait tourner dans le pays pour signer des autographes dans les plus grands magasins. C'est dans le même état d'esprit qu'EA révolutionne la commercialisation en leur créant des boîtes de jeu aux designs artistiques, accompagnés de manuels colorés. Ce n'est pas qu'une simple apparence: dans toutes leurs communications avec l'extérieur, ils présentent les développeurs avec qui ils travaillent comme de véritables artistes. De plus, les profits réalisés sont mieux partagés avec les développeurs, en comparaison avec les autres éditeurs. EA

devient rapidement l'un des éditeurs favoris pour publier de nouveaux titres. La vision de la société est soulignée par des slogans comme « We see Farther » (« on voit plus loin ») et « Can a Computer Game make you cry ? » (« Est-ce qu'un jeu vidéo peut vous faire pleurer ? »).

En termes de distribution, EA va directement démarcher auprès des détaillants. Une tactique pas évidente alors que les détaillants de l'époque préfèrent faire confiance aux gros distributeurs et à leur catalogue de jeux.

Malgré tout, avec cette stratégie, les ventes augmentent progressivement, et en 1984, EA engage Larry Probst comme directeur des ventes (cf. SPARK2, Inachevé, là encore).



Le fleuron des créateurs de jeux chez EA, utilisés pour les besoins d'une pub « Nous voyons plus loin ». La photo a été prise par un photographe d'Hollywood. On reconnaît Bill Budge à droite.



L'ami Larry développe rapidement une force de vente sans égale dans le domaine du jeu vidéo. En travaillant directement avec les détaillants, EA assoit son image et peut aussi dégager plus de marges, deux facteurs qui l'aideront grandement à dépasser la concurrence dans les années à suivre. Au moment où Trip quitte EA (remplacé alors par Larry Probst), en 1991, pour former 3DO, EA est devenu l'un des plus grands éditeurs au monde, en distribuant les jeux de sociétés comme Origin, Westwood, Jane's Combat simulations, Bullfrog et Maxis.

Et l'aventure d'EA sur consoles ne fait que commencer. Ca tombe bien, les consoles, c'est justement le nouveau rêve d'Hawkins.

PLUSIEURS TENTATIVES INFRUCTUEUSES...

Phillips, dès 1991, se lance dans la course aux appareils autonomes basés sur le CD, avec une machine, le CDI, s'apparentant plus au look d'un magnétoscope qu'à autre chose. Les logiciels vendus pour la machine sont clairement à vocation éducative, mais quelques jeux font leur apparition (pourraves, au demeurant: les Zelda, Roland Garros tennis, sont pitoyables en tous points). Le fait que cette machine soit très chère (600 dollars !), très moche (une espèce de gros lecteur de CD), ne soit pas dédiée aux jeux la relèguera vite à d'autres utilisations, comme les stands de présentations interactives. Bref, le placard.

Du côté du jeu vidéo, Sega, comme évoqué dans le dernier article sur la Dreamcast, n'attend pas et lance rapidement

le MegaCD pour redonner du peps à sa Megadrive, alors que Nintendo est loin d'être prêt à faire de même (encore en discussion avec Sony sur le sujet). Au final, les développeurs ne suivent pas vraiment l'avènement du MegaCD: l'extension seule n'est pas donnée (300 dollars), peu de jeux utilisent le CD à bon escient et peu se démarquent donc des jeux Sega traditionnels, et d'autre part, les capacités de la Megadrive ne sont pas suffisantes pour justifier un investissement dans cette extension.

Commodore, pour sa part, après de longues années dans le domaine de la micro-informatique personnelle et des succès importants comme le Commodore 64 et l'Amiga, lance en septembre 1993, la console Amiga CD32 basée sur le hardware de l'Amiga 1200.



Le CDi de Philips. Une vraie daube. C'est vrai.



L'Amiga CD32 de Commodore. Une machine correcte, mais pas adaptée à l'ère de la 3D.



La Jaguar d'Atari, qui fit parler d'elle, mais arriva avec de gros défauts, comme l'absence de CD-Rom et sans soutien d'éditeurs.

La console dispose cependant d'une puce en plus, l'Akiko, principalement pour l'accélération vidéo. La CD32 est la première véritable console 32 bits sur le marché en Europe et en Amérique du Nord. Outre un certain manque de soutien des développeurs (qui se contentent de convertir leurs titres existants sans y ajouter autre chose que des musiques de meilleure qualité – ce qu'on appelle le *shovelware* – à l'exception de titres comme **Microcosm** et **Super Stardust** qui montrèrent réellement ce dont la machine était capable), Commodore est dans une situation financière peu reluisante à cette époque et ne peut pas se permettre d'efforts marketing conséquents pour lancer sa console. Enfin, la société a du mal à acheminer des stocks (Commodore devait payer des droits sur un brevet, et en l'absence de règlement, un juge prononça l'interdiction de l'Amiga CD32 sur le sol américain) et même si la console aurait pu avoir du potentiel, elle finira par être rapidement enterrée. La commercialisation ne plante pas totalement: entre Septembre 1993 et Avril 1994, quelque 100 000 unités sont quand même écoulées. Mais le véritable problème de la machine est qu'elle n'est

pas du tout faite pour la 3D. L'architecture de l'Amiga est historiquement faite pour exceller dans la 2D grâce à de multiples processeurs spécialisés, mais ils s'avèrent complètement inefficaces quand il s'agit de reproduire un jeu à la Doom, par exemple. On peut donc imaginer que même si Commodore était resté solvable, la console aurait probablement connu le même funeste destin face à une Saturn ou une Playstation.

Atari ne commet pas cette erreur, et pour sa part, lance sa Jaguar, la première console 64 bits, en novembre 1993, prête pour l'ère de la 3D, avec une puissance comparable à celle de la Saturn de Sega à venir. Cependant, la machine est encore basée sur des cartouches alors que le futur est clairement celui du support CD. Atari n'arrive pas à convaincre les développeurs de s'y intéresser: face à l'avalanche de machines qui déboulent ou vont débouler, Atari a plutôt mauvaise réputation (beaucoup de promesses non tenues par le passé). Conséquence directe, très peu de jeux sortent, et les clients sont inquiets quant au futur ludique du support.

Ajoutez à cela des problèmes graves de conception, des bugs hardware et des kits de développement peu pratiques (à la documentation incomplète), une stratégie foireuse d'un bout à l'autre: en 1993 Atari parie sur le fait que personne ne voudra jamais dépenser 400 dollars dans une console de jeux, et sort donc une machine à moins de 200 dollars, mais alors que la Playstation et la Saturn commencent à avoir du succès, Atari change soudain son fusil d'épaule et sort une extension CD qui coûte 200 dollars à elle seule... ce qui est l'exact contraire de leur stratégie initiale... De quoi déconcerter joueurs et éditeurs... Vous comprendrez pourquoi la machine ne s'écoula qu'à 100 000 unités en plus d'un an sur le marché.

Outre ces concurrents, on chuchote même l'arrivée d'une éventuelle machine Apple conçue avec Toshiba, elle aussi équipée d'un lecteur de CD... pour vous donner une idée de l'effervescence du milieu dans le début des années 90.

Tout le monde veut sa part.

Trip Hawkins saute sur le wagon des consoles pour une simple raison: alors directeur de EA, il est conscient que sa société peut continuer à croître pendant les 3-4 prochaines années sur consoles, mais redoute le manque d'innovation de la part des constructeurs, qui pourrait entraîner un enlèvement du secteur. En 1991, quand il quitte EA pour former 3DO, Sega n'a pas encore annoncé de successeur à sa Megadrive, et Nintendo vient tout juste de sortir sa SuperNES. Il faut bien comprendre qu'en ce temps-là, le cycle des consoles n'était pas de 10 ans comme de nos jours, avec ses trois concurrents dans une boîte de sardines, mais plutôt de 3-4 ans max entre deux générations. La Megadrive, sortie en 1989 aux US, n'avait donc toujours pas de remplaçante à l'horizon, et allait vraisemblablement rester sur le marché longtemps puisque Nintendo venait juste de rentrer dans la danse des 16 bits (1991). Pas de nouvelles consoles avant 1994-1995, c'en était trop pour Trip qui voyait là non seulement un risque pour l'industrie mais aussi une opportunité de changer les choses.

Le projet 3DO consiste à bouleverser le statu-quo:

- Lancer une console dépassant les capacités technologiques des consoles Nintendo et Sega.
- Court-circuiter les accords de licence qui lient les développeurs et ces sociétés.
- Sur cette console, ne pas concurrencer les éditeurs par un développement « first-party ».
- Proposer une licence pour permettre à tout constructeur de fabriquer cette console.
- Lier le monde console au monde « multimédia », pour positionner la machine dans tous les foyers.



A gauche, Doom en 1994 était le jeu en 3D le plus beau sur PC. Ci-dessus, en 1993, la 3DO faisait déjà mieux dans Total Eclipse, avec des ennemis en 3D pleine et des décors courbés. Ironie du sort, le port de Doom sur 3DO sera complètement minable et saccadé. Vengeance ?

Chacune de ces lignes directrices va se concrétiser par plusieurs stratégies. Examinons les une par une.

Principe 1: « Techniquement à la ramasse, tu ne seras point. »

Pour mener à bien sa vision, Trip a besoin d'une console qui tue sa maman et fasse kiffer le premier Kevin venu. Mais 3DO n'y connaît rien en hardware, c'est pourquoi Trip se met en quête de partenaires, et tombe sur une petite société américaine, NTG, justement en train de développer une console de nouvelle génération. Sans détailler ici les entrailles de la bête (voir la partie développement plus loin) la 3DO telle que conçue par NTG est clairement la machine la plus puissante quand elle sort en 1993. Les machines 16 bits sont complètement à la ramasse en comparaison, avec ou sans leur accessoire CD (Mega-CD), et les concurrents éventuels dans le monde des 32 bits sont soit largués techniquement (comme la CD32) ou souffrent d'un gros manque (la Jaguar,

sans support CD). Avant le lancement, le marketing de 3DO sort des chiffres qui ne veulent rien dire du tout (« 50 fois plus puissante que les consoles actuelles ») pour faire jaser les journalistes en manque de sensationnel. Malgré l'exagération, les faits sont là: les premières démonstrations techniques, ou même les premiers jeux, sont extrêmement impressionnants face à ce qui se fait à l'époque, même sur PC.

Oui, même moi, qui avait découvert la 3DO devant l'émission MicroKids, bavais devant la puissance déployée par la machine. Total Eclipse, un jeu de shoot 3D, montrait véritablement ce à quoi la vraie 3D allait ressembler dans le futur, loin des polygones moches d'antan. Sur ce point, le travail effectué par les gars de NTG est éloquent: ils ont effectivement créé une machine répondant parfaitement aux objectifs de Trip. Même après la sortie de la Saturn puis de la Playstation (plus d'un an plus tard), le hardware de la 3DO n'a pas à rougir: il tient toujours largement tête à ces deux consoles, comme certains jeux multi-plateformes pouvaient en attester.



Sega Saturn

Sony Playstation

Panasonic 3DO

	Sega Saturn	Sony Playstation	Panasonic 3DO
Processeurs	2 SuperH-2 Hitachi 7604 RISC 32 bits 28.63 Mhz (25 MIPS), 4ko cache Hitachi SH1 RISC 32 bits à 20 Mhz	R3051 LSI Logic RISC 32 bits 33.8 Mhz (30 MIPS), 4ko cache 3D Geometry Engine (66 MIPS) Data Engine MDEC (80 MIPS)	ARM 60 RISC 32 bits 12.5 Mhz (10 MIPS), sans cache
RAM	2 Mo de RAM principale 1.5 Mo de VRAM, 512k pour CD-ROM	2 Mo de DRAM 1 Mo de VRAM, 32k pour CD-ROM	2 Mo de DRAM 1 Mo de VRAM
Graphisme	VDP1 pour les sprites, moteur de polygones VDP2 pour les background 720*576 Max à 16.7 millions de couleurs	1 processeur maison pour sprites et backgrounds 640*480 à 16.7 millions de couleurs	2 Co-processeurs maison 25 Mhz, 9-16 millions pixels/s 640*480 à 16.7 millions de couleurs
Son	DSP 16 bits CISC 68EC000 à 11.3 Mhz Son 44.1Khz	Processeur maison, support ADPCM Son 44.1Khz	DSP 16 bits maison à 25 Mhz Son 44.1Khz

Dans plusieurs domaines, la 3DO se positionnait très bien:

- Elle pouvait afficher 24 bits de couleurs (et c'était le cas dans plusieurs jeux), la PS1 pouvait le faire aussi mais très peu de jeux profitaient de cette capacité. La Saturn était aussi capable de le faire, mais les performances d'affichage chutaient grave dans ce cas-là – elle se limitait le plus souvent à 32 768 couleurs simultanées.
- La 3DO possédait une fonction de filtrage hardware. Quand elle était utilisée, la qualité d'image était supérieure sur 3DO. Par exemple, Road Rash est plus joli sur 3DO que sur PS1 car il fait appel au filtrage, justement.
- Elle avait autant de RAM que la PS1 (mais moins que la Saturn)

Mais elle souffrait aussi sur différents points:

- Extrapolation en sortie vidéo: en interne, la console produisait des images à une résolution de 320*200, mais extrapolait ces images en sortie à 640*480. Cela donnait parfois lieu à une pixellisation exagérée.
- Quand les musiques de jeu étaient au format Audio CD, la lecteur CD de la 3DO devait constamment accéder à ces pistes à cause d'un manque de buffer, et de l'absence d'implémentation I/O au niveau du processeur contrairement au microcontrôleur SH1 de la Saturn qui permettait l'accès aux pistes CD sans latence.
- Le processeur central était beaucoup moins puissant que la combinaison de chips autour du CPU de la PS1, ou encore que le double processeur SH2 de la Saturn.
- Les polygones étaient gérés sous forme de quadrilatères (comme sur Saturn) mais en triangles sur PS1. Au final, les moteurs 3D sur PS1 étaient plus efficaces.

- Les sprites étaient limités à 16 couleurs simultanées (comme sur PS1, certes), mais cela restait inférieur aux 24 couleurs par sprite que la Saturn pouvait gérer.

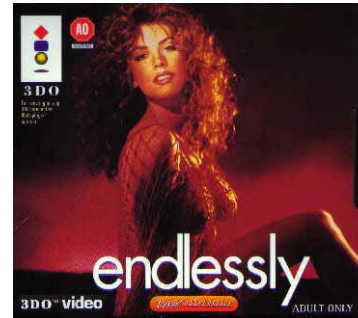
Techniquement, la 3DO disposait donc de nombreuses fonctions hardware, davantage que sur PS1, mais ne pouvait pas toutes les utiliser simultanément à cause d'une insuffisance de RAM et d'un manque de patate du processeur principal, ne permettant pas des choses fantastiques au niveau 3D, face à l'architecture d'une PS1 complètement dédiée à cet effet. Sur le long terme, la PS1 finirait inévitablement par l'emporter grâce à l'optimisation du développement, mais à sa sortie la 3DO est d'un niveau comparable.

Pour finir sur le chapitre technique, je citerai David Morse, président de Crystal Dynamics, qui racontait en 1995:

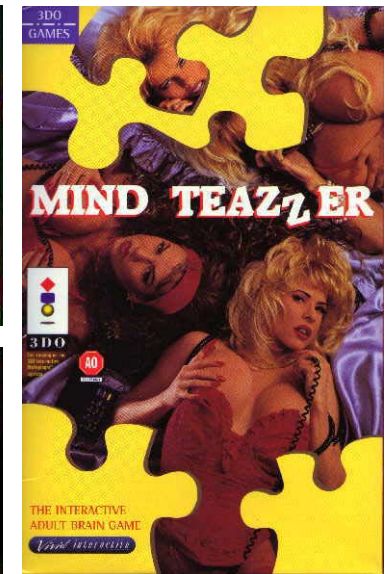
« La bonne nouvelle c'est qu'elles ont toutes (la Saturn, la PS1 et la 3DO) des performances suffisamment similaires, ce qui vous permet de développer des titres qui fonctionneront sur chacune d'entre elles. »

Principe 2: « Tu ne voleras point tes amis les développeurs »

Les accords de licence sont le deuxième cheval de bataille de Trip. Pour s'accaparer le soutien des éditeurs, Trip fait appel à un principe de base: les gens aiment le pognon ! En effet, alors que Sega ou Nintendo n'hésitent pas à réclamer 9 à 12 dollars de royalties sur chaque jeu vendu, Hawkins le poisonnier casse les prix et permet à tout éditeur de développer sur 3DO en échange de 3 dollars par jeu vendu (3DO = 3 Dollars Only ?). C'est une offre d'appel qui est évidemment alléchante: pour chaque unité vendue, le profit est largement supérieur sur 3DO pour deux raisons: les coûts de fabrication et de pressage des CD sont très faibles par rapport à ce que demande la fabrication des cartouches (20 dollars par cartouche!), et le coût de la licence est lui aussi peu élevé. Même si le profit par unité semble très favorable, les éditeurs se posent sans doute la question: « est-ce qu'on en vendra assez, de jeux, sur ce système ? ». Une réponse qui tient, bien entendu, au parc de machines installées et à l'appétit en jeux des clients de la marque. Autre particularité, l'accord de licence avec 3DO est à durée illimitée avec les développeurs, contrairement aux concurrents. Notons aussi que 3DO ne pratique aucune forme de validation du contenu des jeux proposés sur ce format. Ils optent pour une neutralité totale,



La 3DO fut la première console à autoriser les jeux de cul (enfin, c'était quand même soft), vu que la politique d'édition ne visait pas à contrôler le contenu. Ah, c'est bien la liberté, je suis tout à fait pour.



alors que Sega, ou Nintendo, en particulier, ont toujours été très restrictifs en termes de contenu, en demandant moult modifications aux jeux publiés sur leurs machines. C'est aussi pour cette raison que certains des premiers jeux adultes font leur apparition sur cette machine.

Principe 3: « De jeux et software, tu ne développeras point »

Dès le début, la société 3DO se positionne comme fournisseur de technologies: aussi bien hardware que software (système d'exploitation et outils de développement). Cependant, jamais il n'est question, pour 3DO, de développer ses propres jeux pour le standard. Mieux vaut prévenir que guérir: certains développeurs tiers ont été souvent déçus sur d'autres consoles, où le constructeur est tout-puissant en termes de développement de softs, et ne laisse finalement que les miettes aux tiers qui soutiennent la machine. Nintendo garde par exemple toujours cette image de dinosaure (les jeux

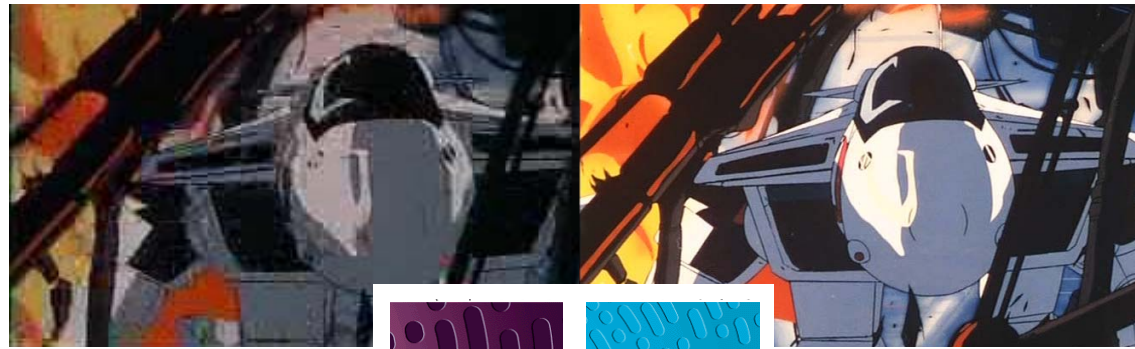
Nintendo se vendent souvent en dizaines de millions d'unités, alors que les jeux de tiers ont parfois du mal à trouver un marché), même en 2011. 3DO se positionne donc comme une console « pour tiers, uniquement », histoire d'attirer le plus de monde possible sur sa machine.

Principe 4: « A fabriquer ta machine, tu ne limiteras quiconque. »

Trip a une vision peu commune de l'évolution du marché des consoles: « Le marché va devenir énorme. Et il n'y a jamais eu de standard dans l'industrie interactive. A long terme, le consommateur sera avantagé si l'industrie évolue vers une approche plus standardisée. ». 3DO est une petite structure de rien du tout et ne peut pas se permettre de financer la construction, la vente et la distribution de machines dans chaque géographie. D'où l'idée de proposer une licence gratuite de 7 ans à chaque constructeur désirant fabriquer une machine compatible 3DO.



Kodak avait déjà du plomb dans l'aile avec l'introduction de leur format VideoCD. Une idée assez stupide, comme si les gens avaient envie de passer par 3 intermédiaires pour consulter leurs photos... Et le JPEG viendra balayer ce format dépassé.



CD-ROM



DVD

La compression des VCDs n'était pas terrible, comme vous le voyez sur cette image de comparaison. C'est dû à deux facteurs: le manque de place sur un CD par rapport à un DVD, et la puissance hardware nécessaire pour une décompression de qualité. La meilleure combinaison arrivera à la fin des années 90 avec le DVD et le MPEG2. Un peu trop tôt; le VCD. Dommage pour la 3DO.

Gratuite, à l'exception d'un coût de certification facturé à la société 3DO pour assurer que chaque console correspond bien au format prédéfini (compatibilité oblige). Mais en termes de design, le constructeur est libre d'adopter la forme et les couleurs qu'il souhaite. Une autre obligation consiste à apposer le logo 3DO sur la machine. Pour les constructeurs, au final, le coût est très faible: ils n'ont pas à investir dans la recherche et le développement, mais simplement dans des lignes de fabrication. Pas moins de 4 géants de l'électronique grand public annoncent leur intention de fabriquer des machines compatibles 3DO: Matsushita (Panasonic), Goldstar (mieux connu désormais sous le nom de Lucky-Goldstar, soit LG... qui ne veut pas dire « Life's Good », non), Samsung, et AT&T. Sanyo, l'autre constructeur japonais de la liste, les rejoindra aussi par la suite. Mais tout n'est pas rose: les constructeurs assument quand même une grosse part du risque: si la machine se plante complètement, ils peuvent perdre leur investissement dans la chaîne de fabrication, et se retrouver avec des stocks d'invendus sur les bras. Malgré tout, Trip est habile dans sa communication, et la 3DO semble techniquement prometteuse, et plusieurs constructeurs se lanceront dans l'aventure. Pour justifier cette manière de faire, Trip utilisait souvent l'analogie avec le succès du format VHS: un modèle unique avec des lecteurs

proposés par les différentes marques. Même si les premiers lecteurs VHS coûtaient très cher (1000 dollars à la sortie), la concurrence entre les constructeurs fait baisser progressivement les prix et au final, le format devient largement populaire et abordable à tous. Trip était sans doute très en avance sur son temps en espérant proposer une machine universelle dans chaque foyer. En 2011, de plus en plus de professionnels pensent désormais qu'un jour, il n'y aura sans doute plus qu'une « console » sur le marché, pour différentes raisons: simplifier la vie des développeurs et réduire leurs coûts de développement, simplifier la vie des joueurs, simplifier la distribution... Même si cette vision n'est pas vraiment devenue réalité, la PS2 a, en son temps, presque atteint cet objectif en écrasant toute concurrence, et la Wii a failli suivre le même chemin. Ce n'est peut-être qu'une question de temps, et surtout de palier technologique.

Principe 5: « Avec ta bécane, tu fusionneras le film et le jeu vidéo »

La 3DO sera conçue et pensée comme une machine universelle permettant d'exécuter du soft ludique, éducatif, interactif et multimédia et bla-bla. Il est vrai, que, dans les faits, il a réussi à réunir Time Warner, Universal et Electronics Arts

derrière 3DO. Mais dans les faits, la 3DO reste avant tout une console faite pour le jeu. La plupart des softs à sortir seront effectivement des jeux et non des trucs hybrides, et en termes de capacité multimédia, c'est encore bien trop tôt. Le Photo-CD de Kodak est un truc que personne n'utilisera jamais (inutile, donc), et le module de décompression MPEG pour lire les VCDs est vendu séparément, ce qui restreint forcément toute utilisation à grande échelle. Enfin, le VCD est un format un peu bâtard: d'une qualité à peine meilleure que la VHS, mais souffrant d'horribles défauts de compression, et des limitations des capacités CD (rendant impossible le stockage d'un film entier sur un seul disque), il ne décollera jamais en Occident qui préférera attendre le DVD, et restera surtout un format populaire en Asie du sud-est. A vrai dire, les studios n'ont jamais vraiment misé sur le VCD, il n'a toujours été qu'une simple option, mais jamais un produit stratégique. Bien que la 3DO ait été conçue pour accepter un module extérieur pour VCDs, Trip livrera le fond de sa pensée sur le sujet au printemps 1994: « D'un point de vue concurrentiel, puisque Philips l'a (NDLR: avec le CDI), nous ne pouvons pas faire autrement que de l'avoir aussi. Mais je ne crois pas que cela soit si important, pour être honnête. Vous pouvez obtenir de la vidéo assez bonne sans le MPEG, et ça coûte relativement cher pour l'avoir en hard.



Dave Morse, l'un des architectes de l'Amiga et de la 3DO, plus tard fondateur de Crystal Dynamics.



Dave Needle et RJ Mical, les deux ingénieurs de talent qui travaillèrent sur l'Amiga, la Lynx et la 3DO au niveau hardware et software, au sein de leur structure NTG.



La Lynx I en haut et II en bas. Développée pour Epyx avant d'être revendue à Atari quelques années plus tard...

Ca ne va pas remplacer votre magnétoscope. Vous n'aurez ni la qualité ni la durée de lecture nécessaire pour en faire le prochain format de vidéo.» Dommage, car cette stratégie était sans doute la bonne, notamment au passage du VHS au DVD. Pour s'en convaincre, il suffit de constater que Sony a vendu la plupart des ses premiers stocks de PS2 sans quasiment aucun jeu, tout simplement parce que c'était le lecteur DVD le moins cher du marché, et le seul véritable argument face à une Dreamcast déjà bien lotie en titres convaincants.

Sur le papier, tous ces principes sont cohérents, et semblent paver la voie de la 3DO vers le succès. Après tout, si un paquet de gens intelligents ont décidé de suivre ce projet, c'est bien qu'il y avait une certaine crédibilité dans l'avenir de ce nouveau business model. Mais nous allons voir qu'en fait, les trois premiers principes seront tour à tour mis à mal au cours de la vie de la machine, et ceci très rapidement. Quant au principe 4, nous verrons en quoi il fut sans doute à double tranchant pour la survie de la machine. Mais avant de parler affaires, il s'agit de revenir sur la conception de la « meilleure machine au monde TM ».

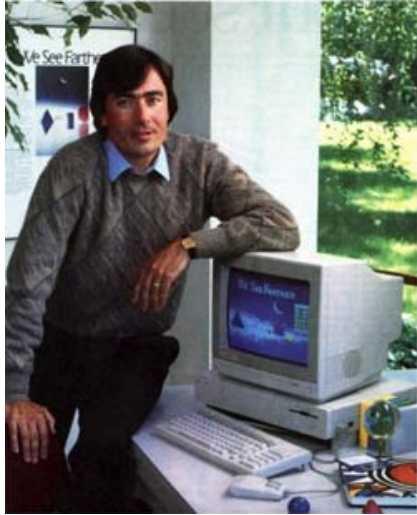
LE DÉVELOPPEMENT DE LA BÊTE.

Quand l'ami Trip quitte EA, la société qu'il fonde ne s'appelle pas encore 3DO, mais SMSG Inc, partie intégrante d'EA. Ce n'est qu'en 1993 que la société émerge en tant qu'entité indépendante, soutenue par plusieurs investisseurs renommés. Au départ, la société de Trip Hawkins n'est cependant qu'une vision couchée sur du papier. Il n'a pas de machine à présenter à quiconque, et part donc à la recherche d'une société capable de concrétiser son rêve.

De son côté, la société NTG (New Technologies Group), une petite startup américaine fondée en 1990, développe un prototype de console de jeu nouvelle génération, qu'ils espèrent vendre une fois finalisé. La machine est basée sur un lecteur CD double vitesse, et une batterie de processeurs, dont un DSP chargé de la gestion de l'audio, chose inédite à l'époque. Les membres de NTG ne sont pas des débutants. On retrouve en effet David Morse (co-fondateur de Amiga Corporation, et plus tard de Crystal Dynamics !), David Needle et RJ Mical aux rênes de la petite startup, tous des anciens du monde de l'Amiga: ils ont en effet conçu la

fameuse machine de Commodore dans les années 1980, et en ont aussi créé le système d'exploitation (complètement multitâches, dès 1986, bien avant Windows 95). RJ et Dave Needle ont, en outre, après son départ de Commodore, aussi conçu la Lynx au sein de la société Epyx. Oui, la Lynx était un mastodonte, surtout dans sa première version. Mais elle bénéficiait de nombreuses avancées technologiques par rapport à la Game Boy, par exemple. Des effets de rotation, de Zoom étaient directement intégrés au hardware, ce qui en faisait une machine flexible et puissante. Il était même possible de brancher jusqu'à 16 Lynx entre elles avec un seul fil, et les laisser gérer par elles-mêmes la transmission de paquets de l'une à l'autre sans conflit.

Epyx eut cependant des problèmes commerciaux en 1989, et se résolut à vendre le projet Handy (nom de code de la Lynx) à Jack Tramiel. Mais comme d'hab', Atari a été incapable de vendre la machine correctement face à une Game Boy vieillissante. Farouchement opposés à la revente de leur projet à l'ancien concurrent, RJ et Needle menacèrent de quitter le navire si Atari en devenait l'acquéreur. La Lynx changea de propriétaire et ils mirent leur menace à exécution.



Trip n'était pas sans connaître l'Amiga pendant les années 1980. Disons-le même carrément, il était un fan de la machine, et disait à son sujet, en 1985: « *Je crois que cette machine, si elle est commercialisée comme il faut, aura un impact significatif sur l'industrie des ordinateurs personnels.* » C'est grâce à lui que la machine aura le soutien de EA, et procurera à des générations d'Amigaïstes l'un des meilleurs outils graphiques: Deluxe Paint. Dans la photo de droite, Dave Needle et RJ Mical, des anciens de l'Amiga, en train de s'éclater avec Trip devant la 3DO qu'ils ont conçue.



de prendre ces images, de les découper manuellement dans le programme d'édition graphique, et de les intégrer aux différents outils que nous avons écrits pour la vidéo de démonstration. Et nous étions donc là, tous les trois, Dave, ma femme et moi, coincés comme des sardines dans mon bureau à produire cette affaire, couper et coller des morceaux par le biais du logiciel. Ce n'était pas pratique du tout, les lumières chaudes rendaient l'atmosphère étouffante. C'était la misère.»

Needle et Mical finirent par montrer cette vidéo de démo à des gens de l'industrie. La cassette arrive de fil en aiguille dans les mains de Trip. Needle et Mical connaissaient déjà Trip depuis les débuts de l'Amiga, puisque Hawkins était un fan de la première heure de la machine (comme le soutien de EA à la machine de Commodore à ses débuts le prouva).

Trip en quête de partenaires, rencontre enfin les gens de NTG à l'automne 1990. A cette époque, la société est encore de taille restreinte: ils ne sont que 7 ou 8 employés. RJ Mical explique comment la rencontre entre les deux sociétés s'est faite: « *Trip avait une vision, mais avait besoin d'une machine pour la concrétiser. Nous avions une machine, mais personne ne nous connaissait. Nous étions en mode sous-marin. Finalement, nous avons été présentés l'un à l'autre par un ami commun, qui ne pouvait pas nous parler directement à cause de conflits d'intérêts.* » Trip est apparemment conquis, et 3DO finit par engager NTG pour finir le hardware en vue d'une commercialisation. L'intégration de NTG dans 3DO s'avéra bénéfique pour chacun. RJ disait alors « *3DO était l'une des sociétés les plus remarquables où j'ai pu œuvrer, au vu de la densité de gens vraiment intelligents qui y travaillaient.* »

RJ se souvient avec amertume de cette décision: « *Nous avons travaillé vraiment dur pour inventer cette technologie de nouvelle génération, avec hardware et software intégrés, et c'est parti chez des gens qui ne savaient pas quoi en faire avec, qui ne savaient pas ce qu'il fallait faire pour la transformer en véritable succès.* » Retour à zéro... les pieds sous la table: « *Le jour suivant notre départ, nous sommes allés voir notre ancien boss, Dave Morse. Nous sommes allés nous asseoir tous les trois dans un restaurant et nous nous demandâmes: «alors, qu'allons-nous faire à présent ?» C'est alors que, dans le plus pur style de la Silicon Valley, nous commençâmes à dessiner sur nos serviettes de table ce qui deviendrait le système 3DO. C'était probablement vers mi-septembre 1989.* »

Dave Morse, Dave Needle et RJ Mical fondèrent donc ensuite la société NTG pour donner une structure à leur projet de hardware. Pour le projet Opera (le nom de code qui deviendra plus tard 3DO), Needle et Mical travaillèrent sur le prototype du hardware dans le domicile de RJ. Les rôles sont bien partagés: RJ s'attache à concevoir le système

d'exploitation de la machine, nommé Portfolio: là encore, comme sur Amiga, complètement multitâches. Dave Needle devient l'architecte du hardware. Une fois le prototype terminé, ils préparèrent une vidéo de promotion à montrer à tous les investisseurs potentiels. Ce n'était pas chose facile sans le hardware final: « *Nous avons créé les visuels pour la vidéo image par image sur le prototype du moteur d'affichage que Dave avait construit dans le labo.* » racontait Mical. « *Le proto disposait de vraie RAM, d'un vrai CPU, et générait l'affichage de la même façon que le produit final devait le faire. Nous avons quelques algorithmes qui produisaient des effets de base, qui donnaient l'impression de vous déplacer au dessus d'un paysage. En plus, nous avions un avion à réaction, d'apparence 3D, qui tournoyait aux alentours et décollait à distance. Dans mon bureau nous avions justement un modèle réduit d'avion à réaction et nous l'avons utilisé devant un petit « blue-screen ». Avec un rapporteur, nous marquions à la main des emplacements sur le papier pour le positionner au bon endroit dans chaque image, et nous primes des tonnes et des tonnes de captures de ce modèle réduit. Le but était*



SiliconGraphics Computer Systems

Cet environnement, à son tour, donne des ailes à l'équipe de développement, qui imagine déjà intégrer « dans des maisons du futur, une 3DO encastrée dans le mur, pas seulement pour le jeu, mais pour transmettre du contenu vidéo interactif dans toute la maison aussi ». De nombreux brevets sont déposés aussi bien sur le hardware que sur le software de la machine. A NTG, les employés n'avaient pas de stock-options, mais chacun recevait une part des profits à hauteur de leur contribution sur chaque projet. RJ Mical décrit le système comme « une sorte d'utopie socialiste, qui aurait peut-être pu marcher, mais l'offre de 3DO était trop alléchante. Nous travaillions alors sur plusieurs projets, mais au bout d'un an et demi, tout ce que nous faisons était lié à la 3DO. »

NTG grossit progressivement jusqu'à atteindre 32 employés avant d'être reprise par 3DO en 1993. A ce moment-là, RJ Mical devient Vice-président et « Fellow » de 3DO, en charge de la stratégie de haut niveau pour la marque mais aussi du design de la machine de seconde génération, qui sera connue sous le nom de code M2.

Pour Mical et Needle, l'avenir semble plus prometteur que jamais. « C'est la troisième fois » (NDLR: la troisième machine), racontait Needle. « Avec Amiga, nous avons eu de la chance, nous avons de bons techniciens, mais nous n'avions pas un sou, il nous était difficile d'attirer les meilleurs éléments dans tous les domaines. Pour la deuxième fois (NDLR: la Lynx, suivez, bordel !), d'autres problèmes nous avaient empêché d'attirer ces gens. Cette fois (NDLR: oui, la 3DO) nous étions clairs sur ce que le marché voulait, et nous avions Trip Hawkins. Il avait

Jim Clark, président de Silicon Graphics, qui fabriquait alors des stations de travail qui permettaient de faire des super effets spéciaux en synthèse, pour le cinéma, la pub ou les cinématiques de jeux vidéo.



la même vision du marché, et un business plan construit autour d'idées que nous n'aurions pas pu avoir nous-mêmes. Ce que nous avons appris avec les années, c'est que vous ne pouvez pas vous contenter d'une chouette technologie. Il vous faut toute l'organisation qui va avec. Le service client, le support logiciel, la production, la finance, les acheteurs, les ressources humaines – tous ces éléments sont importants pour faire une bonne société. Ensuite vous avez besoin d'évangélistes pour faire en sorte que le public soutienne votre produit, que les constructeurs le produisent et que les magasins le vendent. »

Mical est du même avis: « Vous avez besoin d'une cohésion qui tient le tout ensemble, un équilibre qui assure que toutes ces pièces fonctionnent en harmonie. Nous n'avons jamais eu ça auparavant. Cette fois, tout est en place dans les moindres détails. C'est ce qui me rend si heureux, c'est ce qui me motive au jour le jour. »

Anecdote amusante, plus tard, en 1992, Trip fut aussi contacté par Jim Clark, alors président (et fondateur initial) de Silicon Graphics (SGI). Jim n'était plus vraiment en accord avec le management de SGI et souhaitait se lancer dans des projets

grand public. Lors de leur rencontre, c'était déjà trop tard et la 3DO était prête à sortir dans moins d'un an. Jim avoua à Trip: « Tu fais exactement ce que j'aimerais faire, la seule différence c'est que tu es déjà en train de le faire. » Trip lui proposa quand même un partenariat entre les deux sociétés, pour que SGI développe des stations de développement pour la 3DO. Il ne se passa rien pendant l'année qui suivit, et SGI commença alors à travailler sur l'architecture Ultra64 qui sera choisie par Nintendo plus tard. Jim partira quand même de SGI et fondera Netscape, avec le succès qu'on lui connaît. Destins croisés, comme on dit... Mais revenons au hard de la 3DO.

Sans aller dans tous les détails, la 3DO (du moins dans la version de Panasonic) comporte de nombreuses bonnes idées, rarement vues alors: il n'y a qu'un seul port de pad sur la console, ce qui peut sembler étrange a priori, mais en fait, chaque pad dispose d'un second connecteur femelle sur lequel on peut brancher un autre pad. Et ceci jusqu'à 8 pads. Une excellente idée, pour éviter que tout ce monde ne se marche sur les pieds à domicile. Oui, certains n'aiment pas, mais c'est sans doute qu'ils n'ont jamais joué à 4 chez eux.



La 3DO sous plusieurs angles. Le design de la console était plutôt adulte, rien à voir avec les consoles-jouets de l'époque. Le pad était classique, mais possédait ce port d'extension pour brancher d'autres pads en série. Ci-dessus, les manuels de programmation des différents folios du système d'exploitation de RJ Mical.

D'autre part, chaque pad dispose d'une sortie casque, pour écouter le son du jeu sans déranger tout le monde (il faut cependant mettre la TV en « mute »). Ces modifications rendent les contrôleurs propriétaires bien que les broches soient compatibles avec celles de la Megadrive.

La console dispose de plusieurs ports d'extension, pour brancher par exemple un décodeur MPEG (servant à lire les VCDs), ou même un module qui booste la console (le fameux M2, intégrant alors un nouveau processeur et une nouvelle carte graphique). Enfin, c'est la première console à disposer d'une mémoire interne, sous forme de RAM non-volatile (NVRAM) alimentée par une pile. Cette mémoire, bien que très réduite en taille (32k), permet de sauvegarder son progrès dans les jeux. C'est l'ancêtre du disque dur central dans nos consoles actuelles. Il faudra attendre la Xbox1 pour voir cette idée revenir sur le marché, et voir ces coûteuses cartes mémoires quasiment disparaître (oui, la Saturn avait aussi une mémoire interne, mais trop rikiki pour être utilisable...). Ce n'est peut-être qu'un détail, mais la 3DO est la première console à avoir un look adulte (sans ressembler à

un magnétoscope immonde comme le CDI ou à une boîte à chaussures comme la Saturn), en tout cas avec l'incarnation de Panasonic: forme élégante (qui n'a pas vieilli d'un poil), lecteur CD motorisé (contrairement à la PS1 et à la Saturn, où l'ouverture est manuelle), elle n'a pas l'apparence des jouets habituels, et la fabrication respire la qualité.

Au niveau software, NTG bénéficie de l'expertise de RJ Mical, architecte du système d'exploitation de l'Amiga. Comme nous l'avions brièvement mentionné plus tôt, il développe un nouvel OS baptisé Portfolio, uniquement pour ce hardware. Contrairement à WinCE pour la Dreamcast, qui n'était qu'un OS « optionnel », ici, tous les développeurs se doivent de passer par le système d'exploitation pour utiliser la machine, principalement pour des raisons de compatibilité entre les différentes consoles 3DO disponibles, de même que les consoles 3DO de génération suivante... L'OS est chargé du CD du jeu lui-même, et n'est pas contenu en ROM. L'OS se décompose en deux parties: 1) Un noyau multitâches qui pilote les périphériques et comporte un système de fichiers ainsi qu'une gestion de la mémoire physique interne.

2) Une série de bibliothèques, des « folios » qui établissent des liens entre le soft et le hardware 3DO. 6 modules sont présents: le folio de décompression (pour la décompression à la volée de l'audio et de la vidéo), le folio mathématique (pour effectuer des calculs complexes), le folio graphique (donne accès aux fonctions avancées comme la transparence, les effets de lumière, l'anti-aliasing, le mapping de textures), le folio 3D (pour créer des effets 3D et des calculs dans l'espace), le folio audio (comportant des algo propriétaires pour faire des effets Doppler, des réverbérations...) et enfin le folio du système de fichiers (gérant le système de fichiers Opera, dont l'une de ses particularités consiste à copier une même information à plusieurs endroits sur un même disque pour réduire les temps d'accès suivant la position du laser sur la surface.

En sus de l'OS, des outils d'aide au développement sont aussi produits par l'équipe de RJ Mical, et sont vendus au prix de 9500 dollars avec une 3DO spécialement prévue pour se connecter avec un Mac Quadra: des outils de programmation (debugger, compilateur, linker, assembleur, bibliothèques



Le gens de The Bohle Company ont été très utiles pour créer le buzz autour de la 3DO quand la console était méconnue de tous.

et plug-ins divers) mais aussi des outils de création graphique 2D, 3D (modeleur), de compression vidéo. Ils fournissent même des logiciels de Macromedia (Director, MacroModel et Three-D). Avec le kit sont distribués 190 CD contenant 111 gigas de musique, d'effets sonores, de photos, de bouts de films, de clip-arts, tous autorisés pour être utilisés dans les productions des développeurs.

La 3DO de développement est la seule à pouvoir lire des applications non-encryptées. Les 3DO commerciales ne peuvent accéder qu'à du code crypté, et il est donc nécessaire que chaque titre passe par une séance d'encryptage avant commercialisation. Cette tâche est dévolue à la société 3DO, qui vérifie que le jeu est compatible avec le hardware, et se charge ensuite de crypter le tout et de renvoyer ça aux développeurs. Ensuite, l'éditeur doit s'adresser au Warner Music Group pour le pressage des CD commerciaux. Warner est le seul presseur de jeux 3DO autorisé dans un premier temps.

LE LANCEMENT APPROCHE.

L'année 1993 s'annonce comme une année charnière pour le jeu vidéo, puisque les ventes de jeux doivent dépasser le chiffre d'affaires de 5 milliards de dollars, à rapprocher des 5,2 milliards du cinéma. Le jeu vidéo est clairement en passe de devenir un phénomène grand public, et beaucoup s'attendent à ce qu'une console (plus simple d'utilisation qu'un ordinateur) remporte la mise. C'est aussi l'époque où certains s'imaginent même que la console va, dans un futur proche, remplacer complètement le PC et s'occuper de toute la domotique dans l'habitation (régler la température, payer les factures

automatiquement...). C'est au milieu de cette effervescence, dans cette période de transition où tout semble possible, que Trip Hawkins souhaite jouer sa carte. Tout d'abord la société 3DO devient une entité légale indépendante, soutenue par des grands partenaires (EA, Matsushita, AT&T, Time Warner...).

Pour lancer sa machine, Trip est cependant confronté à deux problèmes principaux: sa société, 3DO, est complètement inconnue au bataillon, et il lui faut s'assurer d'une visibilité sans faille pour espérer convaincre un maximum de professionnels d'adhérer à son concept de console.

Le deuxième problème, est d'une certaine façon lié au premier: il lui faut aussi convaincre les investisseurs d'acheter des actions 3DO, une étape nécessaire pour s'accaparer de l'argent frais qui servira à couvrir les frais de lancement. Pour remédier à ce handicap de départ, Trip fait appel en août 1992 à une société de relations publiques, **The Bohle company**, pour préparer la présentation de sa console au prochain CES de Las Vegas, en janvier 1993.

Comme 3DO est méconnue du grand public, il va falloir travailler sec pour attirer les foules à sa conférence de presse à venir. Le but de cette session est de susciter l'enthousiasme et l'intérêt pour cette plate-forme, aussi bien vis-à-vis des investisseurs potentiels que des professionnels des milieux: faire en sorte que les développeurs soutiennent ce format, s'assurer que les détaillants souhaitent la placer dans leurs rayons... et bien entendu aussi convaincre les gamers d'attendre un peu avant d'acheter quoi que ce soit d'autre.

Pour ce faire, The Bohle company propose à Trip de dévoiler des infos en avant-première à quelques journalistes et observateurs clefs, sous contrat de confidentialité. Mais Trip n'est pas très chaud, et souhaite apparemment tout garder pour le jour J. Mais, sous la pression des conseillers de la Bohle, il se rend compte qu'il lui sera impossible de faire salle pleine, et même de réussir à faire parler de 3DO dans la presse, s'il n'adopte pas cette stratégie. Trip accepte finalement et les rendez-vous avec ces interlocuteurs sélectionnés se déroulent entre novembre et décembre 1992. Les présentations mettent en avant l'ami Trip et sa longue expérience du PC et du monde du jeu vidéo, et le plan marketing nécessaire au lancement d'une nouvelle plateforme. Pour chaque type d'interlocuteur, la présentation est adaptée: pour les technologistes, un topo sur la puissance et les specs de la machine. Pour les journalistes d'affaires, de quoi leur faire comprendre pourquoi son business model est différent des concurrents. Pour les pros du jeu vidéo, une attention particulière aux capacités du moteur 3D de la machine. Peu à peu, la stratégie fait de l'effet et les bruits de couloir se répandent avant même l'ouverture du CES. C'est du marketing viral avant l'heure, si vous voulez.

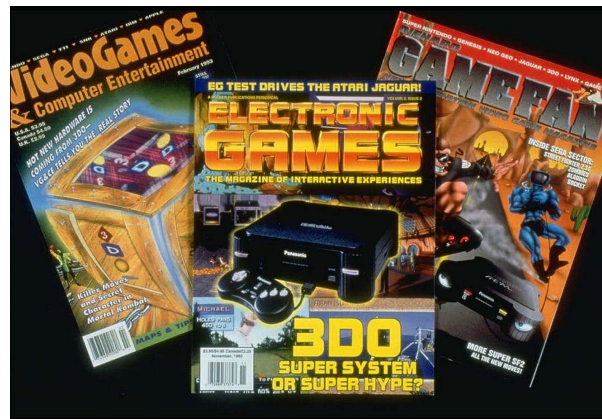
Une fuite d'information a malheureusement lieu. Fin décembre, un cadre de Matsushita révèle à un journaliste d'affaires basé à Tokyo que sa société a investi dans 3DO... chose qui n'aurait jamais dû être dévoilée avant le CES. Le journaliste publie cette info en première page, et par l'intermédiaire de Reuters, l'info traverse rapidement le monde pour tomber dans une page du Wall Street Journal, mettant en danger l'exclusivité de l'annonce prévue quelques jours plus tard.

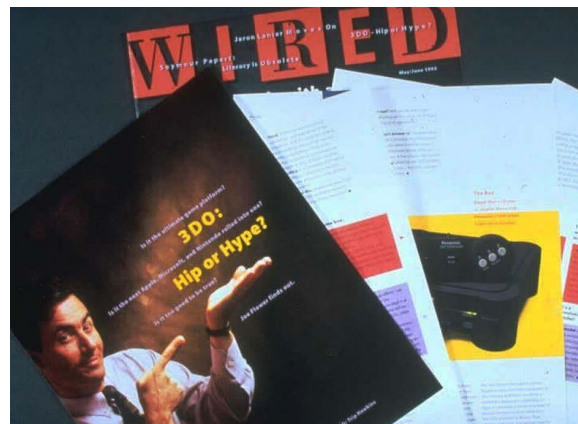
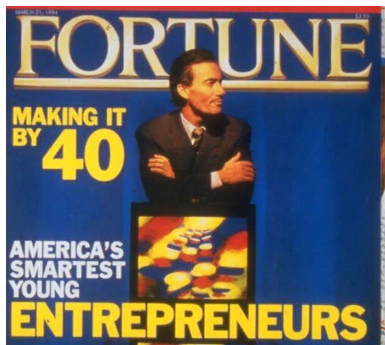
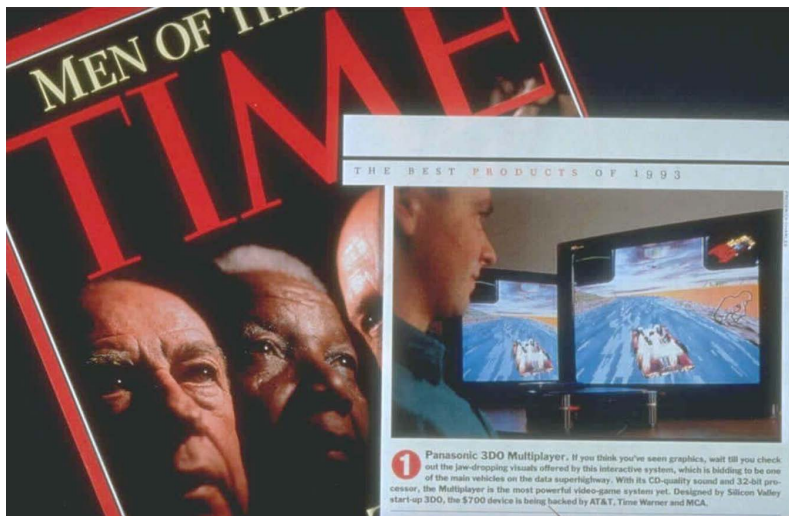


Le New York Times suit aussi en se lançant dans des spéculations, mais les gens de Bohle restent confiants, puisque l'un des éléments majeurs est encore secret: le fait qu'AT&T investisse aussi dans l'opération. A lui seul, le soutien d'AT&T est majeur et donnera une bonne grosse dose de crédibilité en plus au projet 3DO sur le sol américain.



Le CES ouvre ses portes le jeudi 7 janvier 1993, et avant la conférence, 3DO doit refuser du monde à l'entrée face à l'affluence. 3DO et Matsushita (mieux connu sous le nom de Panasonic en Europe et aux US), dévoilent un prototype de leur console, un « **système multimédia interactif** », même, au CES. La présentation met en avant des démonstrations de jeux, de full-motion video, des effets 3D. Trip titille l'audience avec des déclarations du genre: « *ça sera plus stimulant pour l'intellect humain que tout autre technologie depuis l'invention de l'imprimerie.* » La machine est censée être 50 fois plus puissante (on se demande sur quoi ce facteur multiplicateur est basé, comme d'hab) que le truc le plus puissant disponible actuellement. La sortie est annoncée pour l'automne 1993, juste avant les fêtes: une occasion en or à ne pas manquer pour percer sur le marché. Suite à cette conférence, les éditoriaux de nombreuses publications sont élogieux: Electronic Engineering Times en fait une première page en allant même jusqu'à dire que la technologie de 3DO était « *de loin la plus impressionnante présentation* » du CES, mettant en avant « *de la puissance et des possibilités uniques en leur genre* ». Les chaînes de TV ne sont pas en reste: ABC, NBC et CNN montrent toutes la 3DO comme l'une des principales nouveautés pendant leur couverture de l'événement.





Suite au succès du CES, plusieurs éditeurs importants n'hésitent plus à afficher leur soutien à la machine, comme Microprose dès janvier 1993. Ted Markley, vice président du Technology group, est très favorable: « cette nouvelle plateforme révolutionnaire permettra à Microprose de proposer à davantage de gens de s'amuser sur nos titres passionnants et réalistes. » Activision n'est pas en reste, avec Bobby Kotick déclarant à son tour: « 3DO et Activision sont des partenaires naturels. Activision produit de l'entertainment interactif en collaboration avec Hollywood pour proposer des titres du niveau de qualité du cinéma, à grande valeur ludique. Le 3DO Interactive Mutiplayer va engendrer une plateforme idéale pour nos jeux et nous permettra de faire vivre des expériences

ludiques comme jamais vues auparavant. » Bobby mentionnait aussi que l'absence de développement « first party » est un autre avantage de la machine: pas de concurrence de la part de la maison-mère au niveau du software.

La route est alors toute tracée pour passer en bourse sous les meilleurs auspices. En mars 1993, malgré l'absence de produit fini et de revenus, 3DO devient donc une société publique et offre 2.9 millions d'actions à la vente. A l'époque, ce passage est vu à la fois avec enthousiasme et une certaine méfiance par les investisseurs, notamment à cause du prix de vente de la machine fixé à 700 dollars. De plus, 3DO est une société sans aucun passif, et il est rare, en tout cas à ce moment-là

(les dot-coms n'ont pas encore fait leur apparition), de voir une compagnie sans aucun bénéfice vendre des millions de titres. Les voix s'élèvent déjà pour juger le projet de l'ami Trip. Harris Leviton, en charge d'un portfolio de fonds pour Fidelity Investments, est un peu partagé: « D'après ce qu'on a vu des modèles de démonstration, c'est très impressionnant techniquement. Mais à un prix initial de 700 dollars, la question principale, c'est... est-ce que ça va se vendre ? Si c'était vendu à 299 dollars au détail, nul doute que ça ne resterait pas sur les étagères une seconde. » Mais certains, comme Lee Isgur de Volpe Welly, sentent que l'affaire a un potentiel réel: « Ce n'est pas une offre pour les veuves et les orphelins. C'est le pari qu'une société puisse devenir le prochain Nintendo. »

Enfin, c'est la confiance qui l'emporte. Le prix de l'action, initialement prévu de 10 à 12 dollars, dépasse les espérances et se négocie à 15 dollars au final. Ça permet à 3DO de sécuriser 40 millions de dollars. La société est alors majoritairement détenue par les partenaires initiaux dont EA pour 24.3 %, Matsushita Electronic Company 17.6 %, Time Warner 17.6 % aussi, le fonds d'investissement Kleiner Perkins 14.8 %, Trip Hawkins 6.2% et AT&T 6.1 %. Le reste se partage avec les petits investisseurs en bourse. Pour Hawkins, c'est de l'argent frais bienvenu, vu que la boîte accumule déjà un trou de 13.2 millions de dollars, dû aux activités de recherche et de développement depuis septembre 1991. Les biens de 3DO ne sont estimés qu'à 6.4 millions de dollars alors. Bref, cette entrée en bourse est évidemment un sursaut de confiance des investisseurs qui croient fermement en l'avenir de la machine. C'était sans doute très prématuré, vu qu'en mars, les accords de licence avec les partenaires du côté hardware n'étaient pas finalisés. Dans les faits, aucun constructeur n'était alors engagé à sortir une machine, à cause de délais dans le développement d'un chip 32 bits gérant les graphismes et le son. Peu de temps après la mise en vente des actions, Matsushita signe enfin. Ouf.

Le 3 juin 1993, au CES de Chicago, Hawkins dévoile sa console à sortir au monde entier, et annonce d'ores et déjà que plus de 300 éditeurs ont signé des accords de licence pour développer des titres sur la 3DO. La machine est apparemment prête pour être lancée en automne, avec un bon paquet de logiciels dispos à Noël... « des titres pour impressionner les premiers clients fervents de nouvelles tech-

nologies, et d'autres qui intéresseront aussi les familles ». Au CES, 17 éditeurs montrent 35 jeux en développement pour la console, avec probablement une dizaine de jeux prêts pour le lancement, et 20 d'ici Noël. Trip annonce même un total de 91 titres en développement à cet instant précis. Et tout chaud, la sueur au front, il déclare même: « *Jamais dans l'histoire de l'électronique grand public une nouvelle plateforme n'a eu autant de support de la part de l'industrie. Notre business model marche.* »

Les éditeurs en question, soutenant la plateforme comptent quand même des pointures comme Electronic Arts, Dynamix, Interplay, Microprose, Psygnosis et Crystal Dynamics. Les autres sont moins connus: American Laser Games (avec ses jeux FMV pour arcades), Intellimedia, MCA, Paramount Interactive, Park Place productions, ReadySoft, Sanctuary Woods, Spectrum Holobyte, Trilobyte et Virgin Games. La représentation est largement américaine, et aucun éditeur japonais n'est pour l'instant annoncé. Pour la promotion, Panasonic prévoit de faire une campagne de pub nationale (aux US) à l'automne, à la télévision et dans les magazines, ainsi qu'une présentation de la machine dans des centres commerciaux de 10 villes majeures. Rajoutez aussi à cela des stands dans certains magasins partenaires... et vous avez apparemment « *le plus gros lancement de produit dans l'histoire de Panasonic* », selon le vice président de la division Interactive Media de Matsushita, Richard Lovisolo.

Tom Kalinske, président de Sega America, reste dubitatif quant à la capacité de 3DO de révolutionner l'offre.

Tom Kalinske, président de Sega US.

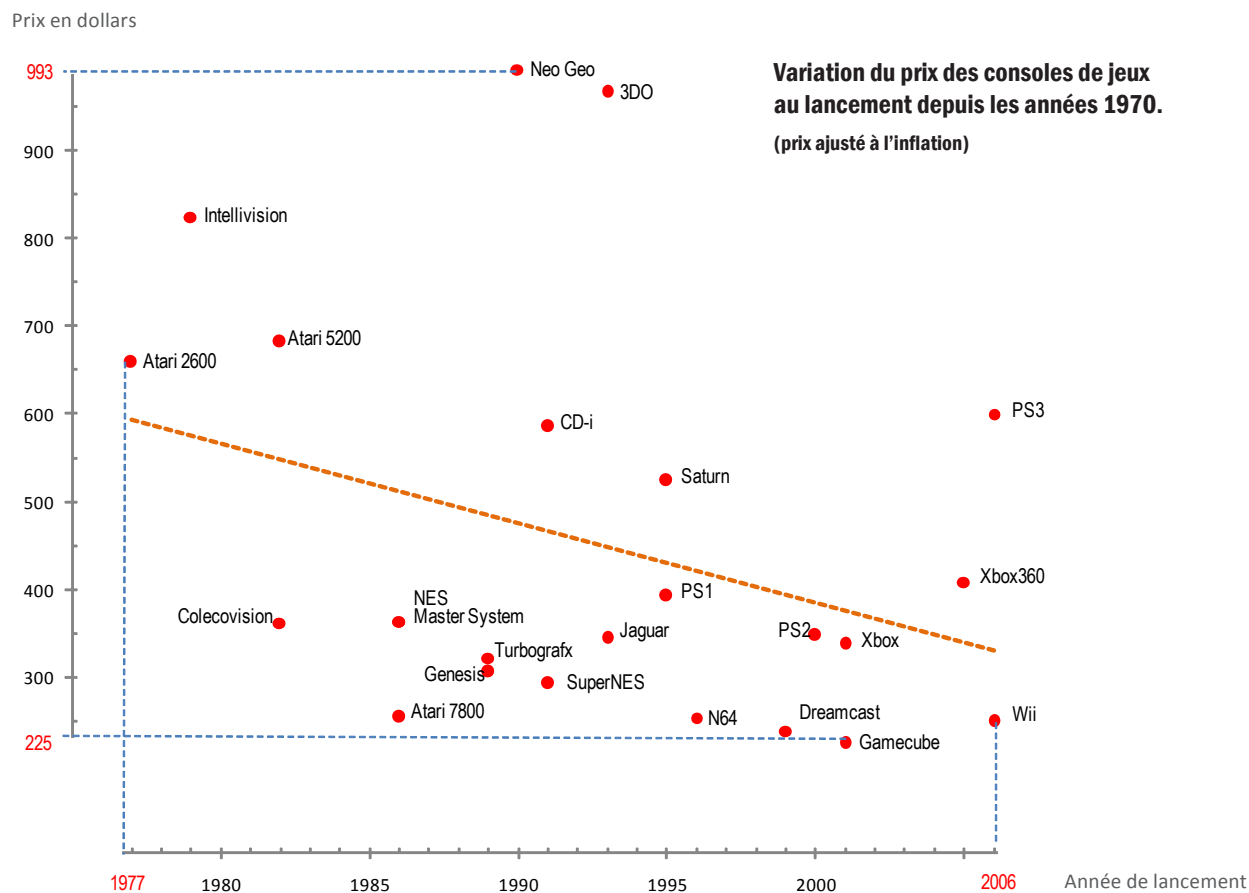


Pour lui, Sega a déjà une grande expérience dans le domaine des machines 32 bits, en tout cas au niveau de l'arcade. « *Je pourrais faire un système 32 bits comme ça, en claquant des doigts. Le problème, c'est que c'est trop cher maintenant. La vraie difficulté, c'est de faire baisser les coûts pour en faire un produit de masse. Je pourrais en faire un aujourd'hui pour 100 dollars de moins que 3DO, mais ça ne m'intéresse pas. Ni même 200 dollars de moins. Ça devra être beaucoup, beaucoup moins cher.* » Il ne pense pas que la machine se vendra. « *Peut-être nous avons tort, mais c'est un produit de niche à ce prix-là. Nous avons fait pas mal de recherches à ce sujet. Les lecteurs de VHS ont du passer sous le seuil des 300 dollars avant de devenir des produits de masse.* »

Vis-à-vis de la technologie, il ne paraît pas très impressionné. « *Franchement nous ne pensons pas que c'est assez bien.* »

Je vous garantis que, quoi que nous faisons, nous ferons mieux que ce qu'ils font actuellement, et ça coûtera moins cher. » Comme dévoilé dans le dernier Inachévé (cf SPARK2), dans les années qui suivent, Kalinske essaiera à maintes reprises de proposer de bonnes alternatives technologiques pour être performant face à la 3DO et aux concurrents à venir, mais ses propositions tomberont dans l'oreille de sourds. Et la Saturn ne sera pas bien différente de la 3DO, et à un prix relativement élevé aussi à sa sortie.

Le 22 juin, soit à peu près 3 mois après l'annonce de Panasonic d'investir dans le hardware, Sanyo signe à son tour un accord de licence avec 3DO. Voilà déjà deux constructeurs sur les rangs. En août, paf, Matsushita annonce la sortie prochaine de sa machine, la Panasonic FZ-1 REAL (Realistic Entertainment Active Learning, quelle abréviation à la con) Interactive Multiplayer (concis, les gars!) dès octobre 1993 chez les détaillants. Le prix de vente fait un peu mal au cul, comme prévu, 699 dollars, oui Madame. En comparaison, une Sega Genesis (Megadrive) ne coûte que 99 dollars à l'époque, mais comme la 3DO c'est 50 fois mieux, c'est en fait une putain d'économie de 4251 dollars qu'on vous propose ! L'aubaine ! On peut s'en rendre compte sur le graphique ci-contre, la 3DO est parmi les consoles les plus chères, avec un prix très proche de celui, historique, de la Neo Geo à sa sortie. En fait, la 3DO n'a pas été vendue comme une console de jeu, mais comme un lecteur, à la manière d'un appareil VHS, et donc dans la même lignée de prix. Les consoles populaires ont toujours eu tendance à trouver acheteurs dans la zone des 300-500 dollars, avec une pente descendante avec le temps.





En tout cas, les détaillants se voient apparemment proposer une marge de 27%, ce qui fait quand même 189 dollars par machine vendue. De quoi motiver les petits vendeurs qui en veulent ! A ce prix-là, Matsushita est grand prince en offrant **Crash'n Burn** de Crystal Dynamics, l'un des premiers jeux valables de la console, qui utilisait déjà bien ses capacités. Rien à voir avec cette merde d'Alex Kidd sur Master System.

En juillet, 3DO décide de créer une filiale japonaise, 3DO Japan Co. Ltd, et de nommer un certain Aki Kodama (auparavant directeur exécutif chez Imagineer, un éditeur japonais) comme président de cette nouvelle entité, en vue du lancement de la console au Japon dès le printemps 1994. Cette entité va effectivement aider aussi bien les partenaires hardware que software à développer sur la machine. A ce moment-là, plus de 50 éditeurs ou développeurs japonais



Aki Kodama, président de la filiale japonaise de 3DO. Ci-dessous, une image rare de Trip Hawkins effectuant une présentation de la 3DO à des partenaires japonais.



ont acquis une licence pour développer sur 3DO, et Trip est apparemment conscient de l'impact de la région: « *Fournir des services et un support technique à nos développeurs japonais est crucial pour assurer le lancement dans cette importante région.* »

Pendant ce temps, l'action de 3DO double et passe à 30 dollars. Elle atteindra même le pic de 47 dollars en octobre. On pourrait penser que l'ami Trip est tout excité à l'idée de devenir un milliardaire, mais c'est oublier que c'est avant tout un idéaliste. « *Je pense que la différence entre moi et Bill (Gates)... c'est que je me demande parfois ce qu'est devenue l'humanité de Bill. Je ne sais pas s'il peut toujours trouver un sens social à ce qu'il fait. Un jour, Bill Gates sera mort, et tout cet argent ira à quelqu'un d'autre. Ce genre de choses, ça ne m'intéresse pas.* »

Ce qui passionne plutôt Trip, c'est de participer au changement de la société, à son évolution.

LA 3DO DANS LA NATURE

Dès le 6 octobre, Panasonic est prêt comme prévu, et les machines sont envoyées aux différents détaillants du pays. Apparemment 2000 points de vente sont couverts par cette sortie. Un chiffre honnête, mais à mettre en comparaison d'un lancement réussi comme celui de la Dreamcast, par exemple, où 10 000 points de ventes avaient été couverts au jour J. Certes, ce n'est pas la même époque, ni la même taille de marché, et ma comparaison est donc foireuse, mais n'êtes-vous pas fan des chiffres qui ne veulent rien dire, de temps en temps? Pour populariser la console, des démonstrations sont organisées dans plusieurs centres commerciaux, comme à Boston, Los Angeles, Washington DC, et d'autres... des publicités sont aussi diffusées dans plus de 1500 cinémas, ainsi que dans la presse et sur la télévision câblée.

Et les chiffres, alors ? Fin novembre, un représentant de Matsushita dit qu'ils ont vendu à peu près 30 000 unités à 699 dollars de la 3DO depuis la mise en vente, la plupart vendues depuis des magasins de jeux vidéo. Les ventes sont qualifiées de « satisfaisantes », et apparemment Matsushita n'avait de toute façon envoyé que 40 000 unités aux US pour le début des ventes. En tout cas, on est loin de la rupture de stock, c'est certain.

A la fin 1993, malgré l'optimisme galopant de l'ami Trip, les ventes de la console de Panasonic ne sont pas au rendez-vous. S'il est très difficile de savoir, sans kidnapper un ancien employé de Panasonic et faire chanter sa famille, le nombre de machines écoulées pendant ces premiers mois, les super experts de l'industrie estiment que le chiffre se situerait entre 22 000 et 50 000. Un gros gadin pour Panasonic qui espérait en vendre 100 000, en se focalisant sur les « early adopters », c'est-à-dire ceux qui ne vivent que pour acheter les derniers gadgets qui sortent.

Au-delà du prix élevé de la console, déjà un certain problème en soi, le manque de software en est un autre. Il n'y a que 10 jeux dispos à la sortie ou peu de temps après, et très peu sont des tueurs en série (Psygnosis sort par exemple un remake de « Lemmings », alors que pour la PS1, plus tard, ils se fendront d'un « Destruction Derby » autrement plus convaincant...). Des jeux largement mis en avant pour la promotion de la console, comme John Madden Football, ne sortiront qu'en mars 1994! Et de nombreux autres titres connaissent des retards de 3 à 6 mois... Pour les éditeurs, en effet, attendre est plus sage car

ils souhaitent voir une base de machines plus large avant de vendre leurs jeux, et d'autre part, 3DO n'a pas franchement de moyens de les convaincre de sortir des jeux plus vite. Malgré tout, la machine semble continuer à susciter l'intérêt: le 16 décembre, 3DO annonce qu'une autre bonne centaine de sociétés viennent de faire l'acquisition d'une licence 3DO, portant le nombre total de développeurs / éditeurs potentiels à plus de 500.

Mais c'est aussi un échec pour Trip, qui espérait voir déjà une concurrence entre 6 constructeurs dès la sortie, ou du moins avant la fin 1993. Bien entendu, ce n'était pas le cas, ce qui donnait l'opportunité à Panasonic d'afficher le prix souhaité, sans se soucier d'un quelconque adversaire.

C'est sans doute dès la fin 1993 que l'avenir de la 3DO se décide, puisque c'est la seule période des fêtes où elle est encore plus ou moins sans concurrence immédiate. 1994 marquera en effet l'arrivée de Sony et de Sega, en tout cas au Japon, et le début de l'attente des fans de ces consoles à venir.

A NEW HOPE

Malgré ce premier revers, Trip ne s'avère pas vaincu et sait qu'il s'agit avant tout de restaurer la confiance, en jouant sur:

- L'arrivée de nouveaux constructeurs,
- Les nouveaux jeux à venir prochainement,
- La sortie prochaine de la console au Japon



Quelle meilleure occasion pour aborder tous ces points que le CES de Las Vegas, en janvier 1994 ? 3DO annonce alors que 23 sociétés montreront des jeux pour 3DO, pour un total de 43 titres, dont 13 dépendant directement d'EA (un sacré cordon ombilical...).

Au niveau hardware, AT&T lève enfin le voile sur sa propre console 3DO, ainsi qu'un accessoire, le VoiceSpan adapter, se connectant sur la machine et permettant de parler en direct avec d'autres joueurs, par l'intermédiaire de ligne téléphonique. Sans oublier une autre version de la 3DO précitée avec le VoiceSpan intégré. Le tout est annoncé pour une sortie en automne 1994. Sanyo annonce une 3DO aussi, pour le Japon, disponible d'ici la fin d'année, et évalue la date de sortie pour les US. Dans un contexte d'expansion à travers le monde, 3DO compte ouvrir une filiale en Europe dès le printemps 1994, pour une sortie en Europe en été 1994. Au niveau mondial, le niveau de distribution devrait atteindre les 30 000 points de vente, Europe comprise. Trip affiche publiquement un optimisme à toute épreuve:

« Notre mission en 1993 consistait à capturer la plage. Nous avions de nombreux objectifs ambitieux et nous avons accompli tout ce que nous espérions faire. » En réalité, les ventes sont faibles et il est urgent pour 3DO d'attirer plus de gens sur sa machine. Certains observateurs de la Silicon Valley parlent déjà d'un « syndrome de la deuxième fois », c'est-à-dire l'échec quasiment systématique d'un nouveau projet suite à une affaire précédente réussie avec brio.

3DO continue quand même à innover, même là où on ne les attend pas: ils sont les premiers à proposer un système de « ratings », visant à indiquer aux acheteurs potentiels les risques éventuels liés au contenu des titres. Ce système comporte 4 catégories: E pour tout le monde, 12 pour un public visé de 12 ans et plus, 17 pareil, et AO pour adultes. En sus de ces icônes, 3DO propose aussi d'inclure des descriptions comme « langage de fils de pute », « violent », « tout le monde à poil », « situations en dessous de la ceinture » et « utilisation de champignons et herbes non réglementaires ». Là où 3DO est smart, dans un sens, c'est qu'ils n'obligent pas les éditeurs à adopter ce système. C'est sur base de volontariat uniquement.

LES MANQUEMENTS DE TRIP

Vous vous rappelez, le coup des 5000 dollars empruntés à son père, mais jamais rendus, pendant son jeune âge? Eh bien Trip n'a pas vraiment encore bien appris la leçon, puisque son business model foire complètement en termes économiques. Malgré l'aide de l'entrée en bourse, les résultats sont implacables: les recettes sont faibles et les dépenses très élevées.



Voici un panel de jeux 3DO qui mettaient en avant le système de rating proposé par la maison mère. Vous remarquez le petit losange orange près du logo 3DO ? C'est dans ce losange que le code était affiché, et dans cet échantillon vous trouvez des jeux 12 (pour ados), et 17 (pour ados plus âgés et adultes).

Certes, Trip a investi quelque 15 millions de sa fortune personnelle, et espère de toute façon qu'Electronic Arts sera prêt à « injecter » un peu plus de fonds si nécessaire, comme une sorte de « banque ». Mais le problème n'est pas temporaire, il est structurel: 3DO emploie un certain nombre de gens

très qualifiés, ne serait-ce que pour le design du hardware, mais ne produit rien et ne reçoit que des miettes de la part des constructeurs ou des éditeurs sur les ventes de jeux. Ce business model serait peut-être viable s'il se vendait des millions de jeux par an, mais on est loin, très loin du compte.



Trip, en janvier 1994, commet alors l'irréparable: il décide de fonder un studio interne, le studio 3DO, pour créer et vendre des jeux pour la machine, pour deux raisons: tout d'abord, faire des jeux qui mettent clairement en avant ce dont la 3DO est capable (ce que peu d'éditeurs souhaitaient faire, apparemment soucieux d'être sûrs du succès de la machine), et d'autre part, renflouer les caisses avec des revenus supplémentaires.

Il rentre alors en concurrence directe avec les développeurs, ses partenaires qui avaient choisi aussi cette console de par l'absence de développeur « first party », c'est à dire du développement interne à 3DO. Fracture avec le principe 3 « *De jeux, tu ne développeras point* ». Cependant, pour ne pas mettre trop de bâtons dans les roues des partenaires, le

studio 3DO ne prévoit de lancer que quelques titres par an. Mais le pire est à venir: Hawkins, conscient que le prix de la 3DO est trop élevé pour s'implanter sur le marché rapidement et atteindre la masse critique désirable, est depuis des mois en négociations avec Matsushita, le principal fabricant de la console, pour produire plus de machines qui permettront de faire baisser le prix de vente progressivement. Mais Matsushita se contente du statu-quo. Ils vendent apparemment la 3DO à perte (ou alors avec une marge très faible) en espérant récupérer leur investissement le jour où la machine sera devenue si populaire qu'elle sera essentielle dans chaque foyer. Et quand Hawkins débarque pour leur demander de baisser le prix, il se retrouve face à un mur:

« *Pas question !* » Matsushita ne voulait pas risquer davantage de pertes, d'après ce qu'ont pu en dire des sources proches des négociations. Trip disait d'ailleurs: « *tout ce que nous pouvions offrir ne convainquait pas les fabricants à nous aider.* »

Acculé, Hawkins se serre les tripes (oh oh) et en vient à modifier les conditions de licence de 3DO comme seule échappatoire à cette situation. Ce même accord de licence qui lui a permis d'attirer les développeurs sur sa machine, celui des fameux 3 dollars par titre vendu.

Pour ne pas faire de jaloux, il décide d'informer tous les développeurs en même temps, par fax interposé. La missive annonce que les développeurs devront désormais payer 3 dollars de plus sur chaque unité vendue, ramenant donc le total à 6 dollars par titre. Rappelez-vous, le standard dans

l'industrie était alors de 9 à 12 dollars chez Sega et Nintendo. Ce changement de conditions le ramenait donc dangereusement près de ceux qu'il espérait concurrencer, et constituait en soi une véritable trahison envers des développeurs qui s'étaient engagés sur le moyen terme à soutenir la machine. La raison invoquée pour cette augmentation des frais se référait aux coûts publicitaires pour promouvoir la console davantage, et pour compenser les fabricants de 3DO qui risquaient gros en termes d'investissement en baissant le prix de leur console à des niveaux plus compétitifs. La compensation prend la forme de 2 actions 3DO données aux constructeurs pour chaque unité vendue d'ici fin septembre 1994. Soit à peu près 30 dollars par machine, une bonne affaire pour les fabricants.

Vis-à-vis des éditeurs et développeurs, les nouveaux termes seraient applicables dès les périodes de fêtes vers fin 1994. Steven Blank, président de Rocket Science, une société éditant des jeux sur 3DO, qualifie cette décision « *d'un désastre en relations publiques* » et considère que « *c'est sans doute une bonne stratégie pour les affaires de Trip, mais quelle mise en œuvre misérable!* ».

Conscient de la boulette, Trip fait deux pas en arrière en limitant l'augmentation à 1 dollar pour le reste de l'année 1994, en retardant l'application des 3 dollars supplémentaires. Hawkins déclare alors que « *certaines erreurs de jugement ont été faites et nous avons souffert à mesure que nous le réalisons* » mais « *je reste quelqu'un d'extrêmement déterminé* ». Le mal est pourtant déjà fait. Plusieurs développeurs remettent en question leur engagement vis-à-vis de 3DO.

En tout cas, Panasonic consent à faire un effort en contrepartie: en février 1994, le prix de la console de Panasonic baisse enfin, pour atteindre 399 dollars, soit 300 dollars de moins, grâce à des améliorations dans le procédé de fabrication et l'intégration de plusieurs chips en un seul. Une sacrée baisse, et une sacrée baisse pour ceux qui ont acheté la console en premier, juste quelques mois plus tôt. -42% en l'espace de 6 mois, c'est sans doute du jamais vu dans l'histoire du jeu vidéo. En parallèle, la distribution de la machine de Matsushita s'améliore, avec 6000 points de distribution couverts aux US par Panasonic, soit 4000 de plus qu'à son lancement. Mais Panasonic est toujours le seul producteur de 3DO. Où est donc la concurrence ?

SUCCÈS ET COUPS DE BATTE

Au Japon, la console s'apprête enfin à sortir en mars 1994, à un prix pourtant plutôt élevé de 525 dollars (54000 yens), ne bénéficiant donc pas de la même baisse de prix que les US. A mi-février, les précommandes sont telles que les détaillants commandent un stock de 40 000 unités supplémentaires et 150 000 unités de softs en plus en prévision de la sortie. Certains distributeurs n'hésitent pas à vendre la console à prix réduit (425 dollars) et des softs à 20% moins cher que le prix suggéré. Matsushita sort même 11 nouveaux titres pour la sortie, et prévoit de distribuer un total de 60 titres au Japon d'ici la fin 1994. Le succès de la console au Japon entraîne rapidement l'intérêt de plusieurs éditeurs qui se décident à se sortir le doigt du cul pour développer sur la machine: Capcom, Konami, Taito, Bandai et Tomy rejoignent enfin le lot des amis de 3DO. Trip explique le succès

au Japon ainsi: « *Au Japon, nous avons un prix juste, de 500 dollars environ. Nous avons aussi de bons softs dans des genres essentiels, et plus de communication sur les capacités ludiques de la machine, ce qui a fait que les efforts au niveau du marketing étaient orientés vers les joueurs. La distribution s'est aussi faite dans des magasins qui pouvaient vendre aussi bien du software que du hardware. Nous avons donc bénéficié d'une distribution initiale plus large et d'une meilleure efficacité dans la promotion et le merchandising. Tous ceux qui étaient impliqués avec 3DO étaient tout simplement mieux préparés.* »

C'est, à ce jour, sans doute le seul exemple d'une console de conception américaine à avoir remporté un succès d'estime sur le sol japonais. Le fait d'avoir un partenaire local aux commandes du design de la console, et un nom reconnaissable par le grand public n'y étaient sûrement pas pour rien. Le succès au Japon, aussi relatif qu'il soit, est de bon augure pour Trip: « *Je ne peux pas vous dire à quel point c'était important que nous réussissions au Japon. Sega est maître du marché américain, il nous faut donc être compétitifs sur les marchés européen et japonais. Ce sont des marchés sur lesquels nous pouvons nous faire une place significative. Quant à Nintendo, historiquement ce sont les seuls qui sont capables de vendre quoi que ce soit au Japon. Le fait que nous avons pu établir un bon marché nous donne la chance de démarrer avec un business très divers et très international, ce qui attirera les développeurs de jeux.* »

Puisqu'on parle des développeurs, bien que le soutien des japonais soit affirmé, la mesure de leur partenariat n'est pas

encore gigantesque. Trip relativise cet aspect: « *Personne n'est capable de s'accaparer tous les programmeurs pour une nouvelle machine. Vous avez besoin de construire ce niveau de loyauté avec le temps. Mais nous pensons avoir un meilleur soutien que tout nouveau format a pu avoir par le passé. Évidemment ceux qui ont été les plus loyaux et les plus fidèles à Nintendo ne sont passés que progressivement sur Sega, et ils migreront encore plus lentement vers un format comme la 3DO. La même chose est vraie pour ceux qui viennent d'une position forte sur d'autres formats, comme le PC.* » En effet, il faudra attendre relativement longtemps pour voir les japonais sortir des jeux ambitieux sur la machine... *Police-nauts* (sorti en septembre 1995) étant sans doute le seul à émerger clairement. Pour le reste, Bandai fut le plus fidèle soutien à 3DO, avec 6 jeux sortis sur le format. Capcom ne sortit que deux jeux (dont l'excellent *Super Street Fighter II X*, sans doute la meilleure version console à l'époque) et Namco proposa un seul jeu, *Starblade*.

LE POURQUOI DU SUCCÈS INITIAL AU JAPON

Mais l'explication du succès de la console au Japon n'est pas si simple. En fait, la 3DO arrive peu de temps après la mort d'un grand standard japonais: le MSX. A l'époque, Matsushita avait sorti la dernière machine MSX en espérant toucher les familles avec un ordinateur familial, mais sans succès: le MSX Turbo R de Matsushita était vendu à un prix légèrement inférieur à 100 000 yen, soit aux environs de 1000 dollars, ce qui ne le rendait pas abordable en tant que machine de jeux mais attirait plutôt les créatifs, en intégrant une interface MIDI native.



Signe qui ne trompe pas, quand le magazine MSX Fan s'arrêta pour de bon au Japon, en dernière page se trouvait l'annonce de la sortie prochaine de la 3DO, un indice certain que les deux machines visaient un même concept. Le concept du MSX, c'était de proposer une machine accessible aux individus pour créer plein de choses par eux-mêmes, face aux consoles jouets omnipotentes d'alors. Le magazine MSX Fan était l'un des grands supporters de cette vision des choses, en expliquant l'environnement de développement, les outils, comment programmer et améliorer ses connaissances. Quand la 3DO sortit, bien que sa forme fût très différente des séries de MSX, elle se rapprochait du rêve imaginé par le MSX: en bref, pas une machine faite pour les développeurs de jeux uniquement, mais aussi une machine à portée individuelle. Toujours dans la continuité, le rédacteur en chef de MSX Fan devint le rédacteur en chef de 3DO magazine, qui allait devenir le médiateur naturel des activités de Matsushita et de sa machine. La 3DO se différençait du MSX en cela qu'elle n'était pas dédiée aux créatifs, mais elle apparaissait



comme un nouvel âge du terminal informatique à domicile. La stratégie pour attirer les développeurs sur 3DO consistait, comme on l'a vu, à baisser considérablement les royalties à payer par rapport aux concurrents.

Le positionnement de la 3DO dans les foyers n'était pas celui d'une machine de jeux mais de « Multimedia Player ». Ni une console de jeu basique, ni un ordinateur, mais un terminal informatique. Matsushita appelait d'ailleurs les softs en tant que « channels » ou « programmes » (le même mot utilisé pour les programmes télévisés au Japon). La 3DO était en quelque sorte une évolution naturelle de la plateforme MSX, grâce à deux points:

- L'intégration de la console de jeu et de l'ordinateur en une seule machine orientée pour le foyer.
- La philosophie de ne pas proposer du contenu par défaut pour la machine, mais attendre des individus, des artistes, d'en faire ce qu'ils voulaient. La 3DO était simplement l'outil, la scène pour permettre le spectacle.



Tout à gauche, une série de MSX fabriqués par différents constructeurs, signe de la popularité du standard au Japon. On en trouve encore plein à Akihabara de nos jours. Au centre, une pub pour le dernier MSX de Panasonic, le Turbo R, qui n'a pas vraiment marché. A droite, une couverture du magazine MSX Fan, revue qui soutenait activement le développement sur ces machines.

Ce deuxième point était clef. En effet, à l'époque, notamment sur Macintosh, on voit des softs comme Spaceship Warlock apparaître, qui ne sont pas des jeux créés par des otaku pour des otaku, mais un jeu à la vraie direction artistique. On passait d'un monde où seuls les otaku savaient programmer en assembleur mais ne connaissaient rien à la musique ou au cinéma, à des gens qui ne savaient pas programmer mais qui utilisaient des outils pour construire des mondes – et c'est ces gens-là qui allaient donner forme au jeu vidéo du futur. Et les japonais pensaient que cette transformation du métier allait se faire au détriment de leur industrie, car ce seraient des gens d'autres pays qui allaient mener ce mouvement, vu que les japonais doués de multiples talents sont relativement rares. La plupart des nouveaux concepts apparurent d'abord à l'étranger avant de toucher le Japon. Au niveau hardware... Apple, Atari, Amiga. Au niveau des jeux: Wizardry, Ultima. Et c'est justement dans cet esprit que le Multimedia Player venait se positionner: proposer des jeux faits par des gens non programmeurs à la base.



A gauche, le FM Towns de Fujitsu, une machine qui n'était en fait qu'un PC modifié avec un OS en surcouche de Windows 3.1, le Towns OS. Sorti en 1989, le Towns était d'office équipé d'un lecteur CD-ROM, chose très rare à sa sortie. A droite, la console FM Towns Marty, sortie exclusivement au Japon en février 1993, pouvait aussi lire les jeux dédiés au FM Towns original. Son look ressemble vaguement à celui de la CD32 (cf page 40) Cette console fut un échec commercial total au Japon (seulement 45000 unités en un an!) à cause d'une puissance trop modeste et d'un prix bien trop élevé (l'équivalent de plus de 1000 dollars). Allez trouver des pigeons à ce prix-là !

Et l'image de la 3DO, choisie par Panasonic, allait clairement à fond dans cette direction: s'éloigner du jouet, et ressembler davantage à un « lecteur ». Et il est révélateur de voir que la 3DO selon Panasonic ne mentionnait nulle part que c'était une machine de jeu, mais un « Multimedia interactive Player ». Au Japon, on se posait la question suivante: « quel genre de contenu la machine allait pouvoir lire ? » Après tout, même si elle était plus puissante que les consoles d'alors, son seul élément différenciateur c'était le CD-Rom, chose commune avec la PC-Engine et le Towns. A la différence du Towns, la 3DO était capable de jouer des séquences vidéo plein écran. Certes, le MegaCD en était aussi capable, mais le fossé en termes de rendu était tellement énorme que c'était incontestablement meilleur. Mais, comme on l'a vu plus tôt, le côté VCD et Photo-CD n'avaient quasiment aucun potentiel pour faire de la 3DO autre chose qu'une machine douée pour les jeux.

Il y avait cependant un public qui voulait d'un terminal multimédia à domicile, plus qu'une simple machine pour lancer des jeux. Et en comparaison de l'offre existante, c'est-à-dire celle du CDi, au moins la 3DO affichait de meilleures capacités et permettait aussi le jeu.

Traditionnellement au Japon, les machines de jeux ont toujours été faites par des développeurs de jeux à la base. Nintendo, Sega, étaient des créateurs de contenu. NEC avec sa PC-Engine, avait l'exclusivité des jeux Hudson. Mais au Japon, la 3DO n'avait le soutien clair d'aucun éditeur.

Aux Etats-Unis la machine avait le support naturel d'Electronic Arts, mais Au Japon, les éditeurs n'étaient pas impatients de se lancer sur la machine. Certes, Namco, Konami, Capcom ont effectivement commencé à développer sur la machine, mais c'était surtout à cause de la pression politique de Matsushita. Et c'est grâce à cette impulsion que le très populaire Street Fighter 2X sortit en premier sur 3DO.

Mais même quand on voyait des éditeurs développer sur 3DO, ce n'était souvent qu'un simple port d'une version PC-Engine, ou d'une version à venir sur Playstation. Cela a été fatal à moyen terme pour la 3DO.

Quand la console sortit au Japon, il était déjà clair qu'elle ne marchait pas bien aux US. Entre temps, avant même la sortie de la 3DO, le prix de la future Playstation avait été annoncé. Il serait de 39800 yen.

Avec des jeux à 5000 yen, disons qu'au lancement une console avec deux jeux revenait à moins de 50 000 yen. La différence principale, c'était que même si Sony, au vu des performances affichées par sa machine, aurait pu tenter de vendre sa machine à un tarif de 100 000 yen, ils ont décidé de rester dans la catégorie des consoles, ce qui faisait qu'ils ne pouvaient pas s'éloigner trop du prix moyen des consoles à leur sortie. Ils ont passé beaucoup de temps à réduire le coût de la machine pour atteindre cet objectif. Au contraire, la 3DO a été positionnée en tant que « consumer electronics », pas en tant que machine de jeux, avec un prix issu d'une catégorie différente. Même en lançant la machine au Japon à un prix inférieur comparé aux US (54 000 yen), cela restait toujours très cher pour une machine qui allait de plein front contre des consoles.

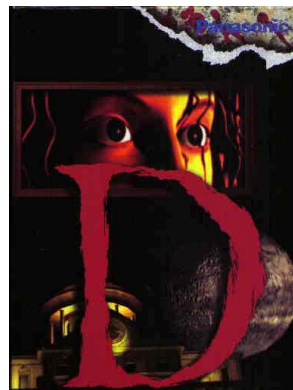
Au point de vue des softs, la machine utilisait à fond les capacités vidéo, comme dans Total Eclipse qui donnait pour la première fois l'impression de se retrouver devant un film.

Mais la jouabilité des premiers jeux était à l'opposée. A Akihabara, les premiers jeux en démo-play étaient Tetsujin, Total Eclipse, Starblade, Ultraman.

Même si leurs graphismes étaient clairement supérieurs à tout ce qui se faisait alors, ils péchaient en tant que jeux, et seul Starblade sortait vraiment du lot. La sortie de Street Fighter 2X pour la machine, juste un an après, fut salutaire pour la console en changeant son image auprès des joueurs.

Mais c'était déjà trop tard, même au Japon. Sa période de gloire était déjà passée. En comparaison des autres machines vendues en même temps, elle faisait figure d'un objet à part. Dans les Game Center, Street Fighter 2X n'était désormais plus le jeu en vogue, mais plutôt Virtua Fighter et Ridge Racer, des jeux à polygones. Les gens parlaient surtout de ces jeux, et en conséquence, les discussions allaient bon train entre qui gagnerait de Sony ou Sega. C'est un peu la faute à pas de chance. Si les jeux polygonaux en arcade avaient été populaires juste un peu plus tôt, et que la 3DO était sortie juste un peu plus tard, ils auraient sûrement pu mettre un chip entièrement dédié à l'accélération 3D pour sa sortie. Elle s'est retrouvée du mauvais côté du changement de génération.

Les meilleurs jeux de la 3DO, comme Policenauts et D, n'utilisaient pas de polygones et il devint apparent que la machine ne pourrait pas supporter les derniers jeux de nouvelle génération. Quand Matsushita réalisa que la machine ne se vendrait plus bien, ils décidèrent d'enlever l'interdiction de jeux adultes sur la console en espérant relancer les ventes avant de passer à la prochaine génération. A l'époque les rumeurs prétendaient que le Mac et le Towns ne se vendaient que grâce aux jeux adultes, mais en fait, même après l'interdiction levée, les ventes restèrent faibles.



Un échantillon de jeux japonais... l'un des premiers, Ultraman en haut, D en dessous, suivi de Street Fighter 2 Turbo, une excellente conversion de l'arcade. Sans oublier le magazine officiel 3DO pour relayer toutes ces sorties.



Premier modèle Panasonic



Second modèle Panasonic



Modèle Goldstar

Laissons le Japon de côté, retour au niveau mondial. Le 12 décembre 1994, Matsushita annonce l'entrée d'une nouvelle version de sa 3DO, repensée et moins chère (mais toujours plus chère que la PS1 !). Le grand changement c'est l'abandon clair et net du look de player pour opter pour celui d'une console classique. Un revirement de situation, très tardif.

En mai 1994, Trip reçoit l'un des premiers coups bas dans les couilles de la part d'un de ses partenaires: AT&T, le géant des télécommunications américain, pourtant prêt à sortir aussi une console à son tour, comme présentée au CES de Las Vegas de janvier, met fin à ses plans et annonce l'arrêt de tout développement de plateforme 3DO, sans doute déçu par les débuts moins prometteurs que prévu aux Etats-Unis. AT&T garde cependant ses actions, sous forme d'investissement financier uniquement (et les revendra une petite année plus tard).

En juin, Matsushita sort au Japon l'adaptateur MPEG pour sa console à un prix d'environ 249 dollars (yen), avec Total Recall comme premier film pour ce format disponible. L'accessoire est prévu pour une sortie aux US plus tard, en 1995. En septembre 1994, Matsushita fait un point sur les ventes de la machine, et annonce avoir écoulé de 180 000 à 200 000 machines au Japon et 100 000 à l'extérieur (principalement aux US). D'ici la fin de l'année, Matsushita prévoit d'atteindre 350 000 unités dans les foyers de l'archipel et 300 000 aux US, pour un total de 700 000 dans le monde entier. Ce qui est, là encore, loin des estimations: Trip espérait en vendre 500 000 rien qu'aux US d'ici la fin de l'année 1994.



Modèle Sanyo

En automne, les nouveaux constructeurs arrivent enfin. Un peu tard, sans doute. Tout d'abord Sanyo, qui vend sa console 3DO TRY à 548 dollars (54800 yen) au Japon seulement, et Goldstar aux US avec le 101M3DO Multiplayer, vendu à 399 dollars via des chaînes comme Electronics Boutique, Software Etc, Toys "R" Us, Kay-Bee Toys et FAO Swarz. Bref, pas de distribution en masse, mais celle-ci est prévue pour 1995-1996. Pour lancer leur machine, ils installent des bornes en magasin et proposent le jeu "Shock Wave" et "Putt-Putt" en bundle, avec un coupon photoCD Kodak. Pendant que les affaires commerciales ont plus de mal à décoller que

Les différents modèles de 3DO présents sur le marché. Panasonic avec le premier modèle dès 1993, puis le deuxième modèle en décembre 1994, qui opte pour un design de console et abandonne celui de "player". Sanyo ne lance sa console qu'au Japon en automne 1994, et Goldstar ne vendra son modèle qu'aux US dans la même période. Finalement, les constructeurs varient mais le design est toujours à peu près le même: personne n'ose trop dévier d'un look sérieux et un tantinet élitiste.

prévu, en interne chez 3DO le développement hardware ne connaît pas de pause. RJ Mical et ses compères ont d'ores et déjà terminé l'upgrade la machine: l'extension utilisant le chip M2, annoncée comme prête par Trip Hawkins dès septembre 1994. Alors que la PS1 et la Saturn ne sont pas encore sorties, 3DO tient déjà dans ses mains une technologie bien supérieure à ces deux consoles, d'une puissance intermédiaire entre une PS1 et une Dreamcast. Le M2 est basé sur un PowerPC 602 d'IBM et apporte de nombreuses fonctions supplémentaires pour améliorer le rendu de la 3D. La sortie est prévue dès l'automne 1995.

FIN 1994: CHAUDS LES MARRONS !

Au printemps 1994, Trip, déjà bien au courant de l'arrivée de Sega et Sony sur le marché japonais dans la même année, s'annonçait confiant à l'ECTS de Londres:

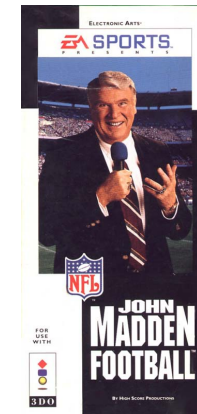
« Sega et Sony sont anxieux, et ils ne font qu'essayer de nous mettre des bâtons dans les roues, en promettant au monde entier la lune. Sony est implanté dans le business des stations graphiques professionnelles, comprend le rendu des polygones et a des clients spécifiques qui le demandent. Mais je crois que, lorsqu'ils arriveront sur le marché, les gens de Sony risquent de découvrir qu'ils ont sous-estimé l'importance de l'animation traditionnelle, et surestimé celle du rendu des polygones. Les polygones sont à la mode actuellement, surtout dans les arcades. Mais notre système a été conçu en 1991. Aucun des microprocesseurs que Sega et Sony utilisent n'étaient alors disponibles. Ils ont simplement pris les devants en termes de performance. Ceci étant dit, des jeux comme Total Eclipse et John Madden Football combinent avec excellence le texture-mapping et le rendu de polygones, c'est déjà tout à fait satisfaisant. Je ne conçois pas que plus de puissance ne soit pas préférable - toutes ces technologies vont s'améliorer - mais cela se fera entre la première et la seconde génération. Nous entrerons de plain pied dans le rendu de polygones avec notre hardware de prochaine génération. »

Malgré cette sérénité affichée, Trip a au contraire tout à craindre tant la fin de l'année 1994 s'annonce difficile au Japon. Contrairement à ses prédictions, les nouvelles consoles de ses concurrents trouvent rapidement preneurs dans l'archipel. Sega vient d'écouler très rapidement 250000 unités



de sa nouvelle console, la Saturn, après sa mise en vente le 22 novembre 1994, à un prix pourtant élevé de 448 dollars (44800 yen), similaire à celui de la 3DO. Quelques semaines plus tard, la Playstation de Sony sort à 399 dollars (39800yen) le 3 décembre 1994 et tout l'inventaire mis en vente, soit 100 000 unités – est liquidé en deux jours. L'absence de décollage net de la 3DO pose alors de sérieuses questions quant à l'avenir du format.

Aux US, Goldstar met une meilleure offre sur le marché en proposant avec la console deux jeux gratuits: FIFA International Soccer (qui fit sensation à l'époque, avec un terrain en vraie 3D texturée et tout) et Shockwave. De plus, ils proposèrent aussi le module FMV en bundle avec Total Recall



Le sport, y'a que ça de vrai pour vendre des consoles, enfin surtout aux Etats-Unis. Dommage, John Madden arrive assez tardivement, il aurait été plus efficace au lancement.



La version 3DO de Fifa est quant à elle, exceptionnelle, c'est le premier vrai Fifa en 3D alors que toutes les autres versions étaient en 3D isométrique. Imaginez le choc à l'époque...

pour 200 dollars. Goldstar comptait alors même sortir des jeux bénéficiant du FMV, et ouvre un studio en conséquence pour créer de tels titres. Matsushita, pour sa part, offre gratuitement « Total Eclipse » avec les consoles vendues avant la fin octobre. Des affaires, somme toute, honnêtes: des jeux corrects voire bien livrés avec la console.

Le 19 décembre, 3DO fait un point sur les ventes, pour marquer le passage de 500 000 unités dans le monde. La base installée aux US approcherait les 200000 unités. Bien que cela soit un progrès par rapport aux chiffres de septembre, on est loin du demi-million d'unités prévues pour 1994 aux US, et loin des 300000 prévues par Panasonic.

Et si la base installée est de 200 000 aux US, cela signifie sans doute qu'elle est inférieure à 300 000 au Japon (probablement 250 000), soit très peu de ventes de hard entre septembre et décembre, malgré tous les efforts marketing associés: spots radios, campagne TV de plusieurs millions de dollars, pubs dans les revues pour hommes de 18 à 30 ans, spots montrant des vidéos in-game sur MTV et ESPN, et même une pub sans doute très chère pour le 100ème épisode des Simpsons. Pour rassurer les investisseurs, Trip se lance dans des déclarations méga-optimistes du genre « *atteindre une base installée de 500 000 est une étape essentielle pour tout format promis au succès. Et nous avons atteint ce seuil rapidement, après tout juste 15 mois sur le marché.* » Cela ne fait que 33 000 unités par mois en moyenne, ce qui n'est pas si rapide qu'il le prétend...

On apprend aussi dans ce communiqué de presse que les ventes aux US sont 20 fois plus rapides qu'une année auparavant dans le même territoire... c'est normal, elles étaient quasiment nulles un an plus tôt ! Pour le cas du Japon, Trip déclare que les concurrents « *semblent davantage agrandir le marché plutôt que de prendre des parts de ventes à 3DO* ». Ceci n'est pas forcément étonnant, vu que les démographies visées sont différentes, la 3DO comportant déjà beaucoup de jeux ricains. Ceci dit, commercialement il n'y a pas photo: la PS1 a plusieurs killer-apps dès sa sortie (dont Ridge Racer...) et se vend à un rythme effréné: 300 000 machines auraient trouvé preneurs. La Saturn, quant à elle, se serait déjà écoulé à 500 000 unités au Japon, selon la bouche de Sega même.

Les finances de 3DO ne se sont pas non plus arrangées. L'année 1994 se termine avec des revenus à hauteur de 10.3 millions de dollars, pour des dépenses de l'ordre de 51.5 millions. Dans ces 51.5 millions sont comptés 21.4 millions provenant du rachat de NTG à l'origine du hardware de la console. Pour continuer à financer les activités courantes, Hawkins a dû revendre 12.5 millions de ses avoirs en actions dans la société, et en mai 1994 il procède à une émission d'actions: de nouveaux investisseurs font leur apparition, tels que Goldstar, Creative Technology, et Sim Wong Hoo, président de Creative Technology. Creative a en effet acheté une licence de la technologie 3DO pour développer des cartes PC accélératrices. Au total, ces nouvelles injections de fonds engrangent 37 millions de dollars. Mais c'est loin d'être suffisant. Hawkins annonce à un groupe d'analystes financiers que 3DO n'a plus de 21 millions de cash en réserve, et que cet argent sera consommé dans les 7 mois qui suivent, sauf s'ils arrivent à vendre un blockbuster d'ici là. Ca va mal.

LA FIN DES HARICOTS POUR LE PREMIER MODÈLE

1995 s'annonce comme un compte à rebours, avant l'arrivée de Sega et Sony sur le marché américain. Sony prévoit d'arriver sur le marché avec sa Playstation d'ici la fin de l'été, à un prix de 450 dollars. Sega compte commercialiser sa Saturn dès le 3 septembre 1995, pour un prix de 350 à 450 dollars. C'est en tout cas ce qui se dit dans les couloirs... à ce prix-là, la 3DO aurait encore une chance, avec un prix dans la moyenne de ce que les autres proposent.

Larry Probst, alors directeur de EA, après Trip Hawkins, annonce la couleur en tant qu'éditeur:

Larry Probst, boss de EA après Hawkins.



« *Je pense qu'il y aura de la place pour 3 consoles dans le futur, mais je ne peux pas imaginer qu'il puisse y en avoir quatre ou cinq.* »

Sega, Sony, c'est déjà clair... la troisième place, 3DO ou Nintendo ? Oui, la question est rhétorique.

Aux Etats-Unis, Goldstar et Matsushita veulent accentuer la pression et font enfin ce qu'ils auraient dû faire dès le début: investir en masse pour commercialiser le système. Ils dépensent même entre 50 et 60 millions de dollars en publicité. Matsushita parvient à distribuer sa console chez Wal-Mart, lui permettant d'ajouter plus de 2300 points de vente à l'échelle nationale, à partir du printemps 1995.

En juillet, la machine sera disponible dans 10 000 points de vente, un pari plutôt réussi alors qu'ils tentent d'atteindre 12000 d'ici Noël 1995.

Matsushita décide par contre de ne pas sortir son extension FMV pour le moment, apparemment à cause d'une confusion liée au standard des CDs et du codec MPEG (les discussions entre le 1.1 et 2 sont en cours).



Mais la concurrence arrive plus tôt que prévu: Sega tient à damer le pion à Sony en lançant sa Saturn à 399 dollars sur le marché ricain largement en avance, dès avril, avec un seul jeu disponible. Résultat des courses: le lancement est planté, et peu de machines se vendent par rapport à leurs espérances, mais Sega écoule quand même 120 000 unités en 6 mois, soit l'équivalent de la moitié des 3DO cumulées dans les US en un temps bien plus rapide. Aïe, j'ai mal.

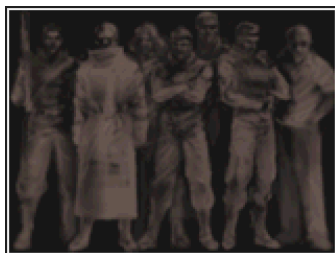
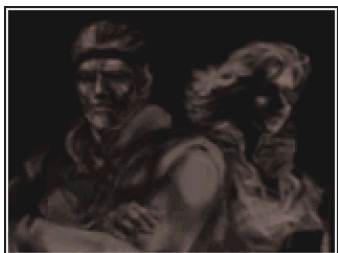
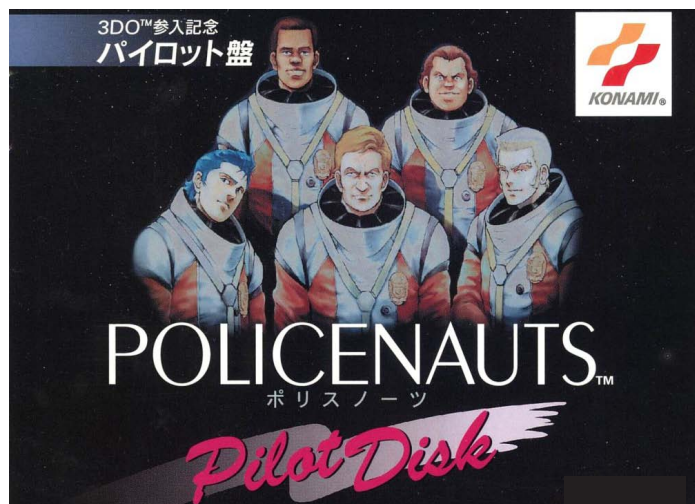


Pendant l'E3, la guerre a clairement lieu entre Sony et Sega, Sony prenant cette fois l'avantage en annonçant que la Playstation à venir sera vendue à 299 dollars, soit 100 dollars de moins que la Saturn. Sony s'accapare donc le feu des projecteurs (d'autant plus qu'ils ont déjà vendu un million de consoles au Japon en six mois), et il n'y a plus grand monde pour remarquer la 3DO, qui pourtant a une nouvelle carte à jouer: celle du M2. 3DO montre enfin de quoi est capable sa nouvelle architecture à venir, basée sur le chip M2. En plus d'intégrer un processeur central bien plus rapide (PowerPC 602 d'IBM), de nombreuses fonctions 3D sont prises en charge directement par le hardware: Gouraud shading et lighting, texture mapping (100 millions de pixels par seconde), filtering (pour éviter les effets d'escalier), mip mapping (pour changer d'échelle de texture selon la distance, tout ceci géré en hard), Z-buffer (pour éviter d'afficher des

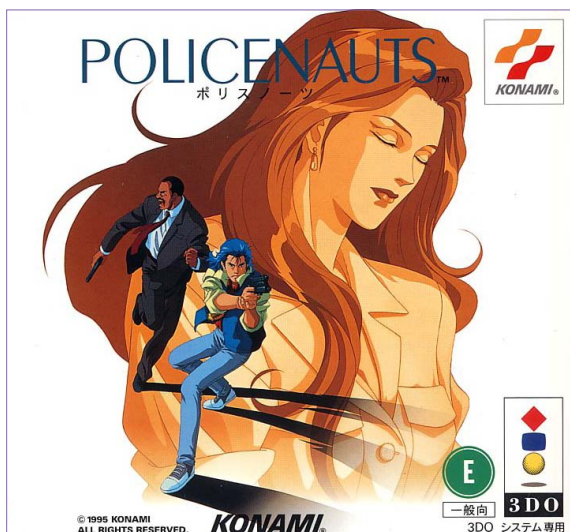
objets qui sont cachés par d'autres), correction de perspective (une erreur de déformation de texture souvent remarquée sur les premières consoles comme la PS1), transparence (avec alpha-channel), et gestion native de la décompression MPEG.. Trip déclare que « la 3DO était la première sur le marché avec un système 32 bits, et d'autres ont copié depuis notre concept de produit. Mais personne d'autre n'a d'équivalent du M2. » Et, il avait, sur ce point, tout à fait raison. Le M2 était largement

Tout sur le M2: la console secrète complète en haut à gauche, et à en haut à droite, l'extension dévoilée au CES, pour s'adapter sur la 3DO de première génération. En bas à gauche, la démonstration d'une scène 3D rendue par le M2 avec tous les shaders qui étaient nouveaux pour l'époque. Enfin, en bas à droite, la fine équipe responsable de l'architecture et du software du M2.

plus puissant que la PS1 et la Saturn, et prêt à sortir sur le marché en 1996, juste un an après l'introduction des machines de Sega et Sony. Comme pour le design de la 3DO précédente, 3DO proposera les spécifications du M2 à tous les partenaires qui le souhaitent, mais en mai 1995, la date de sa future disponibilité n'est pas claire. C'est un peu dommage que le premier modèle de 3DO touche le fond à ce moment-là, vu que ludiquement parlant, de bons titres arrivent enfin.



Au Japon, **Policenauts**, le titre phare de Kojima, sort sur 3DO, spécialement refait suite à une version MegaCD plus « simple ». Ca en surprendra peut-être plus d'un, mais Kojima avait prévu de sortir **Metal Gear 3** sur 3DO, autrement dit... **Metal Gear Solid**, pour une sortie en 1994-1995. On voit notamment des artworks d'une version primitive du jeu dans le **Policenauts Pilot Disk**, documentant la création du jeu. Snake, Meryl, et l'équipe du FOXHOUND y sont clairement reconnaissables. A cause des ventes de 3DO peu satisfaisantes, le développement du jeu reprend une fois la Playstation de Sony sortie. Vu la tournure des événements pour 3DO, le lancement de l'extension M2 devenait de plus en plus illusoire: pas assez des consoles originales sur le marché,



Policenauts est un excellent jeu tout court, et la version 3DO lui rend honneur. Dans le Pilot Disk on découvre des images de ce qu'allait être Metal Gear 3, soit Metal Gear Solid, en développement pour 3DO. Mazette! Si le jeu était sorti sur la machine, beaucoup de choses auraient pu changer...

c'est à dire qu'il faudrait tout reprendre à zéro et tant qu'à faire, lancer une nouvelle console.

Les gens de 3DO sont donc en négociation avec plusieurs partenaires potentiels pour vendre leur chip M2. Shernav Davra, porte-parole de 3DO, admittra publiquement que « Ce n'est un secret pour personne que nous sommes en discussion avec tout le monde au sujet de la technologie M2 ». Matsushita n'était pas le premier sur la liste, mais plutôt... Sega. Sega était en effet très intéressé pour racheter une technologie d'avant garde qui pourrait leur servir à supplanter Sony pour leur prochaine console – peut-être une « Saturn 2 », qui sait...

En août 1995, une rumeur issue du San Francisco Chronicle se répand comme de la poudre: Sega serait prêt à racheter 3DO ! Le titre prend soudain 9% en bourse d'un coup, mais Sega of America nie rapidement. Lee Isgur, un observateur de la Jeffries & Company, commentait alors la situation en ces termes: « Sega a vraiment besoin de quelque chose qui aille plus loin que la Saturn et qui explose Sony en vol, alors, vu de loin, racheter la technologie M2 semble sensé. Mais si Sega rachetait 3DO, est-ce qu'ils fabriqueraient le hard, ou est-ce qu'ils le sous-traiteraient à quelqu'un d'autre, et est-ce que ce quelqu'un d'autre serait prêt à le fabriquer à perte comme Matsushita le fait actuellement ? Soyons sérieux deux minutes... »

Effectivement, Sega ne racheta pas le chip M2 au final, mais il semble qu'une séance de démonstration malheureuse y soit pour quelque chose... c'est grâce à des révélations, bien plus tardives d'ex-employés de 3DO, qu'on en apprend davantage: alors que la machine était préparée pour une démo aux responsables de Sega, une erreur dans le script de fabrication de la carte fit qu'il manqua une couche protectrice sur certaines unités de RAM (sur la carte mère, le chip graphique et sur le DSP aussi), les rendant inopérantes. Et paf: le jour de la présentation, le prototype ne tourne qu'à une vitesse extrêmement réduite, les textures ne sont pas affichées, et les gens de Sega repartent déçus. Quelques semaines plus tard, un nouveau prototype fonctionnel est prêt, mais Sega n'est désormais plus intéressé. Une opportunité manquée, pour les deux acteurs, qui partageront au final le même destin. Ironie du sort...

Le 6 septembre 1995, Sony sort sa PlayStation aux US, et 100 000 consoles trouveront acquéreurs dans le mois qui suit. La distribution est large, et immédiate. Elle montre l'écart de puissance entre la machine commerciale de Sony et celle de Panasonic. Dès le lancement, la PlayStation est en effet disponible dans 15 000 points de vente. 7 fois plus que la 3DO au moment de sa sortie. Autant dire que là, on ne joue plus...

Le jour même de l'introduction de la PlayStation aux US, 3DO, sentant sans doute le vent tourner pour de bon, annonce chercher de nouveaux marchés pour se développer. Dans le cadre d'une interview téléphonique, Trip admet que son business model a échoué, mais que « *c'est naturel pour nous d'essayer d'avoir plusieurs sources de revenus, et plus d'une manière d'utiliser la technologie que nous développons. Le marché du jeu vidéo demande des investissements énormes, et vous impose d'atteindre une masse critique très rapidement. C'est difficile d'être un participant de taille restreinte. [...] Rétrospectivement, nous n'avons pas pu avoir assez de partenaires (fabricants) en même temps, suffisamment rapidement, pour créer un nouveau standard.* » Trip décrit cette étape d'expansion vers d'autres produits comme une « *expérience douloureuse, décevante et malheureuse.* »

En novembre, les deux constructeurs de 3DO principaux, Goldstar et Matsushita, passent à l'offensive sur le front des prix, pour espérer reprendre des parts de marché à Sony et Sega. Goldstar baisse sa console de 299 dollars à 249, et donne un contrôleur en plus. Matsushita propose toujours sa machine à 299 dollars, mais offre un contrôleur et un jeu pour

les nouveaux arrivants, d'une valeur totale de 110 dollars. Pendant ce temps, la PlayStation s'est vendue à 300 000 unités depuis septembre, et la Saturn continue à progresser, quoique plus doucement, avec 130 000 unités écoulées depuis son lancement. A cet instant T, Goldstar et Matsushita affirment avoir vendu collectivement environ 300 000 unités sur le marché américain depuis le lancement, quoique ces chiffres paraissent optimistes. S'il y avait encore des gens qui croyaient au standard, les voilà désarçonnés pour de bon.

La REAL de Panasonic continue à se vendre raisonnablement au Japon cependant, en atteignant au final 500 000 unités installées avant son arrêt final. Entre Sanyo et Panasonic, il se serait vendu 720 000 consoles 3DO au Japon, ce qui ferait donc un petit peu plus d'un million au total dans le monde entier. Un échec, certes, mais un succès d'estime tout de même. La 3DO aura été la meilleure des plus mauvaises concurrentes.

Mais Trip semble ne pas croire cependant en la croissance du marché des consoles 32 bits. « *Il va peut-être atteindre un million d'unités d'ici la fin de l'année, mais cette année ou la prochaine ce sera le pic.* »

Sans doute aveuglé par sa confiance dans le M2 (qu'il espérait sortir en 1996), il estime que l'arrivée des consoles 64 bits sera très rapide et captera l'attention des joueurs. « *La transition en termes de qualité entre les systèmes 32 bits et 64 bits sera radicale. Les consommateurs diront que ça a une meilleure valeur, mais ils n'auront pas à payer plus cher.* »

LE DERNIER ESPOIR ANÉANTI

Le 5 décembre 1995, 3DO officialise l'achat de Cyclone studios, spécialisé dans les jeux d'arcade et d'action. Cyclone Studios développe Captain Quazar et BattleSports, deux jeux dont la critique a été très positive. Cela renforce évidemment l'impression que 3DO se consacre de plus en plus au software qu'à autre chose. Et c'est effectivement le cas deux jours plus tard.

Le 7 décembre 1995, 3DO jette l'éponge du hardware pour de bon, en vendant la technologie M2 à Matsushita, pour la bagatelle de 100 millions de dollars. De l'argent frais bienvenu pour éponger une partie des dettes de 3DO, et recommencer sur de nouvelles bases. Trip déclare alors: « *Ces 100 millions de dollars nous donnent les bases nécessaires pour diversifier nos affaires* », autrement dit devenir un éditeur de logiciels à part entière. 3DO gardait quand même la possibilité d'utiliser la technologie M2 dans les ordinateurs, mais l'utilisation sur consoles devenait l'exclusivité de Matsushita. Conséquence directe, en janvier 1996, Goldstar (devenu alors LG) n'ayant plus accès à la licence M2, décide d'arrêter toute fabrication d'unités 3DO. Même en ayant réduit le prix à 199 dollars, les ventes de la 3DO de LG ne décollent pas, et le groupe n'a dès lors plus aucun intérêt à rester dans le jeu. Le principe de console « standard », offerte à tout constructeur le désirant, est enterré.

Mais alors, qu'est devenu le M2 une fois chez Panasonic ? Aucune annonce officielle sur le sujet. Mais pourquoi dépenser 100 millions de dollars si ce n'est pour ne rien en faire ?

Apparemment, un changement à la tête de la division concernée chez Panasonic changea radicalement la donne pour le M2. Le nouveau dirigeant a des sueurs froides à l'idée même d'attaquer Sony sur son marché, et décide finalement de reléguer cette technologie largement supérieure à des... stands de présentation interactifs. Oui, le manque de couilles total, et assumé. C'était sans doute la meilleure chance que Panasonic avait de pouvoir mettre un pied dans le jeu vidéo, et sans doute tuer la Saturn et Sega au passage (déjà bien mal en point), et ceci avant que Sony ne prenne trop d'avance. Mais bon, on ne va pas réécrire l'histoire.

Le M2 était déjà prêt pour plein de choses: la lecture de DVD et le support du MPEG-3 (pas le MP3, mais le format vidéo). « Il y avait un bon nombre de recherche théorique faite dans le domaine de l'encodage et le décodage vidéo. Des technologies de compression. Des aspects critiques de l'architecture, du design du CPU. L'équipe était très familière avec l'architecture PowerPC de IBM. » Une fois le M2 vendu à Matsushita, cette équipe de designers talentueux fut « revendue » à Samsung, et prit le nom de **CagEnt**. Samsung leur permit d'engager une bonne centaine de personnes pour suppléer aux travaux sur le nouveau chipset, le MX, tout en leur donnant deux ans pour faire leurs preuves, trouver des clients et devenir rentable. Fin 1997, Nintendo fit une petite visite chez CagEnt en espérant trouver un nouveau chip qui servirait à une nouvelle console, vu que la N64 ne marchait pas bien et que les relations avec SGI, fabricant du chip graphique de la N64, étaient devenues exécrables. Début 1998, Nintendo rompt sa relation avec SGI et fait une offre

pour racheter CagEnt. Pendant que les négociations étaient en cours, CagEnt commença à modifier l'architecture du MX pour se rapprocher de celle de chez MIPS (SGI), pour permettre à Nintendo de sortir une nouvelle console pour les fêtes de l'année 1999. Mais l'architecture de CagEnt commençait à prendre de l'âge et à devenir de moins en moins impressionnante avec le temps. Nintendo mit fin à l'offre de rachat. La technologie issue d'années de recherche à NTG puis 3DO fut alors définitivement enterrée.

CagEnt fut cependant racheté par Microsoft au final, et affecté à un projet de WebTV, qui fut annulé quelques années plus tard. Un certain nombre d'anciens de CagEnt furent alors affectés au projet Xbox360, pour aider au développement du Xbox Live Arcade. Les plus anciens de CagEnt auront travaillé sur 6 projets de consoles avant d'en voir finalement une se lancer.

AVEC DES SI...

Il est toujours facile, a posteriori, de juger une initiative et expliquer pourquoi c'était une mauvaise idée en soi. On est toujours plus intelligent après coup, c'est bien connu. Cependant, il est évident que plusieurs facteurs ont joué contre la 3DO, et les choses auraient pu tourner très différemment pour ce format...

- Le prix de lancement était trop élevé, c'est évident. Pendant la période des fêtes, en 1993, la 3DO avait un boulevard devant elle pour supplanter toute concurrence. Le prix surdimensionné a clairement restreint sa

progression à cet instant clef: si la console avait été vendue à 300, voire 400 dollars max, elle aurait sans doute pu établir une base importante pour commencer à convaincre les éditeurs de la viabilité du système.

- 3DO n'avait peut-être pas ça en tête, mais ils auraient du « commander » des jeux à des éditeurs extérieurs pour s'assurer d'un lancement réussi. Et pas seulement des conversions, mais de vrais nouveaux jeux, pour en mettre plein la vue à tout le monde. Ça aurait coûté 1 à 2 millions de dollars par jeu (voire moins) mais ça aurait sans doute convaincu un bon nombre de joueurs du potentiel de la machine. S'il y avait eu un **Ridge Racer** ou un **Tekken** sur cette console, il est certain que les choses auraient été plus équilibrées. Sega, en comparaison, avait des tonnes de ressources en interne pour soutenir sa console. Sony n'avait pas grand-chose mais avait fait l'acquisition en juillet 1993 de Psygnosis qui allait pondre une série de jeux mythiques (Destruction Derby, Wipe-Out, Colony Wars) et créer les kits de développement de la PS1.
- Le business model n'aurait pas dû être misé sur des coûts de licence aussi faibles (3 dollars) vu qu'au final, le parc installé a plus d'importance aux yeux de l'éditeur que le profit par jeu. Si un développeur se fait 16 dollars par jeu vendu sur 3DO en 1996, et que son jeu se vend sur 1% du parc de machines, soit 10 000 boîtes, cela représente 160 000 dollars de revenus. Sur une PS1, 10 dollars par jeu vendu, 1% du parc soit 100 000 boîtes (pour un parc de 10 millions, atteint en 1997), cela représente un million de dollars de revenus. CQFD.

- Le marketing n'aurait pas dû être assuré par les constructeurs. Matsushita, Goldstar, Sanyo n'ont pas de racines dans le jeu vidéo, ne connaissent pas leurs clients potentiels, ni le marché, et dès lors ne sont pas les plus efficaces pour promouvoir et vendre leur machine. Vous allez me dire « Sony, c'était pareil ! ». Oui, à la différence que Sony a clairement mis un paquet de thunes en marketing quand il s'est agi de commercialiser la Playstation 1, et avait une vision consistante sur ce que devait être l'image de leur console. En partageant la responsabilité de la commercialisation entre différents partenaires, les efforts de marketing étaient démultipliés, donc peu efficaces, et ne colportaient pas les mêmes messages. Du point de vue du consommateur, 3DO n'avait pas d'image claire à vendre.
- La machine à base de M2 aurait dû être menée à son terme, et lancée sur le marché. Aucun autre constructeur n'était prêt à contre-attaquer en 1996. Sega n'a rien pu faire jusqu'en 1999 en termes de hardware, il y avait donc beaucoup de temps pour espérer grappiller des parts de marché.
- Dernier point, que Trip lui-même mentionnait plusieurs années après la chute, le besoin d'avoir un constructeur prêt à investir 2 milliards de dollars en capital pour lancer la machine. « Ca a de quoi convaincre qu'une base de machine va exister, et l'industrie va soutenir cette plateforme. 3DO n'a jamais eu ça. » Que cela soit pour Panasonic ou les autres, la 3DO n'était qu'un produit « à côté », non prioritaire, et ils n'étaient pas prêts à dépenser de telles sommes.



MAIS QU'EST DEvenu TRIP ?

Après le passage de 3DO à simple éditeur, le studio survit pendant plusieurs années notamment grâce au succès de la série des Army Men sur Playstation. La plupart de leurs autres jeux ne se vendent pas, et sont maltraités par les critiques. Vers la fin des années 1990, 3DO sort l'un des premiers MMORPG en 3D, Meridian 59, qui existe encore aujourd'hui, une fois revenu chez les développeurs originaux. En mai 2003, c'est la fin des haricots pour 3DO, qui ferme boutique et licencie tous ses employés. Trip Hawkins, en bon entrepreneur, décide de former une nouvelle société, Digital Chocolate, dédiée au jeu sur mobile. A l'époque, il explique ce changement de business ainsi: « Dans trois ou quatre ans, il va y avoir 3 ou 4 milliards de personnes qui vont se balader avec ces mini-ordinateurs, partout, et il y a un paquet de choses intéressantes que vous pouvez faire avec. » Il fait d'ailleurs le parallèle avec son passage chez Apple: « Quand j'étais chez Apple, un jour j'appelai le département de Sciences Informatiques à l'université de Berkeley en Californie

pour leur demander de venir voir l'Apple II, et de nous donner des idées de software qu'on pourrait mettre dessus. Et ils dirent: ce n'est pas un ordinateur. Ils ne voulaient rien en faire. Les téléphones portables de nos jours, ce sont comme des Apple II. Ce n'est pas pour tout le monde. Certains se passionnent pour ce qu'ils peuvent faire avec les limites techniques de la bécane, et tentent de les repousser. D'autres pensent que c'est une perte de temps. » Apparemment, Digital Chocolate se porte plutôt bien et publie de nombreux jeux pour mobiles, iPhones, iPad, et Facebook. Mais il aurait pu en être autrement. Trip disait récemment sur son blog: « C'est difficile de croire que la même personne a lancé Electronic Arts tout en créant le désastre de la 3DO. Mais c'est vrai. Les entrepreneurs tentent souvent de faire des choses qui n'ont jamais été faites, alors on ne sait jamais si cela va marcher ou si ça intéressera quiconque. Les gens normaux évitent ce genre de risques. »

Dans le jeu vidéo de 2011, ces paroles sages nous disent une chose: nous avons besoin de plus d'entrepreneurs.

lucarne

Un fait divers banal révèle une réalité insoupçonnée...



De l'idée dans les suites

Au Japon, le marché du jeu vidéo est suffisamment important pour voir, au détour d'une émission télévisée trop souvent interrompue, des publicités pour des jeux vidéo. Tenez, Wii Sports Resort... Mario Galaxy 2... Monster Hunter 3... et j'en passe. Et d'ailleurs, ces jeux ont tous une petite chose en commun: ce sont des suites ! En effet, les jeux dont elles sont issues sont suffisamment connus, pour que le concept du nouveau titre n'ait pas besoin d'être re-expliqué. Pratique ! Mais il est légitime de chercher à savoir si les suites justifient véritablement tous ces efforts...

Avant de répondre à cette question, notons que les suites n'ont certes pas toujours été aussi visibles qu'aujourd'hui, mais cela ne les empêchait pas d'exister pour autant. Il ne s'agit en aucun cas d'un phénomène nouveau. Zelda 2, Turrigan 2, X-out donnant naissance à Z-out, Street Fighter 2... même au début des années 80, les exemples étaient multiples. Il y a cependant suites et... suites... on peut en effet en distinguer plusieurs types:

- Les plus simples, les suites « canoniques », c'est-à-dire celles qui reprennent directement les héros et les personnages de l'épisode original. Duke Nukem Forever, MGS 2, Wing Commander 2, Sonic 2 en sont de bons représentants.
- Les suites qui portent le même nom mais dont le contenu est entièrement renouvelé à chaque titre: Final Fantasy, Dragon Quest... et sur PC, Ultima rentre aussi plus ou moins dans ce cadre. Ce sont des suites de « marque »,

en quelque sorte. Vous ne savez pas ce à quoi vous vous engagez exactement, mais a priori leur nom est un gage de qualité, le système de jeu ne change guère.

- Les réactualisations fréquentes: souvent le cas des jeux de sports, qui se remettent à jour constamment d'une année à l'autre. Là, EA est devenu carrément spécialiste. C'est une catégorie relativement récente, bien qu'on ait déjà vu de plus anciens titres comme Sensible Soccer sortir des versions mises à jour dans les années 90 aussi.

Certaines séries, dès lors qu'elles sont très populaires, deviennent même des « franchises ». La franchise (ou IP en anglais), tient davantage du développement de titres qui ne sont pas dans la lignée principale mais qui élargissent l'horizon du titre original. Nintendo est devenu maître en la matière, avec Mario Kart, Paper Mario, Mario Tennis et j'en passe, qui sont des incursions du jeu Mario original dans d'autres genres, en reprenant les mêmes éléments et les mêmes personnages, simplement réarrangés à d'autres sauces et à d'autres concepts. Mais Capcom en est aussi un autre expert, avec sa série des Resident Evil qui donne lieu à de multiples jeux annexes pouvant même aller jusqu'au rail shooter (Dark Chronicles sur Wii). Sans oublier la série des Street Fighter qui fut à l'origine d'un jeu atypique, Super Puzzle Street Fighter, que je recommande au passage chaudement pour les amateurs de jeux à la Columns et Tetris.

S'il est donc vrai que les suites ne sont pas un phénomène récent, 15-20 ans plus tôt elles étaient généralement liées

à une tête de gondole, un créateur qui décidait tout seul si oui ou non il voulait continuer à explorer le concept du jeu original. Derrière Ultima se cachait Richard Garriott, derrière Civilization, Sid Meier, derrière Mario, Miyamoto, derrière Wing Commander, Chris Roberts... ce qui a désormais changé, c'est le fait que les suites ne sont plus liées à leurs créateurs originaux (Ken Levine n'a pas participé à Bioshock 2), et sont devenues de plus en plus systématiques à mesure que l'industrie s'est consolidée. Alors que les jeux d'antan étaient clairement des jeux complets à eux seuls, les nouveaux jeux qui sortent sont de plus en plus souvent dotés d'histoires clairement laissées en suspens: les suites sont prévues dès le premier épisode ! (Assassin's Creed, Mass Effect récemment, et Shen Mue parmi les plus anciens).

Qu'est-ce qui motive donc les éditeurs ou les développeurs à faire des suites ? Les raisons en sont multiples. C'est en effet un moyen efficace, pour un développeur ou un éditeur, de capitaliser sur un succès précédent, sans avoir à tout refaire, à repartir de zéro. Il peut se baser, en outre, sur des personnages, sur un monde déjà créé, sur une histoire déjà amorcée... bref, les possibilités d'expansion sont immenses, même s'il est à court d'idées. Parfois, une suite peut être simplement un prétexte, une occasion d'offrir la même chose que le premier épisode, mais remise à jour, avec des évolutions techniques au rendez-vous. C'est souvent le cas des jeux de combat. Outre les simples améliorations techniques, les développeurs peuvent aussi se servir des retours sur le premier titre pour corriger les défauts éventuels (Assassin's Creed, bon exemple) ou se concentrer sur ce qui marchait

déjà bien pour l'optimiser davantage. Plus récemment dans l'histoire du jeu vidéo, le temps de développement est devenu relativement long – rien ne sort quasiment en dessous de 18 mois de travail, et les titres les plus laborieux demandent 4 à 5 ans de développement (MGS4, GT5). En parallèle, la durée de vie des jeux est devenue progressivement de plus en plus courte. Pensez donc, il fallait bien 200 heures pour finir un Ultima d'antan, alors que les RPG actuels ont du mal à tenir la barre des 20 heures. Le contenu « graphique » est devenu plus coûteux à produire (entre un sprite avec deux étapes d'animation sur 32*32 pixels et un perso en 3D, texturé de la tête aux pieds avec 200 animations différentes, y'a plus de travail derrière, c'est indéniable) et limite la durée de vie des jeux en conséquence, puisqu'on ne peut pas non plus se permettre de passer 10 ans à produire un soft. Dès lors, le contenu intrinsèque desdits jeux est en retrait, donnant donc l'opportunité de livrer davantage de contenu dans des éventuelles suites. Un contenu qu'on aurait probablement simplement intégré dans le jeu principal 15 ans plus tôt.

D'autre part, du côté de la distribution, le risque financier fait que les éditeurs souhaitent voir plusieurs suites après un jeu réussi, pour diminuer l'incertitude sur l'ensemble de leur gamme. Au final, la suite permet donc au développeur de se concentrer davantage sur le contenu que le « contenant », la technique étant déjà développée – ce qui permet soit une sortie plus rapide par rapport au jeu original, soit un contenu plus riche pour un même temps de développement (Uncharted 2). En sus, il est plus facile de « marketer » une suite qu'un véritable nouveau jeu. Nul besoin de ré-expliciter à chaque

fois ce qu'est Zelda quand les anciens se sont vendus à des dizaines de millions d'exemplaires. La communication est aisée, facile. Il suffit de susurrer son nom, et tout est dit.

Pour les joueurs que nous sommes, enfin, c'est potentiellement une bonne chose aussi: ils se retrouvent en terrain familier, continuent une aventure avec un personnage ou un monde qu'ils apprécient. Ce n'est sans doute pas ce que TOUS les joueurs recherchent (un certain nombre d'entre nous souhaitent aussi voir de nouveaux concepts de temps en temps), mais faire une suite, en soi, n'est pas un mal tant que le choix entre le nouveau et la continuité existe sur le marché. La plupart d'entre nous peuvent citer plusieurs suites qui étaient supérieures à l'original, sans aucun doute. Évidemment, le jour où vous vous retrouvez avec 99% de reprises sur l'étagère, vous risquez de faire un peu la gueule.

Les suites, donc, supposent une diminution des coûts de développement, une réduction du risque financier et une fidélisation de l'audience.

Mais ce qui nous intéresse aujourd'hui, au-delà des raisons tout à fait apparentes qui poussent les éditeurs ou les développeurs à faire des suites, c'est la question de la validité de cette approche en termes de risques. Est-ce que les suites garantissent nécessairement un succès commercial ? Et si oui, dans quelle mesure sont-elles profitables ?

Pour tenter de répondre à cette question, procurons nous quelques chiffres de vente. En l'occurrence, ceux de VGChartz.

Oui, VGChartz est souvent critiqué parce qu'ils « estiment » leurs chiffres avec des méthodes parfois discutables quand ils n'ont pas accès aux données véritables. Quand c'est le cas, les chiffres affichent certes une certaine marge d'erreur, qui peut parfois atteindre 10-20% dans le pire des cas. Mais avec un peu de persévérance et de recherche, on peut déterminer si les chiffres sont relativement fiables en les croisant avec d'autres sources. A défaut d'exactitude absolue, ils nous seront utiles pour avoir, justement, un ordre d'idée. En filtrant les chiffres qui s'avéraient vraisemblablement faux (ou incomplets), nous avons aussi pu éviter d'avoir des données de trop mauvaise qualité.

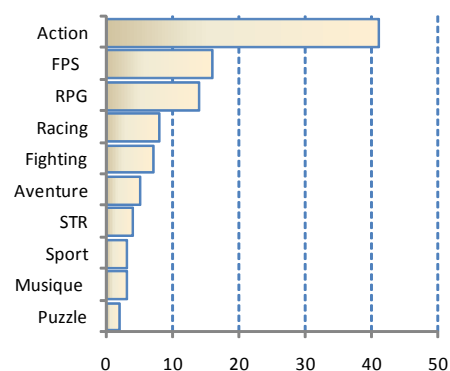
Nous allons nous concentrer sur les jeux parus sur consoles, les chiffres des ventes sur PC étant souvent très difficiles à obtenir, surtout de nos jours avec Steam et consorts. Les jeux considérés ne sont pas tous super récents, mais quasiment tous sont sortis dans les années 2000, pour la simple et bonne raison que les chiffres d'avant 2000 sont souvent... indisponibles, ce qui est fort dommage. L'échantillonnage n'est pas non plus parfait, mais mélange cependant plusieurs genres et plusieurs tailles de sociétés (grandes et moins grandes) ce qui, espérons-le, le rend quand même relativement représentatif. Au passage, nous n'avons considéré que les suites dites « canoniques », autrement dit les suites d'envergure, et non les softs faits « à côté » de la série principale, ceux de « franchise ». Par exemple, Resident Evil Typing of the Dead ne sera pas comptabilisé... La question de la valeur des franchises demeure en soi intéressante, certes, et nous l'aborderons sans doute dans un proche futur.

Nous avons recueilli un échantillon relativement important de séries (plus de 50) histoire de laisser la place aux erreurs potentielles. C'est donc avec toutes ces imperfections, que nous ne souhaitons pas cacher, que nous allons quand même tenter de répondre à ces quelques questions:

- Est-ce qu'une suite, en général, marche mieux ou moins bien que l'original en termes de ventes ?
- Si oui, dans quelle proportion ?
- Quid de l'aspect financier des suites ? Dans quelle mesure sont-elles rentables ?

CONSTATATIONS GÉNÉRALES

Tout d'abord, avant d'avoir pu récupérer des données chiffrées sur les suites, nous avons énuméré celles qui nous revenaient à l'esprit au cours des dernières années. Sur plus de cent séries à suites (109 pour être exact), la répartition du genre de jeux était la suivante:



Les cinq premiers genres représentent à eux seuls plus de 80% des suites. Ce n'est certes pas exhaustif, mais cela donne une idée des genres prédominants dans les suites. Après une brève vérification avec les genres de jeux les plus vendus en 2007 (chiffres de NPD), ces pourcentages s'avèrent tout à fait concordants avec les tendances des jeux en général (suites et non-suites), si ce n'est au niveau des jeux de sport (qui représentent sans doute plus de ventes par titre que les autres genres).

Nous avons pu obtenir des données chiffrées sur la moitié des jeux de notre échantillon (soit n=53). Le moins que l'on puisse dire, c'est que l'ensemble n'est pas homogène en termes de ventes. On trouve de tout: des jeux qui se sont peu vendus, et d'autres qui se comptent en millions dès leur premier épisode. Certains croient que seuls les gros jeux donnent lieu à des suites, mais il n'en est rien. **No More Heroes**, par exemple, s'est peu vendu et a malgré tout engendré une suite.

Cependant, si l'on regarde où se situe la majorité des jeux à suites en termes de volumes, on trouve que 50% de ceux-là sont entre 1.1 et 4.1 millions d'unités – En termes statistiques, la moyenne se situe à 3 millions, avec un intervalle de confiance (à 95%) de 2.4 à 3.7 millions d'unités. Bref, la plupart des suites commencent quand même à partir de jeux dont les ventes sont de l'ordre du million. Ce chiffre n'est sans doute pas anodin. Cela signifie qu'il faut probablement atteindre un certain niveau de popularité pour espérer vendre une suite à grande échelle. Sans pouvoir donner d'explication certaine à ce sujet, il est probable que, d'une part, le premier

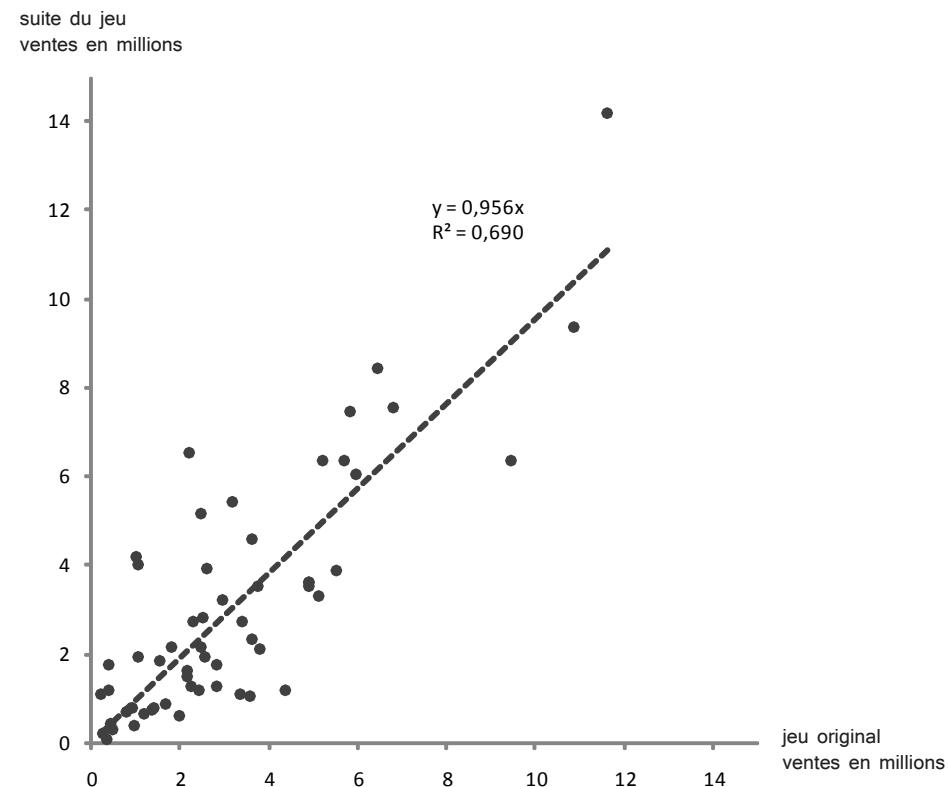
titre doit être suffisamment rentable économiquement pour justifier le développement d'une suite, et d'autre part, si le jeu n'est pas assez populaire, il est d'autant moins visible auprès du public, et une suite (qui demande tout de même un investissement conséquent) n'aura pas forcément de sens en dessous d'un certain seuil. Il existe comme toujours des exceptions, mais c'est ce que semble indiquer cette distribution.

La fréquence de sortie des suites révèle un écart important suivant les jeux. Certaines suites sont vite torchées (en 1 an après le premier, comme Tekken 2) ou beaucoup plus tardives (Killzone 2, sorti 5 ans après l'ancêtre sur PS2). En moyenne, il faut 2 ans pour faire une suite (du 1 au 2), et à peu près pareil en moyenne pour pondre un troisième épisode (2 ans, encore). Apparemment, il n'existe pas de corrélation très claire entre la fréquence de sortie des suites et le nombre de ventes en résultant. Nul besoin de passer 15 ans à préparer une suite pour faire en sorte qu'elle se vende. Un temps de développement court serait tout aussi efficace en termes de revenus. C'est déjà ça de pris.

LES SUITES FACE À L'ORIGINAL...

La plupart des suites se vendent-elles moins bien que les originaux ? Dans l'échantillon considéré, on peut faire les remarques suivantes:

Si l'on rapporte en X les ventes unitaires du premier épisode, et en Y celles du deuxième, on obtient une répartition relativement linéaire. La corrélation donne une pente de 0.96, ce qui veut dire qu'un deuxième épisode se vend, en moyenne,



un peu moins bien, voire à peu près pareil que le premier épisode. Je dis bien, « en moyenne », vu que pas mal de points se trouvent en dessus ou en dessous de cette estimation. A noter que le facteur R^2 pour cette corrélation est de 0.69, ce qui détermine la validité du modèle (une valeur de 1 représentant un modèle linéaire parfait, expliquant toutes les données sans faille). La corrélation n'est pas géniale, mais pas complètement pourrie non plus car on traite ici de données brutes, non expérimentales. Au passage, la corrélation linéaire doit a priori passer par l'origine, par principe, puisque « zéro vente » pour un premier titre ne peut pas produire des ventes non nulles pour un second. Maintenant, si l'on considère le succès d'une suite en termes de probabilité, c'est tout de suite moins radieux: 58% des suites

se vendent moins bien que l'original, et seules 38% réussissent à faire mieux, 4% faisant un résultat à peu près similaire au premier épisode. Statistiquement parlant, il semble donc y avoir plus de chance que la suite ait moins de succès. Et très peu de jeux, finalement, se vendent aussi bien que l'original (4%): c'est presque du noir ou blanc: soit ils progressent, soit ils chutent.

Puisque l'on dispose clairement de deux groupes qui se séparent en termes de tendances (progression ou baisse, les stables ne représentant que 4%), une meilleure corrélation devrait émerger si l'on considère ces deux ensembles séparément.

Effectivement.

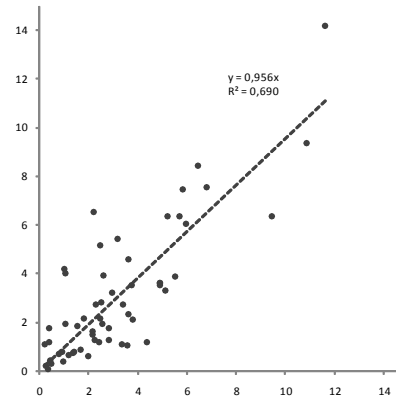
- Les suites qui progressent le font généralement avec une pente de 1.28, soit des ventes progressant de 28% en moyenne. Et la corrélation est naturellement meilleure (R^2 de 0.79). Assez peu de jeux s'écartent de cette moyenne.
- Celles qui régressent sont encore plus prévisibles: la pente est alors de 0.69, soit une chute des ventes de 31% en gros, avec une assez bonne corrélation aussi (0.88 pour R^2). Il y a bien quelques jeux qui font pire, mais ils sont des exceptions (nous y reviendrons)

Ce graphique explique donc déjà le certain intérêt que représentent les suites. Pour peu que votre premier titre atteigne une popularité raisonnable, même si votre suite est minable, vous pouvez quand même compter sur des ventes d'environ 70% par rapport aux ventes du premier épisode. C'est une sacré sécurité, une vraie police d'assurance pour une société quand elle doit boucler un fiscal d'une année sur l'autre.

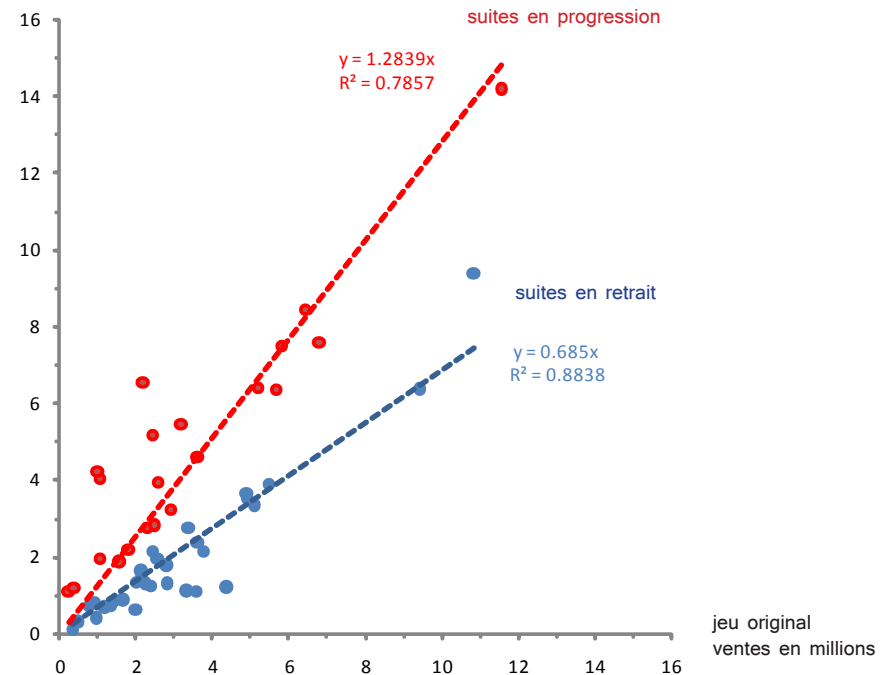
Les succès passés paient les chèques du présent.

DIFFÉRENCES CULTURELLES ?

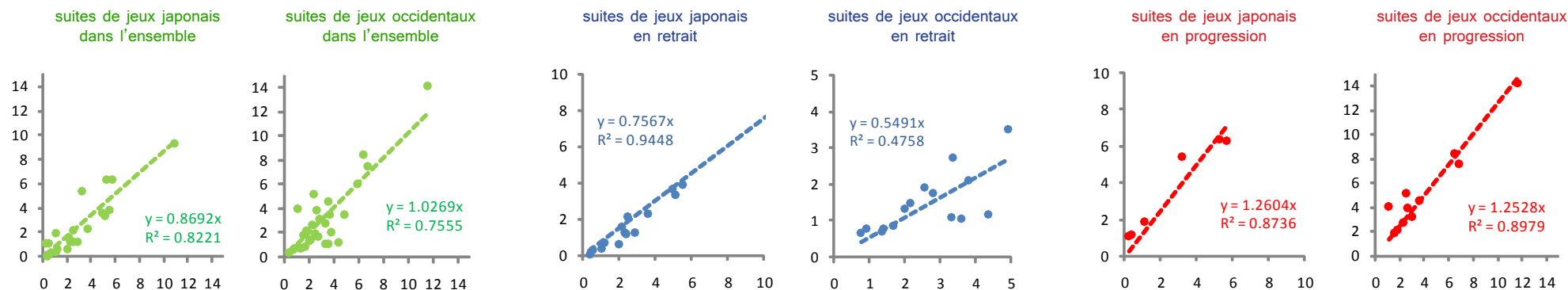
Mais au-delà de cette simple segmentation, on peut se demander si l'origine culturelle des jeux (éditeurs japonais ou occidentaux) entraîne une différence en termes de succès des suites ?



suite du jeu
ventes en millions



jeu original
ventes en millions



Si l'on compare dans l'absolu, les suites occidentales se vendent en moyenne mieux que les suites japonaises, avec une pente de 1.03, soit des ventes qui progressent de 3% (facteur R² de 0.76). Disons qu'elles sont stables, avec la marge d'erreur. Pour les jeux issus d'éditeurs japonais, la corrélation est meilleure (R² 0.82) et montre qu'en général les ventes chutent d'en gros 10%. Au niveau de la probabilité, y'a pas photo non plus: alors que les suites occidentales jouent à pile ou face, avec 52% de chances de planter la suite en termes de ventes, au Japon il semble que le succès soit moins fréquent, avec 68% de suites qui chutent en volumes.

Là encore, si l'on jette un coup d'œil aux deux groupes, c'est-à-dire ceux qui marchent, et ceux qui marchent moins, on dénote des similarités... et des différences:

- Quand un jeu est un succès, que cela soit un jeu japonais ou occidental, les ventes progressent en général de 25%. Pas de différence notable entre les deux, et la corrélation est très bonne.
- Quand la suite ne trouve pas son public, par contre, les japonais font presque dans l'horlogerie, avec 25% de ventes en moins et ceci avec une corrélation de 0.94. Balaise ! Au niveau des jeux occidentaux, par contre, c'est un peu n'importe quoi: en moyenne, les ventes chutent presque de moitié, (-45%) mais la corrélation est pourrave (0.48) ce qui dénote de nombreuses différences individuelles: certains plantent un peu et d'autres plantent grave de chez grave. **Little Big Planet 2**, par exemple, a été un gros, gros gadin en termes de ventes, après un épisode novateur qui emballa les

foules. Quand vous faites un jeu qui sert à créer vos propres niveaux, il est peut-être difficile d'en vendre la suite... **Motorstorm 2** a connu le même funeste destin. Le premier jeu s'est sans doute très bien vendu parce qu'il était l'un des rares jeux dispos à la sortie de la PS3, mais une fois l'offre étoffée, difficile peut-être d'en remettre une couche aussi facilement ? **Dragon Age 2**, pour sa part, a peut-être souffert d'un positionnement trop différent de son prédécesseur...

Toujours est-il que les japonais semble être plus doués pour limiter la casse: ils prennent souvent moins de risques sur la nature des suites, en reprenant les mécanismes (à l'identique) de l'original, couplés avec un certain « branding » qui les aide à se différencier des autres titres.

Devil May Cry, Mario Galaxy, Kingdom Hearts ont des styles inimitables, qui assurent leur pérennité. Il serait difficile d'en dire autant d'un Motorstorm ou d'un Resistance, par exemple. Et Dragon Age 2 est typiquement le genre de risque qu'une société japonaise n'aurait sans doute pas pris: vouloir « simplifier » le jeu original quitte à le dénaturer. Mine de rien, les japonais sont des gens très analytiques, qui cherchent à savoir ce qui fonctionne dans ce qu'ils vendent. C'est sans doute cette approche qui leur permet d'éviter de gros écarts de style... mais aussi celle qui limite leur capacité à créer des suites à succès, par peur de trop innover.

TOUCHER UN PLUS GRAND PUBLIC

Pour vendre davantage, trois composantes sont essentielles: tout d'abord, faire un produit que les gens veulent, secundo, faire en sorte qu'il soit disponible et troisièmement, faire en sorte que ça se sache. Ces éléments demandent différentes qualités:

- La connaissance du marché (analyse)
- La capacité à développer et lancer un produit (« go-to-market »)
- Le savoir-faire en termes de commercialisation (branding)

Le dernier point fait souvent la différence entre un bon jeu qui se vend et un bon jeu qui ne se vend pas. Sans effort marketing concerté, sans branding intelligent, et sans budget publicitaire conséquent, les bons jeux ont du mal à atteindre des sommets en volumes. Dans le cas des suites, nous estimons que le marketing est relativement maîtrisé, puisque le jeu

original s'est généralement bien vendu. Il ne sera sans doute pas l'élément différenciateur.

Reste la question de la disponibilité.

La disponibilité, pour les éditeurs, se traduit principalement en termes géographiques et en termes technologiques:

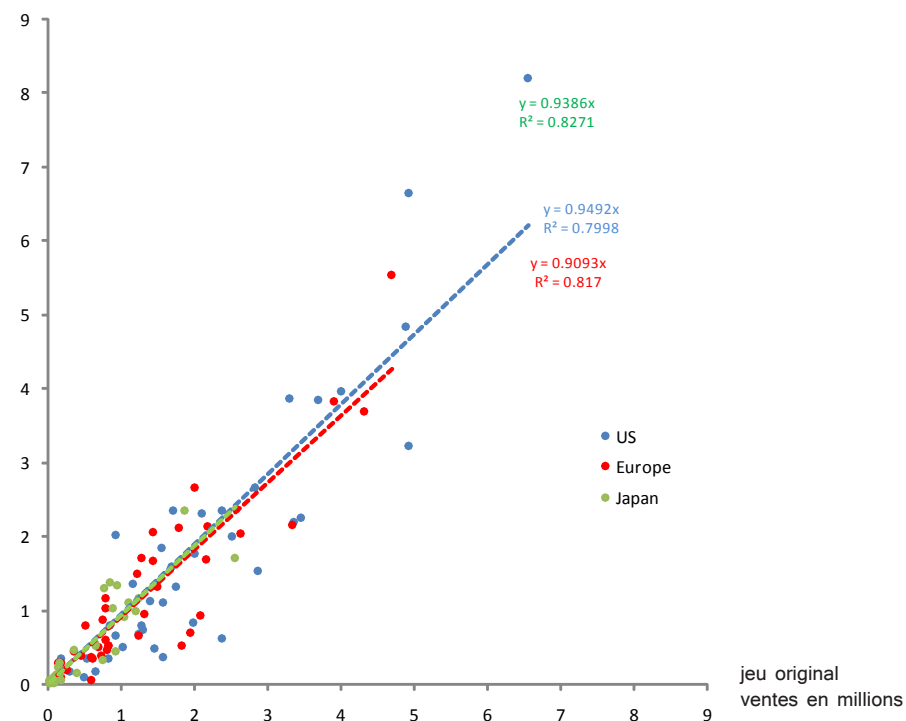
- Distribuer le jeu dans toutes les géographies
- Distribuer le jeu sur le plus de plateformes possibles

Pour ce qui est de la première approche, nous ne sommes plus dans les années 80, où certains jeux étaient exclusifs à certaines zones... depuis, les choses ont bien évolué, les éditeurs se sont regroupés en multinationales, et tous ont plus

ou moins l'envergure de distribuer leurs titres dans tous les coins du monde. Ajoutez à cela la distribution en ligne, et les dernières barrières nationales sont donc en train de tomber, même si certaines restent vivaces pour d'autres raisons (pas de consoles en Chine). Ça, c'était au final relativement facile à faire. Vis-à-vis du succès des suites, on peut se demander si certaines zones sont plus friandes que d'autres en redites ?

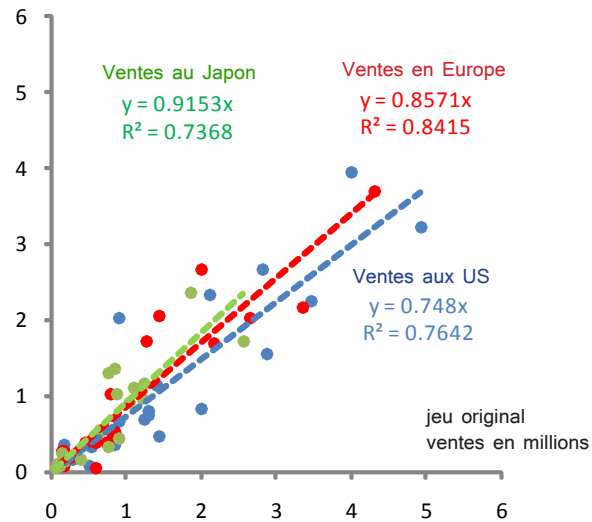
En fait, sur l'échantillon concerné, on voit effectivement des petites différences, mais rien qui nous permet vraiment de conclure, à cause de la marge d'erreur à prendre en compte. Dans l'ensemble, les suites semblent se vendre à peu près pareil indépendamment des pays concernés.

suite du jeu
ventes en millions



suite du jeu
ventes en millions

Les jeux japonais et leurs suites dans le monde



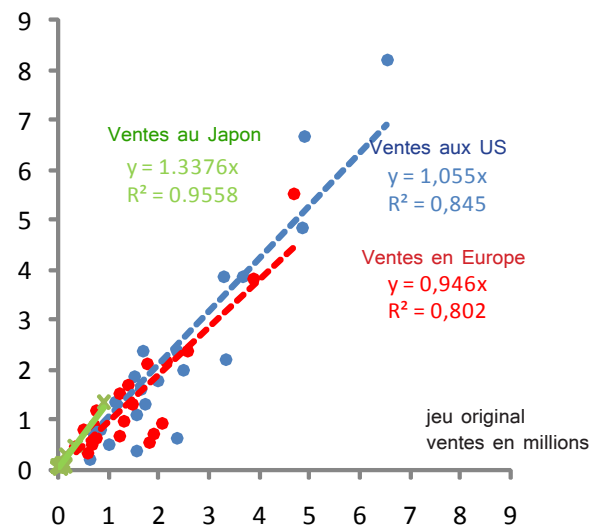
L'œil avisé remarquera la taille des marchés locaux émergeant de ce graphe: les Etats-Unis représentent le plus grand marché (un bon tiers de plus que l'Europe), et l'Europe est désormais un bon double de la taille du marché japonais...

Si l'on considère maintenant les suites issues du Japon et celles issues de l'Occident, là, des différences émergent clairement:

- Les suites de jeux japonais marchent le mieux... au Japon ! Quelle surprise... suivi de l'Europe, et des US, où elles sont apparemment les moins populaires. Un employé d'Acquire disait par exemple « *Les jeux japonais ne font que stresser les joueurs, constamment. Et ce genre de procédé ne fonctionne pas bien à l'étranger. Si nous voulons réussir à l'extérieur, nous devons faire des jeux funs qui n'impliquent pas de stress* ». A noter au passage

suite du jeu
ventes en millions

Les jeux occidentaux et leurs suites dans le monde



que la plupart des suites japonaises considérées se vendent moins bien que l'original, et ceci dans toutes les géographies, même au Japon. Certains développeurs paraissent d'ailleurs jeter l'éponge vis-à-vis des autres géographies: « *Les jeux sont basés sur la culture des gens qui les font dans leurs pays respectifs. L'idée même de pouvoir faire un jeu que le monde entier va apprécier tient du délire* » (Employé de relations publiques, anonyme). Difficile cependant d'expliquer l'écart entre la réception des suites en Europe et aux US pour les jeux japonais, surtout que le marché est plus large aux US qu'en Europe. Les Européens seraient-ils prêts à bouffer plus facilement tout ce qui est estampillé « japon » ?

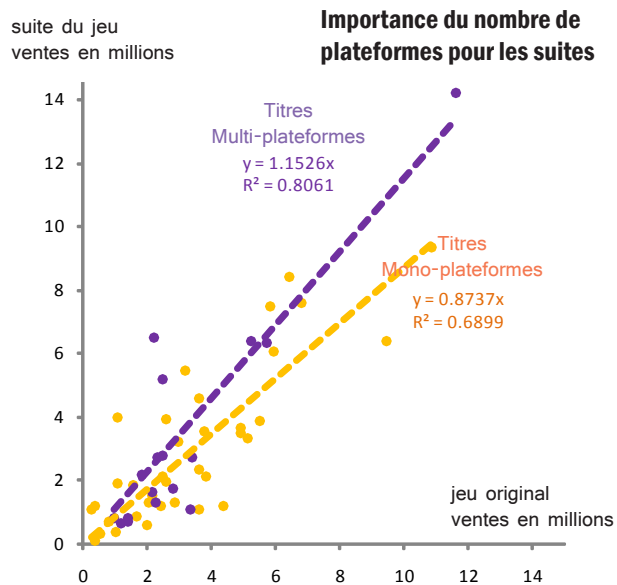
- Les suites des jeux occidentaux ont plus de succès aux US qu'en Europe. Ca pourrait s'expliquer peut-être par

la plus grande facilité de « marketer » les suites aux US, avec une culture relativement homogène, une seule langue, une seule date de sortie, et des chaînes de distribution nationales pour relayer le tout. Faire la même chose en Europe demande plus de coordination, plus de ressources, et c'est sans doute moins efficace. La plupart des jeux occidentaux sont, en outre, créés par des studios américains, et ils connaissent mieux le public qu'ils côtoient que celui qui vit dans le vieux continent. Quant au Japon, les ventes de jeux occidentaux restent tellement faibles et anecdotiques en général que nous éviterons toute comparaison.

Mais revenons sur la deuxième stratégie pour toucher un plus grand public: développer sur de multiples plateformes. Dans le monde des consoles, ça a toujours été une histoire complexe, les architectures n'étaient pas tout à fait similaires, voire carrément différentes... nécessitant le développement d'outils internes, ou l'achat de très coûteux middlewares pour éviter ce travail supplémentaire.

Aujourd'hui, c'est sans doute plus facile qu'auparavant de développer sur de multiples consoles, vu que les architectures finissent par converger, et les puissances déployées tout à fait similaires. Ce n'est donc pas étonnant de voir plus de jeux multiplateformes que d'exclusivités.

Pour les suites, ce qui nous intéresse, c'est de chercher à comprendre l'impact de la stratégie multi ou mono-plateforme vis-à-vis des ventes.



Dans notre échantillon, nous avons cependant des titres qui sont mono-plateformes pour l'original et sa suite (comme Gran Turismo), d'autres qui sont d'abord mono-console mais qui supportent plusieurs architectures ensuite (comme Mass Effect) et bien entendu le cas des jeux pluri-consoles dès le début (comme Assassin's Creed). Notre échantillon n'est malheureusement pas homogène, vu que les jeux multiplateformes ne représentent que 30% de notre liste (n=16).

Ceci étant dit, en moyenne, les suites disponibles sur plusieurs machines semblent s'en tirer mieux que les suites mono-plateformes (15% de ventes en plus face à -13%). C'est particulièrement remarquable pour les jeux qui ont commencé mono-

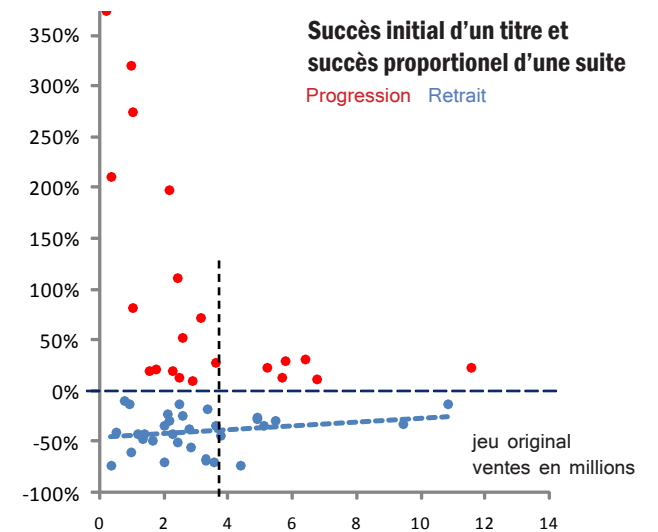
plateformes et qui sont devenus multiplateformes pour leur suite. Bon, on descend encore en termes de représentativité (n=6), mais 5 sur 6 de ces jeux ont augmenté leurs ventes avec cette méthode, dont MGS2 qui a été le MGS le plus vendu de tous, grâce aux unités écoulées sur Xbox en plus de la PS2. Comme quoi... l'exception à la règle étant ShenMue 2, jeu japonais sorti sur Xbox (une console non populaire au Japon) et Dreamcast (une console déjà morte): c'était mal barré.

Difficile, sur un sous-groupe aussi restreint, d'en tirer des conclusions définitives, mais cela paraît très logique: il y a toujours une sorte de cross-over entre les possesseurs de différentes consoles, et en élargissant votre public, en sortant le même jeu sur plusieurs machines, vous touchez plus de clients potentiels d'un coup. Vos ventes augmenteront naturellement avec le parc de machines disponibles. C'est notamment la stratégie adoptée désormais pour No More Heroes, qui a bien compris que le cœur de son public n'était peut-être pas sur Wii, et qu'il serait de bon aloi de sortir le jeu sur Xbox360 et PS3. Mais cela n'empêche pas des jeux mono-consoles d'être des succès en termes de suites. Halo 2 s'est mieux vendu que Halo 1, tout en n'étant dispo que sur Xbox.

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

En observant le cas d'Halo, on peut se demander si le succès relatif d'une suite ne dépend pas de la popularité du premier jeu à la base. Est-ce qu'un gros premier jeu a « moins de chance » de se planter en sortant une suite qu'un plus petit titre ?

% de progression de la suite vis à vis de l'original



C'est effectivement ce que les données indiquent. Les plus gros plantages (genre moins de la moitié des ventes par rapport au premier) se remarquent jusqu'à la barrière des 4 millions de ventes pour un premier épisode, mais au delà, même si l'échantillon est un poil faible, les plantages semblent rester limités, plutôt proches de -30 à -25%.

Qu'en est-il des succès ? C'est un peu la même chose, en fait. Les grands succès, les plus fortes progressions se remarquent surtout dans les titres qui se vendent en dessous des 3 millions d'unités. (Forza 2 s'est vendu 3 fois mieux que Forza 1, qui avait tout juste atteint le million, le deuxième Bad Company

s'est vendu deux fois mieux que le premier, qui avait atteint 2.5 millions d'exemplaires...). Au-delà, la marge de progression semble cantonnée à du +25%.

Il y a donc un effet de « tassement » du succès ou du risque relatif une fois qu'on atteint certains niveaux de popularité. Après 4 millions d'unités, on peut vraisemblablement pondre une suite sans risquer grand-chose, mais sans espérer gagner beaucoup plus d'audience non plus. Pour les plus petits (la majorité, donc), il y a plus de chances de se planter en faisant une suite, mais on peut potentiellement gagner beaucoup plus que ce qu'on a à perdre: la marge de progression est potentiellement énorme.

LES SUITES DES SUITES

Nous nous sommes principalement concentrés sur le succès d'un numéro 2 par rapport à un numéro 1, mais que se passe-t-il pour le 3, le 4 ... ?

Au fur et à mesure qu'on progresse dans les suites des suites, notre échantillon diminue (car certains n'ont vu que deux épisodes sortir pour l'instant), mais il semblerait que la probabilité d'avoir un troisième épisode plus réussi que les deux premiers en termes de ventes chute avec le temps (32% seulement des troisièmes épisodes remplissent ce critère), et si l'on considère le quatrième épisode, l'attrition continue avec seulement 15% représentant les meilleures ventes de la série. Bref, il est peu probable d'augmenter ses ventes en absolu grâce aux suites multiples, on l'aura compris. Les très longues séries comme FF montrent un phénomène assez

amusant: les volumes augmentent progressivement d'épisode en épisode, atteignent un pic au 7, puis la série connaît une attrition progressive. Même chose pour Pokemon (je ne parle que des titres principaux): le dernier venu est nettement en retrait par rapport à celui de 4ème génération (mais bon, ils en vendent quand même plus de 10 millions, ce n'est pas la fin des haricots). En termes d'exception, notons les Dragon Quest, toujours mono-plateformes mais constamment en progression (face à une série de FF moribonde) et les Call of Duty, qui arrivent à toucher de plus en plus de monde à chaque épisode.

RENTABILITÉ DES SUITES

Les ventes, c'est une chose, mais que peut-on dire du profit potentiel généré par ces suites ? Nous allons nous laisser aller à quelques hypothèses. Tout d'abord, la structure des prix d'un jeu.

Si l'on considère le prix d'un jeu de 60-70 dollars, d'après les diverses estimations qu'on trouve sur le net, les différents coûts se répartissent comme suit:

- 30 dollars pour les inventaires et la marge des revendeurs
- 14 dollars pour la fabrication et la distribution
- de 3 à 10 dollars pour le coût de la licence sur console
- 16 dollars pour l'éditeur

La part de l'éditeur est donc relativement faible sur le prix total, et encore, il ne s'agit pas de bénéfices. L'éditeur doit récupérer son investissement sur le développement du jeu et sur le marketing associé avant de penser à faire des profits.

Si l'on cherche donc à savoir si un jeu est rentable, il est nécessaire de se poser la question du coût de développement et de celui du marketing. Ce sont, bien évidemment des données hautement confidentielles. Mais on peut travailler avec des ordres d'idées. Le développement a vu ses coûts augmenter considérablement avec les années, passant de quelques centaines de milliers de dollars pour les plus gros jeux 16 bits au niveau du million voire plus pour la PS1, aux multiples millions pour la PS2, pour atteindre la dizaine/vingtaine de millions pour la génération actuelle. En dix ans, le coût a été multiplié par 10 sur les consoles de salon, alors qu'il est resté relativement faible en proportion sur les consoles portables, ou sur la Wii. Cela explique aussi le nombre de jeux de tiers sur la DS ou PSP: tous ceux qui n'avaient pas les moyens de concourir dans le domaine des consoles de salon après la fin de l'ère PS2 se sont tournés vers les portables, pour rester dans des budgets similaires ou inférieurs.

Pour ce qui est du marketing, il va normalement de pair avec le développement. Les gros jeux ont un marketing équivalent aux coûts de développement, les autres, disons de l'ordre du tiers du coût de dev.

Si l'on considère donc le profit de l'éditeur comme une équation très simple, elle aurait cette forme:

$$\text{Profit} = 16\$ * n - d - m$$

Avec: n= le nombre de jeux vendus (en millions)

d: le coût de développement (en millions de dollars)

m: les frais de marketing (en millions de dollars)

Même dans le cas où le budget marketing est du même niveau que le budget de développement (soit $m=d$), le nombre de ventes reste un facteur au moins 8 fois plus important pour déterminer le profit. Dans le cas du « break even », c'est-à-dire si l'éditeur fait zéro profit sans ne rien perdre non plus, il faudrait donc que les ventes soit égales au huitième du budget de développement (ou marketing). Par exemple, un jeu comme Lost planet de Capcom, qui a coûté 20 millions à produire et 20 millions à marketer, aura besoin de vendre 2.5 millions d'unités (20/8), au moins, avant d'espérer générer des profits bien gras. A titre de comparaison, un jeu Wii ne coûtant typiquement que 5 millions à produire et commercialiser (marketing inclus) n'aura besoin que de se vendre à quelques 300 000 unités pour commencer à gagner de l'argent.

Sans s'amuser à faire des calculs, il est donc facile de comprendre que, même si le coût de développement est divisé de moitié pour la production d'une suite (ce qui est tout à fait possible), ce paramètre n'aura pas un grand impact sur le profit réalisé, vu que le nombre de ventes dispose d'un facteur de pondération bien plus élevé dans l'équation.

Les jeux qui perdent 25% de ventes entre l'original et sa suite perdent donc à peu près pareil en termes de profits. Et ceux qui gagnent en volumes... gagnent en profits proportionnellement.

La nouvelle information, cependant, consiste à identifier la pérennité des suites. En d'autres termes, si le profit généré

par une suite permet effectivement de continuer à développer une suite avec un même budget. Le cas de Valkyria Chronicles fait école. Le premier épisode était sorti sur PS3, exclusif à la plateforme. Ses ventes n'avaient apparemment pas dépassé le million d'exemplaires. Si l'on estime que le jeu a coûté 8 millions en développement et disons 4 millions en pub, soit 12 millions au total, cela veut dire qu'il n'a pas pu glaner plus de 4 millions en profit au final. Largement insuffisant pour développer un nouveau titre sur PS3, avec le risque évident d'avoir des ventes en moins (en moyenne -15% pour les jeux japonais, et à hauteur de -25 à -30 % dans le pire des cas). Bien évidemment, les chiffres avancés sont peut-être inexacts, mais il est certain qu'on place le problème dans la bonne échelle.

Qu'ont donc décidé les gens de Sega ?

Un changement de plateforme, pour réduire significativement les coûts de développement. Passer sur PSP, en l'occurrence. Si l'on considère que le port du code PS3 vers la PSP a été relativement rapide, et que le nouveau contenu était moins cher à produire, on peut estimer que Valkyria 2 n'a peut-être coûté que 2 millions à faire. Le budget marketing a du être aussi revu au minimum. Disons 1 million à tout casser. Le jeu s'est vendu à près de 0.5 million, et si l'on enlève les coûts associés, le studio a apparemment pu générer 3 millions de bénéfices, juste assez pour sortir un troisième épisode avec le même budget (voire un peu moins). Et cela n'a pas raté, le 3ème épisode est sorti sur PSP tout récemment au Japon. Une stratégie de survie gagnante.



D'autres jeux sont moins chanceux. Genre Kane & Lynch, qui n'a sans doute jamais rapporté d'argent à son éditeur, malgré deux épisodes sortis. ShenMue a évidemment été un trou à fric, aussi, surtout vu les coûts de développement énormes engagés pour l'époque. Dino Crisis est une autre suite déficitaire, les deux premiers épisodes ayant rapporté beaucoup d'argent, mais le troisième étant un désastre économique (peu de ventes pour un coût de développement plus élevé sur Xbox).

D'autres jeux ont des performances raisonnables, mais discutables... si GT5 a effectivement coûté la bagatelle de 60 millions de dollars à produire (c'est ce qui se dit), le profit au final doit être relativement bas, peut-être de l'ordre de 30 millions... pour les ventes physiques en tout cas. On est loin des plus de 100 millions de dollars de bénéfice probablement engrangés pour un GT1 à l'époque de la PS1. On comprend alors la stratégie commerciale de Polyphony, qui consiste à sortir une version beta « prologue » après juste un ou deux ans de développement, pour réaliser des profits importants permettant de continuer le développement sur le véritable jeu à sortir bien plus tard.

MGS4 a bien marché, en se vendant à plus de 5 millions d'exemplaires, mais il a sans doute coûté bonbon à l'ami Kojima (des chiffres fantaisistes circulent, mais il est probable qu'on se trouve dans la fourchette des 40 millions de dollars). Si c'est le cas, et si l'on considère une campagne commerciale de 10 à 20 millions de dollars associée, les profits résultants ne sont probablement que de 20 à 30 millions. Bien entendu,



Sony a sûrement « acheté » cette exclusivité (mais pour combien? qui sait...), mais cela reste quand même préoccupant. On comprend alors toute cette manie de vendre des items pour le jeu via le PS store, pour compléter les marges, et les ventes « collector ». Et les rééditions. Cette stratégie du mono-plateforme n'est certainement pas viable à long terme avec des budgets aussi conséquents. Metal Gear Rising est donc prévu pour PS3 et Xbox 360, et il sera sûrement plus rentable. Kojima a aussi récemment montré à l'occasion de l'E3 son moteur pour les prochains jeux, qui permet de développer sur plusieurs formats simultanément, de quoi réduire les coûts de production de manière significative.

En général, les suites souffrent donc de deux problèmes:

- Elles ont tendance à vendre moins avec le temps (même si les volumes ne s'effondrent pas d'un coup)
- Le développement coûte de plus en plus cher, en tout cas sur les consoles de salon, ce qui les rend de moins en moins lucratives, à quelques exceptions près.

Évidemment, elles demeurent toujours une source efficace de rentrée d'argent: sur l'échantillon étudié, parmi les 53 séries, la plupart demeurent profitables et justifient leur investissement initial. Mais les choses évoluent, et la pente est descendante.



Rien ne dit que les jeux sur prochaines consoles ne vont pas continuer d'être de plus en plus chers à faire. Carmack disait quelques années plus tôt qu'il ne pensait pas qu'il y aurait de « plafond » pour le budget des jeux vidéo. Pourquoi pas 30 à 40 millions en moyenne ? En parallèle, les portables commencent à prendre de plus en plus d'importance et on assiste à une course technologique: la PSP Vita, par exemple, est quasiment du niveau de la PS3, et pour produire des jeux de haute qualité sur ce format, les coûts exploseront aussi. Un jeu portable sur cette machine prendra peut-être 5 à 10 millions à produire dans quelques années.

Les éditeurs qui seront un peu « juste » risquent donc de basculer sur portables (ou mobiles si jamais la 3ds et la PSP Vita ne décollent pas du tout) et laisser les consoles de salon aux derniers « gros » qui peuvent se permettre de vendre de très gros volumes.

Il serait alors très logique d'assister à une explosion de la distribution numérique, pour maximiser les marges actuelles limitées par la distribution physique. Cela permettra de rendre des jeux plus rentables même à moindre volume. C'est comme ça que les indépendants s'en sortent, d'ailleurs,

mais les gros éditeurs ne vont sans doute pas tarder à investir massivement sur ces modes-là. Sur PC, c'est déjà le cas. En 2009, le NPD (aux US) annonçait déjà que la moitié des ventes sur ce format étaient numériques (Steam et autres) et l'autre moitié en boîte. La plupart du temps, les versions numériques ne sont pas beaucoup moins chères que les versions boîtes, il s'agit donc de pur profit. Mark Spanel, de Bohemia Interactive, tenait un discours dans la même lignée: « *S'il n'y avait pas de distribution numérique, nous ne ferions plus de jeux PC, c'est aussi simple que ça.* » Les volumes sont plus faibles, les investissements toujours importants, la distribution numérique semble donc la seule solution pour continuer à offrir des jeux sur cette plateforme. EA vient d'ailleurs de lancer sa propre plateforme de distribution numérique, « Origin », ce n'est pas innocent: ils souhaitent eux aussi profiter de larges marges. Frank Gibeau, de EA Games, disait d'ailleurs le 28 juin dernier qu'« *il y a clairement une audience vaste et peu considérée qui attend de jouer à des jeux et de les acheter d'une manière différente. Il est peu probable que l'industrie des jeux (en boîte) arrive à atteindre les sommets antérieurs. Nous pensons que les microtransactions sont de plus en plus attirantes pour une grande partie des joueurs.* » Vous pouvez vous attendre à payer vos jeux plus chers au final, en achetant le contenu pièce par pièce. Il est assez révélateur, d'observer l'attitude de Gamestop, la plus grande chaîne de revendeurs de jeux vidéo aux US, d'une année à l'autre. En 2010, le président Paul Raines déclarait « *Le monde ne sera pas numérique du jour au lendemain... Dans ce genre de business, les utilisateurs veulent toujours des choses tangibles.* »

En mai 2011, Dan DeMatteo, le nouveau président de Gamestop, annonçait, après le rachat de la société Impulse pour la distribution numérique, que « nous avons prouvé que nous pouvons vendre des produits numériques dans nos magasins et sur notre site, comme l'a montré la croissance récente des revenus de nos ventes numériques ». C'est décidément dans l'air...

Mais nous nous écartons un peu du sujet... Revenons donc à notre question de départ...

« Est-ce que les suites garantissent nécessairement un certain succès commercial ? Et si oui, de combien ? »

La réponse est... oui ! Le modèle des suites marche, c'est incontestable. Non pas qu'elles garantissent forcément de meilleurs volumes que l'original, mais elles promettent quand même un certain volume minimum, et des profits relativement stables qui vont avec, à quelques exceptions près. Il est donc tout à fait légitime:

- De faire des suites (en tout cas une, au moins)
- De les sortir sur plusieurs plateformes
- De prendre des risques avec des jeux encore « petits » et tester leur potentiel de progression à moindres frais... quitte à se planter, y'a pas grand-chose à perdre...
- De continuer à faire des suites jusqu'à ce qu'elles ne soient plus rentables (ce qu'on appelle les « milker »)
- De continuer à investir un budget conséquent dans les suites, surtout si le jeu original dépasse les 3-4 millions

- De compléter son éventail de titres avec quelques jeux originaux, car il est improbable d'espérer systématiquement de la croissance de son chiffre d'affaires uniquement avec des suites. C'est d'ailleurs l'erreur que fait Capcom en misant tout sur ses grandes franchises récemment, en évitant de produire des titres originaux. Ils ont méchamment accusé le coup en 2010. Ce n'est sans doute pas pour rien qu'un certain Asura's Wrath a été dévoilé dans la même année.

Avec l'explosion des coûts de développement, il sera de plus en plus difficile aux constructeurs d'« acheter » des exclusivités chez les éditeurs tiers. Ces derniers auront besoin de sortir leurs jeux sur un max de plateformes possibles pour garantir leurs profits. Les éditeurs profiteront des plateformes numériques pour arranger leurs marges, de DLCs abondants, et soyez sûrs que le développement sur portables va encore s'étendre.

Devant une forte pression au niveau des coûts, il est désormais évident que les suites deviendront progressivement des « marques » qu'on utilise, dont on abuse, et que l'on finit par tuer pour mieux les faire renaître (les fameux « reboots » qu'on voit apparaître de plus en plus). Ce n'est pas un hasard si la nouvelle génération de consoles de salon tarde à sortir. Les constructeurs ne veulent pas précipiter les éditeurs dans des gouffres de coûts qu'ils ne seraient pas prêts à absorber.

Les jeux originaux se feront toujours, mais ils ne constitueront qu'une petite part du portfolio des grands éditeurs.

L'innovation viendra des jeux à petit voire moyen budget, puisque c'est la seule carte que ces développeurs pourront se permettre de jouer.

L'évolution du marché s'annonce passionnante.

Certains risquent d'y perdre des plumes au passage.

Suites traitées dans l'échantillon:

Gran Turismo, Forza, GTA3 (vu le fossé avec les précédents GTA, considéré comme nouvelle série à part entière), Call of Duty (à partir du 2), Fable, Dragon Quest, Resident Evil, NFS (à partir du 3), Devil May Cry, MGS, Onimusha, Bioshock, FEAR, Gears of War, Halo, Kane & Lynch, Mass Effect, Kingdom Hearts, Metroid Prime, No More Heroes, God of War, Star Ocean, Little Big Planet, Motorstorm, Layton, Inazuma Eleven (Japon uniquement), Uncharted, Valkyria chronicles, Tekken, Soul Calibur, Turok, Resistance, Final Fantasy, Condemned, Dragon Age, Dead Space, Killzone, N3, Ratchet & Clank Future, Shenmue, Virtua fighter, Way of the Samurai (Japon uniquement), Dino crisis, Ninja gaiden, Destroy All Humans, Lost planet, Dirt, Bad Company, Kotor, Left For Dead, Syphon Filter, Crackdown, Dissidia, Chronicles of Riddick, Conker, Cooking Mama, Crash Bandicoot, Spyro, Super Mario Galaxy, Pokemon, Just dance.

au fil du jeu

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



pleurnichards

au fil du jeu

Par EKIANJO

Le phénomène galopant de la gaminisation, abordé dans SPARK1, continue de plus belle ces derniers temps. C'est à croire que personne ne lit Sanqua ! Mince alors... Pour ceux qui ont manqué un épisode (ou en l'occurrence deux numéros), je rappelle rapidement ce phénomène: la tendance des jeux à prendre de plus en plus des joueurs pour des gamins qui ne peuvent pas se concentrer plus de deux minutes, et qui refusent tout effort leur demandant de sortir de leur état de larve avancé. Du coup, on se retrouve avec des jeux aux parcours « couloirs », à l'interactivité factice où l'on vous fait clignoter les éléments à toucher toutes les deux secondes, pour vous éviter tout effort intellectuel, bref, ils sont tout à fait adaptés au public qu'ils visent...

Ce n'est guère étonnant si le jeu rétro revient tant à la mode, puisqu'il faut vraiment ressortir les vieilles machines pour retrouver un tant soit peu de difficulté, un peu de challenge de nos jours. Alors oui, je souhaitais en remettre une couche, car si on n'en parle plus, on pourrait avoir l'impression que le problème n'est plus d'actualité. Mais non, il est bien toujours là, juste devant vos yeux, comme un éléphant au milieu du couloir. Et l'actualité s'y prête si bien qu'il serait criminel de faire l'impasse.

Tenez, par exemple, Portal 2. La suite « moins bien » d'un excellent jeu. Mais commercialement, un grand succès. Et les gens de Valve ont TOUT compris. Le premier jeu était trop niche, trop élitiste, avec trop de possibilités offertes au quidam de base, trop de liberté laissée au joueur par rapport à la manière de résoudre les puzzles... alors, ils ont

sorti l'arme lourde: restreindre les options au maximum, pour ne plus laisser que deux-trois dalles dans chaque niveau où l'on peut en fait créer des portails. Dès lors, ce n'est plus un problème d'imagination qui se pose au joueur, mais simplement un problème d'ordre: « bon, j'ai 3 dalles disponibles, par laquelle je commence ? ». Ou comment abêtir le concept, transformer un code secret en rébus pour rebuts. Alors, pour enrober son bousin, Valve s'est senti obligé d'en rajouter à n'en plus pouvoir pour « expliquer » d'où venait GladOS, ce monde et tout le tralala, chose complètement inutile puisque Portal était un jeu de mécanismes, et certainement pas un jeu à histoire. Mais, comme ceux qui n'ont pas d'appareil très long et qui s'achètent de gros bolides rouges rutilants, on compense comme on peut. A vrai dire, rien à battre de savoir le pourquoi du monde de Portal. Nul besoin de rationaliser, de donner un contexte (surtout temporel !) au monde du premier épisode. Et pire, cela se fait par des phases d'exploration proprement non-jouables puisqu'il s'agit d'avancer dans des environnements immenses (encore la mégalomanie de Valve et de leurs architectes stalinien aux structures qui vous donnent l'impression d'être une termite) et complètement absurdes (il faudra m'expliquer pourquoi des plaques à portail sont placées juste là où il faut, quand un escalier est impraticable... oui, je sais pourquoi, mais ça ne fait aucun sens).

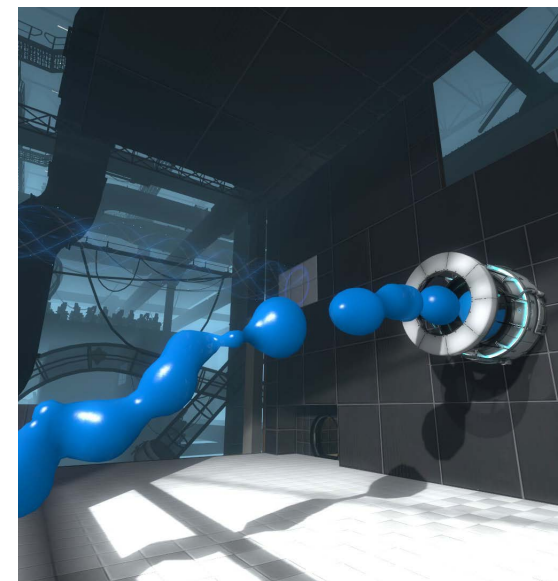
Ce qu'on pouvait à la rigueur attendre d'une suite de Portal, c'était de nouveaux éléments, de nouvelles manières de jouer et d'explorer le coup des portails... et s'ils étaient flemmards, tout simplement plus de niveaux du même genre. Mais

question nouveautés, il y a de quoi être déçu: le coup des liquides est sympathique, mais n'apporte pas grand-chose de plus au jeu, et arrive de toute manière bien trop tard dans l'aventure, là où le joueur est en général déjà las, repus, et probablement en train de ronfler la gueule ouverte devant son écran, après un niveau soporifique de trop.

Alors je n'ai qu'un mot pour Valve: Bravo. Bravo, vous avez compris à quoi ressemblait le gamer de base de 2011, ce pauvre type qui n'aime pas se faire chier et qui va voir Transformers 3 entre deux parties de Portal 2. Portal 3, ça sera sans doute plus d'histoire à la mords-moi-le-noeud, plus de robots agaçants à l'humour insipide qui parlent sans arrêt, plus de puzzles faciles et sans intérêt, et ils trouveront bien un ou deux petits ajouts juste pour dire « Regardez ! On innove ! ». Ce genre d'innovations, c'est comme changer la disposition des chaises sur le pont du Titanic.

Au-delà du problème gigantesque de la gaminisation, je viens cette fois d'abord m'attaquer à un autre petit problème: celui de la référence, du standard. Il suffit donc de s'essayer au dernier Dirt, le 3, pour s'en rendre compte. Un jeu de rallye, je précise, pourtant issu des illustres gens de Codemasters, connus pour des simulations de conduite exigeantes comme la série des Colin McRae à leur époque.

Au démarrage et à l'étape de création du profil, ce cher jeu vous propose de choisir votre niveau de difficulté. Je choisis « intermédiaire » puisque, selon la description, je suis un joueur expérimenté mais sans plus – cela semble donc me convenir



Dire que Portal 2, c'est bof et c'est pour les noobs, c'est pas très populaire de nos jours, mais apparemment certains points de vue fâchent et la pensée unique domine le débat. Dormez, braves moutons aveugles.

au mieux – après tout je ne fais pas du GT5 ou du Forza à longueur de journée. Mais après quelques courses gagnées sans aucun problème, et sans challenge aucun, je commence à me demander ce que cet « intermédiaire » veut réellement dire. Un bref passage dans les paramètres avancés confirme cette impression: des assistants sont activés dans tous les sens ! Et dans tous les domaines: on vous affiche les meilleures courbes dans les virages (ça, j'avais remarqué), le jeu réduit tout seul la vitesse de votre caisse quand ça tourne un peu, l'ABS pour handicapés vous évite le dérapage et les adversaires sont au niveau le plus mou du genou (1 sur 6 degrés

de difficulté)... et on ose appeler ça « intermédiaire » ! Chez moi, intermédiaire, ça veut dire 50/50, ni trop facile ni trop dur. Mais apparemment, chez Codemasters, « intermédiaire » c'est plutôt « toujours un peu nul ». Merci.

Et ce qui m'atterre le plus, c'est l'écart gargantuesque entre cette pseudo difficulté et ces commentateurs qui vous traitent comme une star, constamment: « Bravo, t'es le meilleur mon gars ! Encore un podium ! La classe ! », « Tu maîtrises trop ! », « Vazy comme t'est trop fort, grave ».



L'abus de superlatifs, de parlé à la djeun's (ridicule), combiné à l'absence totale de challenge, finit par achever toute impression de mérite, puisque c'est bien de cela dont on parle.

De quoi donner l'impression que l'ancêtre Colin McRae sur PS1 était complètement hardcore ! En sus de ces assistants en série et de cette difficulté à la ramasse, Dirt (pas uniquement le 3) a aussi introduit un concept qui fâche tout gamer qui se respecte: les « flashbacks ». Il s'agit en effet de pouvoir revenir, un peu comme dans **Prince of Persia Sands of Time** en arrière dans le temps, à tout moment, pour éviter un accident ou un virage qui serait mal passé. Oui, dans



Dirt 3 ne va pas vous traîner dans la poussière, malgré ce que son nom suggère. Ici, on préfère le drift propre, avec assistants dans tous les sens, pour que votre petite nièce capricieuse ne vienne pas se plaindre que c'est trop dur. Au moins, vous n'entendrez pas de sale gosse crier, c'est sans doute le seul service rendu par le jeu.

n'importe quel sport, ça serait une pratique assimilée à de la triche, mais là, bon, on fait une exception. C'est un jeu, après tout ! Et en mode intermédiaire, on ne vous en donne pas un, pas deux, non Madame, mais cinq par course ! Je n'ai pas regardé le mode « fastoche Antioche », mais j'imagine qu'ils vous en donnent au moins 15 (autant que de virages ?), pour faire bon poids bonne mesure. Quand vous comptez à tout casser 3 virages difficiles dans chaque course, où il faut légèrement freiner, autant dire qu'en utilisant les flashbacks, il vous est impossible de ne pas finir premier. D'autre part, les courses sont parmi les plus courtes jamais vues dans un jeu de rallye (3 minutes d'étapes et basta, normal, nos djeuns

ont du mal à se concentrer plus de deux minutes, oh la la j'ai mal à la tête, vite une pause et un Alka Seltzer sinon je vais péter une veine). On sent vraiment que la série, que dis-je, la société dans sa globalité est en complète perdition.

C'est à se demander si le public de ce titre n'est pas cette bande de petits morveux capricieux mal éduqués, véritables têtes à claques, qui n'acceptent d'autorité de personne et exigent que tout leur soit dû. D'ailleurs, je connais sans doute la réponse à la question avant même de l'avoir posée, vu que le jeu inclut cette fois une nouvelle discipline, le GYMKHANA (quel nom à la con), qui consiste à faire des pirouettes sur un terrain goudronné avec divers obstacles, tout à fait dans la lignée de ce que fait Ken Block dans ses vidéos sur Youtube. Et je ne crois pas une seconde que les fans de conduite de longue date aient demandé l'arrivée de ce truc. D'une part, c'est une discipline nulle à débiter des tubes (je ne conseille ça à personne, ça fait mal) – imaginez vous faire des ronds tout seul sur un terrain fermé, avec des dérapages ici ou là et des sauts pendant 2 minutes – tout cela n'ayant rien à voir avec les autres épreuves du jeu, et on se demande même ce que cela a de « Dirt », puisqu'on se retrouve dans un espace tout propre, sans poussière ni rien. A courir comme un hamster pour faire plaisir au public. Ouais!

En plus, le Gymkhana est plus une discipline de « démonstration » qu'autre chose, alors que Dirt3 est principalement un jeu de compétition. C'est aussi crétin et mal placé que de mettre une session de patinage artistique dans SSX. Évidemment, au final, ça ne ressemble à rien (et sûrement pas à ce que Ken Block fait en réalité), on s'ennuie à mourir.

Codemasters a fait la grossière erreur de faire de ces épreuves un passage quasi obligé pour débloquer les niveaux supérieurs. De ce Dirt 3, il n'y a rien de bien excitant à garder... mais, malgré ces assistants de malheur, ces flashbacks en trop, personne ne vous oblige, certes, à vous comporter comme ces losers. Vous êtes encore libres de garder vos réflexes de vieux gamer. Pour ma part, si je plante une course, je la recommence depuis le début jusqu'à ce qu'elle soit parfaite. Ou bien, si elle n'est pas parfaite, je prends le risque de passer quand même à la suivante, en sachant que je devrai véritablement me surpasser pour espérer être sur le podium.

Et c'est à ce moment-là que le jeu acquiert un soupçon, que dis-je, une miette de fun: le sentiment d'être sous pression, d'avoir des objectifs un peu plus corsés que d'habitude à atteindre.

Mais ça n'a quand même rien à voir avec un autre jeu Bad boy d'une autre époque, Road Rash. Je me suis récemment remis sur la version 3DO du jeu (**Inachevé** oblige) et là, fini de jouer les Kevins, il faut suer grave sa maman pour gagner une course. Pas de mode « fastoche, sans les mains les yeux bandés, la voiture conduit toute seule comme chez Google » à la Dirt. Non, Road Rash est un jeu méchant, impitoyable. Il s'en fout s'il est accessible ou pas. Il vous méprise. Il vous pisse à la raie et s'en va en ricanant, en racontant à ses potes comment vous êtes un gros nul.

Pour les plus jeunes qui sont nés en plein dans la magnifique époque PlayStation où le ciel est plus beau et l'herbe plus

verte, Road Rash est un jeu de courses en moto, à travers les grandes routes américaines... des courses bien entendu illégales, avec les risques que ça comporte (les flics vous pourchassent, les accidents avec les autres automobilistes qui circulent sont omniprésents, et vos potes les autres motards tentent de vous faire tomber de votre bécane, pour rire). Et si ce n'était que ça ! La conduite est rude, et certainement pas réaliste, mais corsée tout de même: la moto a beaucoup d'inertie, les décors filent à toute vitesse et de gênantes voitures traversent transversalement à plusieurs intersections, sans prévenir. Il suffit souvent d'un quart de seconde pour faire la différence entre un accident (qui vous balance vous et votre moto à 30 mètres plus loin sur le pavé), et un slalom réussi de justesse. Et là, pas de pitié pour les croissants (oh oh), pas de flashbacks pour les pleurnicheurs qui voudraient revenir 5 secondes en arrière, et pas de courses minuscules qui ne prennent que 2 minutes à refaire. Non Monsieur. Une course dans Road Rash, ça peut prendre plus de 15 minutes non-stop, la sueur au front, toute victoire ne s'acquérant qu'à l'arrachée. Jusqu'à la dernière milliseconde, tout peut encore arriver – un mauvais virage et vous perdez dix places d'un coup. Un buisson frôlé de trop près et la première place s'envole. Finir premier est un privilège rare, l'objet de hautes luttes. Un peu comme dans la vraie vie, quoi. Et pas comme dans cette escroquerie de Dirt3.

C'est marrant, mais cet écart générationnel, je le retrouve d'une manière totalement inattendue dans « Rocky Balboa », le film de 2006. Si vous ne l'avez pas vu, il n'est jamais trop tard pour réparer cette erreur rapidement.



Road Rash, impitoyable, et c'est pour ça qu'on l'aime.



C'est l'un des meilleurs de la série (avec le premier), rien à voir avec les 4 suites mineures. Le pitch est certes un peu faible, mais les scènes sont justes et bien écrites. Pour vous situer un peu le contexte, Rocky, ancien champion du monde de boxe, retraité et devenu patron d'un restaurant italien, réalise qu'il n'a plus beaucoup de temps devant lui pour faire encore ce qu'il aime, et souhaite une dernière fois se remettre à la boxe, à un niveau local, pour passer le temps. Mais voilà que le coach du champion du monde actuel (Mason) vient le voir pour lui proposer un match contre la vedette (je passe sur les détails du pourquoi). Hésitant d'abord, il accepte finalement cette opportunité unique de revenir pour un grand, grand match. Nombreux sont ceux qui pensent qu'il n'a aucune chance et va se faire démolir. Le fils de Rocky, alors la vingtaine, complexé par la célébrité de

son père, est furax à cette idée et essaye de le convaincre coûte que coûte d'abandonner ce combat. Il souffre à l'idée de voir la réputation de sa famille ternie si son père est battu à plate couture sur le ring. Rocky se lance alors dans une de ses plus belles tirades :

« Je ne vais rien t'apprendre: Le monde n'est pas rose-bonbon. Il est cruel et sans pitié, et peu importe si tu penses faire le poids, il te mettra la face à terre et te gardera avachi pour de bon si tu le laisses faire. Même si tu penses pouvoir te défendre avec force. Ce qui importe, c'est combien tu peux prendre dans les dents, et continuer à avancer quand même. Combien tu peux prendre, tout en continuant d'avancer. C'est comme ça qu'on gagne ! Maintenant, si tu sais ce que tu veux, alors va le chercher par toi-même. Mais tu dois être prêt à prendre

des coups, et ne pas pointer du doigt autour en disant que tu ne fais pas ce que tu veux à cause d'untel ou qui que ce soit d'autre ! Les lâches font ça, et tu n'en es pas un ! »

Depuis que je me suis mis à écrire cet article, j'ai créé une alerte Google News pour une expression que j'aime bien. Vous voyez peut-être ou je veux en venir... « le manque de moyens ». Une alerte journalière, histoire de voir combien de fois cette « excuse » est invoquée pour tout problème. Vous ne me croirez peut-être pas, mais chaque jour, parmi tous les sites répertoriés pour les nouvelles sur Google, je reçois entre 5 et 15 nouvelles qui mettent cette expression en exergue. Qui justifient tel ou tel problème à cause d'un manque de moyens, financier ou humain.

Eh bien, ce n'est ni plus ni moins que ce que Rocky reproche à son fils: pointer du doigt ailleurs au lieu de chercher des solutions par soi-même. L'absence totale de responsabilité individuelle. Quand j'étais gosse, il me semble que cette expression n'était d'ailleurs pas si répandue. Après un bref passage sur Google Archives (à défaut d'autres outils à portée de main), cette impression semble confirmée. Depuis le début des années 1990 on voit une explosion de cette expression qui n'était jusqu'alors pas, ou très peu utilisée dans les media. Si elle n'était pas utilisée, c'est sans doute qu'elle n'était pas encore dans les esprits. Ce qui marque justement le changement de mentalité avec l'époque. Il suffit de lire les faits divers pour trouver de toute façon ce genre de raisonnement dans toutes les nouvelles: pour un élève nul à l'école, ce n'est pas sa faute.

C'est juste que l'école manque de moyens humains ou financiers. Pour le prof, s'il ne sait pas tenir ses élèves, c'est aussi le manque de moyens. Si l'Etat n'arrive pas à assurer ses responsabilités, c'est la faute au manque de moyens. Pour un sportif qui perd minablement un match, c'est la faute du manque de moyens de son club. Comme si tout l'argent du monde pouvait résoudre tous les problèmes. C'est un peu la phrase miracle pour échapper à toute responsabilité personnelle dans ce genre d'histoires.

L'ironie du sort, c'est que l'homme a toujours progressé financièrement ET technologiquement parlant, malgré un manque constant de moyens. C'est même justement le manque de moyens qui justifiait l'envie de sortir ses pieds du purin pour rêver d'une meilleure existence. Mais aujourd'hui, on utilise cette phrase comme une excuse à l'inaction. Comme une excuse, je dirais même, à la médiocrité.

Alors, Dirt 3 est bien un jeu de son époque, réservé à des joueurs du dimanche qui ne veulent pas voir leur obsolescence en face. Qui se confortent dans leur nullité, et s'y complaisent. Ca n'a désormais plus rien à voir avec une simulation de conduite, c'est à peu près aussi excitant que regarder une course automobile à la télé. Un jeu parfait pour cette génération herbivore tout juste bonne à mâcher de la purée.

D'ailleurs, je n'invente rien. Même les psychiatres voient débouler ce genre de personnes dans leurs salles d'attente, en tout cas aux US. Des personnes « *qui ont du mal à se passionner pour quoi que ce soit. Pour ces gens, s'engager dans*



Heavy Rain, le jeu idéal pour dépressifs: il se met à leur niveau. Ci-dessous, le héros, pardon, la lavette de service, apparemment en train de chercher quelque chose d'important dans son casier: " mais, où est-ce que j'ai mis mes couilles ? Elles étaient pourtant là, avant..."



quelque chose, c'est une perte de temps. », décrit un certain Adler, directeur associé de l'unité Santé des Adolescents, dans un hôpital de Montréal. « *Ils ont besoin de commencer par des petits challenges. Le bonheur provient de la sensation de faire des progrès vers des objectifs, des buts.* »

Mince alors, c'est peut-être pour cela que l'équipe de Quantic Dreams a choisi comme point de départ de Heavy Rain un héros divorcé, dépressif et pleurnichard! Ils ont bien analysé et compris leur public, quel talent, quelle perspicacité! Et comme si ce n'était pas assez évident, Cage en tant que nouveau Scorsese aux commandes de la réalisation, force les tons gris, les couleurs délavées, les cieus sombres, la pluie qui tombe tel un torrent du ciel, bref, C'EST UNE HISTOIRE NOIRE, BORDEL, qu'il semble vouloir vous dire.

Le « pitch » de Heavy Rain part sur un bon sentiment: il faut forcer un héros tout mou et tout exploré à se sortir de doigt de la cavité anale pour sauver son deuxième fils d'une mort certaine, kidnappé par un méchant pédophile (sic) repéré par la Hadopi (non j'invente, mais c'était une bonne occasion de placer un mot compte triple dans ma partie de Scrabble). Pour cela, le meurtrier présumé lui demande (par l'intermédiaire de super systèmes électroniques que même les hackers de Anonymous et Lulsec réunis auraient du mal à concevoir) d'accomplir plusieurs épreuves qui vont mettre à mal sa petite nature de psychotique: rouler en sens inverse sur l'autoroute, se couper un doigt (bah oui, ses couilles étaient déjà passées au Moulinex, il ne reste plus que ça qui dépasse), se faufiler à travers des bidules électriques de 15000 volts un jour de pluie torrentielle, etc....

C'est limite du niveau de Jackass (descendre une colline en caddie, sans protections), bref c'est stupide, absurde, ça n'apporte rien, mais ce n'est pas grave, les gens adorent ça et en redemandent, un peu comme ces simplets qui applaudissent tous en chœur à la fin de la série Lost en versant une larme sur un kleenex trop pressé, soudainement touchés par une amnésie salvatrice qui leur épargne ces trente mille questions laissées en suspens à la fin de la série. C'est sûr que, si, dans Heavy Rain, on avait demandé à l'ami protagoniste de nettoyer sa maison, d'aller au boulot, et d'arrêter de faire la gueule, c'était mission impossible.

Évidemment, à chaque nouvelle épreuve, notre ami le sous-héros, pétri de mal-être, n'arrête pas de se dire « *je ne peux pas faire ça, je vais jamais y arriver, je suis trop une larve, je suis nul, je vauds rien* » un peu comme Wayne Campbell devant Alice Cooper. Un être normalement constitué sera vite exaspéré par ces pleurnichements incessants dignes d'un caprice de chérubin, et sera dans l'obligation de couper le son plus d'une fois pour tenir psychologiquement devant son écran. Si vous aimez les personnages avec des personnalités fortes, passez votre chemin, Heavy Rain fait dans la psychologie sopalin, « ultra mince » mais super absorbante, pour éponger d'un coup une histoire qui sent le réchauffé de film de série B. C'est d'ailleurs grâce à l'effet sopalin qu'on peut expliquer que la meuf journaliste de tabloïd tombe amoureuse de cette amibe qui sert de premier rôle. Si elle finit par aimer un mec qui ne croit pas en lui, qui se coupe les doigts pour passer le temps, c'est tout simplement parce qu'elle n'a PAS NON PLUS de personnalité, c'est un person-



Si le rôle de la journaliste est si bien écrit, il faut sans doute adresser ses réclamations à David Cage, en bas. Après tout, c'est lui qui se vante de raconter des bonnes histoires. A lui aussi de faire le service après-vente.

nage fictif, une allégorie du Néant en quelque sorte. J'aurais du mal à dire que ces deux-là se complètent, vu que ce sont deux cruches vides comme des boîtes de Pringles laissées ouvertes trop longtemps devant un match de foot à la télé. Le coup du « *Oh mon pauvre petit !! Viens chialer dans mes bras ! Je t'aime !* » est aussi plausible que les histoires de cul de la collection Harlequin.

N'était-ce pas David Cage qui disait d'ailleurs, quelques années plus tôt (dans un débat rapporté dans Sanqua, ça ne s'invente pas, respectez les saintes écritures), que « *le jeu vidéo, c'est comme le film porno: dans les deux cas, l'histoire est un prétexte* ». Evidemment, il prétend faire mieux que le reste, avec des histoires meilleures que la moyenne. Mais avec Heavy Rain, David s'est surpassé pour illustrer son propos à sens inverse, puisque l'histoire en elle-même n'est qu'un prétexte... à faire tourner des pads analogiques dans un sens ou dans l'autre pour ouvrir un placard, et tapoter des boutons dans des scènes de QTE qui s'enchaînent. Bienvenue au jeu DVD. C'est 2011, L'Odyssée du jeu vidéo, rien de moins que ça.

Mais les petits problèmes ne s'arrêtent pas là. Tout comme dans Fahrenheit, les gars de Quantic Dream n'ont un peu rien compris à cette chose dépassée et vieillotte qu'on appelle « la narration » et vous font jouer tour à tour différents personnages dans l'histoire.

Je ne le dirais jamais assez, c'est une hérésie. Une hérésie. Une hérésie ! (insistance volontaire)

Cette méthode laisse à supposer que l'on sait ce que chaque personnage veut dans l'histoire (vu qu'on nous demande de les contrôler), alors que leurs objectifs et leurs rôles ne sont ni bien introduits, ni clairs du tout. J'aurais aimé avoir un bref background sur chaque individu avant de « sauter » dans leur peau. Un soupçon de contexte m'aurait aidé. Généralement, dans une histoire, on apprend au fur et à mesure à connaître le héros principal, pour finalement s'identifier ou au moins le comprendre. Ici, dès qu'on passe un tant soit peu de temps avec un perso, quand on sent pointer une once de sympathie pour elle/lui, voilà qu'on nous balance dans un autre rôle, pour avorter tout processus d'identification. Et ne vous attendez pas à revenir dans le perso précédent rapidement, ici, on passe à tour de rôle de 4 à 5 personnages, c'est une vraie tournante où la victime est l'Histoire, racontée sur des petits bouts de sparadrap. Inefficace au possible. D'autant qu'on incarne véritablement jamais les personnages en question (puisque leurs pensées sont impénétrables... chose qu'on découvre vers la fin du jeu, tout ça pour une super fin à la Night Shyamalan, que c'est original) et l'immersion s'en trouve complètement faussée.

Les rares jeux qui font intervenir plusieurs individus et font ça bien se comptent sur les doigts.

Le seul bon exemple qui me vient à l'esprit, c'est MGS2, oups pardon, faute de frappe, mes doigts boudinés ont glissé sur le clavier, je voulais dire Resident Evil 2: au moins les gens de Capcom ont eu l'intelligence de voir faire vivre l'histoire par un personnage, de bout en bout, avant de faire la même

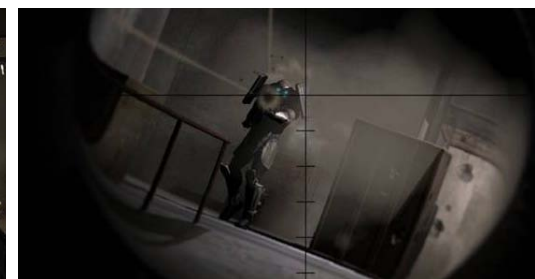
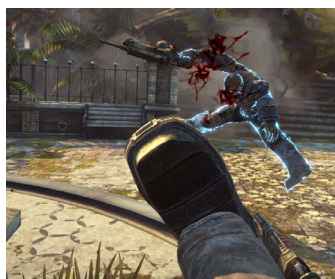
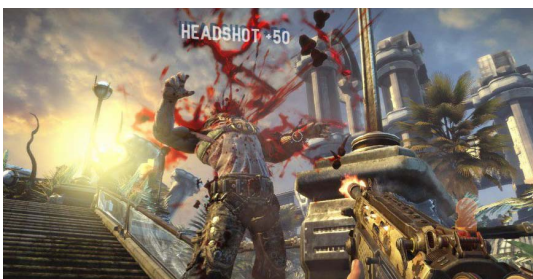


chose avec l'autre perso, pour vous proposer une vision de l'aventure sous deux angles différents. C'était fort bien fait. Et ça n'a jamais été égalé, à ma connaissance.

Mais comme je le disais plus haut, tout comme Dirt 3 est un jeu de son époque, pré-mâché pour des joueurs en décomposition avancée, Heavy Rain ne fait pas exception: tous les personnages qu'on vous propose de contrôler sont des couards en puissance. Allez, la liste est facile. L'inspecteur qui n'ose pas faire face à son supérieur (qui violente et passe à tabac systématiquement les suspects) et qui se réfugie dans son paradis virtuel (mélange d'amphet' et de réalité virtuelle, quelle originalité), la journaliste fuyant ses démons qui n'ose pas dire la vérité au héros dépressif (lâche, lui aussi), la pute qui se laisse frapper par ses clients mais qui continue à faire le trottoir... Et votre rôle, c'est en fait de leur prêter une paire de couilles (en time-sharing, donc) pour qu'au final les moins lâches pètent la gueule au plus lâche d'entre eux, le meurtrier

qui n'arrive pas à se remettre de la mort accidentelle de son petit frère 40 ans plus tôt et qui se venge sur des gosses innocents. Formidable, comme scénario. Ça mérite un Oscar pour le meilleur script névrotique de l'année 2010.

Mais la lâcheté ne connaît pas la barrière des genres. Le FPS, genre où, traditionnellement, les joueurs sont censés avoir des couilles, est aussi en décrépitude. Ça tombe bien, j'ai récemment eu l'occasion de faire deux références du FPS, l'une de 2007, l'autre de 2011. FEAR et Bulletstorm. Malgré les apparences, les deux jeux ont beaucoup en commun. Ce sont tous les deux des shooters « couloirs ». Dans FEAR, l'environnement est sombre mais malgré les nombreuses portes, la plupart sont fermées et le chemin est quasiment une longue ligne droite (gaminisation oblige, déjà en 2007, la tendance est imparable). Evidemment, Bulletstorm, en 2011, est en mode « full gamin, on passe la sixième » et ne cherche même pas à cacher la « couloiritude » de son parcours.



On vous met même des portes qui clignotent pour être sûr que les plus mongols d'entre nous ne se tapent pas 2 heures contre les murs des niveaux. OH PUTAIN MAIS COMMENT ON EN EST ARRIVE LA, désolé c'était plus fort que moi. Si ça continue, la prochaine étape du jeu vidéo, c'est le rail shooter. Comme quoi, les Microcosm et autres clones du début des années 90 n'étaient pas des jeux arriérés, c'était des jeux EN AVANCE SUR LEUR TEMPS ! C'est de la révolution, pour ainsi dire (on revient là où on a commencé).

Mais revenons, l'espace d'un instant, à nos amis Bulletstorm et FEAR: les deux jeux ont des histoires nulles, voire inexistantes. Dans FEAR on poursuit un méchant militaire qui possède des pouvoirs psychiques pour lui faire la peau. On sait pas trop

pourquoi. Il est vaguement fasciste sur les bords, il paraît. Dans Bulletstorm on poursuit un méchant général doté de pouvoirs télékinésiques, pour lui faire la peau. On sait pas trop pourquoi. Il est vaguement fasciste sur les bords, il paraît. Jusque-là, malgré le fait que l'un se passe dans l'espace et l'autre dans des bureaux, pas de grande différence a priori.

Mais c'est oublier qu'entre 2007 et 2011, on a introduit le nouveau concept de « gros lâche de joueur ». Alors que dans FEAR, vous êtes constamment sur vos gardes, face à des ennemis qui ont les mêmes armes que vous et qui peuvent vous buter en deux bons coups de fusil à pompe si le bout de votre sourcil dépasse un peu, une barre de vie vous incitant à la prudence, Bulletstorm, quant à lui, vous met constamment

en GOD MODE, avec votre vie qui se régénère toute seule (il suffit de se planquer deux secondes derrière un obstacle pour faire le plein, une nouvelle énergie renouvelable qui ne consomme rien et ne produit pas de CO2, c'est bon pour Gaia, merci Gears of War), des ennemis qui meurent beaucoup plus facilement que vous, une inégalité flagrante en termes d'armes puisque vous disposez d'un grappin magique (oui, comme Batman) qui vous permet de choper les ennemis à une distance de 30m et de les achever au corps à corps (au ralenti, mode bullet-time, pour les neuneus qui n'arriveraient pas à viser quand ils ont un ennemi à 30 centimètres en face).

J'oubliais l'arme supplémentaire dont vous bénéficiez, les décors.



Difficulté bien dosée, scénar' bien écrit, personnages cohérents, quêtes et sous-quêtes classiques mais parfois surprenantes (le passage dans le monde des rêves pour tuer un démon du Sommeil, ou encore la lutte contre la BroodMother dans les caves des nains), Dragon Age est un jeu complètement en dehors de son époque. Ouf, ça fait du bien...



Avec votre grappin de la mort, vous pouvez amener vos ennemis à se planter contre des pics ou des cactus miraculeusement bien placés pour ça. Tout est pour le mieux dans le meilleur des mondes, comme chez notre ami Pangloss ! Il s'agit donc bien d'une autre forme de lâcheté, équivalente à envoyer un tank se battre contre une colonie de fourmis engluée sur un pot de miel. Jamais vous n'êtes inquiétés, jamais vous n'êtes en véritable danger. Vous jouez à un FPS comme on joue à un flipper, en cherchant à faire le meilleur score, ou en l'occurrence en cherchant à choper des « achievements », trophées ridicules récompensant des actes gratuitement cons.

Jackass forever.

« Empaler 100 fois un ennemi sur un cactus ». Comme si j'avais que ça à foutre. Ils auraient dû faire un achievement « Perdre deux heures sur un jeu pourri », que tout le monde aurait gagné d'office. Les achievements n'existaient pas encore à l'époque de FEAR et c'est une bonne chose. Au moins, les

designers se concentraient sur le cœur du jeu au lieu de chercher à créer des objectifs stériles, futiles et accessoires.

Après moult bâillements qui sont sans doute l'équivalent d'un claquage musculaire pour le cerveau, je me suis remis sur **Dragon Age**, un jeu que j'avais laissé de côté pendant quelques temps, justement à cause d'un combat un peu corsé sur lequel je butais à plusieurs reprises. Une fois le fil du jeu repris, j'ai saisi à nouveau tout l'intérêt de la difficulté. Le pire, c'est que dans mon cas, j'avais fait des choix discutables dès le début du jeu (un voleur comme perso principal, c'est-à-dire faiblard au possible dans tous les domaines) et les spécialités choisies pour mes mages n'avaient pas été ultra-judicieuses non plus (Tips: laissez tomber les transformations en animaux). Conséquence directe, à cause de ce « manque de moyens », je me faisais régulièrement ramasser le pif contre des ennemis un peu plus balaises que la moyenne. A force de mourir, je comprenais que même si ma configuration n'était pas idéale, je pouvais largement optimiser l'IA de mon équipe, pour les

faire agir différemment... par exemple demander à mon mage de pétrifier les groupes d'ennemis, pour me permettre d'aller les taper avec force et impunité pendant quelques secondes. Bref, ce genre de difficulté est stimulant. Elle vous oblige à revoir vos stratégies, à reconsidérer votre manière de faire, et vous demande d'être flexible au cours de l'aventure. De temps en temps cette manière de procéder ne fonctionnait plus face à certains ennemis et il me fallait trouver de nouvelles parades. Et voilà, 20 heures de jeu plus tard, je finissais enfin ce Dragon Age, avec un certain plaisir et une saine satisfaction d'avoir accompli quelque chose. Et cette satisfaction n'avait rien à voir avec les quelques trophées inutiles distribués par le jeu, mais par l'impression d'être devenu meilleur et d'avoir « vaincu » le challenge.

Comme disait Rocky plus haut, d'en avoir pris plein les dents mais d'avoir continué à avancer tout de même. CQFD.

effets d'annonce

Interrogations et investigations soulevées par des annonces publiques.



droit d'auteur à l'ère numérique

effets d'annonce

Par KYLIAN

« La prochaine fois que Google Books voudra utiliser la propriété intellectuelle de quelqu'un, il leur faudra demander la permission »

M. John Simpson
association « Consumer Watchdog »
aux Etats-Unis, mars 2011



Ainsi formulée, l'annonce de M. Simpson a recueilli maintes réactions d'empathie, d'approbation, voire de soutien. Une posture probablement exacerbée par le contexte actuel d'opposition quasi primaire à la firme de Mountain View – passée en une dizaine d'années du statut de génie du web à paria infâme de la bien-pensance numérique. Mais ces griefs en partie subjectifs, notamment le problème de la suprématie de Google et ses causes ou dangers subséquents pour le monde, ne nous intéressent pas ici. Non, derrière l'acrimonie de l'association californienne des consommateurs « Consumer Watchdog », nous préférons dévoiler un autre débat, tout aussi passionnant: le droit d'auteur à l'ère de l'Internet.

Avec une question, extirpée de l'annonce de M. Simpson, aussi simple à poser que complexe à analyser: en ce XXI^e siècle numérique, faut-il encore demander l'autorisation à l'auteur d'« utiliser » son œuvre ou, pour répondre à l'exigence d'instantanéité moderne, ne suffirait-il pas de citer convenablement la source ? La réponse, bien sûr, implique de nombreux facteurs et ne saurait se simplifier aux extrêmes. Posons donc dès à présent des limites: les jusqu'au-boutistes de l'anarchie jocrisse comme les fanatiques industriels, à leur exact opposé, peuvent passer leur chemin. Leur position se situe auxdits extrêmes: aux premiers la prééminence du tout-gratuit circulant sans contrôle et qui exclut l'idée même de propriété individuelle; aux seconds le credo selon lequel

toute création mérite salaire et protection de la propriété, quoi qu'il en coûte et quitte à rationner la diffusion du Savoir. Peuvent continuer tous les autres, ceux dont l'avis se situe entre ces deux pôles et qui, en bons réalistes, ne cherchent pas à refonder les théories séculaires de la propriété – seulement à en adapter la division culturelle aux technologies modernes, l'Internet en tête.

Ceux, aussi, dont la volition principale est de préserver les intérêts des auteurs comme de leurs audiences. Des intérêts convergents dans les (nouveaux) médias, qui remettent à plat jusqu'à nos conceptions éthiques et sociétales, et grâce auxquels nous sommes désormais à la fois auteurs, blogueurs et lecteurs. Cette expérience de chaque rôle nous aidera à mieux appréhender les différents points de vue, parfois opposés. Avec un seul objectif: adapter le droit d'auteur à notre XXI^e siècle. Voire, le repenser ? « Et pourquoi pas ? ».

GOOGLE BOOKS: UN CAS D'ÉCOLE

Pour mieux comprendre les effets de l'annonce de Consumer Watchdog, il nous faut commencer par étudier le contexte dans lequel elle a été prononcée. Celui de l'affaire « Google Books », un véritable cas d'école.

Lancé en 2004, le système baptisé « Print » puis « Books » (« Livres » en bon français) a pour principe simplissime la numérisation de livres en vue d'ériger une bibliothèque mondiale, mise à la disposition des internautes. L'expression du progrès à l'état pur, selon Google. Et pour réussir à digérer dans ses

superordinateurs la plus grande part de la connaissance de l'humanité, la société américaine a pris dès le début le parti de procéder de trois façons distinctes et concomitantes.

La première méthode: se dire que tout est bon à prendre, même le médiocre. Ainsi Google, encore aujourd'hui, remplit-il allègrement son annuaire gargantuesque d'œuvres mineures, d'essais pondus par des auteurs éphémères, ou apportés par quelque 20 000 éditeurs protéiformes. Pour ces derniers, les raisons sont le plus souvent la recherche d'une exposition planétaire, inespérée vu leurs modestes moyens. Est-ce un mal ? C'est en tout cas la marque de fabrique, le sceau endémique de Google: tout inventorier, du plus important au plus anecdotique. Le classement vient après. Une ouverture de l'esprit – ou par intérêt, c'est selon – qui permet toutefois à l'entreprise de s'afficher comme le premier mécène de la culture numérique et...de gonfler son propre catalogue à moindres frais.

Ceci ne suffisant pas à convaincre les lecteurs exigeants, la seconde méthode fut d'aller chercher les livres là où ils se trouvent: dans les bibliothèques traditionnelles.

Le résultat s'avéra probant puisque, en 2010, une quarantaine d'institutions prestigieuses avaient accepté de coopérer, laissant Google numériser une partie de leur fonds. Dernières en date les bibliothèques italiennes, qui ont ouvert aux serveurs de la côte ouest leurs collections antérieures à 1860 – c'est-à-dire des trésors de la littérature transalpine donc de la Renaissance européenne.



Ce deuxième axe est d'un intérêt évident: densifier le service par des ouvrages rares et insignes, atténuant le risque qu'il passe pour un fatras de billevesées. Pourtant, d'autres bibliothèques ont refusé de céder à ces sirènes en invoquant, au-delà du sentiment d'être utilisées comme cautions morales d'un service commercial, le risque de perdre la main sur leurs propriétés, phagocytées par l'insatiable machinerie autant que par l'œuvre du temps. Et en effet: plus les internautes sont dirigés vers le portail américain, moins les ayants-droit réels seraient visibles, donc reconnus comme tels. Un argument brandi dernièrement par notre ministre de la Culture pour repousser une quasi OPA sur la Bibliothèque Nationale de France – et de se tourner vers les alternatives européennes comme « Europeana » ou « Gallica », la division numérique de la BNF qui existe depuis...1997. Des alternatives qui paient toutefois le prix de leur isolement: avec un million d'œuvres tout au plus et guère de plan d'évolution, aucune d'elles ne tient la comparaison face à la quinzaine de millions de titres déjà numérisés par Google Books.



Le juge Denny Chin, 57 ans, se doutait-il en ce jour de frais printemps 2011, qu'il allait devenir la vedette du web pour avoir contré seul les plans de Google ? Il faut dire que l'enjeu du procès est de taille : débattre d'un futur droit d'auteur numérique, sans cadre législatif réel en la matière. Un enjeu qui aura nécessité toute l'expérience, et la rondeur, de ce seul juge sino-américain de la Cour d'appel Fédérale... Mais jusqu'à quand ? A faire l'équilibriste entre lois séculaires et vent du progrès, le risque est grand de voir Chin se fatiguer. Les atermoiements des majors, à l'audience du 15 septembre dernier, ont d'ailleurs fini par l'agacer sérieusement...

Reste que ce ne sont ni la première méthode, quantitative mais peu fouillée, des éditeurs confidentiels ni la seconde, qualitative mais élitiste, des bibliothèques de renom, qui ont fait de Google Books le mastodonte actuel. Plutôt une troisième voie de remplissage, aussi simple que cavalière: numériser tous les ouvrages possibles sans s'embarrasser de discussions préalables avec les ayants-droit. Une méthode qui a même un nom, l'« opt-out » par opposition à l'« opt-in » qui consiste, elle, à négocier les droits préalablement. Surtout, un procédé jugé sauvage par le monde feutré de l'édition traditionnelle. Dès 2005, les éditeurs américains eurent tôt fait de réagir en lançant des plaintes collectives contre Google, par l'entremise de leurs plus puissants syndicats (l'« Author's Guild », AG, et l'« Association of American Publishers », AAP). Ils furent imités en France par Hachette, Gallimard, Grasset ou Fayard, après que ceux-ci découvrirent certains de leurs

titres, pourtant en vente, librement consultables sur Google Books – et non des moindres, d'Albert Camus à Paul Valéry. Parmi les plaintes pour contrefaçon, celle du groupe La Martinière (éditions Seuil) est la plus symbolique car ayant fait condamner l'américain (TGI de Paris, décembre 2009). Autant d'oppositions qui contraignirent Google à infléchir son procédé invasif, et à rechercher la négociation.

Cette sagesse sembla porter ses fruits le 28 octobre 2008, quand la firme annonça fièrement avoir conclu un accord « historique et innovant » avec les plaignants américains. Cet accord, baptisé « Amended Settlement Agreement » (ASA), instituait un tronc commun de 126 millions de dollars destiné à dédommager les droits floués, et fixait les marges des recettes désormais à venir: 37% pour Google et 63% pour les éditeurs. Point important: l'accord ne concernant que les

éditeurs signataires, l'entreprise californienne s'autorisa à poursuivre sa folle chevauchée, numérisant in partibus tout ouvrage sans ayant-droit connu ou non couvert par l'ASA – ce qui en représentait encore beaucoup. Mieux, les jeunes mariés eurent droit à la bénédiction du célèbre juge feu John E. Spirizzo. Un tableau idyllique ?

C'était compter sans la fureur des infidèles de Google, ses concurrents frontaux (Amazon, Microsoft et Yahoo pour ne citer qu'eux), affriandés à leur tour par le goûteux marché de la vente en ligne. Portant leur réprobation en justice aux côtés d'éditeurs revêches, proches de l'Open Alliance Content, ils initièrent fin 2009 une procédure contre l'ASA, et obtinrent qu'un juge se penchât sur la question. Après s'être donné une année durant « le temps de la réflexion », ce haut magistrat a finalement tranché le 22 mars 2011. Denny Chin, c'est son nom, se doutait-il en ce jour de frais printemps, qu'il allait devenir la vedette du web pour avoir rejeté, contre toute attente, l'accord conclu entre Google et les éditeurs américains omnipotents ?

Une décision que Google n'a pas digérée, la jugeant « clairement décevante » (Hilary Ware, responsable du service juridique). Ses alliées de circonstance, l'AG et l'AAP, y ont été elles aussi de leur couplet plaintif, estimant que « cette bibliothèque d'Alexandrie moderne (sic) était perdue ».

Dans le camp adverse, joie évidemment de rigueur, l'association Consumer Watchdog allant jusqu'à pérorer, comme vous le savez à présent.

Depuis, rien n'a bougé, contrairement en France (voir encadré p.117) : une nouvelle audience mi-septembre a mis en lumière la difficulté des parties à s'entendre, au point que le juge Chin, exaspéré, a déclaré devoir « supporter cette affaire une année durant, au moins ». On peut donc considérer l'arrêt de mars comme valable. Et savoir qui a raison ?

LA LOI C'EST MOI

Pour cela, encore faudrait-il savoir ce qui définit une bonne ou une mauvaise conception du droit d'auteur et de son usage: Est-ce la Loi ? Est-ce la morale ? Est-ce la coutume ? Si l'on fait l'économie de cette prudence, et que l'on avance bien vite un avis, forcément partial et donc partiel (ou inversement), le risque est grand d'aller à la faute comme Frédéric Mitterrand et le Syndicat National des Editeurs (SNE).

On a beau avoir l'habitude d'un ministre exauçant le moindre vœu des lobbys industriels, et incapable de condamner les errements mercantiles de la HADOPI (dont les financeurs obscurs sont à l'opposé de la défense des artistes – cf. Spark 1 – et qui révèle un peu plus chaque jour ses limites – cf. par ailleurs), sa réaction à la décision contre Google Books fut du plus mauvais effet. Cette fois encore, elle a revêtu la forme d'une interprétation toute personnelle du jugement américain: le ministre et le syndicat y ont vu en chœur la confirmation de leur idéologie, partisane, consistant à vouloir faire contrôler l'édition par des organes institutionnels, ou assimilés. A un détail près, les pouvoirs français ont oublié que les attendus du procès sont publiés sur l'Internet et... qu'ils disent exac-

tement le contraire. A l'opposé de M. Mitterrand en effet, Denny Chin ne divague pas vers des conceptions politiciennes ou corporatistes. Son avis est tout à la fois plus conceptuel et plus technique. Donc sagace.

Sur un plan conceptuel, Denny Chin rappelle le bien-fondé du progrès numérique vis-à-vis de la transmission du Savoir: « *la numérisation des livres et la création d'une bibliothèque en ligne universelle bénéficieraient à un grand nombre d'individus* ». Pas question donc de couper les ailes aux initiatives idoines, fussent-elles privées, contrairement au vœu du ministre français: « *les avantages de Google Books sont nombreux: les livres sont rendus plus faciles d'accès ; les bibliothèques, les écoles, les chercheurs et les populations désavantagées pourraient accéder à bien plus de livres* ». Et le magistrat d'adresser ce rappel bienvenu: « *la numérisation facilite la conversion des livres en formats audio ou Braille, augmentant ainsi les chances des personnes handicapées ou diminuées d'accéder à cette connaissance. Les auteurs comme les éditeurs peuvent aussi en bénéficier, puisque de nouveaux publics seront attirés et donc, de nouvelles sources de profits à prévoir (...). Les livres plus vieux, particulièrement ceux épuisés, dont la plupart tombent dans l'oubli ou sont enterrés au fin fond des étagères, seront préservés et auront une nouvelle vie* ».

Trois arguments massue pour la préservation de la connaissance grâce au web. Une pierre, un roc même, dans le jardin de Frédéric Mitterrand – lui dont le maroquin est censé valoriser toute initiative de sauvegarde de notre Culture, indépendamment des intérêts industriels...

Sur un plan strictement technique, le juge américain ne prétend pas connaître le meilleur moyen de parvenir à cette « *bibliothèque en ligne universelle* ». Il a l'humilité de laisser cette tâche à d'autres – professionnels, scientifiques, gouvernants, associations, etc. Sa mission personnelle, rappelée dès les premières pages de l'arrêt, se résume à cette question: « *l'accord (entre Google et les éditeurs) est-il juste, approprié et raisonnable ?* ». C'est tout. Rien de moins, rien de plus. Décevant ? Pusillanime ? Non, seulement rationnel.

A propos d'humilité, nous ne nous étendrons pas sur le fond du jugement, n'étant pas qualifiés pour le commenter de façon utile. Précisons simplement que l'arrêt contre l'ASA se fonde sur trois motifs: (i) le monopole instauré par l'accord (les concurrents s'en trouvant lésés et devant même demander l'aval de leur ennemi pour utiliser certaines œuvres de l'AG ou de l'AAP) ; (ii) l'accroc à la Convention de Berne de 1886, dont les Etats-Unis sont signataires (Google ne respecte donc pas les lois de son propre pays) et qui stipule, entre autres, que les œuvres étrangères doivent être protégées au même titre que celles nationales ; enfin (iii) le fameux opt-out, contrevenant aux droits des auteurs qui ne sont pas couverts par l'ASA – et ils sont nombreux.

Cet accord jugé injuste, inapproprié et déraisonnable, ne répond donc pas au « fair use » dont la Justice est garante. Dans ces circonstances, et au seul regard des lois actuelles, la décision de Denny Chin ne pouvait être différente: il n'a pas autorité pour changer les textes; c'est au législateur qu'en revient la responsabilité.



On a beau tonner, vociférer, gesticuler, trépigner ou tout simplement ergoter contre le grand méchant Google...Rêve de grandeurs hégémoniques ou pas, il y a une chose qu'on ne peut enlever à la firme de Mountain View : son acuité. Non pas celle des caméras de Google Street View (discutable pour le coup) mais celle dont l'entreprise fait preuve avec brio. Créativité et anticipation : deux mamelles (comme celles de la jeune fille qui se fait tripoter en public ci-dessus, sous les yeux des Google Cars) qui donnent naissance à des services simples mais efficaces, dont on ne peut plus se passer. Avant de dénoncer jusqu'à l'existence de Google, les entreprises du vieux monde n'ont qu'à faire aussi bien....

Or là réside tout le débat: le juge appuie nécessairement sa décision sur l'existant, ce qui donne « juridiquement » droit aux plaignants (Amazon et consorts). Mais il n'en délivre pas moins un autre jugement, philosophique, en soulignant l'intérêt de la technologie proposée par les accusés (Google et certains éditeurs ralliés sous son oriflamme). Ce qui leur donne une voix – de poids – au chapitre.

Peut-être le juge Chin n'a-t-il pas voulu endosser la responsabilité d'une erreur éculée de l'Histoire: de tout temps, l'innovation et le progrès se sont heurtés au décalage des valeurs morales ou légales du moment. Ainsi en fut-il de la science de Galilée face au dogme religieux, ou de l'irrévérence de Molière face au poids des castes, aristocratiques, médicales ou cléricales...La suite leur donna raison contre leurs contemporains, mais après bien des débats, des procès ou des disgrâces...

Alors, Google Books, précurseur visionnaire et incompris ? Le marketing de la firme le laisse à penser...Jusqu'à son leitmotiv, « Don't be evil », le message est limpide:

Google n'est pas le diable, bien au contraire. Ptolémée des temps nouveaux, Spartacus des internautes face à l'obscurantisme des Etats, son apostolat sur Terre se résumerait à la sacro-sainte antienne du « progrès à tout prix ». Y compris s'il faut pour cela en passer par des erreurs ou des dérives, renommées pudiquement en « expérimentations », et s'opposer à des lois dépeintes comme « passistes ».

Les contradicteurs rétorquent qu'aucune vertu ne saurait naître d'un droit à l'erreur grimé en droit à l'essai. Mais sont-ils plus légitimes sous prétexte qu'ils prétendent défendre la société du moment, son éthique ou sa morale ? Quid veritas ? Pourquoi, dans notre monde moderne que nous savons pertinemment régi par les capitaux et les marchés, la légitimité ne naîtrait-elle pas de la popularité de services proposés, plébiscités par des millions d'internautes qui y trouvent là réponse à un besoin ? La condamnation de ces services progressistes, du simple fait de leur existence en décalage avec l'ordre établi, ne rappellerait-elle pas la sentence aveugle de l'inquisiteur ? Dénier ainsi à Google tout droit à l'essai relèverait, au mieux, d'un manque de discernement (si l'on se

rappelle que l'être humain survit en évoluant) ; au pire, une critique hypocrite de la part de détracteurs qui bénéficient eux aussi des services qu'ils dénoncent pourtant.

Prenez Google News: s'il se génère à partir d'une matière qui n'est pas la sienne, il n'en apporte pas moins en retour de la visibilité, du trafic et de la publicité aux sites de la presse en ligne. Google Street View, pour sa part, a peut-être posé de vrais problèmes d'atteinte à l'image (et il en pose encore aujourd'hui malgré les dispositifs de brouillage des visages et des plaques minéralogiques) mais, lui au moins, travaille à les réduire – ce qui le rend moins critiquable que d'autres, Facebook en tête, lesquels ne font rien pour vous éviter de vous retrouver, sans le savoir, sur l'album photo d'un profil inconnu. Dernier exemple: les résultats de Google Search ou Books sont parfois pointés du doigt pour leur parti-pris ou leur approximation, mais personne n'a encore conçu meilleur algorithme, pas même Bing de Microsoft ou Yahoo Search.

Il ne faut pas ôter le mérite d'un être, d'une société ou d'un service, au seul motif qu'il nous déplaît...

Et c'est en cela que Google Books constitue un cas d'école: l'entreprise californienne a un don unique, né probablement de sa capacité à jouer avec plusieurs coups d'avance: être souvent la première à soulever de véritables questions de société, sur le rapport entre notre morale et nos instincts, entre nos règles collectives et nos envies d'individus.

Le juge Chin, peut-être parce qu'il reconnaît ce talent à Google, a eu l'intelligence (ou l'expérience) de sanctionner l'accord ASA sans refuser à Google Books tout droit d'exercer. Il envoie également un message clair aux institutions: avant de condamner moralement, qu'elles se gardent de toute hâte et se posent la question: qui peut dire d'un progrès s'il est « bon » ou « mauvais » ? Qui peut choisir de le poursuivre ou de l'arrêter ? Choisir, c'est déjà trancher entre le passé, rassurant mais marmoréen et l'avenir, incertain mais prometteur. Choisir, c'est aussi écarter l'un ou l'autre. L'antichambre d'un tableau mazdéen... Ne pouvant nous y résoudre pour notre part, commençons donc par étudier les arguments en faveur de l'un et de l'autre, l'histoire puis le présent.

DURA LEX SED LEX...

La Loi ne s'est évidemment pas construite en quelques décennies, y compris sur la question du droit d'auteur. A ce titre, se référer à la date d'instauration de notre Code de la Propriété Intellectuelle, le 1er juillet 1992, serait en méconnaissance des actes patriarcales. S'il est trop long et péremptoire de vous livrer les détails passionnants sur les manquements du Code de 1804 en France, sur les arrêts fondateurs



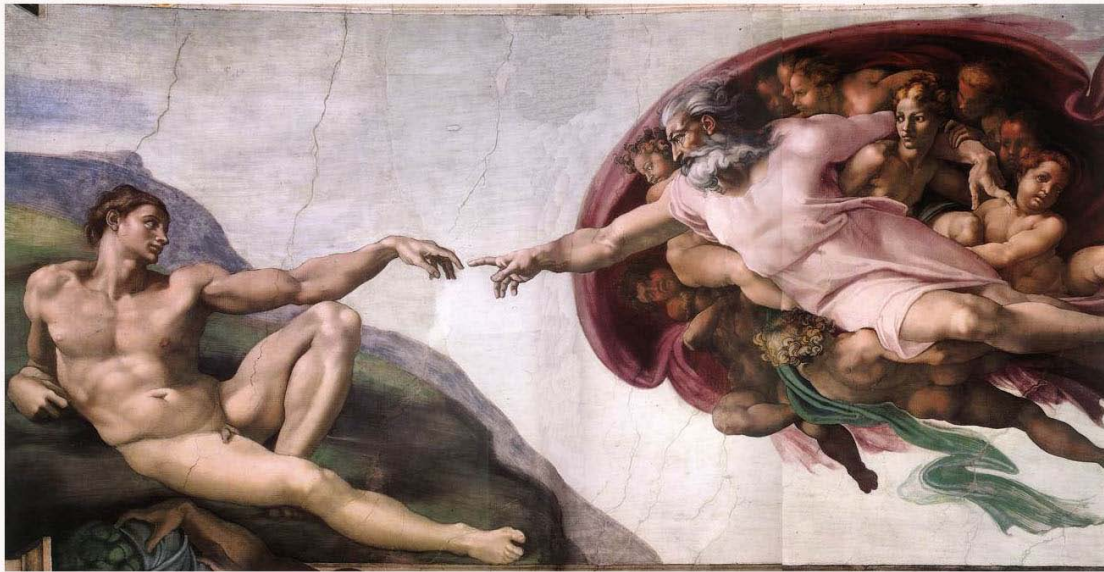
Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais (1732-1799) et Anne de Grande-Bretagne (1665-1714): deux personnages-clés de l'Histoire qui auront fait beaucoup pour le droit d'auteur. Le premier en créant la SACD en 1777 et en faisant adopter les premières lois en la matière après la Révolution française. La seconde en fondant, par le « Statute of Anne », le droit patrimonial qui inspirera les nations du monde occidental. Rien que ça. Mais c'était avant le cas « Donaldson vs. Beckett » qui, en 1774 outre-manche, marquera la rupture définitive entre notion continentale du droit d'auteur (approche naturaliste) et celle anglo-saxonne du Copyright (pour qui le droit d'auteur n'est pas un droit coutumier donc naturel, mais un principe marchand). Une scission que l'on paie encore de nos jours.

Felsenland mit Sirenen ou Cosima Wagner en Allemagne, ou sur la différence entre monisme et dualisme du droit d'auteur...un petit retour historique s'impose néanmoins.

C'est au XIXe et plus encore au XXe siècles, que les juristes ont œuvré activement pour doter le droit d'auteur d'un cadre légal, solide et original par rapport au droit civil. Remarquez au passage que nous parlons spécifiquement de droit d'auteur et non de propriété intellectuelle. Car celle-ci englobe également la propriété industrielle (brevets, marques, etc.) et les droits voisins, dont il serait interminable de les évoquer ici. Cependant, nos analyses peuvent s'y appliquer tout aussi bien.

En France, le droit d'auteur contemporain s'est construit sur la loi du 11 mars 1957, elle-même héritière des lois révolutionnaires de 1791 et de 1793 que nous devons à un certain...Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais. L'insoient philosophe des Lumières, au sens des affaires aiguisé et toujours enclin à soutenir ses prestigieux frères de plume, dont l'illustre Voltaire, est considéré comme le père du droit

d'auteur – au moins selon Sainte-Beuve. C'est lui qui, en 1777, a fondé la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD), premier organisme hexagonal du genre, et toujours en activité. C'est encore lui qui, sensibilisé à la question par ses voyages fréquents en Angleterre, a poussé son pays à imiter l'ennemi de toujours, dont la Reine Anne fut le premier souverain de l'Histoire à promulguer, le 10 avril 1710, une législation accordant aux auteurs outre-manche un contrôle de leurs écrits. Les vœux de Beaumarchais furent donc exaucés sous la Convention, après la chute de la monarchie, avec la reconnaissance aux auteurs français d'un droit de disposer comme ils l'entendaient de la reproduction de leurs œuvres, pendant toute leur vie et cinq années après leur mort (plus raisonnable que le délai moderne, évitant certaines rentes proprement injustifiées). Pour l'anecdote, ce n'est qu'en 1838 que le terme de « droit d'auteur » sera introduit, par Augustin Renouard, juriste éminent ayant contribué à la notion de propriété intellectuelle en France. Une notion qui nous est d'ailleurs très particulière: beaucoup de pays dans le monde, d'influence anglo-saxonne, ont une approche assez différente de la nôtre sur ce sujet.



Non, la « Création d'Adam » n'est pas un tag de rue inspiré par une tablette tactile à la mode... Mais là où la publicité a raison, c'est que cette fresque titanesque et mémorable de la Chapelle Sixtine, peinte en 1510 par Michel-Ange, est l'illustration du potentiel créatif humain. Mais on peut aussi y voir l'image de la Renaissance, où les créateurs eux-mêmes deviennent des figures de l'Histoire, et passent à la postérité, après des siècles où les hommes s'effaçaient par rapport à leurs oeuvres. On pourrait alors voir ce croisement de doigts comme une passation de pouvoir entre Dieu et l'Homme...

La raison en est philosophique – rassurez-vous, nous nous en tiendrons aux bases: ici comme ailleurs, l'idée de propriété intellectuelle renvoie fondamentalement à la définition de la propriété en général. Or les points de vue ne sont pas semblables d'une société à l'autre, pour des raisons qui remontent à l'orée des âges anciens.

Des débuts de l'espèce humaine (où la vie en groupes nomades puis sédentaires remettait le pouvoir aux mains du plus fort ou du chef de clan), aux premières civilisations (égyptienne, athénienne, romaine...), la propriété individuelle s'est principalement entendue comme une exception face à celle de la communauté. La religion n'est évidemment pas étrangère à cette supériorité du collectif. Elle en a fait un but ultime pour chaque être humain: on a sacrifié, donné, offert ses biens aux dieux ou à leurs représentants pour répondre à la promesse du Walhalla... Une façon de se montrer digne de la communauté, reproduite au Moyen-âge où la monarchie n'en était que la transposition civile: tous les biens revenaient au représentant de droit divin, le roi, à qui serfs et seigneurs reversaient leur obole. Longtemps donc, la

propriété *intuitu personae* fut limitée, bornée au commerce et à l'artisanat (et encore, les références géographiques – soie de Chine, porcelaine de Limoges – ont perduré bien au-delà).

Il en fut de même pour la propriété intellectuelle: des moines copistes, reproduisant l'oeuvre transcendante de Dieu, aux peintres anonymes léguant leurs oeuvres à l'Église protectrice; des philosophes socratiques (dont on démêle mal l'héritage du maître chez Platon, Aristote, Aristophane ou Xénophon) aux maïeuticiens de créations orphelines, en sculpture (Vénus de Milo), en littérature ou *lieder* médiévaux (la Chanson de Roland, Tristan et Iseut), etc.: les exemples ne manquent pas, de ces créations passées à la postérité dont leur époque aura effacé la trace d'un créateur individualisé au profit d'une humanité indissociée.

Il faudra attendre chez nous le XIIIe siècle, puis l'émergence de l'ego et du *cogito*, la Renaissance et l'affirmation du soi face à l'écrasante omniprésence du divin, pour assister enfin à la personification, à la chosification même, de l'oeuvre de

l'esprit. Dès la moitié du second millénaire, des noms prestigieux (Michel-Ange, Leonard de Vinci, Le Titien, Rabelais...) émergent comme créateurs incarnés, reconnus indépendamment de Dieu, dans leur simple nature d'hommes mortels. Toutefois, sans y voir un lien de cause à effet (quoique), c'est évidemment l'invention de l'imprimerie typographique en Europe, par Johannes Gutenberg vers le milieu du XVe siècle, qui va couper le fil entre les auteurs et leur Créateur divin. Pour en créer un autre, plus matérialiste, entre les auteurs et leur(s) financeur(s). A ce titre, la polémique qui entoura l'impression en série de la Bible Vulgate (et qui rappelle furieusement celle des industriels d'aujourd'hui face à la copie numérique), n'est pas aussi importante que la brouille qui opposa Gutenberg à son banquier Johann Fus.

C'est là que se situe le basculement entre une culture spirituelle et une culture matérielle, qui n'a fait que se renforcer depuis – Pierre l'Arétin aidé par le banquier siennois Agostino Chigi, les beaux esprits français du XIXe (Zola, Flaubert, Sand) dont les débuts sont portés par les journaux politiques, etc.

C'est là, aussi et surtout, que naquit probablement la nuance entre la vision française du droit d'auteur, et celle anglo-saxonne.

En France, comme dans la plupart des pays d'Europe continentale (Benelux, Allemagne), les lois fondatrices du droit d'auteur s'appuient sur deux principes absolus, hérités de l'histoire que nous venons d'évoquer: la prééminence des « attributs d'ordre intellectuel et moral » (vision spirituelle, presque dévote, de la création) et les théories naturalistes de John Locke, Kant ou Hegel. Pour ces philosophes, la personnalité de l'auteur ferait partie intégrante de son oeuvre: celui-ci a mis un peu de lui-même dans son travail et l'oeuvre contient donc une partie de lui. Toute atteinte qui lui serait faite attenterait aussi à son créateur.

A contrario, pour plusieurs autres pays d'influence britannique (Grande-Bretagne et Etats-Unis), l'approche naturaliste n'a pas lieu d'être ; elle est rejetée au profit de celle matérialiste: l'oeuvre culturelle est un objet comme un autre. Il s'échange, se vend et l'on peut en faire commerce. Simplement, ce commerce doit être encadré par la loi (et c'est ainsi que sont nés la Common Law et le Copyright) pour éviter que les intérêts du « vendeur » (l'auteur) et de « l'acheteur » (l'utilisateur) s'en trouvent floués.

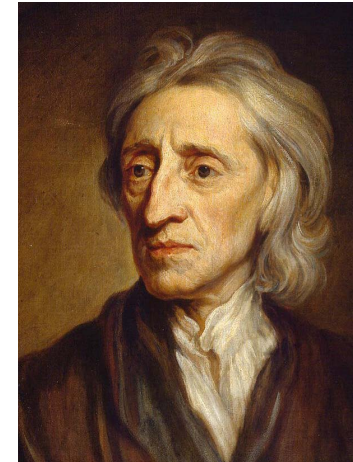
Ces conceptions divergentes du droit d'auteur expliquent des législations antinomiques. Au nom des thèses naturalistes et de l'importance des attributs intellectuels, les textes français ont érigé tout un pan du droit d'auteur qui porte sur des

prérogatives de « droit moral ». Un pan absent des lois britanniques ou presque – la Convention de Berne de 1886 a imposé aux anglo-saxons d'en transposer quelques principes, par exemple la paternité.

Les droits moraux se résument en quatre prérogatives consenties à l'auteur, de façon perpétuelle (sauf en Allemagne) et inaliénable (sauf au Japon):

- droit de paternité: l'auteur doit être crédité à chaque utilisation de l'oeuvre ;
- droit de divulgation: seul l'auteur décide de la publication de son oeuvre ;
- droit d'intégrité: l'auteur peut s'opposer à la modification de son oeuvre , même cédée ;
- droit de retrait: l'auteur peut décider à tout moment de retirer son oeuvre ;

Dans les juridictions américaine et britannique, ces droits moraux ne se retrouvent pas forcément. Ce qui peut expliquer des décalages culturels et des débats complexes: certains pensent qu'il serait utile d'appliquer le droit de retrait aux réseaux sociaux, terreaux diffamatoires voire insultants ; d'autres, que cela créerait un effet inverse, incitant au dérapage dès lors qu'il est possible de retirer d'un clic de souris ce que l'on a dit (univers d'inconséquence alors qu'il participe de la responsabilité de chacun de ne pas dire tout et n'importe quoi – Montaigne, dans ses Essais, ne se réservait-il pas le droit de « préciser » son texte mais non de le « corriger » ?).



John Locke (1632-1704), Emmanuel Kant (1724-1804) et G.W.F. Hegel (1770-1831). A cette époque, les beaux esprits avaient certes les cheveux longs mais, contrairement à leurs héritiers post-68, également une véritable intelligence créative – c'est-à-dire la capacité d'être là où « rien n'est ». A l'époque, on savait être créatif et productif, passer du temps à réfléchir et apporter beaucoup à la communauté... Un temps révolu ? Pour raviver nos Lumières, peut-être faudra-t-il attendre la réplique génétique (cf. Anticipantia par ailleurs)...Ou bien que les marchés eux-mêmes montent au créneau et réclament le retour de la création-reine. Oui, dans les jeux vidéo aussi...Et vite !



Deux mondes se font face : le vieux et le nouveau, les états et les corporations web, le puissant en déclin et celui en devenir...C'était au e-G8 et l'image est trompeuse : le nouveau est à droite ! Eric Schmidt, pour Google, aux côtés de Facebook et consorts, faisait face aux politiques européens (A. Merkel pour l'Allemagne est hors champ). Un face-à-face diplomatique avant la bataille ? Comme expliqué dans le précédent numéro, la guerre des mondes 3.0 est en marche...

Tout n'est cependant pas si complexe et débattu. A côté de ce droit moral qui divise Vieux et Nouveau mondes, il existe un autre bloc du droit d'auteur valable, lui, dans tous les pays: les « droits patrimoniaux » qui encadrent les modalités de cession d'une œuvre:

- droit de reproduction: copie partielle ou totale d'une œuvre sur un support physique ;
- droit de représentation: diffusion, exécution ou représentation publique d'une œuvre ;
- droit de suite: spécifique au monde des arts, grâce auquel un artiste conserve une prérogative sur un bien grevé, même s'il a été cédé et acheté plusieurs fois ;

Remarquez la clairvoyance de ceux qui les ont décrétées avant même l'avènement de l'ordinateur: ces prérogatives s'appliquent très bien aux nouvelles technologies. La diffusion d'une vidéo par streaming ou en VOD relève du droit de représentation ; la gravure sur CD d'un MP3 téléchargé relève, elle, du droit de reproduction...

Les droits patrimoniaux sont donc universels. Seules varient, d'un pays à l'autre, leur durée d'application au-delà du décès de l'auteur (70 ans en France, entre 50 et 100 ans ailleurs), et la question des exceptions. Dans notre pays, par exemple, il est possible de se dispenser d'une autorisation d'un auteur dans certains cas – copie privée (copie pour un usage strictement personnel), droit de courte citation (reprise d'un extrait textuel ou visuel dès lors que celui-ci représente une infime portion de l'œuvre globale), etc.

Alors oui, la Loi peut sembler dure, restrictive même. Mais elle est la Loi et c'est la raison pour laquelle la décision du juge Chin est raisonnable. Cette Loi doit-elle être pour autant immobile, retorse aux évolutions et figée dans une vision nationale alors que le monde est global ? C'est l'argument de Google, entreprise hégémoniste s'il en est, pour tendre vers d'autres règles. Des règles qui répondent à son appétence d'une libéralisation échevelée de l'information. Des règles qui sont celles de l'économie de marché et de l'instantanéité, que l'on soit en accord avec elles ou non.

Des règles dont le juge Chin, tout en les rejetant, n'a pas dénié l'intérêt de l'objectif. Des règles d'avenir?

L'heure est alors venue de les étudier en détail.

... SUMMUM JUS, SUMMA INJURIA

En mai dernier, le premier « e-G8 », digression du sommet éponyme offerte au gotha des corporations du web (Google, Facebook, Amazon, eBay...) n'aurait rien apporté si une petite phrase du président-hôte Nicolas Sarkozy, passée inaperçue dans les médias grand public, n'en avait pas dévoilé ses plans pour le web. Il ne s'agit pas du navrant « *Vous avez changé le monde au même titre que Colomb, Galilée, Newton et Edison* » (l'éloge eût été plus méritoire s'il s'était adressé aux créateurs de l'Internet) mais de ce qui s'ensuit: « *Vous avez peur que certaines mesures prises viennent ralentir ou tuer votre activité. Mais pourquoi voudriez-vous qu'on vous nuise alors que vous représentez un potentiel de croissance extraordinaire ?* ». Mesures prises,

activité, potentiel de croissance...un vocable commercial, trahissant la vision limitative du président Français pour qui, c'est donc officiel, l'Internet n'est rien de plus qu'une zone gigantesque d'échanges marchands à l'échelle planétaire. Une surprise ? Bien sûr que non, sauf pour les plus ingénus qui croyaient le voir abdiquer face au web. Nicolas Sarkozy sait pertinemment ce qu'il fait, jouant d'un côté la carte de la complicité avec les grandes corporations et, de l'autre, les parquant dans l'enclos purement industriel pour conserver la supériorité étatique - dont les gouvernances nationales sentent bien qu'il leur échappe un peu plus chaque jour.

Dans tous les cas, la France, pour la première fois de sa longue histoire et que ce soit par suivisme des anglo-saxons ou par anticipation géostratégique dans un monde fatalement capitaliste, a officialisé ses épousailles avec un concept encore peu familier des Français: l'économie de marché appliquée aux biens de l'esprit qui emplissent l'Internet.

Un concept qui a même un nom, maléfique selon certains car il accole deux termes que notre culture judéo-chrétienne et jacobine considère comme antagonistes: « l'économie de la culture ». C'est sur lui que reposent les règles chères à Google (et à bien d'autres corporations du réseau), qu'ils nous faut donc comprendre.

Née en Angleterre vers la fin du XVIIIe siècle, peu après le Copyright, l'économie de la culture est une spécificité de la civilisation anglo-saxonne. Théorisée, enseignée, glorifiée par nos frères ennemis, elle compte ses propres experts,

évidemment britanniques (Alfred Marshall, Adam Smith) ou américains (William Baumol et Bowen ou le Nobel Gary Becker). Pour faire simple, elle stipule que tout bien culturel a une valeur marchande fluctuante, à partir de sa popularité. C'est un peu comme si l'on transposait la loi de l'offre et de la demande à la création intellectuelle. Les économistes de la culture ne voient donc rien d'anormal à ce qu'un tableau de Picasso soit vendu 93 millions de dollars, dès lors qu'une personne est disposée à payer ce prix, induit par la popularité de l'œuvre. C'est encore au nom de l'économie de la culture que les plateformes de musique en ligne facturent des chansons en MP3 au prix de 1,29€ ou 1,99€, alors que les mêmes titres sur un CD manufacturé le sont, proportionnellement, 30% moins cher. La question des coûts de fabrication entre disque physique et fichier binaire est ici sans objet: seul compte l'agrément d'acheteurs à une telle dépense, dans la mesure d'une palette raisonnable délimitée par le marché. Au passage, cela explique que le piratage ait encore la vie dure: les majors, obnubilées par le profit et en situation de monopole, fixent des prix selon leurs desiderata, non pas selon la stricte loi de l'offre et de la demande...De nombreux contre-exemples (Netflix ou les albums vendus au prix fixé par l'acheteur), démontrent qu'ici réside la source des maux et l'échec des solutions légales pourtant fonctionnelles.

L'exemple de l'industrie musicale est pertinent à plus d'un titre. Plus que tout autre, il présage des évolutions auxquelles nous devons nous préparer dans un monde où l'économie de la culture fait foi. A commencer par la fin, déjà programmée de longue date, de l'exception culturelle française.



En effet, notre pays est encore l'un des rares à croire que les échanges culturels ne devraient pas être, comme tout échange, régis en priorité par la loi de l'offre et de la demande. Et, que nous ayons tort seuls ou raison contre tous, le monde entier pense différemment. Un handicap fatal dans une époque globalisante, à moins d'unir tous les européens derrière notre exception. Ce qui semble loin d'être acquis...

Une autre conséquence de la victoire de l'économie de la culture, que l'on peut anticiper pour la constater jusque dans les jeux vidéo (voir Spark 1 et l'article sur la « Gaminisation »), est le probable sacrifice de la créativité au nom de la quête de rentabilité donc de popularité. C'est d'ailleurs le concept de la « Fatalité de Baumol » également connue sous le nom de « maladie des coûts ».

Cette théorie, développée par l'économiste du même nom dans son ouvrage « Performing Arts-The Economic Dilemma », expose que l'industrie du spectacle affronte une tension constamment inflationniste, née de l'augmentation ininterrompue des coûts de production (moyens techniques et effets spéciaux de plus en plus évolués, mises aux normes de sécurité qu'il faut amortir, etc.), couplée à l'incompressibilité des coûts salariaux (le cachet des artistes ne peut pas être supprimé). Le résultat: des dépenses toujours plus élevées pour produire des spectacles dont la valeur artistique, elle, n'augmente pas linéairement dans le temps – surtout si elle est déjà maximale (les pièces de la Comédie Française en sont un bon exemple: en dépit de leur qualité, les grands producteurs rechignent à les soutenir car leur potentiel de rentabilité est déjà plafonné).

Au nom de cette thèse économique, il est devenu courant de chercher à augmenter la popularité d'une œuvre, ou d'un artiste, pour engranger de nouveaux bénéfices. Par tous les moyens – et l'exigence de qualité n'est pas le plus rapide: on préférera augmenter le prix des billets, recourir au mécénat ou aux investisseurs privés voire, le terme est encore tabou, aux actionnaires (les solutions communautaires comme My Major Company ébauchent cet avenir), etc.

Autre méthode: si l'on ne peut pas augmenter l'investissement, il faut alors le rationaliser, et limiter les dépenses. Ainsi, les producteurs préféreront construire une scène pour trois concerts pharaoniques dans des stades, plutôt que de faire brinqueballer le matériel aux quatre coins de la France (ce

qui a pour avantage corollaire de réduire l'offre, d'exciter la demande et de faire monter le prix des places comme aux enchères).

Dernière solution, la plus en vogue: réduire les risques pour assurer la rentabilité, sinon l'équilibre financier. Et le moins risqué est encore de créer des œuvres dont on est certain qu'elles séduiront le plus grand nombre de clients, c'est-à-dire dont la popularité est assurée d'avance. Ne vous étonnez plus, après avoir lu ceci, des reprises redondantes, des styles copiés-collés d'un artiste à l'autre et, parfois chez le même, des tonalités indifférenciés. Le temps presse, les intérêts pécuniaires sont trop importants, et la fenêtre de plus en plus réduite: il faut gagner beaucoup et vite, sortir des albums, des films et des romans à un rythme, lui aussi, industriel.

Les succès récents de resucées bretonnes en France, comme des reprises d'un tube de l'été par Jenifer Lopez, démontrent bien que la maladie des coûts de Baumol est également, par ricochet, la maladie de la création, au moins pour les grandes entreprises, les majors, qui manient des milliards. Pour les créateurs indépendants, en revanche, il n'est pas illusoire de voir dans le numérique, et l'Internet en particulier, l'opportunité formidable de tirer les coûts vers le bas, ne serait-ce que par la mise en commun des moyens matériels (peer-to-peer, mutualisation de serveurs) ou intellectuels (Crowdspring.com, production partagée, etc.), et donc de continuer à proposer des applications innovantes et décalées. De même, grâce au progrès, tout le monde peut désormais proposer du contenu

et participer à cette création culturelle. Alors l'économie de la culture, ange ou démon ? On vient de démontrer que tout n'est pas, là encore, simple ou manichéen. D'abord parce qu'elle est déjà là et nous la subissons donc, de gré ou de force, par l'entremise de la mondialisation. Ensuite, parce qu'elle a déjà opéré la révolution industrialo-culturelle, redessiné silencieusement les arts (littéraires, plastiques ou audiovisuels), pour remplacer la valeur spirituelle ou morale par celle marchande. Au point d'être passée de la « Culture » à l'« industrie culturelle », que certains pays occidentaux ont même baptisé « Entertainment », c'est-à-dire le « divertissement culturel ». Un point de non-retour ?

Assurément oui, pour Google et ses fervents soutiens, qui ont donc placé leur destin entre les mains de l'économie de la culture, et en suivent les règles pragmatiques quand bien même celles de la Loi ne les reconnaîtraient pas encore. Faut-il l'accepter et en tirer avantage, ou s'en offusquer et résister ? Les nostalgiques de la France des lettres, et non des chiffres, clameront, tel l'empereur Hadrien, leur volonté de défendre la patrie qu'ils ont toujours connue et aimée face aux révolutions qui la frappent. En face, les hérauts du changement qui ne regardent pas en arrière soutiendront, à l'instar de Pablo Coelho, que « lorsqu'une chose évolue, tout ce qui est autour évolue de même ».

Puisque nous ne saurions nous arrêter là et nous contenter de cette opposition de deux visions, comme au « e-G8 » ou lors du procès conduit par Deny Chin, venons-en au défi de cet article...

Pourquoi ne pas tenter de les associer, de les confronter, de les mélanger, pour satisfaire toutes les parties et susciter un droit d'auteur innovant, numérique et qui assume le statut révolutionnaire de l'Internet ? L'enjeu est de taille: le réseau mondial pourrait bien devenir le troisième temps fort de l'humanité, au même titre que l'architecture et la littérature selon les dires de Victor Hugo (voir Spark 1) et il ne faut pas manquer ce rendez-vous avec l'Histoire.

LICENCES NUMÉRIQUES, SUCCÈS OU ÉCHEC ?

Vous demeurez perplexes face à une telle gageure ? Que diriez-vous si la solution à ce défi d'apparence insurmontable existait déjà ? Si une technologie, ou une conception, avait réussi cette union de deux univers, l'un philosophico-juridique et l'autre commercial-pragmatique, a priori non miscibles ? Si ce médiateur hors pair capable d'emporter l'adhésion de bords antithétiques avait un nom: licences numériques ?

Au risque de surprendre, de décevoir peut-être, le parti est pris ici de laisser de côté les licences propriétaires, au premier rang desquelles les tristement célèbres DRM. Nous y ajoutons volontiers les verrous informatiques dans leur sens le plus large, qui supposent le recours à tel logiciel de lecture (ex: Adobe Digital Editions), à tel périphérique imposé (produits Apple, au hasard), à tel niveau d'abonnement forfaitaire (antivirus ou programmes multipostes), à tel code promotionnel d'un DVD acheté pour disposer d'une version sur PC du film (Warner) voire, au bon système d'exploitation (certains téléphones ne sont pas reconnus comme stockage de masse

par un OS Macintosh). L'explication à ce choix est froidement systémique: toutes ces technologies participent à la protection des intérêts commerciaux des éditeurs de logiciels et des fabricants de matériels. On se situe ici dans un système de propriété industrielle et de brevets numériques, qui relève de l'économie de la culture, et certes pas dans le droit d'auteur stricto sensu, de conception morale.

Or, une fois encore, notre objectif est de réussir l'amalgame entre la vision purement marchande et celle intellectuelle, au sens noble et sans prétention (qui anime un romancier, un chanteur ou un cinéaste pour créer autre chose que de la capilotade commerciale). Les DRM, licences propriétaires, brevets logiciels et autres carcans électroniques, ne le permettent pas.

Devrions-nous nous tourner alors vers d'autres genres de licences numériques, par exemple celles dites libres ? Leur gratuité, ou les idéaux libertaires qui les motivent, ne suffisent évidemment pas à les rendre efficaces ou seulement sympathiques. Mais, après les avoir auditées, force est de reconnaître qu'elles sont pensées avec plus de respect envers le droit d'auteur que celles propriétaires, plus axées sur le droit industriel.

Dans le domaine des licences libres aussi, pléthore de croisés marchent vers le Saint Graal d'un droit d'auteur réinventé. Les plus connues sont la GNU-GPL (General Public License de la FSF, la Free Software Foundation), la BSD (Berkeley Software Distribution) ou les CC (Creative Commons) ;





L'homme aux poils, le vrai, c'est lui : Richard Stallman, toisonnant quinquagénaire, à l'origine de la licence GNU et chantre du logiciel libre et du terme « copyleft ». L'archétype du créatif tel que les financiers se le représentent. Donc infrequentable. Dommage, car aucun d'entre eux n'a le quart des diplômes et des prix que Stallman a reçus. Oui, le créatif est intelligent. Donc visionnaire. C'est peut-être ce qui effraie les businessmen, comme Galilée effraya l'Eglise... Mais au final qui avait raison ?

Ainsi que des dérivés moins fameux: GFDL (de la même FSF), DSL et la française CeCILL (des CEA, CNRS et INRIA réunis). Inutile d'en détailler les attributions, vous les connaissez peut-être et les avez déjà rencontrées une fois au moins lors d'une visite sur Wikipedia ou Flickr. Dans le cas contraire, il suffit d'une recherche en ligne... Toutes ces licences numériques libres se regroupent en deux familles: d'un côté, celles qui tentent de répondre aux exigences induites par la Convention de 1886 (c'est-à-dire de faire le lien entre droits moral et patrimonial, applicables partout) ; de l'autre, celles « open source » qui tentent de doter le web de règles nouvelles, sous l'égide d'un sigle encore mal connu en France: le « Copyleft ».

Vous devinez que ce Copyleft s'oppose au Copyright traditionnel, commercial et marchand. Le choix des mots n'est pas innocent en effet: symétriques, comme les deux parties gauche et droite du corps humain, elles s'opposent surtout

sémantiquement – le droit de copier (« copy right ») qui encadre forcément les usages, est plus restrictif que la cession de copie (« copy left »), laquelle rend optionnelle toute autorisation préalable. La différence entre les deux s'apparente donc à celle entre l'opt-in et l'opt-out.

Le père du Copyleft, le talentueux informaticien Don Hopkins (dont le fils spirituel Richard Stallman a fondé la FSF et les produits GNU), définit ce contrat comme la permission consentie à tous d'exécuter, de copier ou de modifier un programme informatique, et d'en distribuer des versions modifiées. Seule restriction: appliquer les mêmes conditions aux copies nées de votre usage. Le Copyleft et les licences qui s'en réclament (dont la GPL) ont un avantage indéniable: ils ont permis un développement rapide des outils informatiques, une meilleure circulation des logiciels et, plus subjectivement, une hausse probable des vocations parmi les jeunes des années 70 à 80, qui ont vu en cette science éclore un

Ouest lointain, un eldorado vierge où tout était à construire. Pour les hérauts du libre, ces licences-là ont démontré en un quart de siècle que la libéralisation absolue des échanges culturels servirait au mieux la diffusion du Savoir et le progrès de l'humanité. Nous ne contestons pas le bien-fondé de cette appréciation, pour l'informatique en tout cas. Car pour le reste, elles ont leurs limites.

Leur empreinte idéologique tout d'abord: les provocations juvéniles d'Hopkins (qui, avec Micropolis, transposa sur Unix le jeu Sim City, pourtant aux droits réservés) ou celles, plus subtiles, de Stallman (clamant: « le logiciel libre se définit en trois mots: liberté, égalité, fraternité ») peuvent faire sourire mais ne séduisent pas les industriels.

Le monde est ainsi: ces licences, nées de l'opposition d'une frange underground de l'informatique à l'establishment scientifique et économique ambiant, ne sont pas de nature à rassurer les actionnaires.

Ce défaut ne nous importerait que peu, s'il ne rendait pas du même coup le Copyleft inaudible au législateur.

Il est hautement improbable que celui-ci base sa réforme des lois sur une licence libre à ce point militante, dont les contestataires lobbyistes de l'industrie commerciale, souligneraient vite la subversion, le danger pour le « système ».

Difficile, dans ce cas, d'espérer trouver en elles l'exception dont nous parlions tantôt. Quid alors de l'autre famille de ces licences numériques libres, dont l'exemple le plus réputé se nomme Creative Commons ?

L'EXEMPLE CREATIVE COMMONS

Pour ceux qui ne la connaîtraient pas, la licence Creative Commons est en réalité un ensemble de licences, six au total, construites comme un menu concocté à partir de trois prérogatives cumulables.

Il s'agit d'interdire, ou non, l'utilisation commerciale (NC), les modifications (ND), et d'obliger, ou pas, au partage des droits à l'identique (SA), sur le modèle des licences du Copyleft. Le droit de paternité (BY) étant intégré d'office, on obtient six possibilités, de la plus ouverte à la plus restrictive: BY, BY-SA, BY-NC, BY-ND, BY-NC-SA et BY-NC-ND.

Toute l'intelligence de Creative Commons réside dans cette modularité grâce à laquelle la licence couvre toutes les possibilités existantes, tant celles des lois nationales (BY-ND et

BY-ND-NC) que celles du monde du libre (BY-SA et BY-NC-SA). La licence va même plus loin que le Copyleft, avec la version BY (qui autorise à peu près tout) ou la licence particulière CC0. Celle-ci correspond à une cession totale de l'œuvre dans le domaine public, c'est-à-dire à un renoncement des droits patrimoniaux.

Un autre avantage de Creative Commons est sa respectabilité (plus grande que les licences GNU-GPL trop marquées) et sa popularité (qui dépasse l'univers purement logiciel de ces dernières). Il est donc logique que les internautes et des sites influents (Wikipedia, et sa branche Wikimedia Commons, le site de partage de photos Flickr, celui de musique Jamondo ou Google lui-même) plébiscitent Creative Commons depuis plusieurs mois.

On pense avoir trouvé là notre champion...sauf que ces avantages sous-tendent deux faiblesses qu'il faut avoir l'honnêteté de reconnaître.

La première faiblesse est le génome libertaire de Creative Commons. Certes la licence est moins idéologique, et mieux relayée par les sites majeurs, que le Copyleft mais, pour des raisons semblables à ce dernier, elle n'est pas capable de convaincre les industriels. La conséquence est la même: les sociétés privées, les acteurs commerciaux de l'entertainment et, par corollaire, les législateurs de pays conventionnels risquent fort de ne pas lui apporter leur soutien. Et vous pourrez contester, sur la foi de solutions bricolées pour doter Creative Commons d'un pan marchand (exemple, Getty



Images qui permet à un auteur de vendre toute photographie qu'il souhaite, même sans intérêt, au tarif évalué par le site), rien n'y fera. Ces procédés ne sont que des ersatz des verrous propriétaires évoqués quelques pages auparavant, tels les DRM. Ces solutions, outre qu'elles relèvent plutôt de la propriété industrielle que du droit d'auteur, ouvrent aussi la porte à des dérives artistiques – certains clichés placés sous licence Getty Images sont d'une vacuité et d'une indigence sans nom, trahissant les motivations basement matérielles de leurs auteurs. La seconde faiblesse de Creative Commons, plus problématique encore, est que la licence n'a pas été pensée pour harmoniser les législations nationales en matière de droit d'auteur, mais comme un hybride entre le cadre de la Convention de Berne et la liberté du web. Un non-choix, une position de funambule, qui lui porte un grand préjudice: certaines variantes n'ont aucune valeur légale selon le pays ;

Par exemple en France, les licences CCO ou les quatre versions non « ND » (BY, BY-NC, BY-SA et BY-NC-SA) sont un non-sens juridique.

Il n'est pas possible de renoncer à tous ses droits d'auteur (droit moral inaliénable) ou d'autoriser la modification d'une œuvre sans l'accord de son auteur. Les légalistes vont plus loin: même la version BY-NC-ND, la plus stricte, serait invalide chez nous car ne supposant pas l'accord préalable de l'auteur, ce qui enfreint nos lois basées sur un aval explicite. De là à en conclure que Creative Commons n'a aucune valeur juridique dans bien des pays...

Face à ces défauts pour le moins gênants, l'obligation faite aux auteurs et aux utilisateurs, de révérifier les droits à chaque mise à jour de la licence (qui en est à sa troisième version), serait presque anecdotique.

Pour résumer, si la licence Creative Commons paraît s'approcher plus que tout autre de la solution tant recherchée, elle est encore très imparfaite. Peut-être même jusque dans sa nature élémentaire qui, derrière une flopée de sigles a priori novateurs et simplificateurs, ne fait que reproduire sur l'Internet des dispositions législatives nationales compliquées et disparates. Ce qui amène certains experts à se poser ouvertement la question: est-ce là la bonne approche, pour (ré) inventer un droit d'auteur numérique ?

A l'ère de l'Internet et des tétra-octets qui tiennent sur quelques grammes de silice, ces divergences territoriales des

lois sont-elles la base sur laquelle il serait sage de s'appuyer ? Autrement dit, aujourd'hui, une œuvre peut-elle encore se limiter à une appartenance territoriale alors qu'elle est partagée par l'humanité en un instant, et s'adresse donc à celle-ci par défaut ?

Autant d'interrogations qui compliquent le débat et qui ont eu raison de plus d'un législateur, d'une société ou d'un internaute. Peut-être est-ce la raison pour laquelle Creative Commons, malgré ses défauts, les contentent déjà bien assez...

L'HYPOTHÈSE DE LA CRÉATION (VRAIMENT) ORIGINALE DE L'ESPRIT ?

Sauf que nous sommes ici pour élever ce niveau d'exigence dépitée. Et puisque nos pérégrinations semblent n'avoir rien trouvé de plus, pourquoi ne pas formuler d'autres idées, comme une séance de brainstorming ? Celles-ci ne seront peut-être pas la panacée, mais au moins des scénarii plausibles, des hypothèses acceptables et des perspectives réalistes.

La tentation immédiate serait de revoir la définition même du droit d'auteur. Non pas, nous avons prévenu en introduction, en réinventant les théories de la propriété bâties en plusieurs millénaires, mais en atténuant la différence entre approches naturaliste (droit français) et matérialiste (droit anglo-saxon), pour en extraire un fil d'Ariane commun. Faudrait-il pour cela supprimer le pan moral de notre droit d'auteur, et lui

préférer les règles du Copyright ? Ou, au contraire, pousser Bruxelles à suivre le modèle hexagonal qui s'imposerait à tous les pays de l'UE, y compris d'influence anglaise ? En fait, ce serait nous engager là sur une pente glissante: le débat qui nous occupe ne porte pas sur les législations des états ou les politiques territoriales, mais sur l'univers numérique. Même si l'un dépend de l'autre, il n'y a aucun intérêt à reproduire la Convention de Berne, ou même à la transposer au web (ce qui est à peu près déjà le cas).

Et s'il fallait aller plus loin, profiter de la révolution numérique pour repenser, au-delà du droit d'auteur, ce qui le définit lui-même: l'« œuvre originale de l'esprit » ? Là réside en effet un paradoxe, et non des moindres: l'Internet est devenu un marché mondial, où prévaut l'économie de la culture (et dont on ne sait plus s'il est un vecteur de la Culture ou une composante de celle-ci), qui rend son contenu nécessairement marchand. Pourtant, jusqu'à preuve du contraire, tout écrit, toute image, toute ressource, même multimédia, s'assimile encore à une « œuvre originale de l'esprit », donc soumise au droit d'auteur.

Ce décalage pose un vrai problème: la photo de son animal domestique vénéré, la vidéo YouTube des vacances familiales, le commentaire peu constructif de deux syllabes sur un forum...s'agit-il là d'une création « de l'esprit » ?

Un message perclus de fautes en guise d'article d'un blog personnel est-il une « œuvre », au même titre que les 20 tomes des Rougon-Macquart ?

Les photos retouchées, les collections de clips, les spots de publicité aux composantes repiquées de-ci de-là sont-ils raisonnablement « originaux » ? Sur ce sujet, deux conceptions s'opposent. Certains pensent que le manque d'exigence a généré sur le web un no man's land culturel (tout et rien peut y valoir n'importe quoi), ce qui a nu à la qualité et à la respectabilité des vrais artistes. C'est un problème comparable à la crise d'identité qu'ont connue les journalistes à la fin des années 2000, face à l'émergence de bloggeurs passionnés mais perçus par certains comme une concurrence déloyale. D'autres, à l'inverse, estiment que nul ne peut juger de la valeur artistique d'une « œuvre », en tout cas d'une création, pas plus que de son originalité. Se rapprochant ainsi de l'économie de la culture, ils substituent à cette valeur artistique la valeur de popularité, dont les internautes sont les seuls décideurs. Leur argumentation est rodée: si le XXe siècle avait été ainsi bâillonné, Andy Warhol ou les compressions de César n'auraient jamais été découverts...

Parce qu'il est difficile de trancher cette question – qui définit l'originalité d'une oeuvre et comment ? – on peut commencer par la défricher avec des propositions concrètes. Un label, délivré par un organisme non commercial, non gouvernemental et indépendant, ou sur la base d'une simple déclaration de l'auteur sur l'honneur, serait une possibilité (des sites évaluent déjà la valeur de votre cliché, un service pourrait naître autour de la recherche d'une originalité véritable). On pourrait aussi imaginer de séparer en deux statuts distincts, les « oeuvres » originales de l'esprit et celles qui relèvent plus modestement d'un « travail » de l'esprit, même si là aussi on

peut s'interroger sur les moyens d'opérer la différenciation. Enfin, on peut évoquer la piste, déjà maintes fois ébauchée, d'une « identité numérique » des individus, dans un certificat sécurisé ou un « pass » crypté, qui servirait à signer les œuvres numériques et à contourner le problème de paternité face à des pseudonymes alambiqués...Autant de solutions à explorer, même si nombre d'internautes les jugeront encore insatisfaisantes, puisque toujours trop restrictives face au vent de liberté qui souffle dans l'esprit des pionniers du réseau. Dernière option – ceux-ci s'en réjouissent d'avance: choisir de ne pas choisir, mais nous ne sommes pas là pour conclure ainsi.

LES SOLUTIONS: MÉTALICENCE ET CO-MARQUAGE

Car même si l'on se résout finalement, par dépit ou par modestie, à ne pas refonder seuls la philosophie du droit d'auteur et la nature d'une œuvre de l'esprit, il nous reste encore la quête de nouveaux moyens techniques, pour faire seoir le droit d'auteur traditionnel à l'univers numérique. Ou l'inverse. Nous avons déjà expliqué qu'aucune des solutions existantes, des DRM aux brevets informatiques, en passant par les licences libres du Copyleft et Creative Commons, n'était suffisamment solide et acceptée de tous pour constituer un standard. L'objectif serait donc, pour en terminer, de proposer des formats susceptibles, eux, d'y réussir.

En préalable, il faudrait dresser la liste des éléments qui aident à protéger une œuvre et que ces logiciels prendraient en compte. Ces éléments peuvent être personnels (nom, prénom, date de naissance, pays d'origine), pratiques

(adresses de contact) ou juridiques (autorisations et restrictions consenties, sur le modèle des lois conventionnelles ou des licences numériques). Ils feraient partie intégrante de l'œuvre et, en informatique, le procédé le plus efficace est de recourir aux métadonnées, qui s'apparentent aux propriétés d'un fichier, aux « tags » d'un MP3, ou aux branches d'un arbre XML. Les avantages en seraient nombreux ; pour l'auteur, plus besoin de rechercher des solutions compliquées, protégeant ses œuvres contre paiement: il lui suffirait de générer la liste de métadonnées une fois et de l'associer à chaque élément multimédia à protéger (comme on joint une carte de visite à un email) quitte à n'en modifier que les renseignements liés à l'œuvre.

Pour l'utilisateur, plus besoin de courir après le site qui explique des sigles abscons, de contacter l'auteur et d'attendre une réponse plusieurs jours durant ou, tout simplement, de se mettre hors des clous en ne se posant pas les bonnes questions (voire aucune).

Il s'agit bien là d'une piste sérieuse à explorer, pour uniformiser et standardiser de tels fichiers de métadonnées. Les exemples existent déjà et, bien qu'encore confidentiels face au grand public, ils vont exactement dans ce sens: Dublin Core, Exif (EXchangeable Image File) ou XMP (Extensible Metadata Platform). Pour exploiter au mieux le potentiel de ces métadonnées transformées alors en une « métalicence », le mieux serait encore que nos navigateurs web soient capables de la lire et de l'interpréter (d'où l'importance d'un formalisme).



Le W3C y travaille mais rien de concret n'a encore émergé. Dommage: imaginez que les logiciels vous indiquent d'un seul clic si une ressource multimédia peut ou non être copiée, exploitée ou modifiée, sur la seule foi de cette métallicence ? Bien sûr, pour éviter d'en corrompre l'intégrité par un simple éditeur hexadécimal, des sécurités devraient être envisagées (cryptage, watermark sécurisé dans le contenu du fichier, etc.).

Il faudrait aussi ne pas se limiter aux images, aux vidéos ou aux sons, et s'interroger sur le texte brut: comment lui lier des métadonnées – de surcroît sans l'alourdir de trop ?

Une deuxième solution, un peu plus structurée, est celle du Co-marquage, qui consiste à renforcer la sécurité des données par une double empreinte – par exemple côté client et côté serveur. Une approche comparable à la vérification d'une clef CD entrée par un usager, vérifiée ensuite auprès d'un serveur distant pour s'assurer qu'un logiciel ou un système d'exploitation est authentique. Le Co-marquage pourrait même être utilisé en association avec la métallicence: les logiciels, avant de livrer leur verdict, contacteraient un serveur pour s'assurer que la métallicence qu'ils interprètent est bien valide et à jour.

Ce système offre à son tour d'autres avantages: si l'auteur vient à souhaiter changer les métadonnées de l'une de ses œuvres (titre ou même licence consentie), il lui suffirait de le déclarer auprès du site de marquage. En quelques secondes, toutes les copies de cette œuvre afficheraient alors les nouvelles métadonnées, sans que ni l'auteur ni les usagers ou les webmasters aient à faire quoi que ce soit d'autre.

Une question se pose néanmoins: quelle société, privée ou parapublique, existante ou pas, serait prête à jouer ce rôle de serveur de contrôle des droits de toutes les œuvres numériques au monde ? Il faudrait des serveurs par milliers – à ce jour, seuls Google, Microsoft et Yahoo semblent en être économiquement capables. D'où une seconde interrogation: le risque ne serait-il pas réel que, alléchées par les perspectives de gains massifs et de puissance, ces sociétés rendent rapidement le concept payant, ce qui nous ramènerait au même point qu'avec les DRM et leurs dérivés ? Métallicence

et co-marquage ne peuvent donc exprimer leur potentiel que s'ils sont pensés dans l'esprit ouvert qui caractérise l'Internet. Et de rêver d'une solution au contraire décentralisée, par exemple via le protocole P2P, qui permettrait de répercuter sur tout le réseau un changement de licence à partir de l'un des postes de la chaîne. Une solution qui existe déjà pour la monnaie virtuelle (Bitcoin) et donc loin d'être irréalisable pour tout autre objet de valeur, y compris culturel.

ALTA ALATIS PATENT

Que de chemin parcouru depuis l'annonce sans (autant d') ambages de John Simpson et de Consumer Watchdog ! Arrivés ici, la position de l'association contre Google nous semble moins indiscutable. D'accord, le vol de propriété est un délit et Google ne pouvait qu'être condamné. D'accord, il conviendra d'avoir l'autorisation des ayants-droit...Mais cela signifie-t-il en passer par un processus aussi complexe et contractualisé qu'aujourd'hui ?

La question, surprenante, est pourtant légitime: l'Internet est le premier médium de l'Histoire à être actif 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, depuis n'importe quel point du globe. Pourquoi ne pas considérer le droit d'auteur moderne à la lumière de la célérité et de la réactivité des outils entre nos mains ?

Puisque le droit d'auteur du XXI^e siècle ne peut se repenser aux plans des Etats (trop marqués par les différences culturelles, sociologiques ou territoriales dont les législations sont le symptôme), pas plus que l'on ne peut raisonnablement

restreindre le droit à la création, juger d'une originalité d'une œuvre sous peine de verser dans l'élitisme ou l'eugénisme intellectuel... C'est bien dans la technologie que se trouve le potentiel de cette (r)évolution.

Un potentiel à exploiter rapidement car l'enjeu est important: certains Etats, et l'e-G8 en est le dernier parangon, aimeraient restreindre l'Internet à sa seule branche marchande, le plongeant dans un état cataleptique sinon indolent, d'un parc d'attraction mondial régi par l'argent.

Un lieu où l'économie de la culture s'appliquerait de la façon la plus désavantageuse qui soit, c'est-à-dire aux mains de quelques-uns parmi les plus puissants, continuant de gagner toujours plus au détriment de clients condamnés à créer toujours moins par eux-mêmes.

Ce serait le pire scénario, celui qui nierait le formidable outil de création, d'échange et de partage, commercial mais aussi artistique, qu'est l'Internet pour chaque être humain (grâce auquel il peut devenir auteur, créateur, vendeur, producteur, etc.).

Face à ce risque, pas très lointain, le défi est tout aussi grand de ne plus opposer vainement gratuité idéologique et monétisation boursière de la création – ce qui sert l'intérêt des adversaires du web. Le chemin du salut réside plutôt dans l'acceptation, par tous les bords et avec toutes les conséquences que cela suppose en termes d'évolution de la Loi, d'une réalité:

L'Internet permet aux créateurs-individus de vivre de leur travail ou de leur passion.

Cette reconnaissance serait l'aboutissement du destin du WWW, tel que son fondateur Sir Tim Berners-Lee l'a voulu en 1994: entre autres choses, une sorte de mécénat mondial, global et décentralisé. Elle serait aussi une bonne nouvelle, tant pour les chantres du progrès et les révolutionnaires du web, c'est évident, mais également, croyez-le ou non, pour les mélancoliques de la France des Lumières – quand, de Gutenberg aux événements de 1789, un écrivain ne pouvait vivre de sa plume que grâce à des mécènes encore désintéressés par l'argent, religieux ou aristocrates, dont les majors sont de moins fidèles descendants que le web...

C'est bien la preuve qu'il est possible de définir un droit d'auteur respectueux tout à la fois de l'économie de la culture moderne et de l'histoire du Vieux monde.

Possible, si tous les acteurs de l'Internet sont prêts à faire leur cet adage:

« Une chose n'est pas juste parce qu'elle est loi ; mais elle doit être loi parce qu'elle est juste ».

En tendant l'oreille on pourrait entendre un autre précurseur, Montesquieu, nous le chuchoter par-delà les siècles.

En France : les éditeurs abdiquent face à Google

Le 6 septembre dernier, les trois éditeurs français Flammarion, Gallimard et Albin Michel (qui avaient assigné Google en justice, pour contrefaçon, ainsi que nous l'avons dit au début de cet article) ont renoncé à poursuivre l'américain. Bien que la raison officielle soit de « favoriser la reprise des discussions entre le Syndicat national de l'édition (SNE) et Google autour de la numérisation des livres sous droits et (de) rechercher une solution amiable », les spécialistes y ont vu surtout la preuve éclatante de la fébrilité de nos éditeurs gaulois, face aux moyens colossaux de la firme californienne. Une fébrilité qui ne pourra désormais que s'accroître, au fur et à mesure que Google matera les retors, et qui, déjà cet été, avait enjoint deux autres de nos éditeurs influents à négocier (Hachette et La Martinière, pourtant en procès depuis 2006). Avec ces trois nouvelles prises de guerre, c'est tout le SNE, soit 580 éditeurs français, qui se dirige vers un accord amiable. De gré ou de force ? Peu importe: Google deviendrait incontournable – et qui pourra alors l'empêcher d'influencer (par exemple sur son moteur de recherche, même s'il s'en défend) les lectures, de dicter les genres littéraires, donc les savoirs à privilégier ? Allez encore un effort: il ne reste plus qu'à rafler les fonds de la BNF, et la stratégie de la rue de Valois aura été un échec sur toute la ligne. De notre côté, nous n'aurons qu'à constater le beau gâchis: en refusant de céder à l'américain depuis 6 ans, mais en ne mettant aucun moyen en conséquence pour conserver notre indépendance intellectuelle et technique, nous avons fini par devoir suivre la caravane. Un échec prévisible, qui rappelle celui de notre industrie musicale, et qui émiette un peu plus notre patrimoine en déliquescence constante. Un patrimoine dont nous ne sommes plus tout à fait maîtres...or un pays qui ne décide plus de la diffusion de sa culture, est-il encore une nation souveraine ?

the factory

Observation d'une méthode de développement. Avec intervention des créateurs.



mercure montant

L'histoire de cet article commence au TGS de 2009. Je devais être en train de faire la queue pour je ne sais plus quoi, dans la dernière heure du salon. Distrayant par l'attente, je remarquai alors sur le grand écran du stand Konami, de l'autre côté de là où je me trouvais, un trailer inédit. Celui de Castlevania, Lords of Shadow. Ce trailer était exceptionnel. Il ne dévoilait pas grand-chose, l'orchestration de la musique était magistrale, et la voix off laissait planer une aura de mystère, se concluant dans l'apparition des masques présents dans le jeu, avec cette phrase mêlant habilement méfiance et espoir: « *Can it really bring the Dead back ?* ».

Ce n'est que plus tard que je me rendais compte que le jeu n'était en fait pas réalisé par Konami en interne, malgré les apparences (au passage, la structure KCET, Konami Computer Entertainment Tokyo, ou Konami Computer Entertainment Transylvania pour les petits malins, responsable de la série des Castlevania originale, avait été dissoute et absorbée par la société mère en 2005), mais par Mercury Steam, petit studio espagnol, déjà responsable du jeu Jericho, basé sur l'univers de Clive Barker, sorti en 2007.

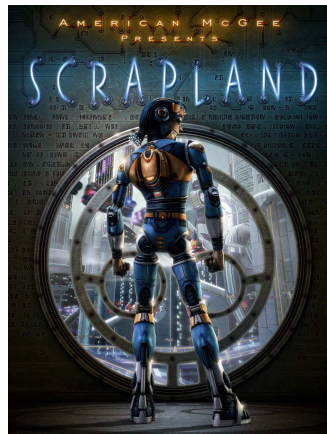
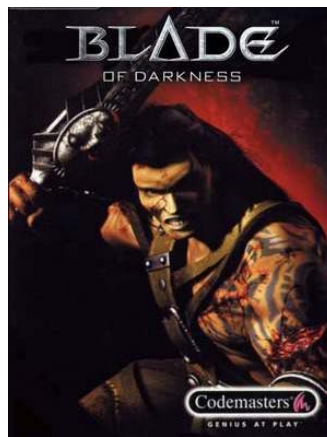
Et c'est justement cet aspect, qui en soit, est surprenant. Le fait qu'un géant japonais du jeu vidéo sous-traite l'une de ses plus grandes franchises, pour un jeu sur des consoles de salon, est inhabituel, même si c'est clairement une tendance émergente: Capcom, fer de lance dans le domaine, sous-traite déjà avec plus ou moins de bonheur la plupart de ses jeux à l'extérieur (Devil May Cry 5, BioHazard 5, ou encore le prochain Asura's Wrath) et Konami l'a déjà fait

Enric Alvarez, CEO de Mercury Steam, Madrid



(avec moins de réussite, certes) avec Silent Hill aussi. Mais Castlevania, c'est une série qui a 25 ans d'histoire... depuis la NES. D'autre part, le studio en charge du développement, Mercury Steam est relativement peu connu du grand public et a pour responsabilité de produire un titre triple-A sous l'étendard Konami, soutenu par Kojima Productions.

Tous ces aspects étaient suffisamment hors du commun pour nous convaincre de revenir en détail sur ce projet avec Mercury Steam, par l'intermédiaire du directeur du studio, Enric Alvarez, basé à Madrid. C'est lors d'un entretien en face à face (merci Silentzen) que nous avons pu en apprendre plus sur les dessous de la création du jeu.



Pour les nouveaux venus, Mercury Steam est donc un nom qui n'évoque sans doute pas grand-chose. Enric nous relate lui-même les origines du studio:

« Nous avons créé l'entreprise en 2002 – on était plusieurs membres d'un studio qui venait de disparaître, Rebel Act Studio. Rebel Act n'avait créé qu'un seul jeu, Blade of Darkness. Au moment où il est sorti, il a connu un petit succès dans le top 10 des ventes en Angleterre et en Allemagne. En France, je ne sais pas s'il a marché, mais aux US ça a été un échec total, un vrai désastre. C'était un jeu d'épée et de sorcellerie, qui a bien fonctionné parce qu'il avait un système de combat plutôt bien pensé, inspiré de Zelda. »

Ces propos corroborent ce qui avait été déclaré en 2003 par Juan Diaz Bustamante, employé de Rebel Act Studio en son temps, suite aux mauvaises ventes de Blade: « Blade a commencé en haut des ventes dans toute l'Europe pour disparaître quasiment immédiatement. Quant au marché américain, il est TRÈS compliqué. C'est très rare qu'un jeu européen atteigne le haut des ventes là-bas. Et si c'est vraiment l'objectif à atteindre, il faut une campagne marketing longue d'une année pour espérer y arriver. Une des personnes d'Activision qui visitait nos bureaux un jour avait bien résumé la situation: « Dans un pays sans aucun pionnier en termes de développement de jeu vidéo, c'est à peine croyable de voir une équipe aussi peu expérimentée en développement et en management, sans soutien d'une grosse structure, arriver à finir et à lancer un jeu aussi complexe. » Dans les faits, Blade nous a pris beaucoup trop de temps (Rebel Act Studio a été fondé en juin 1996 et le jeu est sorti en février 2001), et nous a donc coûté trop

d'argent, mais si les ventes avaient été meilleures nous aurions quand même pu recouvrer les coûts. »

A cause des ventes décevantes dans la plupart des géographies, Enric raconte que « l'entreprise met la clef sous la porte. On se retrouve une paire de gens sans taf dans la rue, sur le point de rentrer dans nos villes respectives, parce la plupart d'entre nous venaient d'en dehors de Madrid. Madrid ce n'est pas une ville où tu viens la plupart du temps, sauf pour le boulot. » En effet, même si l'industrie du jeu vidéo est encore balbutiante en Espagne, le peu de cette industrie se situe à Madrid. Enric est originaire de Gérone, au nord de Barcelone, et à 700 bornes de Madrid. « Je suis venu pour Rebel Act, et tous les gens de l'équipe venaient aussi

Madrid et l'une de ses rues historiques, et à gauche, les deux premiers jeux de l'équipe de Mercury Steam: Blade, sous le label Rebel Act, et Scrapland sous le nom de studio Mercury Steam. Deux titres au succès mitigé...

d'autres villes en Espagne.» Malgré la banqueroute de Rebel Act, l'équipe décide de rester unie et de retenter sa chance.

« Le noyau dur a décidé de s'associer, en se disant que même pauvres, nous avions la force d'être un groupe. Et ça a fait la différence: on a été capables de trouver des associés, qui financièrement ont donné une solidité à notre projet. Ces associés se sont joints à nous parce qu'ils croyaient à nos idées. Ils ont réussi à sécuriser des crédits auprès des banques, permettant à leur tour la création de Mercury Steam, puis le financement de notre premier jeu sous cette enseigne, Scrapland. »

Mais une fois encore, le projet tourne mal: « Ce projet fut un désastre... qui nous a complètement ruiné.

Alors qu'on était à une semaine de fermer les portes du studio, l'offre de Codemasters pour développer Jéricho est tombée. Ça nous a sauvé. »

Même si vous n'y avez jamais joué, vous avez sans doute entendu parler de Jericho, sorti en 2007. Ce n'est pas tous les jours qu'un FPS original sort, avec une ambiance particulièrement réussie. Après deux projets sans succès, on peut cependant se poser la question: comment Codemasters a décidé de les financer pour développer ce titre ?

Une chose est sûre: ce n'est pas grâce à Scrapland, selon les dires d'Enric. Pendant l'entretien, il se lève et va chercher un encadré derrière des moniteurs de la salle de réunion.

Dans le cadre, on y voit une fillette au visage monstrueux, comme écorchée. « En fait, les gens de Codemasters sont venus pour ça. Cette image que tu vois correspond à une petite vidéo créée en 2005, qui tournait en temps réel, dans laquelle une petite fille possédée parlait avec une personne hors champ. On était tellement mal en point qu'on ne pouvait pas se permettre de modéliser un second personnage. Cette séquence était inspirée de l'Exorciste de William Friedkin. Je suis allé acheter le film, on a récupéré le son de d'une séquence qu'on a monté avec ces 15 secondes d'images générées en temps réel... On envoie cette petite vidéo de 15 secondes à Codemasters, qui n'est ni plus ni moins qu'un teaser fait dans un dernier effort commun... et à partir de là, le téléphone s'est mis à sonner ! C'est curieux, cela faisait une bonne année qu'on essayait de convaincre les éditeurs par le biais de démos

La clef de la survie de Mercury Steam en une image



super alambiquées, des documentations super précises. Ça nous a servi de leçon: En réalité, tu n'as que quinze secondes pour convaincre quelqu'un de quelque chose. On avait décidé de fermer la boîte, et deux semaines, on ne pouvait faire que ça pour trouver une échappatoire. »

Mais avec le recul, Enric n'est pas complètement satisfait de leur production: « Si je la regarde à présent, j'en vois désormais tous les défauts. » Mais l'important n'est pas là. Cette vidéo a été une sacrée carte de visite quant au savoir-faire de Mercury Steam: « Le truc le plus dingue quand on a sorti ce truc-là, c'est que personne ne croyait que c'était fait en temps réel. Il y a eu aussi des réactions marrantes, genre « vous vous foutez de nous, vous avez pris un gars et mis un masque sur sa tête, ce n'est pas issu d'un jeu. » Tout était

fait avec les moyens du bord, on n'avait pas le temps, pas l'argent pour de la MoCap. C'était vraiment fait à l'arrache. Mais la grande différence, c'est que ça faisait mouche. Même aujourd'hui quand on le revoit ça fait toujours son petit effet. »

D'ailleurs, ne cherchez à mettre la main sur cette vidéo, elle n'est disponible nulle part. Mercury Steam la garde à titre privé et il n'est question de la sortir des tiroirs. C'est dommage, mais ce sont des petits secrets qui stimulent l'imaginaire.

La vidéo fait sensation chez Codemasters et permet à Mercury Steam de décrocher un grand projet, Jericho. Mais alors que les attentes étaient grandes chez le petit studio qui sortait enfin d'un marasme qui avait trop duré, tout ne se passa pas comme prévu avec l'éditeur en question. Encore aujourd'hui, Enric reste amer à ce sujet:

« Le développement de Jericho a été une expérience aigre-douce. »

« D'un côté, je serai toute ma vie reconnaissant à Codemasters parce qu'ils nous ont sauvé la vie, et de l'autre, la manière dont l'éditeur gérait le développement extérieur ne nous enthousiasmait guère. Un développement extérieur, c'est compliqué pour un éditeur, parce qu'il y a beaucoup d'argent en jeu et qu'ils veulent avoir un contrôle sur cet argent. Et donc, ce contrôle finit par perturber la production. Cela demande des tonnes de documents dans les deux sens, ça engendre un tas de malentendus, un tas de ralentissement dans les décisions qui devraient couler de source.



Tout ça est souvent dû à un manque de confiance. Sûrement quelqu'un devait dire chez l'éditeur, « Surveillez ces petits espagnols, ce n'est pas très clair pour nous s'ils savent ou non ce qu'ils font. » Comme toujours dans la vie, les choses sont ni jamais noires ni blanches, elles sont grises, avec des nuances. Nous étions très contents, mais on se doutait un peu que le jeu qui sortirait de cette collaboration n'allait pas être celui qu'on espérait.»

« Et... c'est exactement ce qui s'est passé. Si l'on prend l'analogie du cinéma, c'est comme si tu étais le réalisateur du film, avec des producteurs internes ici en Espagne, et Codemasters dans un rôle équivalent à celui d'un producteur exécutif. Et ça c'est l'éternelle histoire du ciné: plus le réalisateur a de prestige ou de pouvoir, moins il laisse le studio mettre le nez dans son travail. »

Malgré cette relation bancale, Jericho finit tant bien que mal par sortir: « Ce genre de situation, ça peut se terminer bien mais ça peut aussi se terminer très mal. Jericho a donné comme résultat un jeu irrégulier. Un jeu qui, quand il brille, brille beaucoup, mais qui a des carences fondamentales au niveau des mécanismes fondamentaux. La pire erreur, sans aucun doute, est de prétendre avoir un survival horror et en même temps progresser avec une équipe de 6 brutes armées jusqu'aux dents, qui à chaque fois qu'elle arrive, défonce tout. Ça, c'est impossible. Mais c'était imposé. Le reste du temps, le jeu pêche sur d'autres points, mais la faute ne revient pas qu'à Codemasters, nous avons aussi notre part de responsabilité là-dedans. C'était notre premier FPS, c'était le début des next-gen, et de plus on faisait le jeu pour trois plateformes simultanément, Xbox 360, PS3 et PC, cette dernière étant la plateforme de développement. »

Après deux projets relativement désastreux, Jericho sort sous de meilleures auspices, et même si ce n'est pas encore la consécration pour Mercury Steam, c'est loin d'être un ratage: « Jericho a atteint le million d'unités mais après 2 à 3 ans sur le marché. Le problème, c'est que son prix a été revu à la baisse très rapidement, et malgré un démarrage intéressant, le jeu n'a pas trop fonctionné. »

L'important, c'est que l'équipe de Mercury Steam a beaucoup appris. Ils ont réussi à boucler un projet de grande envergure, et ont pris conscience de leur propre potentiel, et de la stratégie de développement à adopter pour la suite: « Jericho nous a donné la sensation que si nous voulions faire quelque chose de remarquable, les éditeurs devaient nous laisser faire, nous laisser nous tromper, parce qu'on n'apprend pas des erreurs des autres mais avec ses propres erreurs. »

Hideo Kojima et David Cox



Malgré le succès mitigé de Jericho et des relations relativement houleuses avec ses développeurs, Codemasters souhaitait continuer travailler avec Mercury Steam. Mais pour Enric, continuer sur les bases de cette relation ne pouvait pas les satisfaire: « De notre côté, nous savions qu'avec eux, jamais nous n'arriverions à nous émanciper... »

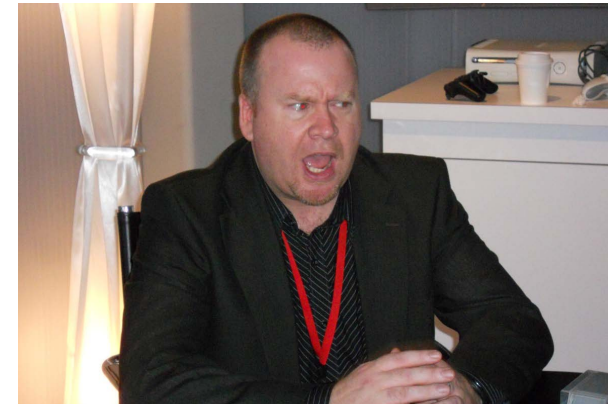
C'est à ce moment-la qu'une rencontre, salutaire, a lieu avec un représentant de Konami. « Konami nous a donné une autre impression: celle d'être intéressé par notre vision. D'ailleurs, la première chose que m'a dit David Cox (Producteur à Konami Europe) quand il est venu nous rendre visite au studio fût, littéralement « si cela (nous) intéressait de participer à la renaissance de Castlevania sur Next-gen ». On connaissait déjà David Cox, vu qu'on avait fait une tournée dans toute l'Europe pour rendre visite à divers éditeurs par le passé. Tout de suite, on s'est rendus compte qu'on parlait

le même langage, malgré le fait qu'à cette époque-là, je baragouinai juste deux mots d'anglais et la présence d'une traductrice était nécessaire. Au-delà de cette barrière, avec David, ça a tout de suite fonctionné. Konami a posé en interne la question d'un processus de pitching pour décider à qui ils allaient donner le développement du jeu (entre Konami Europe, USA et Japon). C'est là que David a dit « vous êtes capables de le faire. J'aurais besoin d'un petit teaser avec vos idées et votre propre technologie. »

Un bon contact, des intentions nobles (remarquez le « vos » idées), les moyens d'une grande structure, quoi de mieux pour une équipe en quête d'affirmation?

« Plusieurs studios étaient sur le coup, mais nous étions essentiellement en compétition face à un studio interne chez Konami Japon. Ils avaient un projet assez avancé, à moitié de développement. Je n'en sais pas plus. Nous nous sommes concentrés sur la présentation du teaser, enfermés dans notre coin. Après tout, c'est quand même la saga Castlevania, 25 ans d'histoire du jeu vidéo, il y avait de quoi avoir la pression. C'était difficile à croire tellement c'est un nom ronflant, nous laissant en proie à ce que le rêve s'évanouisse à tout moment. Le plus marquant à cette époque, chose qu'aujourd'hui je peux dire avec le recul, c'est que Konami n'était vraiment pas intéressé pour nous inonder d'informations ou nous diriger. Ils voulaient vraiment du sang frais, nous laisser une marge de manœuvre. Du sang frais, on ne pouvait pas trouver mieux comme expression pour un jeu de vampire. » Il est d'ailleurs pertinent de dresser un parallèle avec ce que disait David Cox juste avant la sortie

David Cox, le bienfaiteur de Mercury Steam, ici la bouche ouverte



du jeu, vers la fin 2010. Konami souhaitait depuis longtemps produire un Castlevania en 3D, pour attirer le grand public, puisque le marché des jeux 2D est progressivement devenu très restreint avec les années. « La plupart des gens veulent désormais jouer à un jeu d'action-aventure 3D avec des visuels à la hauteur ». Konami s'y était pourtant déjà essayé, à l'ère de la Nintendo64, sans succès. David Cox attribue ces échecs au fait que Konami essayait simplement de convertir les jeux 2D en 3D, sans comprendre la nécessité d'adaptation. « Nous pensions que ce qu'il fallait faire, c'était revenir à ce qui constituait vraiment le noyau de Castlevania, et créer un jeu 3D à partir de là. Et pour ça, nous avions besoin d'un maximum de liberté pour expérimenter avec cette idée. C'est une des choses qui inquiétait Konami Japon: le fait de vouloir conserver notre instinct créatif.

Quelques itérations de la série des Castlevania: Symphony of the Night, l'un des meilleurs épisodes 2D, sur PS1, suivi de Castlevania, version 3D, pour la N64, bien nul sous tous les aspects.



Dans ce projet, nous ne voulions personne au-dessus de nos épaules, en train de nous dire: « vous ne pouvez pas faire ça ». Kojima Productions nous a laissé cette liberté, et nous a conseillé. Mais ils avaient été très clairs, dès le début, sur le fait qu'ils n'avaient pas l'intention d'interférer avec le développement. » En termes de pitch, la direction au Japon voulait clairement changer l'orientation de la série: « Le message de la direction pouvait se résumer ainsi: « Nous voulons faire un jeu plus populaire qui attire l'audience occidentale » et nous devons trouver un pitch pour répondre à cet objectif. Notre proposition était tout à fait dans la lignée de ce que voyez actuellement: un monde adulte, plus sombre, plus réaliste. Je pense que les gens étaient intrigués, mais ne le comprenaient pas vraiment. Du côté japonais, il y avait une sorte d'hésitation vis-à-vis de cette approche. »

D'ailleurs, même chez Konami, l'idée a pris du temps avant de mûrir. David Cox explique que tout aurait pu se terminer rapidement: « On a passé un an pour faire décoller cette idée, en la pitchant et montrant nos progrès au management. Nous arrivèrent à un point où ils nous dirent « stop, ça ne nous intéresse pas, on va tuer ce projet ». Alors je leur demandai de me laisser au moins 15 minutes pour leur montrer ce qui avait été fait. Après la présentation, ils ne tenaient plus le même discours: « Ca a l'air assez cool. Faites un prototype. »

Retour à Madrid. Enric raconte que Konami, après avoir vu la vidéo de présentation qu'ils avaient réalisé pour l'occasion, leur donnent le droit de développer le jeu. Pour ceux que ça intéresse, cette vidéo a été récemment dévoilée par un site

espagnol, et donnait déjà une bonne idée de ce à quoi le jeu final allait ressembler. Et la vision de départ des artistes de Mercury Steam est vraiment restée intacte jusqu'au lancement.

LE DÉVELOPPEMENT DE CASTLEVANIA

Les gens de Mercury Steam viennent de gagner le gros lot. Les voilà enfin dans une situation où ils sont responsables d'un projet en or issu d'une illustre franchise, en partenariat avec un éditeur qui comprend leur instinct créatif. La motivation est forte, et le studio va travailler en sous-marin dans un premier temps: « On était conscient qu'avec quelque chose de cette magnitude, il nous serait plus profitable de nous isoler, car les attentes pouvaient être une source de pression négative. Ce jeu, c'était un genre complètement nouveau pour nous, nous n'avions jamais fait de Hack'n Slash. On savait clairement ce qu'on voulait faire mais on ne l'avait jamais fait. Konami était conscient du risque de ne pas avoir le résultat escompté, d'où notre choix de rester dans l'ombre autant avec notre éditeur qu'avec le reste du monde. »

Ce qui n'avait peut-être pas été possible avec Codemasters, l'est devenu avec Konami, puisque l'éditeur laisse le temps à Mercury Steam de cogiter dans son coin sans supervision, grâce en particulier à leur bienfaiteur:

« En interne chez Konami, David Cox, bien qu'étant en Europe, a un certain pouvoir dans la structure globale, au niveau des développements en Europe. On s'était mis d'accord sur le fait de travailler au maximum et de ne pas créer de faux espoirs jusqu'à ce qu'on voit si ce que nous faisons allait être à la hauteur de la saga. »

Lords of Shadow a souvent été critiqué, à sa sortie, sur le fait qu'il ne reprenait quasiment pas les mécanismes de jeu de la série des Castlevania 2D. Mais c'était justement ce que souhaitaient aussi bien Mercury Steam que Konami: « Une de nos premières décisions était de ne pas suivre le modèle de jeu des Castlevania de ces 10 dernières années. Ça ne correspondait pas à notre vision et Konami était complètement d'accord avec ce principe. On s'est retrouvé dans une situation où dès le départ, l'histoire proposée, le modèle de jeu présenté leur convenait (sur papier), et la relation a été idéale car ils ne nous ont pas retiré l'initiative créative. Si le développeur ne l'a pas, tout le développement en souffre. On a vraiment eu carte blanche, j'insiste sur ce point. On a été impressionnés que Konami respecte à ce point notre vision des choses. »

On pourrait croire que Konami ait quand même exercé un peu de supervision au niveau du look des personnages, des décors, etc... mais en fait, quasiment pas: « Artistiquement, on était aux commandes. On leur montrait notre vision et ils ont toujours dit oui. Plus l'éditeur se sent impliqué, mieux c'est. Ça a permis aux Concept Artists et aux autres artistes de progresser sereinement, et à mon humble avis ils ont réussi un travail plutôt brillant. »

Comme dans la plupart des projets de longue haleine, tout ne se passe pas comme prévu, et le développement de jeu vidéo ne fait pas exception à cette règle. Les questions surgissent au fur et à mesure que les équipes progressent, et c'est dans ce genre de situations-là, quand les doutes font



Les choix artistiques de Mercury Steam ont semblé-t-il être respectés de bout en bout.

surface, que la relation avec l'éditeur devient primordiale: « Au fur et à mesure que tu construis le jeu, tu te rends compte des erreurs de ton concept initial. Développer un jeu vidéo, c'est finalement deux phases: une de pré-production plus ou moins longue suivie d'une phase de production qui met en œuvre ce que tu as prévu à la base. Cette deuxième phase sert aussi à corriger toutes les jugements erronés effectués initialement. Des décisions doivent être prises tous les jours, pour résoudre un problème ou un autre. Les ennuis s'accroissent, et tu ne t'en sors plus si tu dois négocier chaque détail. C'est ce qui nous est arrivé avec les gens de Codemasters. Ils ne nous faisaient pas confiance et ne nous donnaient pas l'initiative. Bref, ils

étaient toujours très méfiants à notre égard. Il fallait tout leur démontrer, il y avait toujours quelque chose qui n'allait pas. Par exemple, si nous pensions que le système d'ordres dans Jericho devait être comme ça, nous devions écrire un document pour justifier l'intérêt de l'idée. C'est une perte de temps.

Avec Konami, la chance qu'on a eu, c'est d'avoir David Cox, une personne qui comprenait le business et le développement, un type que tu peux inclure dans une réunion sur le design. Il ne va pas te raconter des énormités. Il ne va pas proposer des choses complètement impossibles. Il est focalisé sur le projet et il est membre de l'équipe à part entière.

Quand je prends une décision en termes de réalisation, j'attends que l'équipe de développement et l'éditeur m'accompagnent dans ce choix. Après, il y a un million de manières différentes pour arriver au résultat final. »

Rétrospectivement, travailler avec Codemasters aura clairement aidé l'équipe de Mercury Steam à savoir ce qu'ils voulaient et leur permettre enfin de voler de leurs propres ailes: *« Ceci dit, malgré ces difficultés avec Codemasters, l'expérience a été bénéfique en termes de vécu de studio. »*

Le travail à Mercury Steam commence avec une équipe de taille relativement restreinte, pour effectuer toute la planification nécessaire: *« Le projet a commencé à 25 personnes. Toute l'équipe est entièrement espagnole, et nous tenions surtout à ne pas impliquer plus de personnes. On a débuté avec le scénario, j'ai rédigé l'histoire, on a réparti toutes les tâches, les missions, on a préparé les cinématiques via un travail de pré-production très extensif. Les combats ont été réalisés par un autre membre de l'équipe design, qui ne s'est occupé que de ça. Hiérarchiquement je restais au dessus, mais il avait ma confiance absolue. Les combats, les ennemis et l'IA ont été préparés, manipulés, par le département de l'IA et par cette personne. D'autre part, on savait que le jeu allait être complet et qu'il allait nécessiter la Motion Capture, ce qui nous oblige à avoir une description la plus détaillée possible des animations dont tu as besoin, de tous les visages. On s'est mis la tête dans le guidon, sans que Konami n'intervienne. »* Garder un studio de taille « humaine » a un intérêt stratégique certain: dans cette configuration, il n'est pas nécessaire d'adopter une organisation verticale



avec de multiples petits chefs de haut en bas pour tout gérer: *« Chez Mercury Steam nous avons une structure très plate. Il y a une hiérarchie parce qu'il en faut une, mais il n'y a pas d'intermédiaires. Une particularité cependant: les chefs de département ne dirigent pas leurs équipes en vertu de leur autorité, mais en vertu de leur mérite. Le directeur artistique est le meilleur artiste. Le programmeur en chef est le meilleur programmeur. L'animateur en chef des animations in-game est le meilleur animateur. Et ainsi de suite. Ces gens ne font pas de gestion bureaucratique, ils travaillent sur leur spécialité. En sus, on a un département de production qui s'occupe juste de gérer les plannings. L'avantage de ce système, c'est que j'ai un contact direct avec les chefs de département. Ce qui se passe souvent, quand tu multiplies les échelons ou les intermédiaires, c'est que ça rend les choses plus compliquées. Dans un tel système, l'information se dilue. Je crois au contraire que les personnes avec le plus de responsabilités sont celles qui doivent le mieux comprendre le processus. A la fin cela nous permet de terminer le jeu avec 60-65 personnes, alors*

que le standard dans l'industrie est souvent au-delà de 150. » Un chiffre à mettre en relation avec les budgets de jeux vidéo, chose que nous abordons dans l'article « Lucarne » du même numéro. Autrement dit, même si Lords of Shadow est clairement un titre AAA, il a sans doute coûté un peu moins cher que la moyenne, grâce à une organisation plus restreinte et plus horizontale. Mais au-delà des coûts, une structure limitée permet une certaine clarté vis-à-vis des buts à atteindre: *« Une organisation comme la nôtre engendre une culture d'entreprise dont la principale valeur est l'objectif. Sur un développement si long, si complexe, il est très facile de perdre l'objectif final de vue. Parce que l'information s'atomise, c'est obligatoire. »* Et comme l'information se morcelle en petites parties, il est particulièrement ardu, au cours du développement, de garder une vue d'ensemble sur le projet, puisque, par définition, tout le monde progresse en parallèle. Ce genre de complexité peut être à l'origine de confusion entre les équipes, et des questions vis-à-vis du bien fondé de certaines décisions.



C'est pour cela qu'Enric impose à ses collègues une règle primordiale: « C'est une règle très simple qui s'applique à tout le monde dans le studio: seules vos idées nous intéressent, pas vos opinions. Chacun donne en général son opinion sur tout ou presque sans connaissance globale de ce dont il parle. Mais, quand une personne de l'équipe vient me voir pour discuter avec moi d'une nouvelle idée, ça vaut de l'or. Beaucoup de bonnes choses dans Lords of Shadow sont issues de ce genre de relations. Au niveau des contrôles, on est par exemple venu me voir à propos d'un bouton a priori mal positionné en me

disant par exemple « si tu presses ce bouton-là, à la place, ça fonctionne mieux en termes de jouabilité ». Ce genre de petites idées contribuent à améliorer le produit final. Tu te rends compte de plein de détails que tu n'avais pas vu parce que tu termines au jour le jour un peu séquestré dans ton coin – il est difficile de maintenir une vision fraîche sur un telle durée. Mais ceux qui gèrent le studio parviennent encore à garder cette perspective et ils voient les erreurs ou les manques. »
Finalement la vigilance est clairement partagée et l'interdépendance est favorisée.

LE DESIGN DU JEU.

L'organisation est une chose, mais quand est-ce que l'équipe décide véritablement du concept général, de la direction à suivre ? En fait, les éléments les plus simples du jeu sont parfois déterminants pour la construction de l'ensemble. L'exemple donné par Enric est très parlant:

« Pour faire un jeu, tu as besoin d'une idée. Nous avons choisi de faire de Castlevania un jeu très rapide, aux combats effrénés. Le système est basé sur une arme, une chaîne qui peut atteindre une distance de 8 mètres, une fois déployée. Rien que ça, cela implique une quantité de choses que tu n'as même pas eu le temps de calculer au moment où tu y as pensé. Être responsable du design d'un jeu c'est aussi de se rendre compte de l'importance de ce genre de détails. Tu dois savoir en quoi ce que tu as en tête implique au niveau technique. Dans une première phase, toutes ces choses-là doivent affleurer. Au moment où tu prends cette décision, ton jeu est déjà quasiment fait, même si tu ne t'en rends pas encore compte. Quand tu sais quelle type de caméra tu vas utiliser, quel type de combat tu vas choisir, le style de réaction des ennemis, les modes d'exploration, et parfois la composante de jeu de rôles que tu veux, le jeu est déjà fait. En fait, le jeu, il s'est fait tout seul. Par exemple, le fait d'avoir une chaîne aussi longue va supposer que les ennemis aient un certain type de réaction, un certain type d'armes et un certain type de conduite, sinon aucun ne va s'approcher de toi. C'est comme si tu avais une épée qui mesurait 8 mètres. Une fois que tu as pris une décision, il faut s'y tenir, rester sur le style qui est marqué par le choix que tu as fait. »

Le choix de l'arme principale de Gabriel Belmont, une chaîne de 8 mètres, entraîne de grandes implications au niveau du design.

Le risque omniprésent est de faire un jeu « Frankenstein », comme l'appelle Enric, autrement dit un jeu trop artificiel, bourré d'éléments piqués à droite et à gauche, mais pas digérés, pas reconstitués de manière intelligente:

« Un jeu Frankenstein, c'est un jeu où de nombreux éléments sont mélangés mais dans lequel la sauce ne prend pas. Maintenant, quand tu as pris toutes ces décisions importantes, ça ne veut pas pour autant dire que ton travail est fini, surtout pas. Le travail consiste réellement à faire en sorte que les pièces du puzzle s'imbriquent de manière naturelle. Un jeu, c'est un puzzle dingue avec des millions de pièces... C'est un ensemble interactif, où ta construction doit être capable de répondre à n'importe quelle éventualité, et ceci avec cohérence. Dans un jeu comme LOS, quand tu baisses de rythme, le joueur doit s'en rendre compte, et ainsi ne doit pas essayer de jouer de la même manière. Tu dois faire passer cette information très clairement. »

Toute cette tension entre les envies créatrices et le besoin de cohérence se résume bien dans la phrase suivante:

« Le travail de pré-production consiste à ce duel constant entre une idée qui lutte pour sortir et ta propre capacité à être à la hauteur de cette idée. »

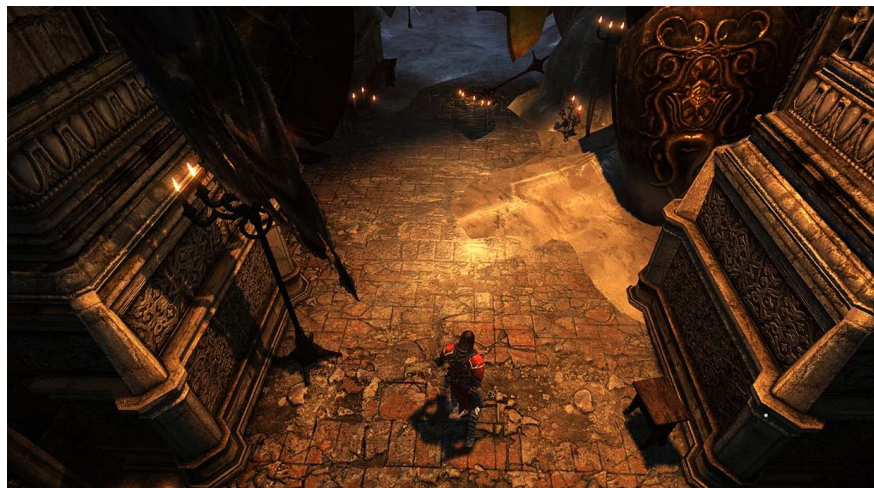
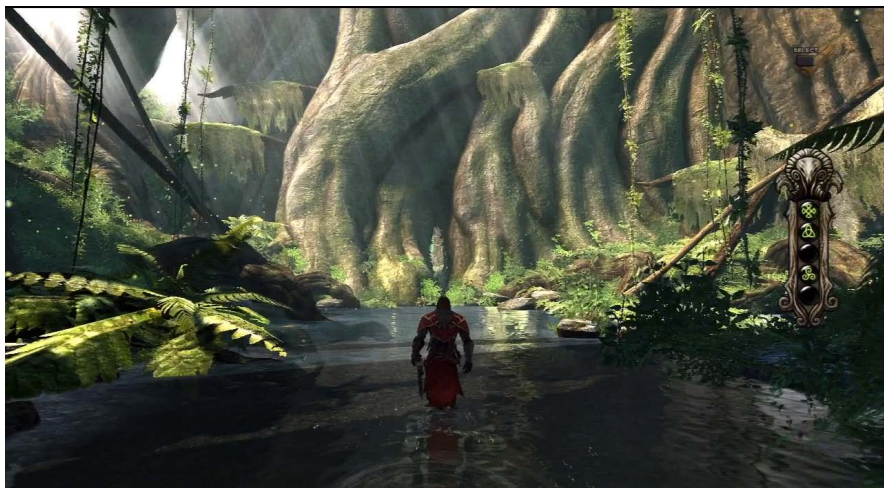
Mais, au vu du résultat accompli, les préparations ont apparemment porté leur fruit. Castlevania, Lords of Shadow est un jeu qui se tient, équilibré. Enric est d'ailleurs satisfait du travail accompli: « C'est vraiment la toute première fois que le jeu est très proche de ce que nous avons imaginé. Sur certains points, il a même pris plus d'ampleur que prévu. L'un



des aspects fondamentaux consistait à raconter l'histoire d'un voyage où le personnage allait se découvrir lui-même. Un voyage initiatique, en somme. Ca devait se dérouler dans un monde crédible. On ne voulait pas qu'il y ait quatre donjons, trois oubliettes ou seulement un château, mais au contraire, que les gens absorbent par tous les pores un message au niveau émotionnel, le fait que Gabriel Belmont avait entrepris un voyage sans retour, aux proportions épiques. Cet objectif ne pouvait être atteint que si nous arrivions à construire un monde suffisamment varié et vraisemblable, dans lequel il y aurait quasiment de tout. Pourquoi ? Parce que le monde dans lequel nous vivons est aussi comme ça. »

Mais cette ambition de faire un jeu vaste, dans de multiples lieux, implique aussi des complications au niveau technologique: « La majorité des jeux se contentent d'un seul environnement. Un jeu qui présente des extérieurs superbes se contente en général d'intérieurs plutôt simples. Pour de nombreuses raisons: Ce n'est pas la même chose de faire des ombres sur un pré que d'illuminer une salle. Tu n'as pas besoin du même niveau de détail. La complexité des textures n'a rien de commun selon que tu représentes de jolies montagnes ou des donjons où tout est beaucoup plus proche du personnage, et où tu peux apprécier le détail des plus petits éléments.

Dans Lords of Shadow, la technologie du jeu se devait de résoudre ces challenges. Je crois que c'est chose faite. C'est un des rares jeux qui brille autant dans les grands espaces que dans les intérieurs de taille réduite. Et pourtant, j'attends encore de voir quelqu'un qui valorise cet aspect.



Ces deux images illustrent bien la différence entre les technologies d'éclairage: lighting utilisées suivant le milieu. Les paysages externes laissent place à des éclairages distants, larges, vaporeux, alors que les éclairages en intérieur se doivent d'être fins, précis, et délimités.

Je crois que petit à petit la technologie dans le jeu vidéo va permettre de soigner aussi bien les intérieurs que les extérieurs plutôt que de se concentrer sur l'un ou l'autre.

Comme Enric le mentionne, le challenge était de taille. Et loin d'avoir l'approbation inconditionnelle de son équipe, il s'est heurté à une certaine résistance. « Au début du développement nos programmeurs étaient terrorisés. Je leur avais promis qu'il y aurait peu d'environnements. Et donc, moins il y a d'environnements dans un jeu, plus précis, plus optimisé peut être le moteur. Si tu as besoin d'ombres à projeter sur un décor extérieur, avec une certaine distance de caméra, tu crées une stratégie pour optimiser tout ça. A partir d'une certaine distance, les ombres s'évanouissent ou leurs formes se simplifient, ou encore le moteur utilise un modèle différent pour projeter l'ombre sur la surface. Ce sont des tas de détails qui déterminent comment le moteur va fonctionner par la suite.

Et donc, quand en programmation ils se sont rendus compte qu'ils devaient résoudre tous les problèmes d'éclairages pour les intérieurs ET les extérieurs, ils ont dits qu'on était cinglés. C'est à ce moment-là qu'on a eu une longue discussion au cours de laquelle nous avons choisi de poursuivre ce chemin, certes plus complexe.»

Et c'est là que le chef de projet doit savoir négocier avec les propres membres de son équipe. Ils ne sont pas de simples robots qui s'exécutent, ils ont aussi besoin de comprendre les décisions pour accepter de s'impliquer à fond sur la résolution d'un problème: « Premièrement, tu essayes de les raisonner, leur faire comprendre quel est l'objectif à atteindre. On veut présenter un monde dans lequel l'intérieur et l'extérieur sont intégrés. Si on ne le fait pas comme ça, on n'arrivera pas à se différencier des autres produits sur le marché... Cela paraît trivial, mais technologiquement parlant, ça ne l'est absolument

pas. Les programmeurs ont dit que cela pouvait se faire, mais à partir de là, ils ont posé leurs propres conditions, notamment sur le passage entre les parties extérieures et intérieures: que l'éclairage se fasse de sorte que les lumières de l'extérieur n'affectent pas les lumières des environnements intérieurs. Car une lumière qui rayonne depuis un kilomètre, ce n'est pas la même chose que la lumière d'une bougie, qui est proche et qui a une intensité différente. »

Même si le travail de pré-production semble titanesque, une fois toutes les inconnues posées, Enric accorde cependant encore plus d'importance à d'autres aspects, vraiment parlants pour le joueur: « La partie artistique est cruciale. Je dirais même qu'il n'y a rien de plus important que la partie artistique. La clef de la réussite est dans l'équilibre [de ce que tu entreprends], parce qu'à la fin, tout ce que tu planifies va te coûter un temps énorme de développement.

Un exemple concret: les titans. Chaque titan nous a mobilisé pendant plusieurs mois. Il nous a fallu des versions toutes simples [de ces titans] pour définir quel chemin le héros doit emprunter pour atteindre le point faible du colosse. Un titan dans Lords of Shadow c'est l'équivalent d'une carte, d'un environnement en mouvement. »

Quand on parle d'aspect artistique dans le jeu vidéo, les graphismes viennent en premier à l'esprit, mais l'aspect musical n'est certainement pas à oublier. Comme il ne s'agit cependant pas de la spécialité de la maison, ils ont fait appel à l'extérieur: « Un projet de ce type requiert l'outsourcing. D'habitude, on essaye de le maintenir au minimum possible. On préfère le développement in-house, parce qu'on pense qu'il faut être ensemble, avoir les mains dans cambouis entre nous. L'outsourcing que nous pratiquons se limite à des domaines qu'on ne peut pas simplement faire sur place. La musique, par exemple, a été composée par Oscar Araujo, un ami depuis plusieurs années. Il n'est pas seulement le compositeur, il est aussi le producteur de la bande son. C'est lui qui gère les relations avec l'orchestre, qui parle avec le réalisateur du jeu, qui choisit qui va conduire l'orchestre et l'ingénieur son qui fera le mixage. Oscar n'est pas sur place à Madrid, il travaille depuis chez lui en Catalogne.»

La bande son de Castlevania est inhabituelle, très « cinématographique ». Cela provient d'une décision complètement atypique et arbitraire vis-à-vis de la création de l'environnement sonore: « En général lors de la création d'un jeu vidéo, on laisse la musique pour la fin. Et après la musique s'adapte à ton jeu. J'ai dit à Oscar: 'Écoute, on en train de raconter une histoire,



Oscar Araujo, le compositeur des musiques de Lords of Shadow, a reçu un prix pour ses musiques lors du septième festival international de musiques de films, à Úbeda en Espagne, cette année. L'orchestre qu'il avait engagé pour ses musiques était composé de 120 instruments et d'un chœur. Sa collaboration avec Mercury Steam ne date pas d'hier, il avait déjà travaillé sur les musiques de Blade of Darkness et celles de Scrapland. Il contrôle toute la chaîne musicale, de la composition à la post-production. En plus d'être doué pour la musique, vous pouvez apprécier son autre hobby, la photographie, sur DeviantArt, qu'il combine apparemment avec son amour pour les jeunes femmes nues. Bref, c'est un homme de bon goût.



concentre-toi sur le personnage, sur ses sentiments pendant son épopée, et monte la musique en te basant là-dessus. Ne te préoccupe pas de savoir où se trouve le personnage (donjon, précipice, etc...). Pour l'aider dans sa tâche, on lui envoyait des documents, même parfois une version très avancée du jeu mais c'était difficile de se faire une idée concrète, parce que le jeu, pendant la majeure partie du développement, est très moche. Au final, la décision de dépendre de l'histoire, du personnage, de ses motivations, de ses sentiments, ça l'a vraiment aidé. Il avait vraiment une base très solide pour composer. » Comme Oscar n'est pas sur place, Enric est obligé de faire l'effort de maintenir une communication régulière avec lui: « Pour progresser ensemble, il faut donc qu'on se parle tous les jours. Ma responsabilité consiste à lui dire exactement ce dont j'ai besoin. Dans le cas de Lords of Shadow, on utilisait

un document Excel détaillant toutes les sections du jeu, tous les chapitres. Sur ce document, on y trouve beaucoup d'informations, notamment une colonne dédiée à la musique, style « Pour cette section-là, j'aurais besoin d'une pièce de musique qui dure tant de temps. Pour cette section-là, c'est un combat donc j'ai besoin de ce genre de musique, plutôt épique », et Oscar travaille à partir de ce document, tous les jours, à base de maquettes audio. Il faut être clair, la musique raconte l'histoire, de la même manière que les mots, les actions ou l'environnement. » A procédé atypique, résultat atypique:

« Les atmosphères [sonores] sont pour le coup très mélodiques dans Lords of Shadow, contrairement à d'autres jeux. Je parle de jeux où les musiques d'atmosphère sont volontairement atonales, ce qui vous permet de les répéter à l'infini.



L'orchestre de Batslava utilisé pour l'enregistrement des musiques de Oscar Araujo (réduction des coûts oblige). Le travail sur les musiques a clairement été inspiré par l'écriture du personnage principal, Gabriel Belmont, plutôt que par des situations du jeu.

C'est une manière d'économiser [le travail de composition]. Nous avons fait le contraire. Mais, comme toujours, une décision en termes de design entraîne d'autres: une piste mélodique ne peut pas être répétée en boucle, elle deviendrait tout de suite dissonante. Nous avons donc construit un système géré par le moteur du jeu, qui rend aléatoire les musiques et qui ne les répète pas. La mélodie continue pendant deux minutes et quand elle se termine, un silence s'installe. C'est du pur Sound Design. Bien entendu, ça n'a pas plu à tout le monde, mais c'est normal. Ce qui est vraiment intéressant, c'est que la musique fonctionne à un niveau émotionnel. »

Difficile de lui donner tort, tant certaines compositions de Oscar sont ambitieuses (« Final Confrontation » restera sans doute dans les annales comme l'une des meilleures musiques de jeu). Mais comme le jeu souhaite raconter avant tout une histoire et décrire des personnages, un autre aspect essentiel

concerne le doublage des protagonistes pour véhiculer les émotions voulues, par le biais des mots et des voix. Cet aspect a aussi été sous-traité à une société de casting extérieure: « Le casting s'est fait en Angleterre. Ca a été géré par Side Studios (www.side.com), et ils nous ont donné accès à Patrick Stewart, Robert Carlyle, Jason Isaacs, Natascha McElhone... et tout le reste du casting, des acteurs de théâtre anglais. En ce qui concerne la sélection de Robert Carlyle, la décision a été prise par David Cox et moi-même. On lui a demandé s'il pouvait interpréter le personnage dans la même veine que le sien dans *28 Weeks Later* de Juan Carlos Fresnadillo. Gabriel est un personnage ambigu, et on souhaitait ce type d'interprétation de sa part. Et dès le départ, il a tout de suite trouvé le bon ton. »

Apparemment avant le choix de Robert Carlyle (que tout ceux qui connaissent le fameux *Trainspotting* reconnaissent

comme l'inimitable Begbie), c'est Gerard Butler qui avait été considéré, mais par faute de disponibilité il ne put pas participer au projet.

Pour en revenir au doublage lui-même, diriger les acteurs dans le cadre d'un jeu vidéo, c'est délicat, puisque les cinématiques n'existent pas encore, le jeu n'est pas non plus achevé, bref, tout l'attirail graphique manque pour s'imaginer clairement la situation et la scène jouée.

Il s'agit davantage d'un travail à base de texte, un peu comme les scénarii dans le monde du cinéma: « Première chose, on leur fournit le scénario, en leur laissant évidemment la liberté de dire ce qui leur plaît ou non. C'est un scénario du même type qu'un scénario de film. La seule différence, c'est que les phases de gameplay y sont résumées, comprises dans la narration. À la fin tu te retrouves avec un document de 80 pages dans lequel tout est relativement clair. Après on se réunit avec les acteurs, on fait quelques séances de lecture. Quand tu es avec de tels acteurs, ils t'apportent tellement de nuances dans le texte, ils donnent tant aux personnages, que c'est un réel plaisir de travailler avec eux. Le doublage a duré quelques semaines et au final, nous avons dû faire la synchro labiale à la main, dans le jeu. C'était très fastidieux. » Si la synchro labiale a effectivement été faite à la main, ça explique sans doute pourquoi le mouvement des lèvres n'a pas été synchronisé dans les cinématiques de la version japonaise. Ces cinématiques ont été préparées par Enric, dans la phase de pré-production: « Ce qui m'a pris probablement le plus de temps a été l'écriture des cinématiques.



Le choix de l'acteur pour faire les voix de Gabriel Belmont: entre Gerard Butler et Robert Carlyle, c'était Gerard qui avait priorité. Normal, quand on voit "300", il avait clairement la tête de l'emploi. Cependant, vu son indisponibilité, le choix de Carlyle faisait aussi du sens, vu qu'il est capable de jouer sur les deux plans: furax et sentimental à la fois. Ils n'ont pas forcément perdu au change.

exemple la société US Pixel Front Liberation (<http://www.thefront.com>).

Enric commente à ce sujet: « On monte en fait des environnements simplistes avec des personnages rudimentaires et on positionne les caméras. C'est génial parce que tu vois toute l'information à l'avance. Et seulement à la fin, quand tu es sûr de toutes tes décisions, tu vas au studio de Motion Capture, et tu sais exactement ce que tu vas demander à l'acteur. »

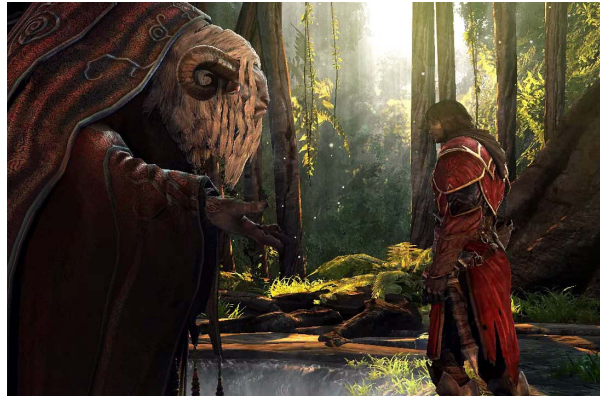
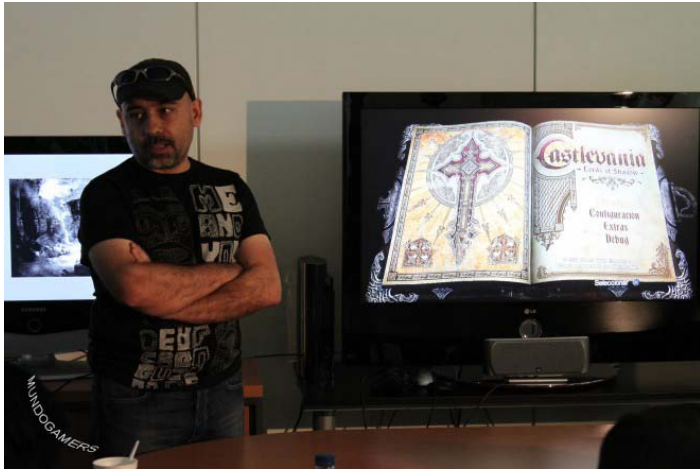
La gestion des acteurs pour la Motion Capture est un autre casse-tête puisqu'il faut là encore travailler avec d'autres sociétés et des acteurs spécialisés dans le domaine. Une bonne préparation s'impose pour éviter de dépasser les budgets. En l'occurrence deux sociétés ont été employées, Perspective Studios à New York et AudioMotion à Londres. Enric partage donc un max d'informations avec eux:

« Premièrement, tu leur envoies le matériel en ta possession, c'est-à-dire le scénario et les préviz. Ils voient grâce aux préviz ce qu'on va plus ou moins leur demander. [Ensuite, une fois au studio de MoCap], j'ai pris l'habitude de leur laisser faire une première prise libre pour voir ce que l'acteur propose. Et après, tu t'adaptes pour tirer le meilleur parti possible de lui. Si l'acteur est vraiment bien, de nouvelles idées arrivent. Tout ça pour tendre vers la bonne prise. Par exemple, quand tu souhaites voir le personnage en proie au doute, si tu te rends compte que l'acteur est doué pour exprimer ça avec son corps, là où tu avais prévu un gros plan, tu montreras le corps en entier à la place. Ce qui est génial avec la Motion Capture, c'est que tu captures toute l'information.

J'ai pensé tous les plans, je les ai couchés sur papier, décidé du positionnement des caméras, et ensuite c'est Jésus Cobo qui les a mises en scène. En ce faisant, de nombreuses choses ont été changées, parce qu'elle ne fonctionnaient pas comme prévu. C'était ma première expérience dans le domaine. »

Enric n'est pas réalisateur de formation, mais a beaucoup appris par observation: « Je suis un mordu de ciné, et j'ai beaucoup appris en regardant des films. Quand j'ai commencé avec les cinématiques, je ne savais même pas que la règle de l'axe existait (NDLR: c'est-à-dire la règle des 180 degrés – pour faire en sorte que la caméra soit bien positionnée lors des dialogues entre deux personnes) J'ai souvent fait l'erreur d'ignorer cette règle au début, mais je voyais vite qu'il avait quelque chose de très bizarre à l'image (rires). » Si le travail effectué au niveau des cinématiques pour Lords of Shadow est en général remarquable, il est dommage que les scènes

de dialogues pures soient si peu inspirées. Les plans sont très classiques, à la limite du format télévisuel, et détonent avec l'excellence des scènes d'action. Mais ne soyons pas lapidateurs: rendre de simples dialogues intéressants visuellement parlant, c'est toujours un exercice délicat, qui exige avant tout un rythme, un souffle dans l'écriture. Si même au cinéma la plupart des réalisateurs ont des difficultés dans ce domaine, ce n'est certainement pas un problème uniquement lié au monde du jeu vidéo. D'ailleurs, avec le jeu vidéo, un réalisateur a quand même un avantage énorme sur ses collègues du monde du cinéma: comme le jeu est basé sur un moteur 3D, il est extrêmement facile de préparer des prévisualisations des cinématiques, et de voir si la dynamique est efficace ou non, bien avant de tourner la scène en question en Motion Capture. Cette technique est d'ailleurs utilisée sur chaque grosse production cinématographique ou commerciale (par



Différents aspects des cinématiques: ci-dessus, les scènes de dialogues, relativement moins réussies que les scènes de combat où la mise en situation des boss est impressionnante, comme le titan à gauche. Enrique Alvarez a été à l'origine de la conception de ces scènes, et a massivement utilisé le procédé des previz (en bas à gauche, l'exemple de la previz pour Iron Man dans l'image supérieure, et dans le film dans la partie inférieure) pour préparer ses scènes avec les bons angles de vue.



Le jeu d'acteur que tu enregistres ne compromet pas la position des caméras ou des objectifs que tu souhaites utiliser. Après tu demandes simplement au studio de Motion Capture de te fournir les animations que tu as choisies. »



Cinématiques, jeu d'acteur, orchestration, doublages professionnels, tout se rapproche finalement de plus en plus du monde du cinéma. Mais ce genre de choses pourrait aboutir à un décalage entre la qualité des cut-scenes et la reste du jeu. Justement, pour que cela n'arrive pas et que le tout soit cohérent, Mercury Steam pense aussi aux qualités requises dans le processus de développement: « Nous sommes en train d'inclure des personnes dans l'équipe dont la présence ne paraissait pas nécessaire initialement. Par exemple pour

Castlevania, mais aussi pour tous nos futurs projets, nous avons des personnes dans le département d'effets spéciaux qui sont aussi des artistes, des programmeurs avec la capacité de comprendre le langage de la programmation et à la fois capables de dessiner, de peindre. Ils comprennent les deux mondes. C'est comme un FX artist: ce n'est pas a priori un artiste ni un programmeur, mais un hybride entre les deux. »

La mise en scène dans les parties interactives est aussi prépondérante. Les caméras changent de point de vue dans certaines configurations pour souligner l'action du protagoniste. Mais les décors eux-mêmes sont aussi des éléments de mise en scène, puisqu'ils donnent un cadre à l'action:

« J'ai beaucoup insisté pendant la production du jeu pour avoir un environnement à la hauteur de l'action. Ne pas seulement se contenter d'emmener le joueur dans un lieu spectaculaire, mais essayer de lui faire ressentir comme une espère de regret de devoir s'en aller d'un site hors du commun. Toujours ancrer le personnage dans le monde qu'on a créé. »

La mise en scène est aussi une question de rythme entre les différentes phases du jeu. Il est facile de faire un titre où tout pète de partout constamment, mais c'est fatiguant pour le joueur: « Le problème n'est pas de posséder la technologie pour faire certaines choses, mais consiste à utiliser cette technologie à bon escient. Souvent, on la surexpose au spectateur ou au joueur, en le bombardant constamment avec des visuels ultra-spectaculaires. Il faut être conscient qu'il doit y avoir une ligne de base, et ensuite monter en intensité.

Mais il faut aussi savoir freiner l'intensité au cours du jeu. Par exemple, les films réalisés par Michael Bay ne m'enthousiasment pas vraiment, car il abuse des mouvements de caméra, il abuse du spectacle. C'est brillant, techniquement parlant, mais je suis noyé sous un déluge d'images, et la tension que ce déluge provoque n'est pas forcément agréable.» N'importe quelle personne normalement constituée aura probablement compris qu'un Transformers n'est, la plupart du temps, qu'une grosse gerbe visuelle sans aucune logique, si ce n'est celle de vous faire vomir ce qui vous reste dans le fond du bide.

Dans Lords of Shadow, le rythme est assuré par des pauses dans l'action et le changement d'espace: « Quand tu joues, tu te rends compte que tu passes souvent du 'plus petit' au 'plus grand'. Par exemple, tu escalades un mur et la caméra fixe ne te montre qu'une partie limitée de la paroi et lorsque tu arrives au sommet, tu découvres un château énorme avec une tempête de neige dans un plan lointain. Ce 'jeu' d'aller du plus grand au plus petit, et inversement, était nécessaire pour que le joueur ne s'habitue ni au grand paysages, ni aux intérieurs super détaillés. Alternen en permanence, pour éviter la monotonie et l'ennui. Même chose pour la présentation des ennemis: tu peux en découvrir de nouveaux quasiment jusqu'au tout dernier niveau. Vers la fin se présentent des ennemis très importants comme le Dracolich, le dernier titan, qui a nécessité 5 mois de travail. Dans ce cas, Luis Miguel Quijada (le designer des combats) et moi avons suggéré l'idée au département artistique de créer un dragon entièrement composé d'ossements (au passage un sympathique hommage à l'artiste suisse H.G. Giger)... Là encore, une décision au niveau artistique entraîne



des conséquences en termes de jouabilité: à partir du moment où tu crées un titan et qu'il va falloir le monter pour l'abattre à la main, ses vertèbres se doivent d'être d'une taille suffisante pour permettre au héros de marcher dessus. Il faudra aussi lui donner une taille respectable, pour que le combat ne dure pas seulement deux minutes (NDRL: le combat, intense, peut durer jusqu'à une bonne demi-heure). En plus, on voulait que le joueur croit qu'il s'agissait du boss final, donc logiquement tout se devait d'être conséquent. »

Même si ces changements de rythme sont marqués dans le jeu, Enric accorde une certaine importance à une autre règle: celle de captiver le joueur, de le plonger dans l'action dès le tout début du jeu: « Il y a une règle dans le monde du jeu vidéo, qui veut que tu dois convaincre le joueur dans des 5-15 premières minutes de jeu. Une tendance est de faire que ces premières minutes soient les plus intenses, mais personnellement je ne suis pas convaincu par cette démarche... d'ailleurs, si tu regardes bien les 15 premières minutes de Lords of Shadow,

elles ne sont pas les plus spectaculaires du jeu. » Si l'on compare par exemple avec les premières minutes d'un God of War 3, Lords of Shadow pourrait presque sembler 'petit bras' en ne proposant qu'un simple Warg en guide d'amuse-gueule: Kratos, quant à lui, monte l'Olympe à dos de titan et combat un dieu, cash, en guise de prélude à une aventure qui défie toutes proportions.

Enric poursuit: « Certains nous ont critiqué sur cet aspect, sur le fait que le jeu ait du mal à démarrer: Je ne suis pas d'accord avec cette vision des choses, parce nous étions guidés par l'histoire. La narration doit avoir un rythme, et tout devait aller au rythme de la narration. Nous ne pouvions pas commencer le jeu à 300 km/h au niveau spectacle et à 10 km/h au niveau histoire. Et pour Lords of Shadow, j'ai donc pris la décision de commencer le jeu à 10 km/h. »

Ceci étant dit, pour tempérer un peu le discours d'Enric, il est dommage que dans Lords of Shadow, le joueur soit directement lâché dans l'action sans aucune explication préalable.

Une once de background serait le minimum pour permettre au joueur de s'imaginer la situation et le contexte. D'autre part, une bonne partie de la narration se fait encore par un bouquin et une voix off qui se contente de lire les lignes de texte entre chaque chapitre, ce qui peut paraître un peu léger face au travail effectué sur les cinématiques. Le traitement de l'histoire devrait être égal de bout en bout, si chaque passage est effectivement important.

Pour conclure sur le design du jeu, Enric pense que ce medium doit aussi trouver sa propre voie et ne pas chercher à imiter les autres:

« Je pense que le jeu vidéo est en passe de devenir un art qui doit trouver son propre langage. Et ce langage parfois, se croiserait avec d'autres langages, celui du ciné, de la peinture, de la sculpture. C'est pas une même chose d'écrire une histoire pour un jeu vidéo que pour un film. Chez Mercury Steam, en tout cas, raconter des histoires nous passionne. Tu as besoin d'avoir de bons personnages. La première fois que tu les vois, ils doivent te laisser une impression... Vis-à-vis de Gabriel, je ne sais pas si on s'identifie, mais en tout cas on ressent une certaine empathie pour ce personnage. Si c'était simplement une armoire à glace hyper musclée, sans saveur, tu ne pourrais pas rentrer dans le jeu. »

Quelque part, ce qu'il raconte me rappelle fortement Conan le Barbare, avec Schwarzenegger. Au premier abord, on pourrait croire à un film brutal, sans épaisseur, bête et méchant, mais l'histoire de Conan, de sa chute, de son ascension, de sa

vengeance, est racontée avec tel brio et avec une musique digne de l'univers qu'en l'espace de deux heures, on vibre avec Conan, on frémit et l'on souhaite ardemment sa victoire au travers des épreuves qui l'attendent.

TESTER LE JEU PENDANT LE DÉVELOPPEMENT

Puisque la création d'un jeu, de bout en bout, est si complexe et souvent impénétrable, il est souvent nécessaire de faire appel à d'autres personnes, plus neutres, pour confirmer que la direction prise est la bonne en cours de développement, autrement dit dans des phases de test. Chez Mercury Steam, cela se passe en deux temps:

« En premier lieu on a une équipe interne qui travaille depuis le lancement de la production (conception du jeu). Cette équipe travaille sur les versions les plus simples jusqu'aux versions les plus élaborées du jeu. Elle nous informe de la 'propreté' de ce qu'est en train de faire, et nous prévient des problèmes qui surgissent. Ce n'est pas autant l'opinion d'une personne extérieure qui joue et qui se rend compte que le jeu est pas amusant, ce genre de choses, ça arrive beaucoup plus tard, parce qu'on ne peut pas le faire avec une version inachevée. »

Le jeu n'est encore qu'à un stade très rudimentaire à cette étape-là, et les testeurs se retrouvent en face d'un prototype qui n'est pas représentatif de la qualité finale, comme on dit souvent dans les démos livrées au public. Mais en l'occurrence, là, c'est littéralement vrai. Et les testeurs doivent donc être capables de donner des suggestions pour améliorer le cœur du jeu, alors que ce n'est qu'un bloc de granit brut en

cours de sculpture. *« Pour les testeurs, c'est très difficile de faire abstraction de ce qu'ils voient à l'écran. Et le problème, c'est que le diable est dans les détails. Et ces détails tu ne les vois qu'à un stade très avancé de la production. Parfois, le simple réglage du temps d'interpolation dans les animations rend le jeu agréable ou désagréable. Du coup, c'est une variable qu'on n'arrête pas de modifier en permanence. Entre le fait qu'un combat soit difficile ou extrêmement dur, ou bien divertissant et court, parfois ça dépend d'une toute petite chose. Quand tu as le nez dans le guidon c'est très difficile de se rendre compte de ça. Mais à partir d'un certain point, les éléments finissent par fonctionner d'eux-mêmes, par s'imbriquer naturellement, et à ce point-là, le jeu ne va plus être simplement divertissant mais devenir meilleur et meilleur. C'est quand on atteint ce niveau que l'on fait intervenir les gens extérieurs. »*

L'équipe ne se contente pas seulement d'écouter les réflexions des testeurs, mais prend des mesures de leurs sessions de jeux. Ils les observent, indirectement, pour déceler des comportements qui sont en phase ou non avec leurs attentes.

« Nous avons des outils, dans notre propre moteur, qui sont capables de faire un tracking des pressions exercées par le doigt du joueur sur le bouton. On sait grâce au moteur de jeu, que le joueur, face à un puzzle ou face à un combat, va appuyer sur tel ou tel bouton. Si on souhaite que, lors d'un combat, un joueur lambda utilise la magie obscure, à ce moment-là on fait venir une personne extérieure, on la fait jouer et le moteur enregistre des variables.

Tout ça pour confirmer si oui ou non le joueur va utiliser cette magie noire. S'il ne le fait pas, alors c'est un problème à corriger. C'est un signe que le joueur ne sait pas, ou ne s'est pas rendu compte de ce qu'il devait faire. Par exemple, l'ennemi en face de lui ne l'informe pas de manière suffisante qu'il doit utiliser ce type de magie pour le vaincre. Ce niveau d'information, c'est déjà pas mal. Si on voulait aller plus loin, il ne resterait plus qu'à mettre des électrodes sur la tête pour mesurer le niveau de stress et émotionnel du joueur. »

Tout cela rappelle un peu ce qui a été fait dans Heavy Rain, où les développeurs avaient filmé les expressions des testeurs pendant les phases de test, pour essayer de deviner leurs émotions à certains points du jeu. Mais au final, peu importe la manière dont l'information est collectée: « *L'important n'est pas tant de recueillir l'info mais de savoir quoi en faire. Toutes ces données que tu rassembles, il faut savoir les traiter d'une manière adéquate.* » Comme d'habitude c'est souvent l'analyse qui prend le plus de temps. Et le temps, c'est de l'argent. Ça tombe bien, nous allons justement aborder les coûts de production.

COÛTS DE PRODUCTION

Vous avez sûrement entendu de nombreux éditeurs ou développeurs se plaindre de l'augmentation des coûts de développement. Enric confirme, par expérience, cette inflation constante: « *A chaque fois, c'est de plus en plus de travail. Pourtant ça fait longtemps que je suis dedans. Mais la réalisation de la partie visuelle de ce type de jeu demande de plus en plus d'efforts.*



Petit aparté sur les titans du jeu. Lords of Shadow a été critiqué maintes fois pour avoir “copié” l'idée des titans de Shadow of the Colossus. Nous avons abordé ce point dans notre entretien, et Enrique explique qu'il s'agissait d'un hommage, et non d'une envie de plagier ce grand jeu. Quelques jours étaient vraiment très virulents sur ce sujet, et ils ont même reçu une menace de mort par email...

Sur l'ancienne génération, une texture, c'était une diffuse map et rien de plus, c'est-à-dire une couleur. Sur la génération actuelle tu as la diffuse map et le motif, la map des normales, la map des specular, la map de Gloss, toutes ces choses sont des couches que tu rajoutes à la propre texture. Lorsqu'il y a interaction avec la lumière, le rendu est modifié en temps réel, chose qu'on peut se permettre aujourd'hui. Ça donne plus de volume, ça permet différents aspects (par exemple le brillant du métal), et les consoles next-gen ont amené ça. Ce qui rend les choses beaucoup plus chères aujourd'hui, c'est que chaque petit asset est beaucoup plus complexe et long à développer. Il ne faut pas se voiler la face, plus tu as d'outils plus le processus est coûteux. »

Même au point de vue des ressources humaines, les équipes ont tendance à grossir rapidement, en l'espace de quelques années: « Pour Jericho on était 30, pour Lords of Shadow on a commencé à 25 pour finir à 60. Sur le projet actuel sur lequel on est, j'estime qu'on devrait terminer à 80. C'est sûr que ça se passe de cette manière parce que nous sommes ambitieux. C'est pas simplement parce que c'est plus cher, mais la concurrence est de plus en plus dure. Il y a des jeux incroyables, et je ne veux pas te mentir, je souhaite que les gens achètent mon jeu plutôt que ceux du voisin, donc tu dois essayer de faire mieux que les autres. C'est une course dans laquelle, malheureusement pour nous, pour le type de jeux qu'on fait, on se mesure à studios très forts. Quand je dis ça je pense à des studios beaucoup plus anciens avec beaucoup plus de personnel que le nôtre. »

Au niveau des ressources, la gestion du budget du jeu est assurée entièrement par le développeur, qui dispose d'une enveloppe fournie par l'éditeur: « L'éditeur fixe le budget dès le départ, et notre responsabilité consiste à répartir les moyens pour qu'il y ait suffisamment de personnel et surtout un personnel talentueux. Castlevania est un projet de très grande envergure. Les jeux de ce gabarit sont compliqués à faire, qui te prennent entre 2 et 3 ans. C'est beaucoup de temps avec un grand nombre de personnes qualifiées impliquées. Ce sont des jeux dans la catégorie comme Uncharted, God of War, des jeux qui essayent de tirer le maximum des consoles actuelles. »

Quand on parle de coûts dans les pays industrialisés, évidemment chacun essaye de tirer la couverture de son côté. Ainsi, dès qu'une industrie de ce genre se forme, elle souhaite être reconnue comme une forme d'art pour bénéficier d'avantages fiscaux, ou de subventions diverses. En Espagne, c'est loin d'être le cas actuellement: « Les avantages fiscaux pour le jeu vidéo, ça me paraîtrait génial parce que ça voudrait dire qu'il y a une industrie et que le pouvoir politique y est sensible. Mais pour l'instant, on se sent un petit peu comme des pionniers ici, encore isolés. D'un autre côté, on a tous les jours un peu plus de reconnaissance, le sentiment de construire quelque chose, mais on est loin de ce qui peut se faire en France, en Angleterre et au Canada. Ici en tout cas, on ne peut même pas réellement employer le mot « industrie ». Les personnes qui ont envie de se lancer sont nombreuses mais on est loin d'avoir une structure adéquate. Il faudrait une capitale, un centre du jeu vidéo espagnol pour essayer de développer des éditeurs, un écosystème. Chose que vous avez

en France, en Angleterre, au Japon, partout dans le monde, alors qu'en Espagne nous n'avons même pas un seul éditeur. »

Plusieurs choses sont en tout cas certaines: le coût de production risque de continuer à augmenter dès qu'on se place dans la tranche des jeux AAA pour les consoles les plus puissantes sur le marché, et ceux qui pourront se permettre de financer de tels projets vont finir par être de plus en plus rares, ou de plus en plus regardants sur le budget. Pour Mercury Steam comme pour beaucoup d'autres studios de taille intermédiaire, l'avenir comporte toujours une dose d'incertitude, même si la motivation est intacte: « Nous continuerons à faire des jeux auxquels on aimerait jouer. Le jour où on ne pourra plus faire ça ou qu'on ne nous laissera plus faire, on fera autre chose, on retournera chacun chez soi, en ayant vécu une belle expérience. Mais je suis heureux de faire ce que je fais, je me considère comme un type très chanceux, un privilégié, et même dans les jours sombres, je n'oublie jamais ça. Tu m'aurais dit 15 ans plus tôt que je gagnerais ma vie de cette manière, je ne l'aurais jamais cru. »

Évidemment, face aux incertitudes du marché, Mercury Steam n'est pas un studio dans l'expectative, mais se projette dans le futur avec divers scénarii possibles: « On a un plan pour le futur, mais il est suffisamment flexible. Ce qui ne changera jamais c'est qu'on essaiera toujours de faire ce qui nous plaît. Toujours. Si avec l'éditeur qu'on a, ça se passe toujours bien, on continuera avec, sinon on cherchera autre chose. L'important c'est que ça nous plaise, qu'on 'ne puisse pas vivre sans l'envie de faire ce jeu'. »

C'est peut-être là le secret de la ténacité de Mercury Steam malgré plusieurs projets mi-figue mi-raisin: savoir garder le moral de ses troupes. « De cette manière, tu garantis une chose très importante: la motivation des gens. Une personne motivée peut donner 300% de ce qu'elle a. Ce sont les individus qui nous différencient. Si on a obtenu ce jeu, c'est parce qu'il y a une équipe de 60 personnes qui était à fond sur ce projet, avec passion. Prends le même nombre de personnes sans ferveur, elles te produiront une merde pas possible. Ici, l'équipe est vraiment unie. Il y a une philosophie chez nous, ils ne viennent pas parce qu'ils sont mieux payés qu'ailleurs. D'ailleurs dans d'autres studios certains seraient mieux payés. »

Et quand on demande à Enric où va le jeu vidéo, dans une dizaine d'années, il reste songeur: « Si 20 ans plus tôt, on m'avait demandé, 'Enric, est-ce que tu crois que la souris d'ordinateur va disparaître?', quelqu'un très ingénu t'aurait dit que ça va progresser et dans 20 ans il n'y aura plus de souris. Mais regarde, elle est toujours là, plate, en 2D, malgré les innombrables tentatives pour la remplacer par des gants et d'autres artifices. Mais voilà, toujours est-il qu'on en est arrivé à la conclusion que la souris c'est le plus commode, parce que ça fatigue le moins. Pour le jeu vidéo, c'est indéniable qu'il va y avoir une progression en termes de puissance, on sera toujours de plus en plus capables de faire de nouvelles choses, mais je pense que les avancées les plus importantes vont venir de l'intelligence artificielle. Pas uniquement au niveau des graphismes, parce que les gens devraient savoir que le rendement d'une console ne dépend pas seulement de la beauté de ce qu'elle affiche. L'AI aussi consomme énormément

en cycles CPU. Peut-être que je me trompe, mais je pense que pour la prochaine génération de consoles, on pourrait assister à un saut en ce qui concerne le gameplay grâce à cela. Les nouveaux systèmes de contrôle continueront à cohabiter avec les systèmes plus classiques (pads). J'espère qu'il y aura un peu d'air frais, parce que souvent l'IA je l'appelle l'IE ('inteligencia estúpida', soit l'intelligence stupide). C'est marrant parce que les gens n'ont pas conscience des efforts qu'on fait pour que les ennemis paraissent intelligents quand réellement ils sont idiots. Il faut cacher ça en permanence. En ce moment on a un niveau relativement basique: les ennemis courent, ils sortent et ils tirent, se couvrent, ils anticipent ou peuvent apprendre à anticiper tes actions. Par exemple dans *Lords of Shadow*, les ennemis sont plutôt intelligents tout en étant toujours dans la même catégorie des intelligences très légères, parce qu'ils sont capables d'apprendre, de t'éviter, de ne pas réaliser deux fois de suite la même action, et pas mal de choses dans le genre. J'attendrai le futur avec un grand F pour me prononcer, le jour où il y aura une IA digne de nom. »

Si effectivement la perspective d'avoir plus de puissance permettrait a priori l'émergence d'IA plus modernes et robustes, il est difficile de savoir si c'est vraiment là où se dirige le jeu vidéo. Après tout, quand les architectures parallèles sont arrivées sur les consoles next-gen, de nombreux développeurs s'excitaient déjà comme des puces à l'idée d'avoir autant de puissance 'superflue' qu'il serait possible de faire des IA balaises en plus de graphismes superbes. 5 ans plus tard, on attend encore la révolution des IAs sur consoles, et les seuls jeux à avoir véritablement franchis quelques barrières

dans ces domaines étaient plutôt des jeux PCs (*Far Cry*, *FEAR*). C'est à se demander si, par rapport à l'attrait immédiat que présentent les graphismes (c'est immédiatement parlant pour le joueur), l'IA n'est pas simplement une cerise sur le gâteau, un 'plus' sympa mais pas nécessaire pour profiter d'un jeu quand même. Les exigences des joueurs n'ont apparemment pas tendance à se sophistiquer, vu que des jeux ouverts se transforment progressivement en jeux linéaires au possible, sans causer plus de critiques que ça, à part chez certaines niches de joueur récalcitrantes.

Bien malin qui peut prédire le futur, mais avec notre bagage de vieux gamer, nous ne pouvons qu'abonder dans le sens d'Enric. De meilleures IA auraient de quoi rendre renouveler l'intérêt de nombreux genres.

Puisse-t-il être entendu.

Notes: interview réalisée en espagnol par SilentZen dans les locaux de Mercury Steam en juillet 2011, traduction en français par SilentZen, article et modification et arrangement des traductions en français par Ekianjo.

avant coureur

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



casques de plongée

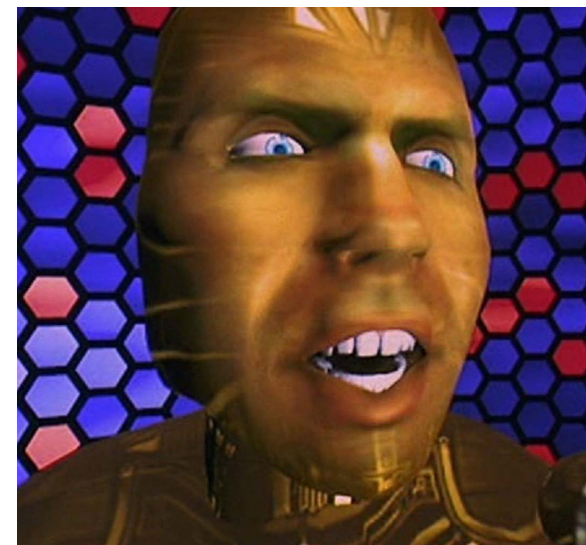
avant-coureur

Par EKIANJO

Cette fois-ci nous allons continuer sur les technologies émergentes (après celles des écrans flexibles dans SPARK2). Mais dans le cadre de cet article, nous traitons d'un cas particulier: celui d'une technologie qui n'a pas vraiment porté ses fruits dans le passé et qui serait en ligne de mire pour revenir en force.

Je veux parler des HMDs, les « Head Mounted Displays », autrement dit les casques utilisés pour projeter des images sur chacun de vos yeux (une vision donc stéréoscopique), vous donnant l'impression d'être dans un autre environnement. Couplés avec une fonction de détection des mouvements de votre tête qui modifie votre position dans l'environnement au moindre mouvement, vous obtenez une des techniques qui vous donne accès à une réalité dite « virtuelle ».

Pour ceux nés dans les années 80, vous vous rappelez sans doute d'une chose vis-à-vis du jeu vidéo au tout début des années 90. Tout le monde croyait alors, dur comme fer, en l'avenir de la réalité virtuelle. Les magazines, les émissions télé sur le jeu vidéo, et même les journaux télévisés s'enthousiasmaient à ce sujet. C'était LA technologie du futur, le truc qui allait tout changer. Les prototypes existaient déjà, avec des casques énormes brise-nuque, dotés de petits écrans cathodiques qui avaient tendance à vous bousiller la rétine au bout de dix minutes d'utilisation. Les premiers jeux disposaient de graphismes complètement pourraves (en 3D surfaces pleines, avant l'apparition des textures), bien avant l'ère Doom. Visuellement, ça ne faisait pas terriblement envie, mais tout le monde semblait convaincu par la validité du



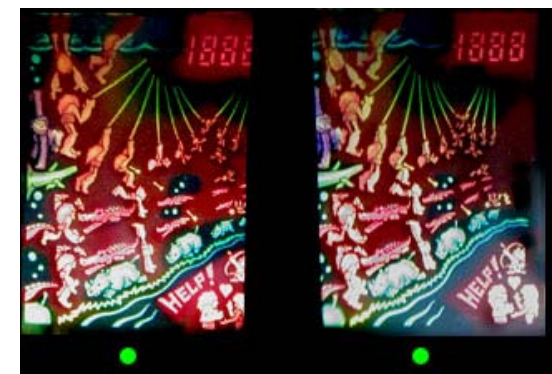
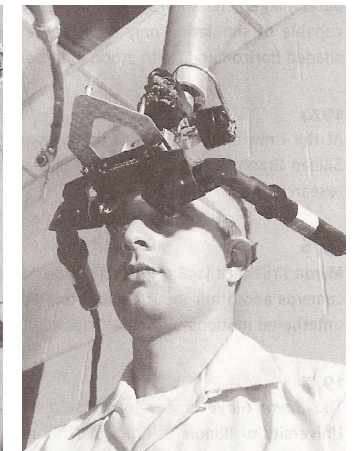
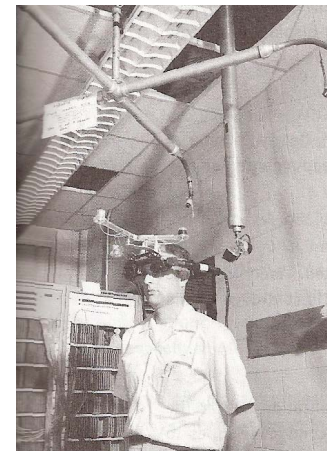
concept. Le cinéma en a même fait l'écho avec **Lawnmower Man**, un film qui retraçait comment un gentil mongol (j'ai le droit d'utiliser ce mot en 2011 en France sans me prendre un procès dans la tronche?) devenait un hacker supra intelligent une fois passé par la moulinette d'une expérience de réalité virtuelle par un professeur joué par Pierce « James Bond » Brosnan. Du grand n'importe quoi. Mais l'idée était là.

Mais tout cela n'était pas vraiment nouveau, à vrai dire. Les recherches au niveau universitaire et militaire étaient déjà en cours depuis longtemps.

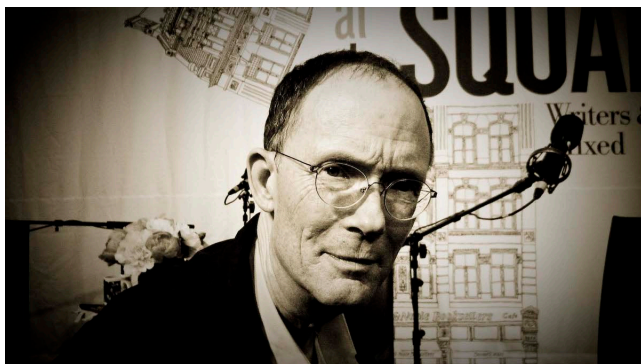
Le précurseur dans ce domaine est Ivan Sutherland, professeur en sciences informatiques, qui, dès 1968, développa avec son élève Bob Sproull le premier prototype de casque qui vous immergeait dans un monde généré par ordinateur. C'était complètement avant-garde, chaque œil ayant droit à une image distincte, générée avec une perspective différente. Le système reconnaissait aussi les mouvements de votre tête pour modifier la perspective de la scène en temps réel, qu'un outil de rendu de vecteurs servait à animer. Bien entendu, ce n'était pas portable et le tout était si lourd qu'il fallait fixer l'engin au plafond. Insérez votre tête dans cette machine et vous aurez de faux airs de la maman Alien (cf Aliens de Cameron). Ce n'est pas par hasard qu'on surnomma d'ailleurs le truc « l'épée de Damoclès ».

Comme pour bon nombre de technologies prématurées, les applications restèrent de l'ordre du militaire et de la simulation pendant les années qui suivirent, notamment pour les simulateurs de vol, avant d'évoluer vers d'autres domaines, comme la médecine et la téléprésence plus récemment. Ceci dit, les premiers essais commerciaux, suivant ce principe, sont peut-être ceux de Takara Tomy, qui lança Jungle Fighter 3D, un jeu intégré à une paire de lunettes montées sur un casque. Les écrans LCD employés, rétroéclairés, recréaient une image différente sur chaque œil. Le jeu était basique mais l'effet 3D fonctionnait.

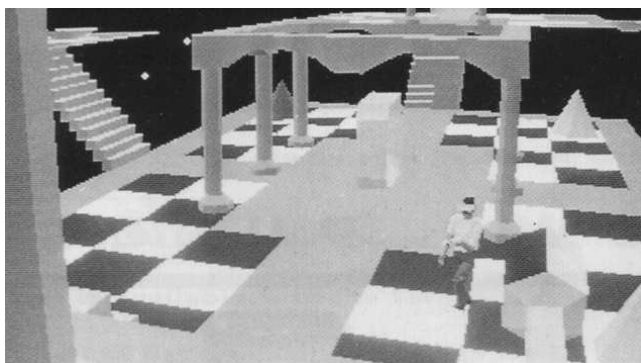
Petit à petit, l'idée de pouvoir réaliser des mondes vraisemblables par ordinateur fait son chemin dans la culture populaire. En 1982, Disney sort le film Tron.



Ivan Sutherland, en haut à gauche, le père de la réalité virtuelle moderne, avec son appareil, l'épée de Damoclès comme on aimait le surnommer, fixé au plafond. En dessous, l'objet commercial de Takara Tomy, sorte de jumelles permettant une vue 3D, et des touches pour interagir avec l'affichage. Rudimentaire, mais efficace, à ce qu'il paraît.



C'est le premier à figurer des décors entièrement produits par ordinateur. Ce sont les débuts de l'image de synthèse à grande échelle au cinéma. Dans le domaine littéraire, en 1984, le bouquin « Neuromancer » de William Gibson introduit à son tour pour la première fois le terme de « cyberspace », soit l'intersection entre l'utilisateur et l'espace virtuel représenté par l'ordinateur sur le réseau. En 1987, la série Star Trek (Next Generation), met en scène l'Holodeck, un outil qui permet à celui qui le souhaite de s'immerger dans un monde virtuel à sa guise. Culturellement, toutes ces pièces s'assemblent rapidement pour former un contexte à l'avènement de la réalité virtuelle, pour de vrai, au grand public.



La première convergence a lieu en 1990, quand les gens peuvent alors s'essayer à la réalité virtuelle dans des salons tel que le Gamersmaster Live à Londres, sur un jeu, Grid Busters. Même si, techniquement, cela fonctionne, l'expérience est cependant loin d'être satisfaisante: le jeu en question est moche (3D surfaces pleines), et peu amusant à l'utilisation. La société Virtuality, responsable de Grid Busters, est à l'origine de nombreux équipements commerciaux utilisant la réalité virtuelle. Désirant d'abord s'en servir pour des applications professionnelles, la société découvrit que l'effet était contre-productif. Plutôt que de faciliter les discussions d'affaires sous forme de téléprésence, l'outil se transforme plus en « jouet » pour ceux qui l'utilisent. Virtuality se repositionne donc sur le secteur du ludique, et renomme sa technologie en tant que « pods » pour faire futuriste. Le casque comprenait deux écrans LCD de faible résolution (276*372 pixels), d'un logiciel pour traiter les mouvements

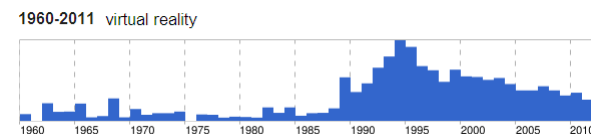
En haut, William Gibson, l'inventeur du mot cyberspace. En dessous, Dactyl Nightmare, un autre jeu précoce faisant appel à la réalité virtuelle, mais franchement loin d'être convaincant au début des années 1990.



du casque et les retranscrire à l'image. Le tout était géré par un Amiga 3000 sous le capot pour produire les images en temps réel. Virtuality arrêta la production de l'engin en 1994, ne rencontrant pas le succès commercial escompté.

Citons aussi Sega, avec son Sega VR, un projet annoncé en 1991 utilisant deux écrans LCD dotés d'audio stéréo. Sur le papier, le projet était prometteur, en utilisant des capteurs à inertie pour faire du motion tracking quand l'utilisateur remuait la tête. Après avoir été en démonstration sur plusieurs salons jusqu'en 1993, il disparaît soudainement de la circulation pour ne plus refaire surface. Sega dira ensuite que le casque a été abandonné car il risquait d'être « trop réel » ce qui pouvait rendre son utilisation dangereuse, mais au-delà de cet argument bullshit, le système n'était pas au point pour permettre des séances de jeux prolongées, et occasionnait des douleurs et effets néfastes divers.

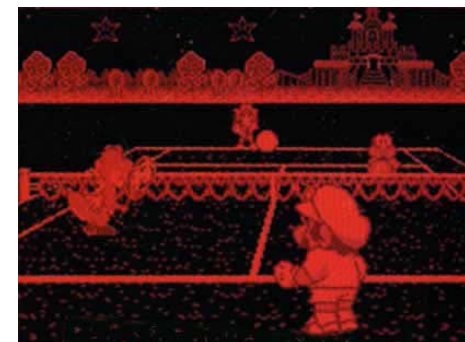
La technique avait en tout cas de nombreuses limites même à l'époque. Notamment le lag. En tournant la tête, les ordinateurs de l'époque mettaient trop de temps à suivre vos mouvements et il y avait un décalage entre votre oeil et votre corps. Et progressivement, l'intérêt du grand public pour la réalité virtuelle s'est estompé. Comme le prouve la chute progressive de la popularité du terme (Google News Archive):



Pour rire, on pourrait aussi mentionner le Virtual Boy de Nintendo en 1995. Nintendo aime décidément toujours faire des produits cheap à la limite de l'escroquerie. Dans ce cas particulier, ce n'était pas vraiment du headmount vu qu'il fallait mettre sa tête dans des lunettes fixées sur un pied, pour voir des couleurs monochromes (rouge!) en 3D... Mouais.

En 1996, Sony s'essaye à son tour aux casques avec le Glasstron. Il sort d'abord au Japon, à un prix prohibitif (près de 800 dollars de l'époque), et la distribution reste confidentielle, malgré sa sortie au niveau des US. Il ne s'agit alors pas de réalité virtuelle, mais d'un casque proposant les deux mêmes images sur les écrans LCD de chaque œil. Il n'y a donc pas de head-tracking. Mais c'est la première fois qu'un géant de l'électronique grand public s'introduit dans ce marché. Le système, après plusieurs upgrades, sera apparemment abandonné en 1999.

Plus récemment, on a appris que Sony souhaitait revenir sur ce marché, avec les dernières technologies à disposition. Il est important, pour que les HMDs dépassent le stade du marché niche, qu'un acteur de grande taille investisse. Ces dernières années toutes les barrières qui faisaient obstacle à l'avènement des casques de bonne qualité sont en train de s'effondrer. Déjà, la technologie d'affichage des images a considérablement été réduite en taille et en consommation. Finis les gros casques à base d'écrans cathodiques, nous sommes à l'ère du LCD, du LCOS et de l'OLED. Leur vitesse de rafraîchissement s'est aussi améliorée. Le prix de ces technologies sont en train de s'écrouler, tout en voyant leur



résolution augmenter en parallèle (sans toutefois atteindre la précision d'un moniteur de grande taille). Les casques encombrants, restreints par de longs et lourds fils, se voient remplacés par des connectiques beaucoup plus simples et légères. Sans parler des progrès de transmission des images sans fil, vu qu'on parle déjà d'un prochain standard HDMI wireless (reste le problème de la latence, toujours non résolu). Ces technologies sans fil pourraient ouvrir la voie à une vraie liberté de mouvement pour ce genre d'équipement. Ajoutez à cela les récents développements en termes de détecteurs de mouvements, comme le Kinect ou le Move.

Différents systèmes proposés par les constructeurs les plus influents du jeu vidéo. Le Virtual Boy en haut, le truc rouge de Nintendo, échec commercial remarquable! A gauche, le Sega VR, jamais lancé par la marque, suite à des problèmes de confort d'utilisation. Enfin, Sony et son Glasstron, ici le modèle original en 1996, qui n'était ni plus ni moins qu'une visionneuse, sans head tracking.



Mike Hocking de Sony Europe, fervent supporter de l'HMD made in Sony. Autres images: le prototype du HMD de Sony, tel que présenté quelques mois plus tôt au CES. On y revient plus loin vers la fin de l'article.



Ces derniers sont capables de détecter les mouvements de votre corps, chose particulièrement utile pour donner vie à votre alter ego dans l'environnement virtuel. Enfin, la qualité graphique est désormais « suffisante » (bien qu'on ne soit jamais complètement satisfait) pour afficher des scènes complexes de haute qualité. Ce n'est pas encore du photoréalisme, mais en mettant des cartes en parallèle genre SLI, on peut espérer une qualité potable sur chaque œil.

Alors, pourquoi l'offre n'existe pas encore ? Pourquoi Sony a-t-il tant attendu avant de commercialiser quelque chose sur ce sujet ? Certains suggèrent que la mode est actuellement au jeu social, et le Move de Sony, le Kinect de Microsoft vont dans ce sens. Mais dès que vous mettez un casque, cela

restreint le jeu à une seule personne. Cela tue l'expérience sociale. Peut-être. Mais il existe aussi de nombreux joueurs qui préfèrent s'amuser en solo et qui seraient sans doute prêts à faire le pas si l'offre existait.

Lors du dernier CES, Mike Hocking, vice président de Sony Europe, a déclaré: « Nous avons notre nouveau HMD qui a été annoncé au CES plut tôt cette année, et vous vous rendez compte qu'on peut revenir sur ce qu'on souhaitait vraiment faire avec la réalité virtuelle dans les années 80. Nous avons la puissance pour le faire, la résolution de l'écran suit, la puissance de calcul pour rafraîchir l'image suffisamment rapidement. Nous sommes capables d'avoir des expériences ludiques immersives sur HMD, dans un proche avenir.

Être dans un monde virtuel où je peux voir mes mains virtuelles ou une arme virtuelle, avec toutes les choses que nous pouvons faire dans le monde du jeu vidéo, ça va être vraiment fantastique. Pour l'instant, tout ce qui est vraiment hors du commun est en R&D – comme par exemple avoir des lentilles avec des caméras et des senseurs intégrés pour que tout ce que vous voyez soit augmenté avec des informations utiles. »

20 ans plus tard, les consommateurs sont sans doute plus prêts que jamais à accepter cette technologie. Peut-être doit-on dire merci à Avatar ? En effet, l'avènement de la 3D au cinéma a précipité une demande de contenu 3D pour les grands écrans et les programmes à domicile. Les HMDs bénéficient donc directement de tout ce contenu disponible a priori. On peut voir les HMDs comme des versions portables de TV 3D, présentant l'avantage évident de pouvoir interagir davantage avec l'environnement par le biais de senseurs de mouvement intégrés. De plus, les HMD pourraient rendre la 3D portable, un peu comme le walkman a rendu la musique mobile à une époque où il fallait une chaîne hifi pour écouter des cassettes. Enfin, l'immersion avec un HMD sera de toute façon bien supérieure à son équivalent sur écran plat.

LA QUESTION DE L'UTILITE

Pour voir la technologie adoptée, le fait qu'elle soit accessible et impressionnante n'est pas suffisant. Il faut des applications qui apportent une valeur ajoutée. Prenons le cas de la vidéo-conférence. Même s'il est facile et peu coûteux de nos jours de faire de la visio-conférence de qualité raisonnable, la plupart des entreprises n'utilisent pas cet outil.

Elles se contentent d'un rudimentaire téléphone pour fonctionner. En retournant donc la question, est-ce que le fait d'avoir une présence plus directe dans un monde virtuel apporte une réelle utilité, une valeur ajoutée par rapport à tous les outils dont nous disposons déjà ? Au-delà du coût d'accès à cette technologie, il faut aussi considérer le besoin d'espace physique pour en profiter. Si vous souhaitez véritablement effectuer un travail de simulation à distance, il vous faut de la place pour vous permettre de bouger ou vous déplacer un minimum dans l'espace virtuel correspondant. La problématique du Kinect est similaire, puisque lui aussi demandait plusieurs mètres devant lui pour opérer dans de bonnes conditions.

A ce sujet, un sondage effectué en 2006 par Aaron Druck de Techcast donne quelques éléments de réponse quant à l'utilité de la présence virtuelle. Aaron avait interviewé l'époque une trentaine d'experts de la réalité virtuelle, et 50 « early adopters », des jeunes qui suivent les nouvelles technologies de près et achètent souvent toute nouveauté qui sort, pour justement répondre à la question « *la réalité virtuelle, pour quand, et pour quoi faire?* »

Le point de vue des experts était assez consistant: il faudrait sans doute une bonne dizaine d'années, voire plus, pour que la technologie devienne courante (« courant » signifiant ici une pénétration à hauteur de 30% du grand public). Pourquoi tant de temps? Les avis sont partagés. Certains experts estiment que le coût restera une barrière pendant longtemps, alors que les autres estiment que les avancées

technologiques ne seront pas suffisantes d'ici là. Quant aux utilisations, les deux principaux domaines qui bénéficieraient grandement de la réalité virtuelle seraient la formation professionnelle et l'éducation.

Parmi les « early adopters » consultés, la réalité virtuelle pourrait mettre 6 à 15 ans à se généraliser auprès du grand public. Comme nous sommes déjà en 2011, et que ce n'est pas encore le cas, il est donc probable que les experts avaient une vue un peu plus juste de la situation au niveau de la commercialisation. Vis-à-vis des utilisations potentielles, voici l'ordre des priorités, définies par les early adopters:

1. Loisirs – 12 votes.
2. Education et formation – 12 votes.
3. Transport et voyage – 7 votes.
4. Bien-être - 5 votes.
5. Communication - 4 votes.

Sans surprise, les loisirs arrivent en premier. Il est cependant assez parlant de voir l'éducation comme second centre d'intérêt, au même niveau que les loisirs. Il est vrai que la réalité virtuelle, dans l'absolu, pourrait agir comme simulation ultime de quasiment tout. Dès lors, l'éducation est aussi un domaine d'application.

En termes de budget que les personnes interrogées souhaiteraient dépenser pour ces activités, l'éducation arrive en tête avec 465 dollars en moyenne, suivie par les loisirs (366 dollars), les communications (292), le bien-être (224)



et les voyages (160 dollars). La valeur ajoutée semble être en proportion des services rendus: si la réalité virtuelle vous permet d'accéder à un savoir qui vous coûterait beaucoup plus cher normalement, un prix de 500 dollars ne semble pas exorbitant. Pour les loisirs, le prix doit rester raisonnable, mais tout comme la Wii, ou encore le Kinect l'a récemment démontré, il y a sans doute une demande de nouvelles sensations, de nouvelle manière de jouer, chose que le HMD serait en mesure de promouvoir.

Retenons donc: selon toute vraisemblance, la réalité virtuelle avec le casque et tout sera a priori une réalité dans les 5-10 prochaines années. Avant 2020. Et que les applications « niches » commenceront déjà à se répandre plusieurs années avant cette échéance.

A l'heure actuelle, ce que proposent Sony et autres Vuzix n'est pas vraiment de la réalité virtuelle, mais plutôt des écrans portables sous forme de lunettes, qui permettent une vision très privée, en 3D suivant les modèles (les modèles stéréoscopiques). C'est bien, mais il manque encore les systèmes de tracking dans les solutions commerciales grand public, bien qu'ils puissent être intégrés en option. Le casque de Sony, par exemple, n'est pas non plus portable, il a besoin d'une base supplémentaire, d'alimentation, etc... bref c'est pour une utilisation à domicile en priorité. Vuzix propose essentiellement une offre qui permet de voir des films via des lunettes, mais l'intérêt est limité vu que la résolution est faible par rapport à une tablette comme un iPad par exemple, et une seule personne peut profiter du film à la fois.

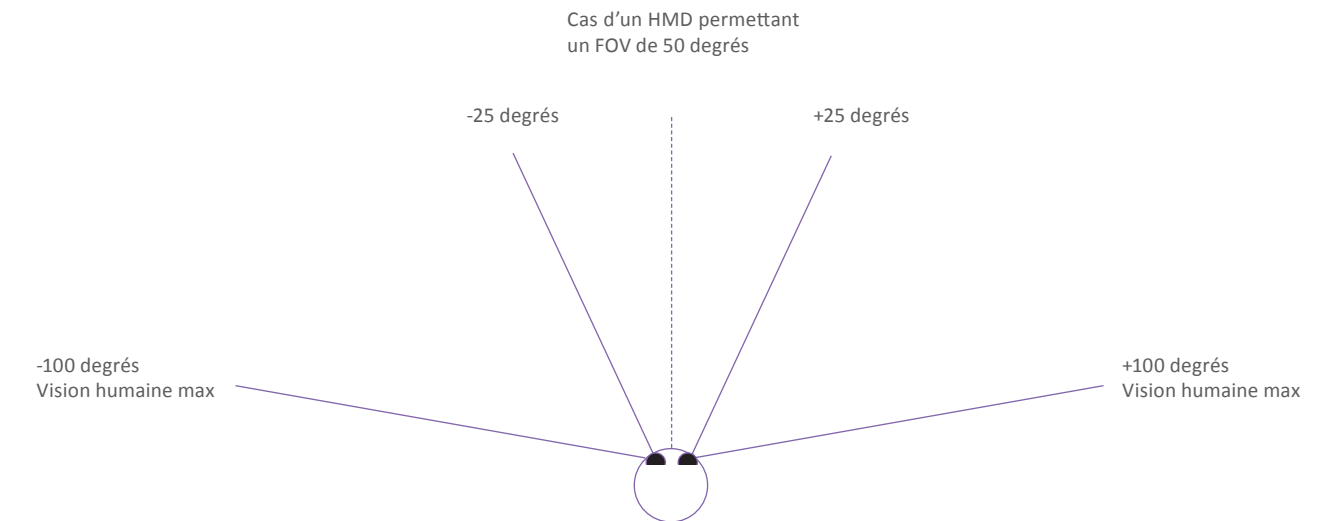
Finalement, le seul avantage est de permettre d'avoir accès à une vision 3D en dehors du cinéma, sur un écran (certes virtuel) plus grand que sur une TV 3D.

LES LIMITES ACTUELLES A L'ADOPTION

De nombreux facteurs sont encore problématiques pour espérer une généralisation de la technologie auprès du grand public.

Un problème de poids

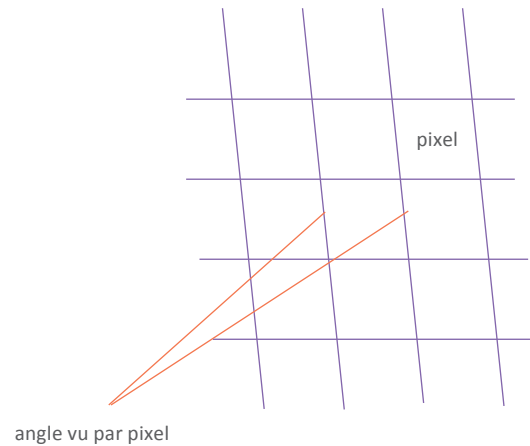
En terme de hardware, le casque doit comporter l'électronique nécessaire à l'affichage des images sur chaque œil, l'optique intégrée, l'audio, le support du casque lui-même, les capteurs de mouvement, les batteries pour alimenter le tout (si ce n'est pas filaire), et dans les modèles les plus



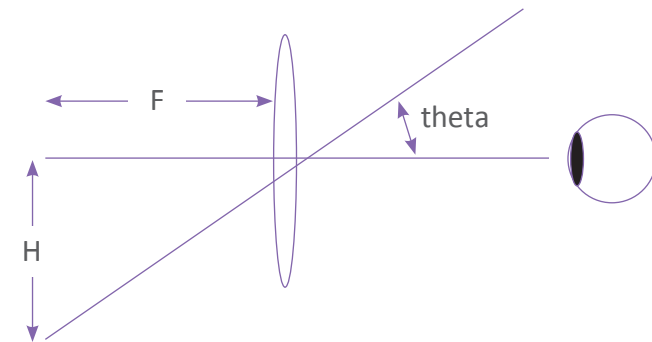
récents la transmission sans fil, qui consomme aussi de l'énergie. Ajoutez à cela que le casque doit être réglable pour les différentes circonférences de crâne et différentes positions des pupilles (ce qui est plus compliqué que cela en a l'air, les variations sont énormes d'un individu à un autre). Il doit aussi être stable pendant son utilisation (ne pas tomber), ce qui nécessite des systèmes d'attache. Tous ces éléments, cumulés, prennent un certain poids, et même des casques relativement légers finissent par fatiguer la nuque sur des périodes prolongées. Mais le poids total n'est pas le seul problème, l'inertie du casque est aussi importante: si le casque est mal équilibré entre l'avant et l'arrière, il risque de donner davantage de force aux mouvements de votre tête à cause du moment d'inertie. Une des solutions consiste alors à installer des contrepoids pour les casques déjà assez lourds. Pour vous donner une idée de l'échelle de grandeur, dans le milieu professionnel on trouve de tout en termes de poids, de 350 grammes à plus de 2 kilos. Évidemment, pour le grand public, l'idéal sera un casque ultra léger, cela va de soi.

Le champ de vision ou Field of Vision (FOV)

Le champ de vision humain est à peu près de 200 degrés (en horizontal) et 130 degrés (en vertical) au total avec les deux yeux, et si l'on souhaite recréer cet effet avec des casques, vous vous doutez bien qu'il faut avoir un angle de vue suffisant pour chaque œil. Généralement, les pupilles elle-mêmes bougent de 10 à 15 degrés pour visualiser différents détails dans l'espace, mais au-delà les mouvements de l'œil deviennent désagréables et exigent un mouvement de la tête. C'est pour cela que l'angle de vue doit être suffisamment large pour éviter un mouvement de tête constant qui serait tout à fait artificiel et fatiguant quand on porte un casque sur les épaules. Alors, quel degré de FOV est souhaitable? Ca dépend, en fait, de l'effet recherché. En dessous de 50 degrés (horizontal), la sensation d'être soi-même en mouvement est réduite, ce qui limite les effets de nausée que certaines personnes sont susceptibles de ressentir. Dans le domaine des simulateurs, plusieurs études ont été conduites et celles d'un certain Patterson (2006) recommande au moins



La densité de pixel, mesurée par angle



La relation physique entre le FOV et la taille de l'image

60 degrés de FOV pour donner une vraie sensation d'immersion. Les tests montrent que l'immersion est de plus en plus élevée avec le FOV (testé jusqu'à 140 degrés). Au point de vue des applications militaires, les simulateurs de vol pour hélicoptères, par exemple, offrent des FOV de plus de 100 degrés en horizontal par 52 degrés en vertical, ce qui est très, très large. L'importance du champ de vue vertical dépend vraiment de ce que vous visionnez. Si vous considérez le cas d'un simulateur de voiture, il n'est pas nécessaire d'avoir un champ vertical très étendu puisque la plupart de votre temps vos yeux seront rivés au sol, sur l'horizon pour voir la route. Pour un simulateur de vol, par contre, un grand champ de vue vertical sera essentiel. A noter que l'œil humain est asymétrique sur l'axe vertical: il voit mieux au niveau du sol qu'au niveau du ciel. C'est à prendre en compte dans le design de l'optique du casque. Si vous avez un champ vertical de 45 degrés, mieux vaut donc le répartir sous la forme de +15 degrés (angle supérieur à l'horizon) et -30 degrés (angle inférieur à l'horizon), plutôt que d'opter pour une répartition moitié haut, moitié bas. Au point de vue du coût, un large

FOV se paie en optique mais aussi en poids au final (car l'optique pèse). Les premiers HMDs n'avaient que 35 degrés de FOV, mais désormais, commercialement parlant, on trouve bien mieux, si l'on est prêt à y mettre le prix. A noter que les constructeurs trichent parfois dans leur manière de présenter le FOV, en utilisant le FOV en diagonale plutôt qu'en horizontal. Une diagonale de 60 degrés en FOV signifie donc juste 49 degrés en horizontal et 33 degrés en vertical, des chiffres tout de suite moins impressionnants.

La résolution

Un autre aspect crucial. Puisque l'image est créée tout près de l'œil, il faut qu'elle soit suffisamment fine pour ne pas laisser apparaître de l'aliasing entre chaque pixel. Plus que la résolution, le paramètre à prendre en compte est la densité de pixels, généralement mesurée en arcmin/pixel. Un œil humain de bonne vision peut distinguer environ 60 pixels par degré. Pour avoir donc une image qui atteigne cette limite et soit aussi proche de ce que nous voyons en réalité, il faudrait, pour un HMD dont le FOV serait de 40

degrés en horizontal et 30 degrés en vertical, une résolution minimale de 2400*1800 pixels. Vous l'aurez compris, même avec du full HD, vous êtes loin du compte, et n'oubliez pas que le champ pris en compte ici est très réduit. Les HMDs professionnels offrent quant à eux des résolutions pouvant aller jusqu'à 1920*1200 pixels, soit du 15-20 pixels par degré.

D'autre part l'angle entre chaque pixel est aussi important, il faut donc que l'optique soit assez incurvée pour éviter les distorsions optiques et assurer un angle quasi constant pour chaque pixel. Malheureusement, la résolution est liée au FOV par la physique:

$H = F * \tan(\theta)$, avec

H la taille de l'image

F la longueur focale de la lentille

Theta le FOV ou la taille apparente de l'image virtuelle

Ce qui veut dire que vous ne pouvez PAS avoir en théorie un grand champ de vision ET une grande résolution.

Cependant, certains moyens de contourner ce problème existent, comme par exemple la superposition des images binoculaires (c'est-à-dire que les images de chaque œil vont voir certaines de leurs parties se confondre), qui augmente la sensation de FOV. On peut aussi rajouter des « tuiles » optiques, soit de petits écrans supplémentaires dans chaque œil, comme une mosaïque, pour compléter le champ de vision manquant. C'est ce que propose le piSight de Sensics Inc. Évidemment, l'alignement de cette mosaïque d'écrans devient alors un véritable casse-tête, car elle doit être invisible à l'utilisateur, comme vous vous en doutez.

Une autre méthode, assez étrange, consiste à jouer avec le cerveau, en balançant à un œil un signal de faible FOV mais de haute résolution, et à l'autre œil un signal de haute FOV mais de faible résolution. Votre matière grise fait apparemment la fusion des deux images et la correction d'elle-même, ce qui vous procure une image de haute résolution au centre de votre champ de vision, tout en ayant un FOV très large autour de votre œil. Cette technique étant peu commune, elle doit sans doute se payer en termes de fatigue visuelle à cause de la compensation effectuée constamment.

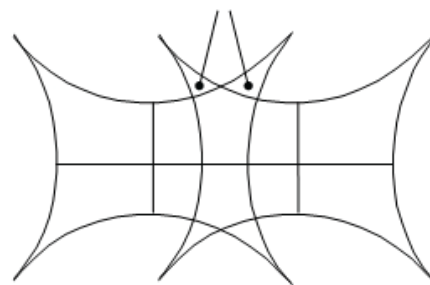
Distorsion optique

Suivant l'optique utilisée dans la construction du casque, des phénomènes de distorsion peuvent apparaître. Par exemple, l'absence de linéarité entre le centre et le côté de l'image vous donne l'impression qu'un objet ou personnage bouge plus vite quand il est sur le côté, par rapport à un mouvement similaire au centre de votre champ de vue.



Le HMD piSight de Sensics est l'exemple d'une solution technique à la limite du FOV sur HMDs classiques. Il fait en effet appel à de multiples micro-écrans disposés en tuiles les uns à côté des autres, comme vous pouvez le voir dans l'image à droite, ce qui vous permet d'agrandir le FOV de manière significative tout en gardant une résolution, ou une densité de pixels, en l'occurrence, très élevée. Mais rien n'est parfait, le casque semble relativement encombrant, d'où l'utilisation d'un système d'attache plutôt robuste.

La distorsion des lignes est aussi particulièrement visible, si les horizontales apparaissent courbes dès lors qu'on s'éloigne du centre du champ de vision. Enfin, pour les systèmes binoculaires avec superposition des images, le risque est de constater un défaut de superposition, quand les deux parties d'images qui sont censées se confondre subissent des distorsions différentes.



Partial binocular overlap

Il existe des moyens de corriger plus ou moins ces aberrations sans retoucher le système optique, en appliquant un filtre mathématique à chaque image transmise au casque pour corriger les distorsions en amont, résultant donc en une image correcte pour chaque œil au final.

Technologie et qualité d'affichage

Quand un utilisateur parle de son expérience vis-à-vis d'un HMD, tout n'est pas qu'une question de résolution ou de champ de vision, mais la qualité intrinsèque de l'image projetée est aussi extrêmement importante dans son évaluation.

La plupart des HMDs utilisaient encore récemment la technologie des LCOS (Liquid Crystal On Silicon) comme système d'affichage. C'est similaire au LCD, à la différence près que la lumière n'est pas transmise à travers la paroi du LCD, mais par réflexion sur la surface.

La source de lumière est donc DEVANT les petits écrans. Les LCOS sont plus communs que les OLEDs et sont disponibles en meilleure résolution, mais ils souffrent :

- d'un manque de contraste (car la lumière a besoin d'être constamment réfléchi, même pour afficher du noir, alors que sur un OLED un pixel peut s'éteindre),
- d'une température d'utilisation parfois exotique, qui nécessite parfois un système pour mettre l'affichage à la bonne température avant utilisation.
- D'un motion blur systématique aux LCDs, qui est d'autant plus marqué dans les HMDs vu que l'image est constamment en mouvement si le casque comporte un détecteur de position de la tête.

L'OLED semble donc être le format d'avenir, mais les résolutions sont encore limitées, les prix sont élevés et les fabricants peu nombreux. A noter cependant que le LCOS est imbattable en termes de luminosité, puisque vous pouvez adapter des lampes puissantes si cela s'avère nécessaire. Pour les pilotes militaires, le LCOS est donc encore la technologie de référence pour conserver la visibilité de l'affichage malgré la luminosité extérieure.

COMPROMIS

Bref, rien n'est encore parfait en termes de vision sur ce genre de casques, et il s'agit souvent d'un compromis entre finesse de l'affichage et largeur du champ de vision. Comme ce sont des micro-écrans qui procurent l'image, cette image doit être agrandie de manière optique. Si vous limitez l'agran-

dissement, l'image restera de petite taille et vous aurez l'impression de regarder une lueur lointaine, comme cachée derrière un tunnel. Elle aura cependant l'avantage d'être très fine. Si, au contraire, vous agrandissez l'image davantage, le champ de vision sera bien plus large, mais vous souffrirez d'une image moins précise (la densité de pixels diminuant) et donc de moins bonne qualité, accompagnée d'effets de distorsion sur les côtés, etc... Comparativement parlant, ces casques sont encore très chers par rapport à toutes les autres technologies d'affichage disponibles. Mais là où le HMD peut tirer son épingle du jeu, c'est sur le type d'expérience qu'il propose. On parle d'immersion bien supérieure à une session de TV sur votre canapé, après tout.

En 2007, Sensics rendait public les résultats d'un sondage auprès d'utilisateurs de réalité virtuelle pour des fins académiques, commerciales et gouvernementales. Même si l'étude date un peu, ses résultats sont toujours valables, puisqu'ils définissent quels sont les paramètres qui laissent à désirer vis-à-vis des attentes du public. Par exemple, un FOV de 50 degrés n'est considéré comme « suffisant » que par 10% des participants. Pour répondre aux attentes du public à 75%, il faudrait un FOV de 120 degrés. Idem pour le FOV vertical, la plupart des casques actuels se contentent de 30 degrés d'amplitude, alors que les utilisateurs aimeraient au moins avoir 50 voire 65 degrés en vertical pour être satisfaits. Au niveau du poids, même si la question posée était étrange (« *quel poids serait suffisant?* »), il semble que les utilisateurs ne souhaitent pas avoir des casques de plus de 500 grammes. Autre détail qui mérite d'être noté, bien que 95% des

personnes interrogées aient utilisé un HMD par le passé, moins de la moitié d'entre elles en utilisent encore régulièrement. Un manque d'intérêt sur le long terme dénote d'un certain problème de satisfaction, donc...

LA QUESTION DES NAUSÉES

Quand on touche à un affichage en pseudo-relief (comme celui de la 3DS) certaines personnes se demandent si elles risquent de subir des nausées lors d'une utilisation de longue durée. Le cas des HMDs est encore plus parlant, puisque l'immersion est largement supérieure à celle d'un petit écran unique. D'après une étude réalisée quelques années plus tôt, comparant de manière scientifique les effets néfastes de ces écrans vis à vis des écrans traditionnels, il n'y a pas lieu de s'inquiéter outre mesure. Les résultats sont assez rassurants: en effet, même si certaines personnes souffrent de fatigue visuelle après une longue utilisation, ces symptômes ne diffèrent pas véritablement de ceux issus d'une séance de télévision de même durée, chez ces mêmes personnes. Certains cas de nausées ou de désorientation ont effectivement été observés, mais ils restent rares, et leurs conséquences dépendent vraiment de l'état d'esprit des individus: si la personne concernée reconnaît un certain intérêt à l'expérience en cours (par exemple, apprentissage, simulation, etc...) elle aura tendance à dépasser ce désagrément pour se consacrer à l'objet de son attention. Comme pour les écrans traditionnels, il est recommandé, pour les HMDs, de restreindre leur durée d'utilisation sans pause. L'étude finissait en concluant que les HMDs d'ores et déjà disponibles étaient suffisamment confortables pour justifier une utilisation auprès du grand public sans risques.



世界初体感。*



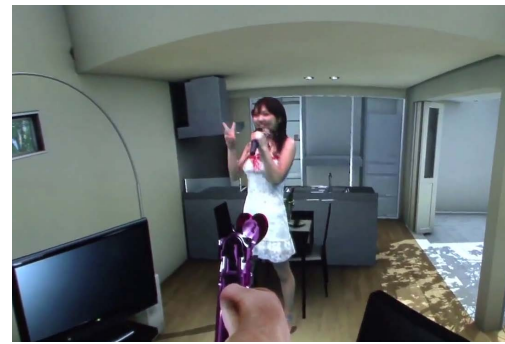
SONY OUVRE LA VOIE ?

Puisque Sony vient tout récemment d'annoncer la commercialisation d'ici la fin de l'année de son Personal 3D Viewer HMZ-T1 pour un prix de 800 dollars, il serait dommage de ne pas en parler. Ce n'est ni plus ni moins qu'une nouvelle version de l'ancêtre Glasstron, avec des améliorations notables au niveau de la technologie utilisée: OLED pour affichage (720p sur chaque oeil), son 5.1 directement intégré au casque. Le design est élégant, futuriste, comme Sony sait le faire. On croirait le bidule sorti du dernier Tron Legacy. Mais plusieurs détails sont pour le moins embarrassants. D'une part, le positionnement marketing de la machine. Évidemment, c'est un 3D viewer puisqu'il n'y a aucun détecteur de mouvement intégré, mais Sony espère-t-il vraiment un marché pour ce genre d'utilisations? Qui regarde des films

tout seul, et qui plus est, dans un environnement fermé comme celui d'un HMD (pas pratique pour bouffer du popcorn!) ? Ce HMD est lancé sur le marché comme un truc à tout faire, mais de par ses limitations techniques, il est vraisemblable que ses utilisations seront limitées. Ceux qui ont pu l'essayer parlent par exemple d'un casque trop lourd. Est-ce que Sony souhaite vraiment qu'on porte un poids important pendant un film de 2 heures? Il aurait peut-être été plus judicieux de la positionner en tant que casque pour jeux, en bundle avec un GT5 ou autre simulation disponible sur PS3, par exemple, puisqu'on ne passe pas forcément beaucoup de temps par partie. Mais en le positionnant pour gamers, le risque est de ne pas leur procurer un appareil qui leur donne complètement satisfaction. Et au niveau des specs, ce HMD est loin d'être impressionnant, avec seulement 50 degrés de FOV.

Comme on l'a vu plus tôt, c'est tout juste limite et largement insuffisant pour vous donner l'impression d'être « dans le jeu ». Au prix où il est commercialisé, je crains fortement que la plupart de ceux qui auront l'occasion de l'essayer y renonceraient rapidement. Ce n'est pas encore assez bien, pas encore assez agressif pour convaincre les masses, qui seront sans doute déçues d'un effet de tunnel en plein jeu.

Le seul point positif de ce HMD est finalement la marque, Sony. Le fait qu'un grand acteur du milieu souhaite retenter l'expérience est une bonne chose: l'audience pourra augmenter, le marché avec, et on peut espérer voir les prix baisser dans le futur, si tant est que cette initiative ne soit pas un échec total. Il faut donner envie à d'autres acteurs de se lancer à leur tour, et en ce sens Sony pourrait ouvrir la voie.



En juillet 2011, Crescent Inc a dévoilé son propre système de réalité virtuelle, avec un casque pour le moins original, qui, combiné à des senseurs placés sur les mains et des caméras de haute définition positionnées autour de la scène, permettent de retranscrire vos moindres mouvements à votre alter ego virtuel. Cela va sans dire, ce genre d'équipement est sans doute très onéreux.

Voici un autre exemple des possibilités offertes par les HMDs avec iMove Software. Une vidéo capturée à 360 degrés sur un véhicule peut être rejouée en mode réalité virtuelle par l'intermédiaire d'un casque (Sensics ici) branché à un détecteur de mouvement. Et vous pouvez alors revivre la traversée de la ville comme si vous y étiez. Une nouvelle façon de voyager?



LE FUTUR

Un autre sondage de Sensics, rendu public en 2009, montre clairement un intérêt prononcé du public (ceux qui utilisent déjà des HMDs) pour des solutions sans fil. Le HMD de Sony, par exemple, est encore filaire, et limite forcément toute utilisation de réalité virtuelle. L'intérêt du wireless est évident: une plus grande liberté de mouvement aussi bien au niveau de la flexibilité que des distances. Et c'est aussi plus simple à mettre en place! Ceux qui utilisent des HMDs régulièrement rapportent en effet que les utilisateurs se prennent dans les câbles assez souvent, et que cela est une source de frustration quant à leur utilisation. Mais le challenge au niveau wireless est encore immense: il faudrait un standard pour transmettre du signal de haute qualité en wireless, chose encore en gestation. Ensuite, un HMD libéré de contraintes filaires doit être autonome énergétiquement parlant, et cela implique la présence de batteries pour faire fonctionner les deux écrans, et le système de réception/transmission wireless, sans oublier le reste de l'électronique embarquée. Les utilisateurs aimeraient avoir une batterie qui dure 2-3 heures pour considérer

ça comme suffisant, d'après le rapport. Au lieu de chercher à rajouter du poids sur la tête de l'utilisateur, on peut effectivement découpler la batterie et une partie de l'électronique dans un sac à dos. Le principal problème concerne alors la latence. Le sondage indique qu'en termes d'attentes, une latence de 30 ms serait acceptable, mais attention, on parle d'un flux de 60 images par seconde sur chaque oeil (le minimum pour avoir une vision fluide) et en haute résolution, ce qui complique sérieusement la tâche. Le tout sur une distance de 15 à 20 mètres. En tout cas, c'est effectivement la direction à adopter, il est difficile de concevoir le grand public s'intéresser massivement aux HMDs tant que les câbles resteront nécessaires. Comptons bien encore 3 à 5 ans pour voir des solutions commerciales portables et wireless.

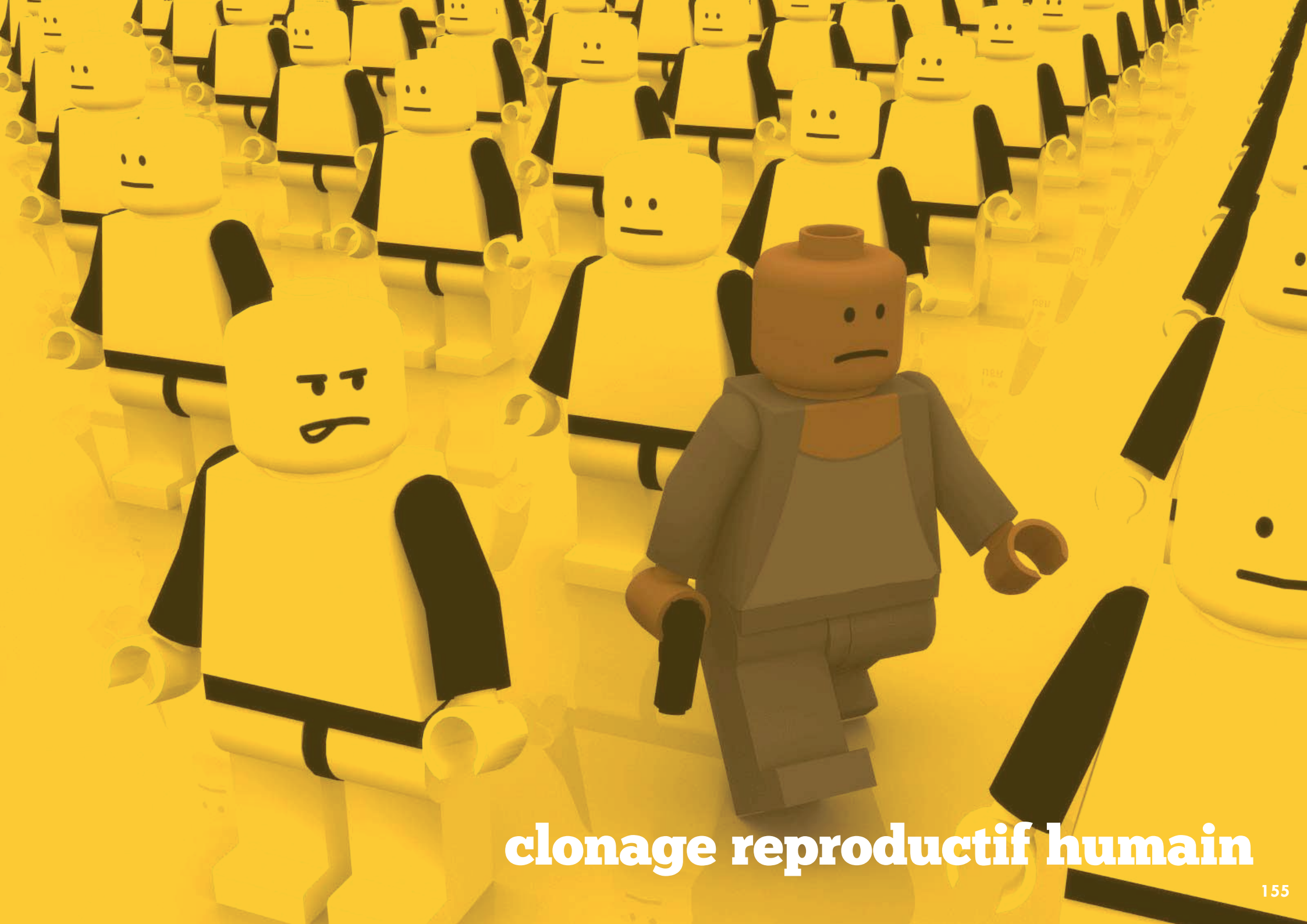
Comme le disait Tony Havelka de Tek Gear, « la réalité virtuelle a été über-hypée mais jamais atteinte pendant un bout de temps. La technologie qui est à la mesure de la hype créée par les media est tout juste disponible, et en quantités limitées. Notamment au niveau des micro-écrans.

Le marché du grand public est très difficile. L'utilisateur moyen a des besoins sophistiqués. Il veut des performances élevées à un prix faible. Les HMDs sont proches de répondre à ces besoins, et dans le même temps les industriels sont prêts à payer plus et à accepter les défauts car ils font de l'argent avec. Je crois qu'il y a un marché suffisant pour des HMDs professionnels et des HMDs pour le grand public, mais de nombreux investisseurs, par le passé, se sont cassés les dents sur des projets d'HMDs (comme Virtual I/O, N-Vision, VictorMaxx) et leurs mémoires sont encore fraîches. Il leur faudra un business plan crédible pour financer un nouveau projet d'HMD grand public.»

D'habitude, vous voyez des pronostics dans ces colonnes sur le quand et à quel prix ces nouvelles technologies sont susceptibles de décoller. Dans le cas des HMDs, leur futur commercial reste un grand point d'interrogation, vu qu'ils sont en concurrence avec bien d'autres types d'affichages qui ne cessent de progresser aussi en parallèle. Le succès ou l'échec de Sony avec leur HMZ-T1 nous donnera sans doute une indication raisonnable de l'intérêt des consommateurs.

anticipantia

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



clonage reproductif humain

Me voilà bien gêné pour démarrer cet article. Je me vois dans l'obligation de présenter mes excuses aux lecteurs, tant le sujet paraît rebattu – un comble pour une rubrique d'anticipation ! Que tous ceux qui pensent tout savoir et pour qui tout débat est d'ores et déjà plié passent à un autre article. Pour les autres, nous nous efforcerons de laisser de côté tant la fascination béate pour le progrès que les considérations idéologiques ou théologiques et nous examinerons la question du clonage reproductif de façon aussi pragmatique que possible. Partons du principe que le clonage est possible. Les problèmes de mise au point sont dépassés, les clones naissent jeunes comme prévu et les risques d'échec ont été réduits à un niveau qui permette d'envisager la commercialisation du procédé. La technique est sans danger particulier pour la mère porteuse (du moins d'un point de vue physiologique) et l'on maîtrise suffisamment l'analyse génétique pour savoir ce que l'on offre au client.

La première question qui se pose, naturellement, c'est: à quoi ça sert ? Qui va être demandeur d'un clonage et surtout dans quel but ? Sans réponse à cette question, pas moyen de prévoir les éventuelles conséquences, donc pas moyen de formuler un jugement moral valable. Ne mettons pas la charrue avant les bœufs.

Ca demande ici un certain effort d'imagination, car, après tout, reproduire un humain à l'identique peut sembler superflu. Qu'ai-je besoin de déployer tant d'efforts pour obtenir ce qui existe déjà ? Quelle est la valeur ajoutée par rapport à une procréation naturelle ? A la vérité, on peut tout de même distinguer plusieurs marchés porteurs.

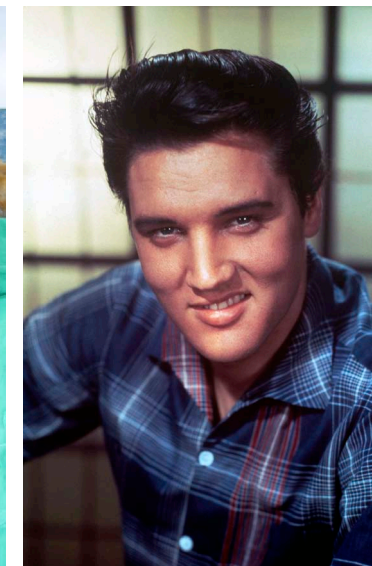
Je laisse de côté, délibérément, l'hypothèse selon laquelle un Etat totalitaire s'emparerait de la technique pour pratiquer une politique d'eugénisme. Certes, ce n'est pas une supposition grotesque et les nazis ont encore des émules. Mais leur audience reste assez modeste pour qu'on ne les craigne pas à moyen terme. Le clonage seul serait d'ailleurs absurde dans une politique d'amélioration de la race, à supposer que celle-ci soit acceptable. La perte d'adaptabilité de la population serait un inconvénient largement supérieur à tous les avantages escomptés. Il faudra beaucoup de crises graves pour en arriver à de telles extrémités. Bref « l'attaque des clones » n'est pas pour tout de suite. On aura bien d'autres soucis à régler avant. Il est beaucoup plus vraisemblable, en Occident du moins, que le clonage entre par une porte libérale et que les premiers clients soient de simples particuliers qui en prennent eux-mêmes l'initiative.

La première raison qui pourrait pousser des couples à demander un clonage est le désir compréhensible de faire revivre un être cher. La souffrance de perdre un enfant est tellement forte. Comment s'opposer à une mère qui pleure ? On investit tellement psychologiquement dans ses enfants ! En réalité le marché existe déjà. Offrir à la mère le même enfant pour effacer sa douleur ferait la fierté de nombreux médecins. Dans le même ordre d'idée, on peut penser à faire revivre un conjoint dans son enfant. On le clone pour ne pas le perdre tout à fait. Là encore, c'est déjà ainsi que beaucoup de femmes supportent la disparition d'un mari mort à la guerre. Etre enceinte de lui permet de se dire que malgré tout la vie continue.

On peut aussi, plus simplement encore, se cloner soi-même pour se donner l'impression de se survivre à soi-même. Pour de tels objectifs, l'investissement financier n'a pas d'autre limite que la richesse du client. Quel que soit le coût de la technique, on trouvera des gens pour la réclamer.

Peu importe d'ailleurs que cette demande repose sur une illusion. On sait bien que fondamentalement le clone n'aura ni les mêmes goûts, ni les mêmes qualités, ni la même histoire que celui dont il partage les gènes. Bref il sera un être différent, car il n'aura pas eu la même éducation, il n'aura pas vu les mêmes films, écouté les mêmes musiques ni subi les mêmes personnes. Tout son environnement aura été autre. A l'extrême, le simple fait d'être conçu comme la copie d'un autre suffit à créer une différence par rapport au modèle, qui, lui, n'a pas eu à supporter ce poids et est né d'une rencontre hasardeuse entre deux parents véritables. Malgré toutes ces différences fondamentales entre le clone et son modèle, une des premières motivations pour se faire cloner sera le rêve d'éternité. Ce fantasme en lui-même jette évidemment un voile de suspicion sur la méthode.

Le deuxième marché concernera sans doute des personnalités. Cible: les fans de tous les peuples, comme on dit si joliment aujourd'hui dans les journaux qui ont cessé d'informer. Au fond, le problème n'est pas très différent du précédent. On est cette fois dans une idolâtrie affligeante – ou drôle tant elle est crétine. Oui, j'admets que je suis cruel de critiquer d'avance des crétiens qui ne se sont pas encore révélés. C'est un peu facile, d'accord. Mais je vous fiche mon billet que



A gauche, en 2008, l'un des premiers clonages commerciaux de chiens (ceux en noir) pour faire renaître un chien mort quelques années plus tôt. Bientôt la même chose pour les acteurs/chanteurs disparus ? Hein, Elvis ?

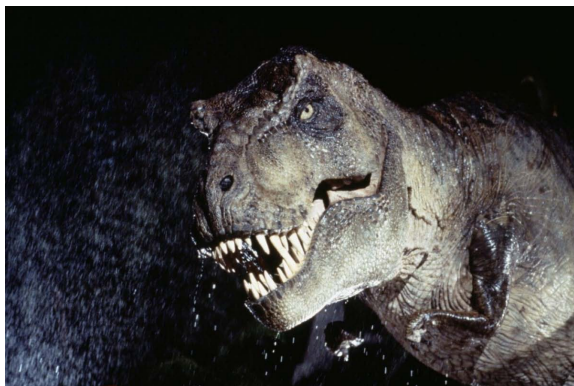
ça existera un jour. Et j'ai du mal à ressentir de la pitié... J'imagine bien des clones de Lady Di élevés au ketchup et au beurre de cacahuètes ou des clones de Konstantin Novoselov (Nobel de physique 2010) éduqués dans une école publique du Middle-West. La roche Tarpéienne est proche du Capitole. Je ricane... Ce serait sans doute un peu plus sérieux en ce qui concerne les sportifs, pour autant que le bon patrimoine génétique soit associé à un entraînement sérieux.

Quoi qu'il en soit, le simple fait d'être issu des fantasmes de ses procréateurs constitue un risque énorme dans l'éducation des petits clones. On le sait, il est déjà bien assez dur pour un enfant ordinaire de devoir porter les espoirs déçus de

ses parents. C'est toujours le même désir malsain de vouloir réaliser dans sa descendance ce que l'on n'a pas réussi dans sa propre vie. Le clonage en lui-même ne change pas fondamentalement la donne, il ne crée pas le problème mais il aggrave une tendance naturelle.

J'entends d'ici une objection: mais ce n'est pas forcément le cas de tous ceux qui le pratiquent. Réfléchissons deux minutes: quel est l'avantage comparatif du clonage si finalement on accepte de prendre l'enfant comme il vient ? A ce compte, autant se contenter d'une simple FIV ou encore mieux d'une procréation par les voies naturelles, qui offre au moins un moment de plaisir.

Ce n'est pas vraiment du clonage reproductif à vrai dire, mais ce que proposait Jurassic Park, c'était de recréer des dinosaures à partir d'ADN de ces anciens reptiles, retrouvé dans un moustique suceur de sang, conservé dans l'ambre. Un scénario proprement idiot, car en toute probabilité, le seul ADN qu'on pourrait retrouver en soutirant des extraits de moustique, c'est justement de l'ADN de moustique.



Pour des couples ordinaires, soit cela permet d'accroître le contrôle, soit c'est inutile et dispendieux. On pourrait penser alors que ça intéressera les couples homosexuels, puisque la procréation ordinaire ne les concerne pas, a priori. En fait c'est plus compliqué que cela car on peut fort bien imaginer qu'ils fassent l'effort, pour avoir une descendance, de se rapprocher au moins une fois dans leur vie de l'autre sexe. L'idée que les homosexuels puissent se marier est d'ailleurs très nouvelle. Beaucoup de peuples ont toléré l'homosexualité, certains en ont même fait l'éloge. Dans certains rites initiatiques, c'était un passage obligé. Mais jamais ça ne dispensait d'un mariage hétérosexuel, car la pédérastie n'a jamais assuré une lignée. Qu'un Athénien du 4ème siècle avant J-C parcoure les palestres à la recherche d'éphèbes, ça ne posait pas de problèmes particuliers, mais il devait quand même se marier pour transmettre l'héritage et le culte familial. L'homosexualité pour le plaisir ou l'amour, soit. Mais pour avoir des enfants... c'était plus compliqué. Mais admettons que la réalité ait changé et que l'on ait un « droit » fondamental à avoir des enfants (ce qui reste à prouver, il n'est pas certain que le désir d'enfants ouvre des droits ipso facto). Rien n'oblige pour autant à ce que l'homoparentalité passe par le clonage. J'en reviens à ce que l'on a dit précédemment, il existe d'autres méthodes plus simples sur le marché.

En revanche, la tentation est grande d'utiliser cette méthode pour évacuer l'autre sexe et se replier sur soi. Je précise que, dans un premier temps du moins, c'est la paternité qu'on voudra éluder. Naturellement, le clonage ne dispense pas

d'une matrice pour la gestation. Un utérus artificiel serait d'un niveau de technicité encore bien plus élevé et nous n'allons pas en tenir compte aujourd'hui. Le clonage pourrait être employé, par des lesbiennes ou des féministes farouchement individualistes, afin de se débarrasser de l'oppression masculine. Si on examine un petit peu ce que certaines bitophobes écrivent, ça n'a rien de loufoque. Certaines utopistes ont déjà évoqué la possibilité de mettre la testostérone au rancard. Après tout, arguent-elles, il est statistiquement établi que les hommes sont plus violents que les femmes et que les criminels sont dans leur immense majorité des hommes. Et je ne vous ferai pas l'affront d'évoquer l'actualité judiciaire et politique ! Pour ma part et en raison même de ce que je suis, je ne peux pas supporter un tel rejet. Allons-nous finalement nous diriger vers une oppression amazone, reflet inversé de la phallocratie d'autrefois ? Mais bon, c'est une perspective assez peu probable et de toute façon éloignée. De tels comportements resteront sûrement marginaux et je ne doute pas que de saines réactions auront lieu. Finalement, la plupart des filles nous aiment bien, quant aux peaux de vache, tant pis pour elles ! Je ne pense pas que les ultra-féministes soient un jour capables d'imposer leurs modèles.

Dès lors on peut penser que si ces dames veulent faire un bébé toutes seules, comme dit la chanson, c'est leur problème, et que si elles veulent se créer des difficultés à courir entre les biberons et le boulot, ça ne concerne personne d'autre. Mais c'est une erreur. On s'imagine que la sexualité est une affaire strictement privée car c'est ce qui est intime par excellence.

Pourtant, dès lors que l'acte sexuel ouvre sur la procréation, il concerne bien d'autres personnes que les adultes consentants. En premier lieu, il concerne l'enfant. On ne lui demande pas son avis, évidemment, mais pour lui la copulation de ses parents est l'événement le plus important qui soit. Ensuite, il concerne la société dans son ensemble, puisque ça implique un nouveau membre, à qui il faudra trouver une place, dont il faudra s'occuper, à qui on va accorder des droits et dont on va exiger l'accomplissement d'un certain nombre de devoirs. C'est pourquoi, contrairement à d'autres formes de contrats, un mariage n'est pas un acte strictement privé. On publie les bans, il y a des témoins, ça se fait devant un officier qui représente la force publique. Le mariage est à la jonction du privé et du public, de l'intime et du social, pour la simple raison que la naissance ouvre à l'altérité. C'est un peu pour les mêmes raisons qu'il y a un interdit de l'inceste dans pratiquement toutes les cultures. Il serait dramatique et extrêmement néfaste pour le tissu social que le clonage soit utilisé comme moyen de refuser l'altérité. Ce serait l'inceste suprême. Peut-être pensera-t-on que j'exagère la gravité du désir narcissique dans l'affaire, mais j'en reviens toujours à la même question: si ce n'est pas pour ça, à quoi ça sert ?

Jusque-là nous avons examiné le problème sous l'angle de la procréation, comme si l'intérêt principal du clonage était de contrôler la qualité génétique des nouvelles générations. Au demeurant, il est très difficile de savoir à l'avance quel sera l'usage prépondérant. Il reste encore des usages où le clone n'est pas produit pour lui-même mais en faveur d'une autre personne. J'en profite pour signaler que dans cette hypothèse,

la définition d'une « personne » va poser quelques difficultés, tant sur le plan éthique que sur le plan juridique. Dans cette perspective, retenons, si vous le voulez bien, trois scénarios principaux. Il se peut qu'il y en ait d'autres que mon manque d'imagination ne me permet pas d'entrevoir. Si tel est le cas, je ne doute pas que de sagaces lecteurs le signaleront. Le premier scénario est celui de la réserve d'organes, le second celui d'une main d'œuvre standardisée, le troisième celui de l'échantillon témoin pour les expériences scientifiques. Les trois hypothèses posent des problèmes éthiques analogues.

L'idée de clones pour constituer une banque d'organes est un poncif de la science-fiction. En général, ça concerne un ignoble tyran prêt à sacrifier les autres pour satisfaire sa soif d'immortalité – toujours la crainte de mourir qu'on avait vue plus haut. Il faut reconnaître d'abord que ça demande beaucoup de ressources. Entretenir des corps complets juste pour prélever quelques organes serait dispendieux: très utile pour l'intéressé, bien sûr, mais ça engloutirait des ressources colossales. Cela doublerait, triplerait, décuplerait les besoins alimentaires des privilégiés qui s'offriraient cette sécurité. Mais le principal problème, naturellement serait le sens même de la vie des clones. S'ils sont réellement des copies conformes, s'ils ont un encéphale et s'ils sont dotés de conscience, au nom de quoi leur refuserait-on une existence autonome ? Et même si on avait le cynisme de constituer une sous-humanité au profit de quelques-uns, comment maintiendrait-on la soumission des autres ? Car après tout ils pourraient très logiquement se dire qu'ils valent autant que leur modèle, et même plus, ayant pour eux l'avantage de la fraîcheur. Il leur

Oui, on peut même citer Michael Bay dans un article sur le clonage (arf), notamment à propos de son film « The Island », où des humains sont élevés, à leur insu, dans une installation, dans le but de fournir leurs organes un peu plus tard aux personnes « originales ». Ci-dessous, la première victime, comme d'habitude dans les films américains de bas-étage, un homme de couleur.



serait facile d'arguer du coût d'entretien d'une vieille machine alors qu'un échange standard serait beaucoup plus simple ! Pour maintenir la possibilité de cette banque d'organes, il faudrait que les clones ne soient pas de vraies personnes. Va-t-on les décérébrer dès la naissance ? Va-t-on les parquer dans des fermes spécialisées, sans éducation, pour maintenir leurs seules capacités physiologiques ? Ce serait cauchemardesque.

L'idée d'une main d'œuvre standardisée ne pose pas de problèmes bien différents. Version moderne de l'esclavage, elle pose les mêmes questions morales et pratiques que le point précédent, avec juste une petite difficulté supplémentaire: on ne peut pas les décérébrer totalement.



Les humains bientôt clonés comme des Dolly ? On sait jamais, ça pourrait arriver avec le vide législatif en la matière, quelque part dans le monde. Les Nations Unies ont déjà réfléchi au sujet et on pondra divers papiers sur le sujet, dont vous pouvez trouver [quelques exemples](#).

En effet si les clones n'ont pas les capacités intellectuelles d'un être humain normal, quel avantage leur resterait-il par rapport à des robots ? S'ils ont ces capacités, pourquoi et comment les maintenir dans le rôle qu'on leur a assigné ? Il y a contradiction.

Le dernier usage que je vois, l'usage scientifique, me paraît le plus redoutable, car il peut offrir un avantage réel à la société. Est-il pour autant acceptable ? C'est ce que l'on va voir. La recherche expérimentale butte toujours sur l'isolement

des facteurs qui contribuent à un phénomène. Tout raisonnement sur le réel est d'une manière ou d'une autre un raisonnement *ceteris paribus* (toutes choses égales par ailleurs). On fait comme si rien d'autre que ce que l'on étudie n'intervenait dans le phénomène, bien qu'on sache que ce n'est pas vrai. En biologie ou dans les sciences sociales, comme on travaille sur des systèmes complexes où tous les organes sont interdépendants, il est extrêmement difficile d'attribuer un résultat à une cause précise. Les expériences sont fort peu reproductibles car les organismes ne métabolisent pas les subs-

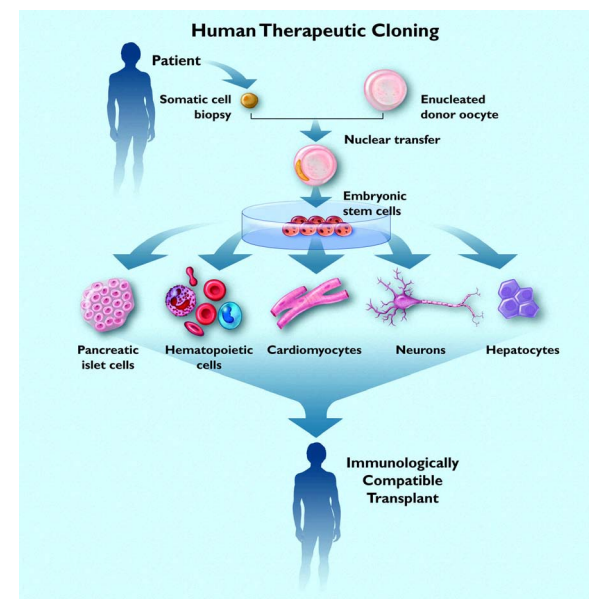
tances de la même manière et que beaucoup d'événements fortuits peuvent infléchir les réactions. C'est pourquoi, faute de mieux, on procède à de longues et coûteuses statistiques, afin d'essayer d'éliminer les résultats dus au hasard. Force est de constater la lourdeur et la fragilité de ces méthodes. Disposer d'êtres rigoureusement identiques permettrait d'avoir des échantillons témoins beaucoup plus fiables. Les résultats d'expériences deviendraient comparables. On pense bien sûr à la médecine. Ça faciliterait naturellement les premières phases d'étude d'un médicament, mais pas les dernières, car les médicaments sont destinés à une population variée. Au demeurant on utilise déjà le clonage sur des animaux. L'usage de clones humains serait scientifiquement plus pertinent, car il éviterait bien des extrapolations hasardeuses. Il faciliterait donc le travail des laboratoires, mais pas forcément dans des proportions qui justifieraient même de loin une telle entorse au respect de la vie humaine. Sacrifier un petit nombre au profit de la majorité est parfois une nécessité, mais c'est un raisonnement dangereux.

C'est surtout dans les sciences sociales que la tentation d'utiliser le clonage pourrait être la plus forte. En effet, il faut bien reconnaître que pour l'instant on patauge. Je ne nie pas l'intérêt de ces disciplines, ni la valeur des chercheurs. Mais la sociologie ou l'anthropologie buttent invariablement sur la question des preuves et surtout sur la mesure des phénomènes. Il est affligeant aujourd'hui de voir les sociologues s'échiner à grands coups de sondages à enfoncer des portes ouvertes et à mettre des chiffres douteux sur ce que les poètes et les romanciers ont senti depuis toujours.

A quoi rime-t-il de « démontrer » l'efficacité des métaphores pour influencer les gens ? Il est désolant de voir à quel point les chercheurs en « sciences de l'éducation » sont obligés de faire des pondérations sociologiques pour pouvoir analyser les résultats aux examens et évaluer l'efficacité des lycées. Au bout du compte tout est faux. On ne sait pas vraiment ce qu'on mesure, les données de départ sont floues et incomplètes et on tente de rectifier le tir d'après ce qu'on suppose être l'influence du milieu social. Comme le dit Audiard: « Le langage des chiffres a ceci de commun avec le langage des fleurs, c'est qu'on lui fait dire ce qu'on veut. Pour ma part, je préfère le langage des hommes. » En économie, c'est encore pire, car l'argent se compte et naturellement on imagine mal réfléchir au-delà des chiffres. Le clonage permettrait alors d'envisager de vraies procédures expérimentales. On pourrait mettre dix vrais jumeaux devant dix professeurs testant des méthodes différentes et mesurer précisément les résultats. L'idée serait assez séduisante. Cependant, ça pose des difficultés. D'abord il serait assez ignoble de faire naître des êtres humains dans le seul but d'avoir des cobayes. En effet, il ne faudrait pas qu'ils aient un autre rôle. Qu'on les laisse avoir une vie normale par ailleurs et l'avantage pour la science serait perdu. Il suffit d'un rien, une rencontre fortuite, pour changer le comportement d'un homme. Imaginez deux secondes qu'un des clones tombe amoureux. C'est tout le programme qui est remis en cause ! Allez faire une dissertation quand vous avez l'image d'une belle femme dans la tête ! Je ne parlerai même pas du coût financier des programmes. Elever des souris qui pèsent de 20 à 50g, qui atteignent leur maturité sexuelle à 4 ou 5 semaines et ont des portées d'une

dizaine de petits ne pose pas de problème. Elever en grand nombre des êtres humains est une autre paire de manches. N'oublions pas non plus qu'il faut toujours des ventres pour produire des bébés et qu'il faudra convaincre des femmes de porter un bébé pendant neuf mois dans le seul but de l'abandonner aux mains du savant ! Quant à l'utilisation des connaissances ainsi obtenues, elle risque d'être décevante, car bien sûr la société n'est pas un laboratoire. Il y aura toujours un décalage entre la science fondamentale et les applications pratiques. Au vu des ressources nécessaires, sacrifier des êtres humains pourrait n'offrir qu'un avantage comparatif médiocre voire quasi nul. Tant qu'à faire de commettre des actes ignobles, autant s'assurer qu'ils servent à quelque chose. On ne se lance pas dans une guerre sans un minimum de chances de victoire.

Nous avons vu d'assez bonnes raisons de nous méfier du clonage. Je manque peut-être d'imagination mais je ne vois guère d'usage pleinement légitime d'un clonage reproductif. (J'entends par là tout clonage complet d'un être humain doté de conscience. Si l'on produisait des organes directement, sans faire un être complet, la question ne se poserait pas dans les mêmes termes. On pratique déjà couramment la culture de peau sans qu'on y voie autre chose que des raisons de se réjouir.) A ce stade-là de la réflexion, il apparaît que le rapport coûts/bénéfices du clonage, tant comme méthode de procréation que pour d'autres usages, risque d'être très mauvais en termes réels. Est-ce à dire que la méthode va être abandonnée d'elle-même ? Non, car comme on l'a déjà vu les représentations peuvent être très puissantes.



Un schéma pour les nuls, expliquant les possibilités thérapeutiques du clonage: à partir d'un embryon on peut produire des cellules souches pour différents organes, le cerveau, le coeur, le pancréas et tout. Se priver de cette voie de recherche, c'est se priver potentiellement d'un avenir thérapeutique qui pourrait sauver des vies dans le futur, avec des greffes ou des implants parfaits. A moins qu'on préfère continuer à prélever sur les morts, avec une probabilité de succès incertaine? Question de priorités, sans doute.



Ci-dessus, l'hypothétique clonage d'embryons humains, qui sait, à visée d'eugénisme pour ne laisser vivre que ceux qui seraient sans défauts ?



La presse torchon, en l'occurrence TIME, s'empare aussi du sujet, notamment pour l'hypothèse du clonage individuel. Narcissisme oblige.

Au-delà des désirs narcissiques des uns et des autres ou de la volonté de puissance, les diverses techniques de contrôle génétique, en particulier le clonage, pourraient bien être le fruit de la pression sociale. Dans une civilisation où l'accomplissement de soi semble le principal enjeu, est-il socialement acceptable pour une mère de donner naissance à un enfant handicapé ? La réponse est clairement non. Le dépistage prénatal est devenu une quasi-obligation depuis plusieurs années pour un grand nombre de maladies génétiques, en premier lieu la trisomie 21. Pourtant le dépistage a des effets regrettables car il fait perdre plus d'embryons sains qu'il n'évite de trisomies. Et surtout, la seule solution envisagée en cas de résultat positif est l'avortement du bébé trisomique. Quoique l'on pense de l'avortement ou de la trisomie, ça pose un problème grave. Car il n'y a pas de raison de s'arrêter aux trisomies. Des tas de maladies génétiques seront tôt ou tard bannies de nos sociétés, on peut imaginer sans peine les exigences que feront peser les amis ou un mari un peu dur sur une jeune mère. Pour dire vrai, il n'est pas vraiment nécessaire ici d'imaginer, une légère extrapolation suffit. S'il y a un risque même minime d'une anomalie, elle se verra reprocher de ne pas en tenir compte. Si l'enfant risque d'être sourd, s'il risque d'être cardiaque ou pourquoi pas d'avoir une tendance à l'obésité, certains « pères », certaines familles, certains amis ou certains médecins iront jusqu'à une sorte de chantage pour forcer la femme à changer son projet d'enfant. Évidemment, au début, l'attention se portera sur les pathologies les plus lourdes, trisomie, autisme, handicap moteur sévère, puis de fil en aiguille des tas de difficultés seront jugées inacceptables. Il

n'est déjà plus envisageable de laisser naître un Stephen Hawkins. Pour la plupart des gens faire naître un enfant est la chose la plus importante de leur vie. S'il y a la possibilité de contrôler la qualité, beaucoup se sentiront obligés de le faire. Ça ne supprime pas pour autant les effets néfastes de cette volonté de contrôle sur l'éducation de l'enfant. Au contraire ! La procréation, au lieu d'être perçue comme une chance, s'accompagne de plus en plus d'une grande angoisse. Et cette angoisse elle-même met en danger le succès de l'éducation. Quid si l'enfant n'est pas à la hauteur ? S'il ne remplit pas le cahier des charges ? En fait, à moyen terme, ce n'est pas par une volonté dictatoriale que l'eugénisme risque de s'imposer mais par le jeu des normes sociales induites par la majorité et par les médias. On peut même sans trop de risques faire l'hypothèse que cette normalisation sera plus implacable qu'une règle imposée d'en haut. Dans un pays qui a produit l'arrêt Perruche, le clonage pourrait être un moyen de « sécuriser » la procréation à moindres frais. Pour mémoire, Perruche est le nom d'une famille qui avait eu un enfant handicapé et qui a reproché au médecin de ne pas l'avoir décelé. En 2000 la cour de cassation a rendu un arrêt donnant raison aux parents. Or les parents ont prétendu agir dans l'intérêt de l'enfant et en même temps n'auraient pas pu prendre d'autre mesure que l'avortement si le médecin avait fait le bon diagnostic.

Autrement dit, on a décidé qu'il valait mieux pour l'enfant ne jamais naître. La loi depuis a été rectifiée pour protéger la profession médicale, mais elle ne peut pas enlever la crainte du handicap chez les familles.

Dans une telle incertitude, le clonage pourrait être perçu comme le moyen par excellence de savoir à l'avance quel enfant on aura. En effet, le séquençage du génome ne pourra pas, du moins dans un avenir proche fournir de renseignements fiables tant sont nombreuses les interactions possibles entre les gènes, avec toutes les subtilités de leur expression ou de leur inhibition. Le clonage au contraire nous permet de connaître un « produit fini » et de croire qu'on va avoir le même. On a déjà vu que cette croyance est illusoire. Pourtant, elle offrira un réconfort initial assez fort pour que des gens fragiles se sentent obligés d'y faire appel.

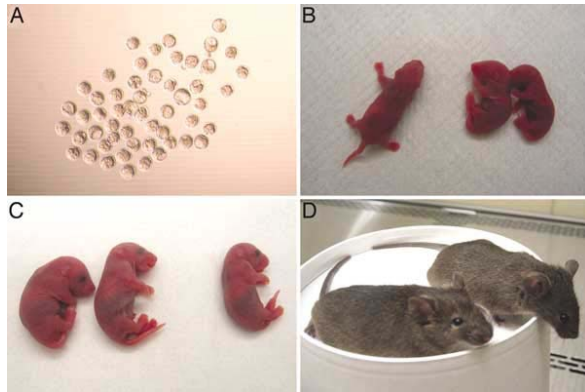
A vrai dire, il ne semble pas possible à l'heure actuelle de savoir si le clonage restera marginal ou deviendra un phénomène de société. Plusieurs inconnues demeurent. Le coût financier est, bien sûr, un des plus importants. Il n'aura pas d'importance sur l'existence même de la technique mais il sera déterminant sur sa diffusion et sur sa perception par l'opinion publique. Les très riches ne seront pas arrêtés par ça mais la plupart des gens seront plus enclins à s'indigner si ça reste inaccessible pour eux-mêmes. Il y aura aussi la lourdeur de la technique pour le bénéficiaire. Les difficultés d'une procréation artificielle ne sont pas négligeables. Si le coût psychologique est lourd, on préférera une procréation naturelle dans la mesure du possible. L'examen objectif des intérêts et des inconvénients entrera peu en ligne de compte. Restent deux facteurs majeurs: le tabou et la loi. Sur le tabou, tout ce qu'on peut dire, c'est qu'il variera très fortement d'une région à l'autre, en fonction de la foi religieuse, de la présentation faite par les médias et des déclarations de divers grands

personnages. Tant que la technique ne sera pas sur le marché, les deux derniers points resteront imprévisibles. Le tabou est le facteur le plus puissant pour limiter une pratique. C'est la réprobation publique qui déterminera les choix du législateur et le succès de ses décisions. Ce dernier, le législateur, va encore être amené à intervenir, d'une façon ou d'une autre et quelles que soient ses propres conclusions. C'est finalement la question de la loi qui requiert le plus d'attention de notre part. Le problème de la loi n'est pas de définir le bien ou le mal. Dire le bien ou le mal ressortit à la morale. Le législateur, quant à lui, doit prévoir la réponse que la société va donner lorsque la règle sera transgressée. Et elle le sera. Si nos conclusions sur le clonage et le caractère dangereux de ses principaux usages sont vraies, alors il convient de se donner des réponses juridiques claires pour le limiter. Or, en ce qui concerne le clonage, si on en fait un délit, le problème de la sanction va être très délicat. En effet l'acte reproché concerne nécessairement plusieurs personnes. Il y a le médecin, qui pose un acte contraire à la déontologie et à la loi. De ce côté-là, ça se double d'intérêts financiers. La gravité de l'acte est donc particulièrement lourde du côté médical. Il y a les parents, ne serait-ce que la femme qui a fourni la matrice. Il faut prévoir le cas où celle-ci a prévu d'être mère comme celui où elle ne fournirait qu'un utérus mercenaire.

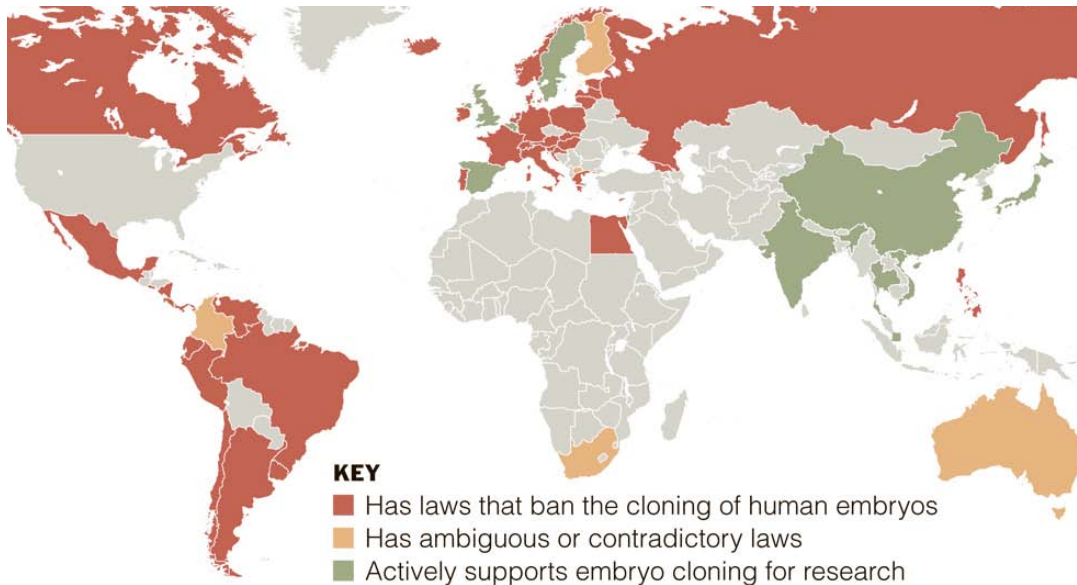
La gravité de l'acte ne serait pas le même et les raisons de faire intervenir la loi non plus. Si elle est mercenaire, la cupidité est plutôt une circonstance aggravante d'un point de vue juridique mais si elle ne l'est pas, ses motivations requièrent, comme nous l'avons vu au début, un examen très sérieux.



Quelques années plus tôt, l'Église a pris une position radicale au sujet du clonage: prôner l'interdiction des recherches sur le clonage embryonnaire, en faisant d'ailleurs pression sur différents chefs d'États pour légiférer dans ce sens. Cependant, l'Église admet la possibilité de recherche sur des cellules souches adultes, sans le crier haut et fort sur les toits, mais en affichant une volonté de ne pas vouloir s'opposer aux progrès scientifiques.



A gauche, les récents progrès en matière de clonage permettent de reproduire des souris simplement à partir de follicules capillaires adultes, qui ont apparemment certaines propriétés similaires à celles des cellules souches. Il suffit ensuite de les ré-intégrer dans un oeuf porteur, et voilà vos petits rats clonés. Ci-dessous, une répartition des pays ayant déjà des lois sur le clonage, et leur position sur le sujet. On remarquera qu'en général, c'est l'Asie qui mène la danse au point de vue de la recherche embryonnaire. Une différence entre monde chrétien et monde bouddhiste? (Source: New York Times, en 2007)



Il y a le demandeur du clonage, qui n'est pas forcément identique au parent et dont il faut sonder les intentions. Il y a le donneur des gènes, qui n'est pas forcément identiques aux deux personnages précédents. La célébrité dont on aurait pris les gènes à son insu aurait-elle un droit à faire valoir dans l'affaire ? Aurait-elle le droit de réclamer un dédommagement ? A-t-on un droit sur son patrimoine génétique comme on a un droit à l'image ? Si la réponse à cette question doit être positive, selon quel barème faut-il l'évaluer ? Il y aurait le risque qu'une sorte de business juridique assez malsain s'instaure sur la base de ces indemnités. Si au contraire la star a fourni ses gènes volontairement, quelle part de responsabilité faut-il lui donner ? Il sera nécessaire de réfléchir longuement pour établir une échelle de sanctions cohérente. Ce sera très difficile.

Mais pas autant que le problème de l'enfant. En effet, d'après tout ce qu'on a pu dire, c'est en pensant aux conséquences sur l'éducation des clones qu'on trouve les meilleures raisons de se méfier du clonage. Tant que ça n'a pas eu lieu, la question ne se pose pas et tout le monde se porte bien. Mais à partir du moment où le clone existe, je dois en faire quelque chose. Il y aurait une certaine incohérence à lui dénier le droit à l'existence. S'il doit être considéré comme une vraie personne, il doit recevoir un statut juridique correct et être traité avec les mêmes droits et devoirs que les gens nés d'une procréation naturelle ou d'une FIV. Dans le cas contraire, pourquoi l'interdiction ? Notre réprobation reposait sur le danger que pose la manipulation de l'humain. Il faut donc trouver un moyen de sanctionner les autres

acteurs de la chaîne sans nuire à l'intérêt du clone lui-même. Je sais bien que certains peuples traiteront la question de façon beaucoup plus simple en criant au sacrilège et en éliminant le fruit du crime, comme on traitait autrefois les enfants issus d'amours interdites. Mais c'est tout à l'honneur de notre civilisation d'avoir dit que les enfants ne devaient pas payer pour les fautes de leurs pères. Il faudra donc que la société prenne en charge des enfants qu'on ne pourra pas raisonnablement confier à leurs géniteurs, si tant est que ce terme ait encore un sens. Elle devra en outre le faire de façon assez discrète pour éviter que cela n'obère leurs chances d'avoir une vie normale. Ce qui nous ramène à l'inconnue de la diffusion. Tant que le délit est rare, on peut en gérer discrètement et efficacement les effets. Si c'est limité à quelques dizaines de cas par an sur un pays comme la France, il ne devrait pas y avoir trop de soucis pour leur trouver des familles d'accueil. On peut d'ailleurs faciliter les procédures, puisque les géniteurs pourraient être déchus de tout droit par décision judiciaire, ce qui permettrait d'offrir une grande sécurité aux parents d'adoption. Ainsi, ils pourraient adopter de façon pleine et entière, sans crainte de voir resurgir une mère éplorée ayant changé d'avis, comme c'est aujourd'hui le cas dans les procédures d'abandon. Mais il y a une masse critique à partir de laquelle les mesures d'interdiction et de confinement deviennent contre-productives. Si le nombre de cas excède les capacités d'accueil dans des familles, alors nous aurons des situations humainement insupportables.

Alors, il sera peut-être nécessaire de tolérer le clonage sous certaines formes. Ce serait un pis-aller. Les conséquences

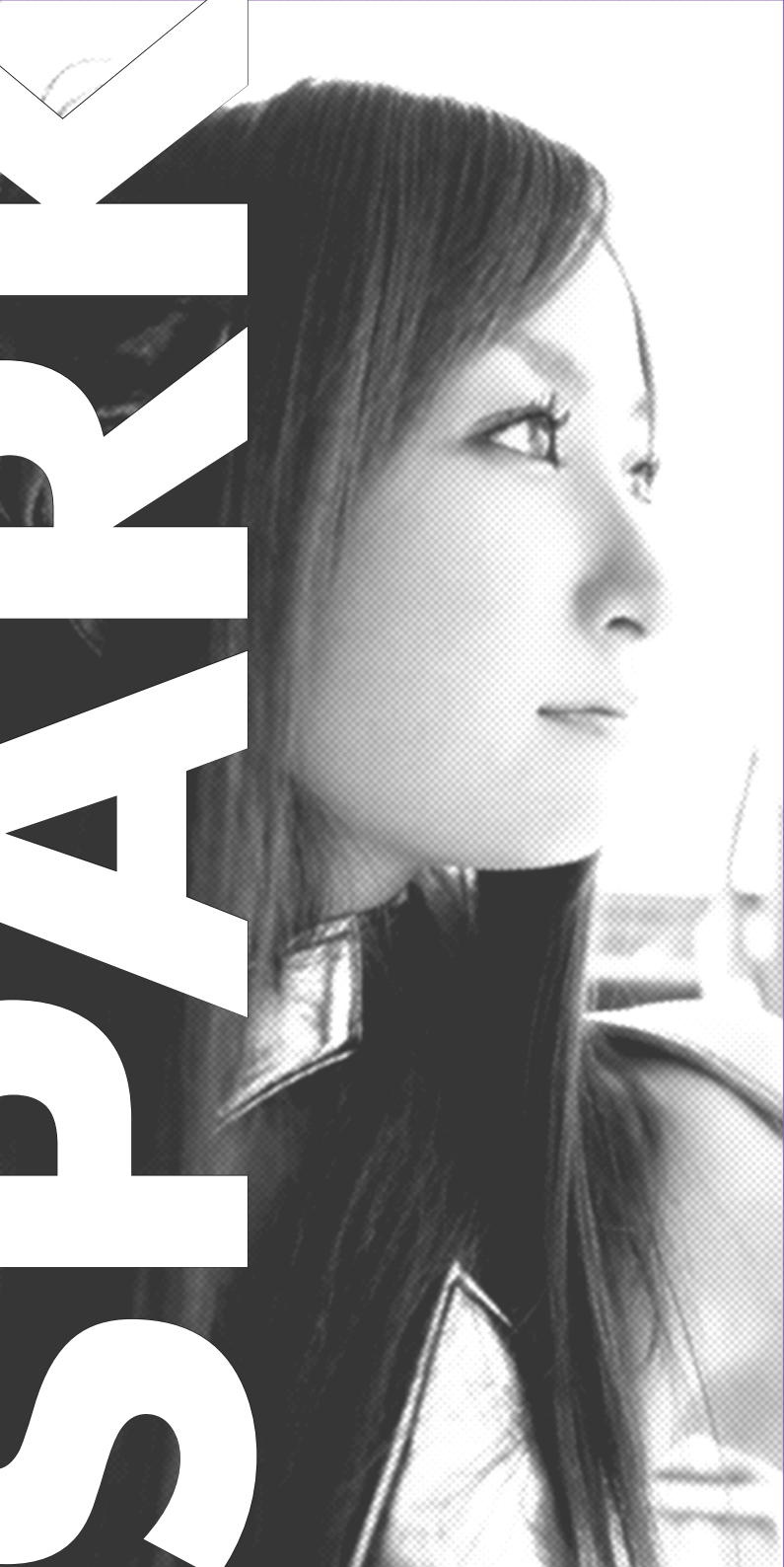
Par pitié, ne clonez jamais Lady Gaga, une suffit.



sociales seraient énormes. Ne croyez pas que cela éliminerait les difficultés juridiques. Sous quelles conditions l'autoriserait-on ? Autrement dit, jusqu'où serait-on tolérant ? La tolérance pose la question très délicate du degré. Qui serait habilité à le faire ? Quels usages pourraient être acceptés ? En effet même s'il existe des cas limites que la société ne puisse pas empêcher, il y en a d'autres qui sont des abus flagrants, et la question des sanctions existera de toute façon. Dans tous les cas, il faudra réviser tout le droit de la filiation et se demander dans quelle mesure le fait de donner ses gènes ouvre des droits par rapport au clone ou implique des responsabilités envers lui. Par exemple, si une célébrité (toujours elle) acceptait d'être clonée par des fans, cela ferait-il de cette célébrité un parent du clone ? Doit-il au moment du don

de ses gènes déclarer son intention en termes de paternité ? Cela suffit-il ? Pour le cas où quelqu'un serait cloné à son insu, il faudrait probablement inventer un délit de détournement de gènes, et on retombe sur la question évoquée précédemment des éventuelles indemnités mais sur un mode légèrement différent car en se portant partie civile, le plaignant ne risquerait plus de tirer profit d'un acte délictueux. Au-delà de la question de la « propriété des gènes », si cette expression peut avoir un sens juridique, se poseraient de nombreuses questions de responsabilité ou d'autorité parentale. Une éventuelle autorisation serait peut-être nécessaire, mais ce ne serait en aucun cas une solution de facilité.

Il serait sans doute souhaitable de garder la tête froide, de renoncer aux promesses vaines d'immortalité ou de filiation améliorée et contrôlée et donc de rejeter purement et simplement le clonage reproductif, comme de peu d'intérêt réel et dangereux socialement et psychologiquement. Maintenant ce qui est souhaitable ne sera pas forcément facile et peut-être même pas possible. Nous aurons des choix de société extrêmement lourds à faire. Les législateurs pour une fois auront à faire des choix importants, espérons qu'ils se montreront à la hauteur. Je crains que de commissions en expertises, lorsque les politiques ne savent que s'en remettre à des comités d'éthique sans pouvoir véritable, le clonage n'arrive sur le marché avant que nous soyons capables de donner des réponses claires. Alors, si nous n'y prenons garde, nous risquons de nous laisser entraîner par les événements. Pour l'heure, rien n'est encore joué, nous pouvons encore décider le type de société que le génie génétique va nous offrir.



SANQUA Spark III

Une réalisation de
SANQUALIS.com
à but propagandiste
et non lucratif.

En coulisses:

Ils ont participé directement ou indirectement à l'élaboration de SANQUA Spark III:

Lugh
lanos
Meego
Jika
SilentZen
Kylan
Egomet
Ekianjo

Remerciements particuliers à:

Philippe Ulrich
Eric Alvarez
La communauté de 3DO Zero Forum

Un grand merci à tous ceux qui nous soutiennent, dont:

Icare Mag
Eric Viennot
Matt Murdock
et tous les autres...

Sortie officielle:

26 septembre 2011

Site officiel:

<http://www.sanqualis.com>

Fil Twitter officiel:

<http://twitter.com/#!/sanqualis>

Faites passer le mot autour de vous!

1. Vous êtes libres de redistribuer Sanqua (et des baffes) autour de vous à condition de conserver le principe de gratuité et de ne pas le modifier par rapport à la version officielle. Cela va de soi.

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 admiration. Si malgré tous ces bons sentiments, vous ne désirez pas qu'elles figurent dans Sanqua, nous respecterons vos souhaits. Contactez-nous via le site de sanqualis.com

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, de ne plus lire Sanqua, et de vous exiler en Corée du Nord.

4. Les noms de marques citées dans Sanqua appartiennent à leurs propriétaires respectifs et ne sont utilisées qu'à but informatif, satirique, parodique ou satanique. Désolé de ne pas avoir inséré un TM et un C sur chaque ligne, mais cela ne sied guère à la lisibilité de l'ensemble. Merci de votre compréhension.

5. Nous n'aimons pas être responsables de ce que vous faites avec votre ordi. Si votre PC ou machine quelconque s'auto-détruit à l'ouverture de Sanqua, c'est votre problème, pas le nôtre. Nous n'implantons pas de piège dans nos distributions, et elles sont rigoureusement testées sur nos propres machines avant publication... C'est tout ce qu'on peut vous garantir.

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

magazine sérieux. Sanqua n'est pas un magazine sérieux. Le message est passé? Si le contenu vous offusque, rappelez-vous que tout cela n'est pas grave, *you will survive*.

7. Tous les auteurs de Sanqua donnent de leur temps pour avoir la chance d'être publiés 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 (oh oui!). Personne n'est infallible.

8. Si vous avez besoin urgent de répondre à un article, n'hésitez pas à venir faire un tour sur le forum ou à nous contacter directement par le formulaire consacré. Vous serez bien reçus la première fois, mais nous ne promettons pas que la situation ne dégénère pas.

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'écorchions régulièrement. Mille excuses. Les plus pointilleux d'entre vous sont les bienvenus pour nous faire savoir nos erreurs.

10. La rédaction de Sanqua est toujours à la recherche de talents en tous genres ou de belles jeunes femmes faciles à forte poitrine. Si vous êtes intéressé(e) pour rejoindre notre équipe, adressez-nous vos prétentions, et nous étudierons la chose. Essayez, ça coûte rien.

Contactez-nous via:
sanqualis [at] gmail.com

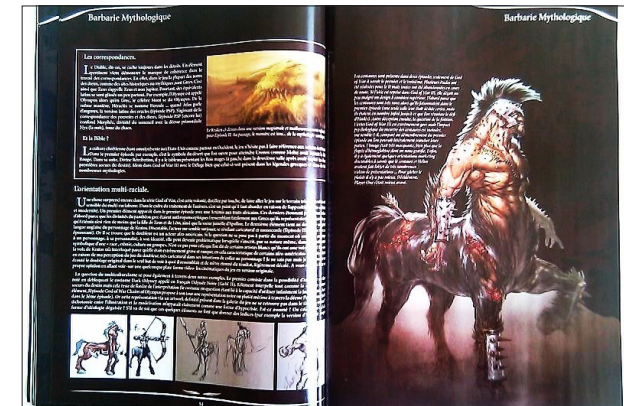
un nouvel espoir

Après la sortie de SANQUA SPARK 2, sur notre page Facebook et sur d'autres endroits du Web, une nouvelle voix se faisait entendre pour faire écho à SANQUA. Celle d'Icare Mag. J'avais vaguement entendu parler de la sortie au début 2011 sur un forum quelque part, sans y prêter attention davantage que ça. C'était une erreur, car loin de se retrouver avec un nième magazine écrit avec les pieds et la bave habituelle des trolls, cette fois-ci nous avons droit à quelque chose de très spécial en kiosque. Un mag qui cherchait à dépasser le concept habituel du torchon au sujet des jeux vidéo.

C'est un magazine à thème, donc, qui dans son premier numéro propose un retour sur la saga de God of War, une explication des ramifications mythologiques de la Grèce Antique, et une partie très spéciale, l'IcareView, où un artiste étranger à la saga en question propose ses propres illustrations, sa propre image de la série. De page en page on découvre aussi des essais littéraires sur le monde de GoW, et le tout forme un ensemble très complet pour quiconque s'intéresse un tant soit peu à ces titres et souhaite en savoir davantage et continuer son périple dans l'univers en question.

Le prochain numéro est prévu pour la fin 2011, et traitera de Deus Ex. Vous pouvez donc vous attendre à un contenu très étoffé sur la série, et de nombreuses illustrations exclusives.

C'est tellement rare de voir quelque chose de valable en kiosque de nos jours que je vous recommande chaudement d'au moins le consulter quand vous tombez dessus, et d'en parcourir quelques pages. C'est différent de SANQUA, mais si vous aimez le travail bien fait, les articles pleinement traités, et les jolis objets, vous serez probablement comblés.



C'est aussi l'occasion de vous annoncer un partenariat entre nos deux magazines, puisqu'ils partagent de nombreux points communs. Nous reviendrons donc sur Icare Mag dans les prochains SANQUA, histoire de vous annoncer ce qui se passe de leur côté et des éventuels événements en commun à venir. En attendant, nous vous proposons de suivre Icare via les liens suivants:

Le blog de Icare Mag: <http://www.icare-mag.fr/>

Liens directs vers: page Facebook - fil Twitter

N'hésitez pas à venir partager vos impressions sur Icare dans le forum SANQUA ou ailleurs!

EKIANJO



dans le prochain
SANQUA





SANQUA

www.sanqualis.com