

Festival du jeu vidéo indépendant : photographie d'une communauté

Le secteur du jeu vidéo indépendant continue de s'organiser et de s'institutionnaliser. En octobre 2013 avait lieu à Montreuil (France) la deuxième édition de son festival européen : l' European Independent Games Days (EIGD). Celui-ci se présente comme un cycle de conférences sur deux jours durant lesquels les professionnels parlent aux professionnels. L'occasion pour nous de relever quelques débats qui animent le milieu.

Une communauté d'artistes ?



Le festival a débuté par une conférence du créateur Éric Chahi, surtout connu pour ses jeux d'antan, tels qu'*Another World* (image ci-contre), jeu qu'il a développé quasiment seul à une époque (les années 1990) où il commençait à devenir difficile de se passer d'un gros éditeur. Un « pont » parmi les indés. Après avoir réalisé quelques jeux en équipe, tels que *From Dust*, il s'est récemment remis au travail seul, ce qui lui permet de développer une manière de créer bien plus personnelle. Lors de la table ronde sur l'art, David Calmo (Ankama) déplorait quant à lui le manque d'œuvres « viscérales ». Une question de temps, selon le développeur : « *Le jeu vidéo est jeune. Quand Mallarmé est arrivé, la poésie avait déjà plusieurs millénaires derrière elle* ».

La question du statut d'art ne passionne pas tout le monde, à l'image de Mario von Rickenbach (mariov.ch) qui y répondit par un placide « *Je m'en fiche, c'est une question de commentateur et non de créateur* ». Cependant tous témoignent d'une façon de développer proche de l'artisanat et renvoient les grosses productions à des objets aseptisés, sans originalité. Il devient courant de produire un jeu de manière indépendante et de négocier un contrat avec un éditeur pour qu'il s'occupe uniquement de la communication et de la diffusion, à l'image de *From Dust* d'Éric Chahi. Les grosses entreprises essaient de s'assurer de leurs rentrées grâce à des franchises bien connues, quitte à sous-traiter l'innovation auprès des indépendants.

Indépendance artistique, mais pas seulement

Plus rarement abordée, la question politique : être indépendant, cela permet d'être libre de son propos politique. Fait rare, une conférence et une table-ronde étaient dédiées à cette thématique. Paolo Pedercini, du studio italien Molleindustria veut « *radicaliser la culture populaire* » et crée des œuvres explicitement engagées.



Un de ses jeux les plus récents, *Phone Story*, dénonce les conditions de production des téléphones. Le jeu, qui se joue précisément sur *smartphone*, utilise les mécaniques ludiques pour mettre l'utilisateur dans un rôle dérangeant (le joueur doit par exemple surveiller les enfants qui travaillent - Image ci-contre) afin de responsabiliser les consommateurs. Sa diffusion a rapidement été interdite sur l'*Apple Store*, ce qui a mis en évidence l'existence de politiques éditoriales de ce distributeur.

Lors de la table-ronde « *Politik in Games* », modérée par le bien nommé Thierry Platon, était abordée l'inévitable mise en circulation de valeurs morales par les mécanismes de jeu. William David (*Swing swing submarine*) témoignait d'une prise de consciencetardive : « *je me suis rendu compte trois mois après la sortie d'un de mes jeux que les personnages féminins n'étaient que des adversaires* ». Stéphane Natkin, professeur à l'ENJMIN (formation aux métiers de jeu vidéo) trouvait encore assez faible le nombre de jeux

engagés. Il se souvient d'*Avenue de l'école de Joinville* (une critique de la politique d'immigration française), qui devait recevoir un prix décerné par le Ministère de la Culture. Ce dernier avait visiblement été surpris de la décision du jury indépendant puisque les créateurs du jeu n'ont jamais reçu leur prix. Au delà de ces phénomènes de censure, c'est l'autocensure qui aurait caractérisé la période du développement des grosses entreprises de jeu vidéo, selon Thierry Platon. Le secteur indé serait-il en passe de relancer un courant plus politisé ?

Un média dominant

Une série de remarques distillées dans les deux jours de conférences dessinent un milieu qui a conscience de sa force. Le jeu vidéo est devenu l'industrie culturelle brassant le plus grand chiffre d'affaire au niveau mondial, ce qui a des répercussions sur les regards, y compris chez les « petits » studios. Lors de la table ronde sur la musique, Vincent Percevault (Game Audio Factory) note que « *l'industrie de la musique sait à présent qu'elle a besoin des jeux vidéo.* » Et Sébastien Bulas (Theaks) de rajouter : « *à l'époque, quand on faisait un jeu, on devait demander gentiment pour avoir le droit d'inclure une musique, à présent ce sont les majors qui appellent pour essayer de placer leurs titres.* » Autre exemple : le jeu récompensé pour sa cohérence graphique par les EIGD Award fut *Type:Rider*, première production vidéoludique à laquelle s'est associée Arte. Arnaud Clinart espère qu'il s'agira d'un prototype permettant de nouvelles collaborations et « *que la chaîne développera un Arte jeu vidéo, tout comme il y a un département cinéma* ». Pour autant les collaborations ne sont pas toujours faciles. Djamil Kemal, de Lexis Numérique - qui développe l'application *Sur les traces de Corto Maltese* pour France Television - rapporte qu'il est parfois difficile de travailler avec des gens qui ne s'y connaissent pas. Réponse d'Arnaud Colinard : « *n'allez pas dire aux producteurs de télévision que "l'histoire on s'en fiche, ce qui compte c'est le système, c'est le jeu". La télévision veut des histoires* ».

Financement participatif et *participative design*

Ces dernières années, la tendance du financement participatif s'est affirmée. Le principe : présenter un projet de jeu sur un site internet et le faire financer par les joueurs qui recevront en échange le jeu mais aussi des objets à l'effigie du jeu ou d'autres « bonus » (selon la somme donnée). *Kickstarter.com* est sans doute le site de *crowdfunding* le plus connu dans ce secteur. Pour autant, tous les projets de ce genre ne sont pas voués à la réussite, à l'image de Lexis Numérique qui a échoué dans ses deux campagnes de financement, menées par Djamil Kemal. Ce dernier explique qu'il y a « *beaucoup de fans mais peu d'acheteurs* » et qu'il faut au moins « *avoir développé une démo pour que l'annonce soit bien considérée* ». Michel Bams (Mando Productions) voit quant à lui trop de projets *kickstarters* « *pensés comme des plans B* », ce qui les conduiraient à l'échec.

Certains ont décidé de pousser cette méthode de financement encore plus loin. C'est le cas de Romain de Waubert et Max Von Knorring de Amplitude Studio, qui sont venus présenter leur projet réalisé en *participative design* (design participatif) : *Endless Space*. Ce dernier est un jeu de gestion et stratégie sur PC conçu « *avec les joueurs : on leur propose une mise à jour et ils nous disent ce qu'ils préfèrent, ce qu'ils aiment le moins. Ils peuvent aussi proposer de nouveaux contenus* ». On s'éloigne certes de l'œuvre viscérale où l'auteur contrôle tout, mais le rôle de l'auteur ne disparaît pas : « *nous avons nos intentions, notre plan et nous avons présenté le game design que nous voulions mettre en place. Les joueurs de la*

communauté doivent s'inscrire dedans et nous leur expliquons pourquoi certaines choses sont refusées. » Pour Amplitude Studio, il s'agit ici d'un « *processus de développement, et non d'un outil marketing* ». Le financement participatif et le *participative design* pourraient en effet être vus comme des façons de trouver des fonds ou du contenu à moindre effort, cependant ils demandent beaucoup de temps et de moyens : il faut recruter une communauté, l'animer, la gérer, lui donner des retours, l'impliquer, et ainsi de suite. Il faut aussi « *se justifier* », rajoute Éric Chahi.



Un secteur en mutation perpétuelle

Au vu des quelques éléments abordés ici, l'on peut dire que le jeu vidéo indépendant connaît de gros changements. Il est difficile dans ces conditions d'en deviner le futur. Par exemple : alors que la tendance générale est à la dématérialisation (la distribution numérisée), une table ronde était consacrée aux œuvres associant jeu numérique et supports physiques (tels que des cartes à jouer, distribuées par voie postale). Autre thème, même énergie novatrice : de l'avis de l'ensemble des intervenants d'une table ronde sur la musique, l'aspect sonore des jeux vidéo n'en est qu'à ses tout débuts. Peu de jeux intègrent le son dans leur développement, dans leur système de jeu. Ils préfèrent en général y coller une bande-son. C'est, nous dit-on, en passe de changer.

Pour l'heure le milieu du jeu vidéo indépendant fourmille d'idées. De l'avis d'Éric Chahi, la communauté « *communique bien plus maintenant avec internet que dans les années 1980* », ce qui semble créer une émulation prometteuse.

Pierre-Yves Hurel
Janvier 2014



Pierre-Yves Hurel est doctorant en Arts et Sciences de la Communication, à la faculté de Philosophie et Lettre de l'Université de Liège. Il réalise une thèse sur les différentes formes de récits interactifs (jeux vidéo, webdocumentaires, films interactifs, etc.)