

DANIEL Arnaud
Master 1 TEF
Département de Sciences de l'Éducation

Dossier de recherche :

La ludification de la ville

2010-2011

*Remerciements à Pascal Plantard pour m'avoir aidé à trouver un stage
à Hugues Aubin pour m'avoir accueilli à ses côtés pour ce Master 1 TEF
à Françoise Bréant pour m'avoir donné des pistes de recherches
et à Amandine Le BreLOT-FraVal et Isabelle Stévant pour le soutien moral.*

A la mémoire de Nobi...

Sommaire

Introduction.....	4
Qu'est-ce que le jeu ?.....	5
La ludification.....	9
Méthodologie.....	12
La ville dans le jeu vidéo.....	14
La ville dans les FPS.....	14
La ville dans les RPG.....	16
La ville dans le jeu de gestion.....	17
Le cas des jeux d'action/aventure type GTA.....	18
Le jeu dans la ville.....	20
Foursquare.....	20
Chromaroma.....	22
2,8 Hours Later.....	23
Conclusion.....	25
Bibliographie.....	26
Webographie.....	27
Annexes.....	29
Guide d'entretien Foursquare.....	29
Retranscription du premier entretien.....	30
Retranscription du second entretien.....	33

Introduction

En 2009, le *NPD Group (National Purchase Diary)*, leader américain en terme d'études de marché estimait le nombre de joueurs de jeux vidéos aux États-Unis à environ 170 millions¹ sur environ 300 millions d'habitants. En France la même année, il y avait un peu plus de 25 millions de joueurs² de jeux vidéos sur environ 64 millions d'habitants. Le 7 octobre 2010, *Blizzard Entertainment*, société qui développe le MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game* ou jeu de rôle massivement multijoueur) *World of Warcraft*, annonce avoir dépassé les 12 millions de joueurs dans le monde³. Depuis 2002, l'industrie du jeu vidéo a dépassé l'industrie du cinéma en terme de chiffre d'affaires annuel dans le monde⁴. Avec presque 230 000 pages et quelques trois millions d'inscrits, le wiki du jeu *World of Warcraft* fait partie des plus gros wikis du monde en terme de contributions. Si la plupart des gens passent entre une et quatre heures par semaine à jouer, il sont quand même un peu plus de 5% à passer plus de 25 heures devant un jeu vidéo par semaine⁵. En 2009, un article dans la revue scientifique *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* révèle que 61% des directeurs général, directeurs financiers et autres cadres supérieurs s'accordent des pauses pour jouer sur leur lieu de travail.

Cette succession de chiffres et de statistiques tendent à montrer que le jeu vidéo occupe une place de plus en plus importante dans la société aujourd'hui et dans notre vie de tous les jours. Comme le titrait le journaliste Rob Fahey sur un de ses articles « It's inevitable : soon we will all be gamers »⁶, nous serons tous bientôt des joueurs de jeux vidéos, c'est inévitable. Mais que cherche-t-on exactement en jouant à un jeu vidéo ? Les joueurs occasionnels, ceux qui ne passent pas plus de quelques heures par semaine à jouer, vous diront qu'ils recherchent un plaisir immédiat, pour se détendre. Que penser alors de ceux qui passent 25 heures par semaine à jouer, l'équivalent d'un travail à temps partiel, voire même plus ? Une perte de temps diront certains. Un potentiel inexploité pour d'autres. En effet, certains joueurs peuvent très bien être totalement introvertis dans la vie et pour autant savoir constituer un groupe et l'organiser pour réaliser des quêtes complexes dans un jeu de rôle. Comment prendre en compte ces capacités ? Comment considérer qu'un enfant puisse avoir des difficultés à l'école et qu'il connaisse sur le bout des doigts le nom de tous les Pokémon et qu'il sache lequel utiliser face à un autre : chaque Pokémon possède un ou plusieurs types comme feu, eau ou plante et le système de combat fonctionne sur les mêmes bases qu'un

1 http://www.associatedcontent.com/article/2028880/how_the_gaming_industry_expanded_to.html

2 http://www.afjv.com/press0910/091008_joueurs_en_france.htm

3 <http://eu.blizzard.com/fr-fr/company/press/pressreleases.html?101007>

4 <http://games.slashdot.org/story/04/12/19/2350234/Game-Industry-Bigger-Than-Hollywood>

5 <http://www.scribd.com/doc/13714815/Sean-Dromgoole-CEO-Some-Research-Gamevision>

6 http://www.timesonline.co.uk/tol/comment/columnists/guest_contributors/article4281768.ece

Pierre/papier/ciseau, le Pokémon feu ayant l'avantage sur le Pokémon plante, lui-même battant le Pokémon eau face à qui le Pokémon feu sera désavantagé ?

Avant d'aller plus loin dans la réflexion, il convient de poser quelques définitions.

Qu'est-ce que le jeu ?

Dans « Les jeux et les hommes », Roger Caillois a tenté, en 1958, de définir le jeu. Selon lui, pour être un jeu, une activité doit répondre à six critères :

1. « *libre* », l'activité doit être choisie, volontaire.
2. « *séparée* », la durée et l'espace de l'activité doivent être définis.
3. « *incertaine* », l'issue n'est pas connue à l'avance.
4. « *improductive* », l'activité ne doit produire ni biens, ni richesses (les jeux d'argent ne sont considérés que comme des transferts d'argent).
5. « *réglée* », des règles doivent limiter les actions dans l'activité.
6. « *fictive* », l'activité doit introduire un imaginaire, construire une réalité alternative.⁷

Pour autant, cette définition n'a pas suivi l'évolution du jeu et plus particulièrement l'apparition des jeux vidéo. En effet, les mondes persistants popularisés par les MMORPG remettent en cause le deuxième principe. Ces mondes existent et évoluent permanence, même lorsque le joueur n'y joue plus car d'autres personnes continuent à y jouer lors de son absence. Ainsi, il arrive fréquemment que le joueur ne retrouve pas le monde tel qu'il l'avait laissé. Dans le jeu *Regnum Online* par exemple, le joueur choisit appartient à un des trois royaumes qui s'affrontent. Chaque royaume possède deux gemmes et le but d'un royaume est de posséder les six gemmes pour obtenir des avantages par rapport aux deux autres. Pour obtenir ces gemmes, un royaume doit capturer les trois châteaux d'un royaume adverse et les conserver pendant trente minutes. Il arrive donc qu'une situation change du tout au tout en une nuit pour un royaume. Le concept de monde persistant peut également s'appliquer à des jeux *offline* comme *Animal Crossing* qui simulait, grâce à l'horloge interne de la console, le temps qui passait entre le moment où le joueur éteignait le jeu et le moment où il le rallumait.

Dans « Reality is Broken », Jane McGonigal propose sa définition du jeu avec quatre caractéristiques :

⁷ CAILLOIS, R. *Les jeux et les hommes*. Paris, Gallimard, 1958, 306 p.

1. un but qui fixe l'attention du joueur pendant l'activité
2. des règles qui posent des limites sur la manière dont le joueur peut atteindre le but.
3. un système de « *feedback* » qui indique au joueur son avancement dans le jeu, à quel point il est éloigné du but. Ce système peut se traduire par un score ou encore une barre de progression.
4. une participation volontaire qui implique que tout participant accepte de son plein gré le but, les règles et le système de *feedback*.⁸

Jane McGonigal considère toutes autres caractéristiques qui peuvent nous venir à l'esprit lorsqu'on pense à un jeu, comme des éléments qui n'ont d'autre effet que de renforcer l'une des quatre caractéristiques principales. L'imaginaire, par exemple, introduit par Roger Caillois, n'est là que pour rendre le but plus attirant. On retrouve en revanche, dans les deux définitions, le principe de participation volontaire. Le philosophe Bernard Suits s'accorde également sur ce point dans « *The Grasshopper* » : « *Playing a game is the voluntary attempt to overcome unnecessary obstacles* »⁹, jouer à un jeu serait donc avoir la volonté de surmonter des obstacles non nécessaires ce que reprend Roger Caillois : « *d'un mot, le jeu repose sans doute sur le plaisir de vaincre l'obstacle, mais un obstacle arbitraire, presque fictif, fait à la mesure du joueur et accepté par lui.* »

Pour illustrer cette définition, prenons un exemple : un joueur de golf a pour but de mettre une balle dans un trou creusé dans le sol. Sans règle, tout un chacun irait directement au but en portant la balle directement au trou. Ce qui fait du golf un jeu, c'est que chaque joueur accepte volontairement de se mettre à une certaine distance du trou et d'essayer d'y amener la balle uniquement à l'aide d'un club. Si l'on ajoute le repère du drapeau qui situe le trou et nous permet d'évaluer la distance qui nous en sépare, ainsi que la volonté de vouloir mettre la balle dans le trou avec le moins de tentatives possibles, nous avons là le système de feedback nécessaire pour considérer le golf comme un jeu à part entière.

On peut sembler étonné de constater que la notion de plaisir est absente de ces deux définitions. Si le plaisir semble indissociable du jeu, il ne le définit pas pour autant puisqu'il n'est pas universel : une personne essayant un jeu ne va pas forcément éprouver du plaisir selon ses goûts, ses attentes, sans pour autant que cela remette en cause le jeu en tant que tel.

Aujourd'hui, la génération Y (personnes nées entre 1980 et 1996) est arrivé ou arrive

⁸ MC GONIGAL, J. *Reality is Broken*. London : Jonathan Cape, 2011, 388 p.

⁹ SUITS, B. *The Grasshopper : Games, Life and Utopia*. Broadview Press, 2005, 179 p.

seulement dans le monde du travail. Ces personnes ont connu l'avènement des jeux vidéo, ils ont vécu avec le jeu vidéo et y jouent peut-être encore. C'est encore plus vrai pour la génération suivante pour qui le jeu vidéo est un élément constituant du quotidien. « Le monde sans fin des jeux vidéo » de Maxime Coulombe commence d'ailleurs par « *Je suis – je serai toujours – un enfant des jeux vidéo. Toutes les étapes de ma vie, jusqu'à mon travail de professeur d'université désormais, ont été marquées par les jeux vidéo* »¹⁰. Ces joueurs occupent aujourd'hui des postes de journalistes, de chercheurs, d'enseignants, de plombiers ou de gendarmes et continuent à consacrer du temps pour ces jeux qui les fascinent. Selon Roger Caillard, « *[Le jeu] n'existe que là où les joueurs ont envie de jouer et jouent, fût-ce au jeu le plus absorbant, le plus épuisant, dans l'intention de se divertir et de fuir leurs soucis, c'est-à-dire pour s'écarter de la vie courante.* » Pour comprendre l'intérêt et le côté absorbant des jeux et plus particulièrement des jeux vidéo, il convient de comprendre trois concepts principaux qui font une grande partie du succès de l'industrie vidéoludique aujourd'hui : *flow*, *fiero* et *awe*.

Le *flow* a été défini par le psychologue Mihaly Csikszentmihalyi dans son ouvrage « *Beyond Boredom and Anxiety* ». Il définit le *flow* comme « *the state in which people are so involved in an activity that nothing else seems to matter; the experience itself is so enjoyable that people will do it even at great cost, for the sheer sake of doing it.* »¹¹ C'est donc un état mental où une personne est tellement impliquée dans ce qu'elle fait que rien d'autre n'a d'importance. Csikszentmihalyi a constaté un manque flagrant de *flow* dans la vie quotidienne mais une abondance dans les jeux et dans les activités ludiques. Ce concept est repris par des designers de jeux vidéo pour les intégrer dans leurs réalisations.

Fiero est un mot italien signifiant fierté. Le *fiero* est le sentiment que l'on éprouve lorsque l'on triomphe de l'adversité. Ce terme a été introduit par Nicole Lazzaro, reconnue internationalement comme une experte des émotions et de l'expérience des joueurs dans les jeux vidéo. Ce sentiment est également pris en compte dans la conception des jeux vidéo.

Enfin, *awe* est un sentiment étudié dans la psychologie positive, psychologie orientée vers le développement personnel et le changement social. C'est un sentiment qui mêle crainte et respect, que nous ressentons lorsque nous faisons face à quelque chose qui nous dépasse. Le psychologue Paul Pearsall décrit ce sentiment comme « *the orgasm of positive emotions* »¹². Dans le domaine du jeu vidéo, c'est un sentiment que l'on peut ressentir lorsque l'on participe à quelque chose d'extraordinaire, que les joueurs qualifient de « *epic* » ce que l'on pourrait aisément traduire par épique en français mais le mot anglais est conservé pour obtenir des expressions comme « *epic*

10 COULOMBE, M. *Le monde sans fin des jeux vidéo*. PUF, 2010, 160 p.

11 CSIKSZENTMIHALYI, M. *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass, 2000, 231 p.

12 PEARSALL, P. *Awe : The Delights and Dangers of Our Eleventh Emotion*. Health Communications, 2007, 289 p.

win » qui signifie un succès retentissant, une victoire écrasante. Pour illustrer comment ce sentiment de « *awe* » peut se manifester dans le domaine du jeu vidéo, prenons deux exemples :

- Le jeu *Playforyourclub* est un jeu de football en ligne au principe très simple : après avoir choisi une équipe, vous incarnez un joueur qui peut se déplacer de gauche à droite. Un ballon arrive de votre gauche et vous devez appuyer au bon moment pour que votre joueur tire dans le ballon et marque un but. Vous avez un décompte de quinze essais pour marquer le plus de buts possibles sachant que lorsque vous marquez, votre compteur d'essais ne diminue pas. Lorsque vous marquez, vous remportez 4000 points, un arrêt du gardien vous rapporte 400 points, un tir sur le poteau vaut 250 points et un tir hors-cadre ne rapporte rien. Le total de points marqués au bout des quinze essais est ajouté au total de points de l'équipe. En effet, chaque équipe est en compétition dans un championnat national avec un classement. Chaque compétition s'étale sur un temps limité pendant la semaine et ce, chaque semaine. A la fin de ce temps, les trois équipes les plus mal placées descendent d'une division et les trois équipes les mieux placées montent sauf si elles sont déjà dans le plus haut tableau auquel cas elles participeront à un tournoi regroupant les meilleures équipes européennes. Si le jeu en lui-même ne paraît pas très emballant, le système de classement permet à chaque joueur de participer au succès de son équipe favorite, et les joueurs semblent y participer activement : l'équipe de St Étienne a par exemple remporté le championnat français le 8 juin avec un total de plus de 306 millions de points soit plus de 76 500 buts marqués par l'ensemble des personnes ayant joué pour cette équipe sur deux jours de compétition.
- En avril 2009, les joueurs de Halo 3 ont célébré l'atteinte d'un objectif qu'il s'étaient fixés en commun. Halo 3 est un jeu de tir avec vue à la première personne (à travers les yeux d'un personnage) qui oppose le joueur, jouant un soldat, à une invasion extraterrestre. Tous les joueurs réunis ont atteint un total de dix milliards d'extraterrestres tués dans le jeu 565 jours après sa sortie. Tous les moyens ont été mis en œuvre pour que tous les joueurs puissent réaliser ce défi tous ensemble : toute la communauté des joueurs de Halo 3 a travaillé ensemble en partageant des astuces et des stratégies sur les forums, en aidant les novices, en organisant des sessions de jeu en coopération pour réaliser ce défi colossal.

En lisant ces deux exemples, on peut se demander quelle importance cela peut avoir de tuer un extraterrestre dans un jeu vidéo ou d'en tuer dix millions, quelle importance cela a-t-il de marquer

des milliers de buts dans un jeu en ligne. Cela n'en a aucun bien entendu. Mais comme le souligne Jane McGonigal : « *just because kills don't have value doesn't mean they don't have meaning* ». Un joueur ayant participé à ce défi postait sur le forum de Bungie, le studio produisant Halo 3 : « *we did that with just a few million gamers. Imagine what we could do with the full force of six billion humans!!* »¹³.

Jouer à un jeu n'a aucune importance pour le reste du monde, ce n'est pas si sûr. Le jeu Foldit est un jeu vidéo expérimental sur le repliement des protéines : si l'on connaît la manière dont les protéines sont créées, il est plus complexe de connaître leur forme tridimensionnelle, c'est-à-dire comment la protéine se replie sur elle-même après sa synthèse. Le département d'informatique et le département de biochimie de l'université de Washington ont donc décidé de lancer un jeu sous la forme d'un puzzle pour voir si des joueurs pourraient les résoudre. « *Our ultimate goal is to have ordinary people play the game and eventually be candidates for winning the Nobel Prize in biology, chemistry or medicine* » déclarait Zoran Popovic, professeur à l'origine du jeu peu avant son lancement. Avant d'entrer dans le jeu, chaque joueur passe par une phase d'apprentissage où il apprend à résoudre ses premiers puzzle à partir de protéines dont la structure est déjà connue. En août 2010, l'ensemble des joueurs a battu l'ordinateur le plus sophistiqué en calcul de repliement de protéines¹⁴ laissant entrevoir de grandes possibilités pour la suite de ce projet.

Si les jeux vidéos sont capables de réunir des millions de joueurs pour accomplir des défis aussi étonnants que futiles au premier abord pour certains, comment faire pour obtenir une implication aussi forte dans des domaines étrangers aux jeux vidéos ? C'est à cette question que veut répondre la ludification.

La ludification

Traduction de l'anglais « gamification » est l'application de mécaniques de jeux, et plus particulièrement de jeux vidéos, à des domaines qui en sont étrangers comme la santé, l'éducation ou encore les institutions publiques. Les caractéristiques de la gamification sont encore floues et peu d'études ont encore émergé sur ce thème. Amy Jo Kim, spécialiste des communautés en ligne, discerne cinq caractéristiques pour décrire la ludification :

- Gagner des points

13 <http://www.bungie.net/Forums/posts.aspx?postID=32064021&postRepeater1-p=3>

14 <http://www.kotaku.com.au/2010/08/humans-triumph-over-machines-in-protein-folding-game-foldit/>

- Collectionner (des badges par exemple)
- Intégrer un mécanisme de feedback
- Favoriser les échanges entre joueurs
- Pouvoir personnaliser son expérience de jeu¹⁵

L'analyste des technologies Ray Wang en propose cinq autres :

- Une intrigue, une histoire
- Des récompenses
- Le statut, un classement qui offre une certaine forme de reconnaissance
- Une communauté
- Des défis aux difficultés croissantes¹⁶

On retrouve dans ces deux définitions des points communs : la notion de gagner des points qui va avec celle de classement, les échanges entre joueurs qui se rapprochent de l'idée de communauté ainsi que l'idée des récompenses et de la collection de badges. Pour autant, ce ne sont là que deux définitions et il en existe bien d'autres qui font également mention d'expérience utilisateur, de niveaux à franchir ou encore de barres de menu, de vies et d'accessoires comme dans les jeux de rôles. Beaucoup tombent toutefois dans le raccourci de la « pointification » : le jeu se résumerait à distribuer aux « joueurs » des points et des badges/trophées en fonction de leurs actions. C'est ainsi que des start-ups comme « Big Door » ou « Badgeville » ont émergé : contre rétribution, elles vous proposent de ludifier votre site internet en proposant à vos clients et visiteurs des badges, des points et un classement. Pour Raph Koster, créateur de MMORPG, « *piling up points is not good gamification* »¹⁷, accumuler des points, ce n'est pas de la bonne ludification. Ian Bogost, professeur et chercheur à l'Institut de technologie de Géorgie, a d'ailleurs voulu dénoncer ce système en créant sur Facebook une application qui permettait aux utilisateurs de cliquer sur une vache toutes les six heures pour accumuler des mooneys, une monnaie virtuelle qui ne vaut absolument rien. Il a appelé ce procédé la « *cowclickification* » traduit en français par vachification. Son application a d'ailleurs connu un succès puisque 50 000 personnes ont cliqué près de cinq millions de fois sur la vache en quelques mois¹⁸. Certains projets sortent pourtant du lot et seront présentés plus loin dans le dossier.

15 <http://www.marcelcherf.com/2009/12/amy-jo-kim-on-mixergy-com-5-fundamental-game-mechanics/>

16 <http://blog.softwareinsider.org/2011/01/20/trends-5-engagement-factors-for-gamification-and-the-enterprise/>

17 <http://www.raphkoster.com/2011/01/04/feedback-does-not-equal-game-design/>

18 <http://www.bogost.com/blog/cowclickification.shtml#>

Au cours de mon stage, j'ai travaillé sur différents projets mêlant nouvelles technologies et urbanisme :

- le projet « Forward to the Past » permet une navigation dans la maquette 3D de Rennes dans l'espace au-dessus de la ville mais aussi dans le temps sur cinq époques différentes (aujourd'hui, 1980, 1947, 19e siècle et 18e siècle). La navigation par le geste se fait grâce à la caméra à reconnaissance de mouvements Kinect de Microsoft.
- le projet « Regards Neufs », à l'initiative des Archives Municipales de Rennes, permettra de réaliser des balades avec une tablette tactile sur trois parcours différents du quartier Arsenal-Redon-La Prévalaye de Rennes. Les tablettes tactiles fourniront des informations sur des points précis du parcours avec notamment des témoignages d'habitants sur des lieux emblématiques de ces quartiers avec photos à l'appui.

Ces deux projets offrent déjà une part de ludique grâce aux dispositifs innovants qu'ils utilisent. Pour autant, ce ne sont pas des jeux car il n'y pas de réel but ou même de règles. Que pourrait donc apporter le jeu à la ville ? Le jeu peut-il changer l'image que les habitants ont de leur ville ? Peut-il les aider à appréhender et s'appropriier le monde qui les entoure ?

Méthodologie

Personnellement joueur de jeux vidéos depuis mon enfance jusqu'à aujourd'hui, je suis persuadé que le jeu vidéo a un potentiel plus grand que le simple divertissement. Lorsque, après en avoir parlé avec mon maître de stage Hugues Aubin, j'ai appris que la ludification l'intéressait, je me suis immédiatement penché sur le sujet pour découvrir que le potentiel du jeu vidéo pouvait être plus grand que je ne l'avais imaginé. Cette possibilité de voir apparaître dans ma vie quotidienne des activités ludifiées m'a très fortement enthousiasmé. Pour autant, je suis conscient que le jeu vidéo n'est pas la panacée à tous les problèmes et que la ludification peut être très bien amenée et produire des choses intéressantes autant qu'elle peut ne rien donner du tout. Néanmoins, les exemples que j'ai pu trouver par mes recherches m'ont semblé tout à fait intéressants. Ayant beaucoup travaillé lors de mon stage sur l'urbanisme, notamment avec le projet « Forward to the Past » qui propose une navigation dans Rennes en 3D mais aussi dans le temps avec cinq époques différentes (aujourd'hui, 1980, 1947, 19e siècle et 18e siècle) pour voir l'évolution de la ville au fil du temps, j'ai tout de suite senti qu'il pouvait y avoir des applications de ludification de la ville. Il n'est toutefois pas aisé de passer du jeu vidéo comme distraction au jeu vidéo comme objet de recherche. Il est certain que mon objectivité peut être remise en doute sur ce dossier. Le but que je me suis fixé à travers ce dossier est d'introduire le thème de la ludification de la ville à travers des définitions et la présentation de cas remarquables qui sont proposés dans ce domaine. Cette présentation ne sera pas exhaustive mais permettra d'avoir un aperçu de ce à quoi peut ressembler une application de la ludification à l'espace urbain.

La grande difficulté a été de trouver des références bibliographiques pour ce dossier. Le concept de ludification étant récent (la première conférence internationale sur la ludification ayant eu lieu en janvier 2011 à San Francisco¹⁹) et encore peu répandu, il existe peu, si ce n'est pas du tout, de travaux universitaires sérieux sur le sujet. En revanche, un certain nombre de *game designers* (personne travaillant sur la conception du jeu, ayant une vue d'ensemble sur celui-ci et ayant pour objectif principal de garder le joueur accroché au jeu) se sont exprimés dessus. Cela pose la question de qui est le plus apte à parler du jeu vidéo. La recherche sur le jeu ne nécessite-t-elle pas une connaissance du jeu et donc une forme de pratique ? Hors on peut distinguer deux types de praticiens du jeu vidéo : les joueurs et les game designers. Comme le soulignent Samuel Rufat et Hovig Ter Minassian dans « Les jeux vidéo comme objet de recherche », pour faire de la recherche

19 <http://www.amiando.com/gamificationsummit.html>

dans ce domaine « *il vaut mieux se baser sur les connaissances des game designers plutôt que sur celles des joueurs. Les game designers sont des joueurs particuliers. (...) Ainsi les game designers ont déjà effectué une réflexion critique sur la grammaire de design de la pratique du jeu vidéo* »²⁰. Dès lors, on peut se dire que la parole d'un game designer sur la ludification doit être le reflet de la réalité. Pourtant, lorsqu'on lit « *Reality is Broken* » de Jane McGonigal ou lorsqu'on regarde la conférence de Seth Priebatsch²¹, ces deux visions de la ludification semblent manquer d'objectivité. Jane McGonigal tente de nous montrer que, d'après elle, la réalité telle qu'elle est aujourd'hui n'est pas très motivante, manque de liens sociaux ou encore est improductive par rapport aux jeux grâce à des exemples bien choisis. Le sous-titre de son livre est d'ailleurs évocateur à ce propos : « *Reality is broken – Why games make us better and how they can change the world ?* ». Seth Priebatsch, lui, tente de nous montrer comment une couche de jeu ajoutée à la réalité pourrait influencer les comportements dans un souci quelque peu commercial : il donne d'ailleurs quatre caractéristiques pour définir la ludification tout en précisant que sa société en a défini sept mais qu'il garde les trois dernières pour rester compétitif. Ces deux visions semblent manquer d'objectivation. Elles sont pourtant aujourd'hui les seules sources d'informations sur la ludification et il m'était nécessaire de les prendre en compte lors de la rédaction de ce dossier. Je tenterai donc de faire la part des choses en essayant de m'appuyer le plus possible sur des travaux de recherche sur les jeux vidéos.

Ce dossier a été pensé comme la phase exploratoire d'un éventuel mémoire de Master 2. J'ai voulu, par son biais, commencer à éclaircir ce qu'est un jeu vidéo et la ludification et tenter de déconstruire certaines idées reçues sur le jeu vidéo et les joueurs. Ce travail me semblait nécessaire dans un premier temps car le jeu vidéo est un objet complexe, récent (le jeu *Pong* date de 1972) et dont les recherches le sont encore plus puisque les premiers travaux de recherche sur le jeu vidéo sont apparus vers le milieu des années 90. Mon objectif principal pour ce dossier est de faire une étude de cas sur le lien entre ville et jeu vidéo en regardant dans un premier temps comment est représentée la ville dans les jeux vidéos puis dans un deuxième, en regardant comment le jeu vidéo peut s'inscrire dans la ville. Mon master 2 ayant pour projet principal une forme de ludification de la ville avec un projet d'urbanisme partagé avec les habitants grâce à une forme de jeu vidéo, j'espère pouvoir y poursuivre le travail entamé avec ce dossier pour peut-être tenté de faire ressortir les caractéristiques d'une bonne application de ludification de la ville.

20 RUFAT, S., TER MINASSIAN, H. *Les jeux vidéo comme objet de recherche*. Questions théoriques, coll. « L>P », 2011, 197 p.

21 http://www.ted.com/talks/lang/fre_fr/seth_priebatsch_the_game_layer_on_top_of_the_world.html

La ville dans le jeu vidéo

Le jeu vidéo se décline en plusieurs sous genres dans lesquels la ville est perçue de manière totalement différente d'un genre à l'autre. Pour ce dossier, nous prendrons quatre de ces genres comme exemples : le FPS (*First Person Shooter* ou jeu de tir avec vue à la première personne), le RPG (*Role Playing Game* ou jeu de rôles), le jeu de stratégie ou jeu de gestion et un exemple plus précis de jeu dans lequel la ville est omniprésente, *Gran Theft Auto* plus connu sous le nom de GTA. L'analyse de l'image de la ville dans ces différents genres ne se voudra pas exhaustive dans le sens où chaque jeu est différent et la ville n'est pas traitée de la même façon d'un jeu à l'autre, mais nous essaierons d'en dégager une image globale partagée par une majorité de jeux.

La ville dans les FPS

Dans les FPS, la ville n'est qu'un simple décor, théâtres d'affrontements acharnés entre le joueur et ses ennemis. Souvent représentée comme un dédale de rues jonchées d'obstacles divers comme des voitures ou des bennes à ordures, le décor de la ville n'est qu'un prétexte aux combats relativement rapprochés, aux embuscades au coin d'une rue ou à la guérilla urbaine. L'espace à explorer y est le plus souvent très restreint pour augmenter les chances de rencontrer des ennemis.



Le FPS Urban Terror

Ici, pas d'interaction avec la ville-décor mis à part l'ouverture de quelques portes parfois et la possibilité d'abimer certains objets ou certains véhicules en tirant dessus. Le joueur n'a aucune emprise sur le monde qui l'entoure, l'objectif principal et quasiment unique est d'éliminer l'adversaire, d'autres joueurs dans le cas d'un FPS multijoueur, ou des personnages gérés par l'intelligence artificiel le cas échéant. Certains FPS ont tenté d'impliquer le joueur dans l'univers dans lequel il évolue comme par exemple *Iron Grip : Warlord* dans lequel le joueur devait défendre un bâtiment contre des vagues d'ennemis. Là encore, l'espace urbain se limite à un dédale de rues au centre duquel se trouve le bâtiment à protéger. L'intérêt principal de ce jeu est que le joueur peut construire des bâtiments en cours de partie pour protéger son bâtiment principal : cela va de l'avant-poste pour essayer les premières vagues d'ennemis au poste de soin pour soigner ses camarades et se soigner soi-même. Trop peu de jeux comme *Iron Grip : Warlord* sortent du lot.

Certains FPS comme *Urban Terror* ou *Counter Strike* proposent de pouvoir importer des cartes, c'est-à-dire des décors créés par leur soin. On peut ainsi constater que certains joueurs ont réussi à recréer des cartes de lieux réels où peuvent alors se dérouler l'action. Ainsi, on a par exemple vu des joueurs reproduire le centre commercial Colombia de Rennes pour le jeu *Counter Strike*.



Entrée du Colombia dans Counter Strike

L'envie est ici clairement d'intégrer des endroits connus dans le jeu.

La ville dans les RPG

Le principe des jeux de rôle en jeux vidéos est le même que dans les jeux de rôles sur table : vous incarnez le plus souvent un aventurier dont vous choisissez la classe (guerrier, archer ou magicien par exemple) et vous effectuez des quêtes pour faire avancer une histoire et rendre votre personnage plus fort. Dans ces jeux, les villes sont le plus souvent des points essentiels : c'est là que vous trouvez vos quêtes en interagissant avec d'autres personnages dits PNJ pour Personnages Non Joueurs qui sont contrôlés par une intelligence artificielle, que vous réparez votre matériel ou en acheter de nouveaux ou encore que vous pouvez vous reposer. La ville est donc ici un refuge d'autant plus que vous y êtes hors de danger, les créatures hostiles qui peuplent les divers mondes imaginaires de ce genre de jeux ne rentrant pas dans les villes.



Ville dans le jeu Oblivion

Certains MMORPG comme *Guild Wars Factions* ont introduit la notion de territoires dont les villes sont des enjeux principaux. Dans ce jeu, deux factions s'affrontent et le joueur fait partie de l'une d'elles. La carte est donc divisée en deux avec une ligne de frontière séparant les deux parties sur laquelle se déroule les conflits entre joueurs. Cette ligne de frontière évolue donc en fonction des

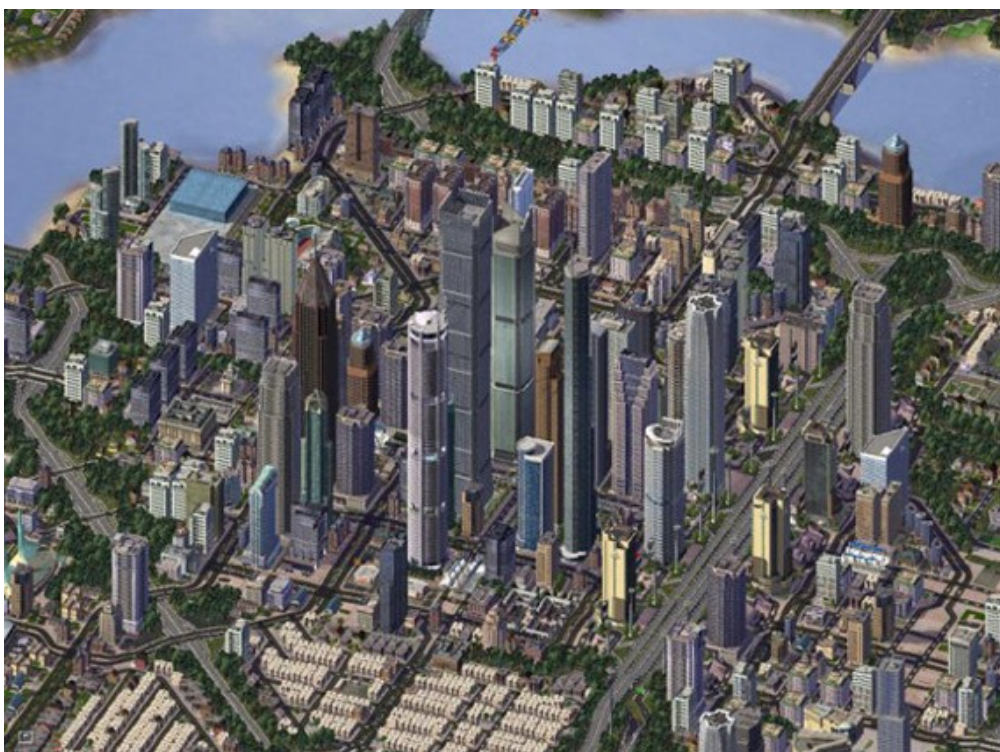
résultats de ces affrontements. Une faction peut ainsi prendre le contrôle d'une ville adverse permettant alors aux joueurs qui en font partie d'y effectuer des quêtes inédites. La ville devient donc ici un enjeu pour progresser dans le RPG.

En règle générale, la ville dans le RPG est une étape pour faire le point sur son aventure et se préparer à affronter de nouveaux périples.

La ville dans le jeu de gestion

Le premier jeu auquel on peut penser dans ce genre, c'est le Monopoly. Dans ce jeu de société, la ville est représentée par un ensemble de rues aux valeurs croissantes. Le joueur peut l'acheter et y construire des maisons ou des hôtels et ainsi faire payer tout adversaire s'arrêtant dessus. La ville fait ici l'objet d'enjeux économiques fictifs et le but est de ruiner ses adversaires.

Dans le jeu vidéo de gestion sur la ville, celle-ci est le cœur du jeu. Le but est de construire sa propre ville en tenant compte des conditions naturelles et des reliefs déterminés aléatoirement, de l'aménager à sa guise et de contenter les habitants qui viennent y vivre en leur fournissant les infrastructures adaptées et en leur assurant l'accès à tous les services disponibles dans n'importe quelle ville comme la police, les pompiers ou les centres commerciaux. Comme le nom de jeu de gestion l'indique, le joueur doit savoir gérer l'argent qui lui est donné au début de la partie ce qui lui permettra de construire la ville dont il rêve dans le jeu. Un exemple très connu pour ce genre de jeu est la série des *SimCity* mais on peut également citer *Cities XL*.



Ville dans SimCity

Le jeu est agrémenté de différentes missions pour prolonger la durée de vie du jeu : le joueur est ainsi amené à remplir différents objectifs comme atteindre un certain nombre d'habitants ou construire un certain type de bâtiments dans un temps limité. Mais il lui est également possible d'accéder à un mode où il est complètement libre de construire la ville selon ses envies. Le joueur a donc dans ce genre de jeu une emprise quasiment totale sur la ville : il l'agence comme il veut, construit des bâtiments où il veut, gère les impôts, l'accès à l'électricité,... Bien entendu, il doit surveiller l'argent qu'il a à sa disposition et l'avis des habitants de sa ville sous peine d'échouer mais en-dehors de ces deux paramètres, il fonde la ville dont il a envie.

Le cas des jeux d'action/aventure type GTA

Dans le paysage vidéo-ludique, la série *Gran Theft Auto* occupe une place particulière. Forte de quatorze jeux sortis jusqu'à présent et de cent millions d'exemplaires vendus, c'est l'un des séries les plus rentables de l'histoire du jeu vidéo. Elle fait également régulièrement l'objet de controverses notamment sur son caractère violent : le terme *Gran Theft Auto* signifiant en français « vol qualifié de voiture ». Dans chacun des GTA, vous incarnez généralement un criminel évoluant le plus souvent dans une ville qui doit accomplir des quêtes pour différents individus dans le but de se faire un nom. Ces quêtes peuvent être des assassinats, des vols de voitures ou des braquages. Vous vous déplacez le plus souvent en voiture, volées pour la plupart, et vengeance et fusillades sont au programme du scénario. Ce genre de jeu est souvent appelé « bac à sable » : si le joueur peut se concentrer sur les différentes missions qui lui sont proposées, il peut également se promener librement dans la ville au volant de sa voiture en écoutant la radio, aller s'acheter des vêtements dans un magasin ou bien faire une partie de billard dans un bar. La ville est ici un terrain de jeu dans lequel est totalement libre de faire ce qu'il y veut : acheter une maison, voler une voiture, rouler en sens inverse, agresser des passants, tout y est possible si ce n'est que la police interviendra en cas d'infractions. Le joueur peut donc s'adonner à tous les excès qui sont moralement inacceptables dans la réalité. Ce qui caractérise la ville dans la série GTA, c'est ce sentiment de liberté : même si on ne peut pas interagir avec tous les éléments du jeu, il offre tout de même une marge de manœuvre que peu de jeux égalent comme la possibilité de voler un hélicoptère pour se poser sur le plus haut gratte-ciel de la ville afin de faire du *base jump* ou encore de pénétrer dans une base militaire pour voler un tank et tout détruire autour de vous ou tout simplement prendre des transports en commun. La ville est ici terrain de jeu mais aussi espace d'errance, de dérive au sens situationniste du terme

c'est-à-dire pour « sa découverte en tant que réseau narratif, d'expériences et de vécu »²².



Liberty City dans Gran Theft Auto 4

Ce qui frappe également dans la série des GTA, c'est la diversité des paysages urbains : vous passez un pont et vous vous retrouvez dans un quartier à l'architecture différente de celui que vous venez de quitter, la population qui y réside n'est pas la même non plus.

Si l'on devait donc résumer l'image de la ville dans la série des GTA, c'est le mot « liberté » qui correspondrait le mieux aux sentiments que l'on éprouve lorsque l'on découvre Liberty City, le New York fictif de GTA 4, ou bien Los Santos, inspiré de Los Angeles, dans GTA San Andreas. Ces villes grouillent de vie et de détails qui rendent ces villes plus vraies que nature.

Dans les jeux vidéos, la ville peut revêtir plusieurs visages. Tout à tour simple décor, refuge ou lieu de liberté, faisant l'objet d'enjeux militaires ou économiques, elle n'en reste pas moins omniprésente dans le monde vidéo-ludique. Si elle a su se fondre dans le jeu vidéo au point d'en être devenu un point essentiel voire même le centre d'attention de certains jeux, le jeu vidéo peut-il à son tour se fondre dans l'espace urbain ? L'image de la ville auprès des joueurs s'en trouve-t-elle changée ?

²² http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9rive_%28philosophie%29

Le jeu dans la ville

De tout temps, le jeu s'est invité dans la ville : des parties de cache cache entre enfants sur un quartier à la fête foraine s'installant sur une place en centre-ville. Pourtant, rares sont les jeux qui ont incorporé la ville dans leur système. La ludification a fait émerger de plus en plus de jeux pervasifs, c'est-à-dire qui ont lieu dans un espace qui ne leur est pas réservé, ici la ville. Nous essaierons ici de détailler certains exemples de ces jeux et de distinguer en quoi l'image de la ville peut en être modifiée pendant le jeu voire même ensuite.

Foursquare

Réseau social géolocalisé, Foursquare repose sur un principe simple, le « check in » : « *tu dis où tu es à tes amis. T'as ton téléphone, tu es dans un bar par exemple, avec le gps tu te localises et tu peux sélectionner le lieu où tu te trouves et dire que t'es à cet endroit* » comme le précisait Hervé lors de l'entretien. Ce réseau social nécessite donc d'avoir un smartphone avec un gps. Lors du « check in », l'utilisateur a la possibilité de laisser un commentaire sur l'endroit où il se trouve, comme par exemple recommander certains plats d'un restaurant ou laisser son avis sur une exposition, ainsi qu'une photo. Lorsqu'un utilisateur se géolocalise souvent dans un endroit et qu'il est celui qui y fait le plus de « check in », il devient alors automatiquement « mayor » (maire en français) de cet endroit ce qui lui vaut en quelque sorte le statut « *d'ambassadeur de la structure* » selon Antoine. Ce statut peut lui donner accès à des offres spéciales si la structure en question est aussi sur Foursquare mais ce genre d'offres est encore trop peu répandu en France. Aux États-Unis en revanche, des grosses filières comme les cafés *Starbucks* ou certains bars offrent des promotions voire des produits gratuitement à leur « mayor ». Outre ce statut privilégié, l'utilisateur a également la possibilité de collectionner des badges qui lui sont remis lorsqu'il accomplit des actions particulières comme lorsqu'il se géolocalise sur un bateau ou lorsqu'il franchit la barre des 50 « check in ».

Lors des entretiens que j'ai passé avec des utilisateurs de Foursquare sur Rennes, j'ai tenté de savoir comment ils utilisaient cette application, s'ils privilégiaient plutôt l'aspect réseau social ou bien l'aspect jeu, et si elle avait changé leur rapport à la ville, à certains lieux. Ces deux entretiens ont été semi-directifs avec une série de question comme trame de fond mais en laissant la personne interrogée laisser libre court à ce qu'elle avait envie de dire et en me laissant la liberté de rebondir

sur des points importants auxquels je n'avais pas pensé. Le choix du lieu de l'entretien n'a pas été sans poser question. En effet, le « terrain de jeu » de l'application Foursquare étant la ville, tout lieu d'entretien n'était pas neutre. Les deux personnes interrogées utilisant Foursquare sur leur temps libre, mon choix de lieu d'entretien s'est porté sur des terrasses de café pour installer un climat détendu.

Les utilisations de Foursquare sont différentes pour les deux personnes interrogées : si tous deux admettent le côté ludique de l'application, Antoine s'y est plutôt essayé pour voir quelle utilisation professionnelle il pouvait en tirer et insiste sur le côté social de Foursquare et de partage d'avis aussi bien que de recommandations sur des endroits sympatiques qu'il pourrait repérer alors que Hervé semble plus investi dans son côté ludique. Toutefois, il pense qu'il serait amené à plus utiliser l'aspect social de l'application si plus de monde, notamment parmi ses amis, l'utilisaient. Il semblait vraiment dans cette optique d'une plus grande communauté utilisant l'application alors que Antoine ne semblait pas plus emballé que ça par une vision plus grand public tout comme l'ami de Hervé qui « *a arrêté maintenant parce qu'il trouve qu'il commence à y avoir trop de gens* ». Tous deux soulignent l'aspect engageant de l'application au début de son utilisation : chacun a eu une période de « check in » compulsif, à se géolocaliser partout et tout le temps, cette période s'essoufflant au fil du temps. Aucun des deux ne semble collectionner les badges même s'ils avouent être curieux lorsqu'ils en obtiennent un par hasard.

En ce qui concerne leur rapport à la ville à travers Foursquare, Hervé et Antoine admettent qu'il n'a pas changé même si cet avis est plus contrasté pour Hervé qui avoue avoir envie parfois de retourner à des endroits pour reprendre sa place de « mayor » qui lui a été volée. Antoine n'a, lui, pas du tout changé ses habitudes avec l'utilisation de Foursquare même s'il tient compte des avis laissés par d'autres utilisateurs sur des expositions ou des restaurants mais pas plus qu'il ne le ferait avec des sites comme Rennes.maville²³ ou Linternaute²⁴.

L'application Foursquare est l'exemple parfait de la « pointification » : l'utilisateur récolte des points et des badges selon ses actions. On sent ainsi qu'il ne se sent pas très impliqué dans le côté ludique en général même s'il sait le reconnaître et que le côté social semble très limité en France dû au manque d'utilisateurs encore sur la plateforme. Si Foursquare a connu un grand succès aux États-Unis, c'est sans aucun doute pour les offres promotionnelles offertes aux « mayor », des bars proposant la consommation gratuite à leur « mayor » attirant immédiatement beaucoup de

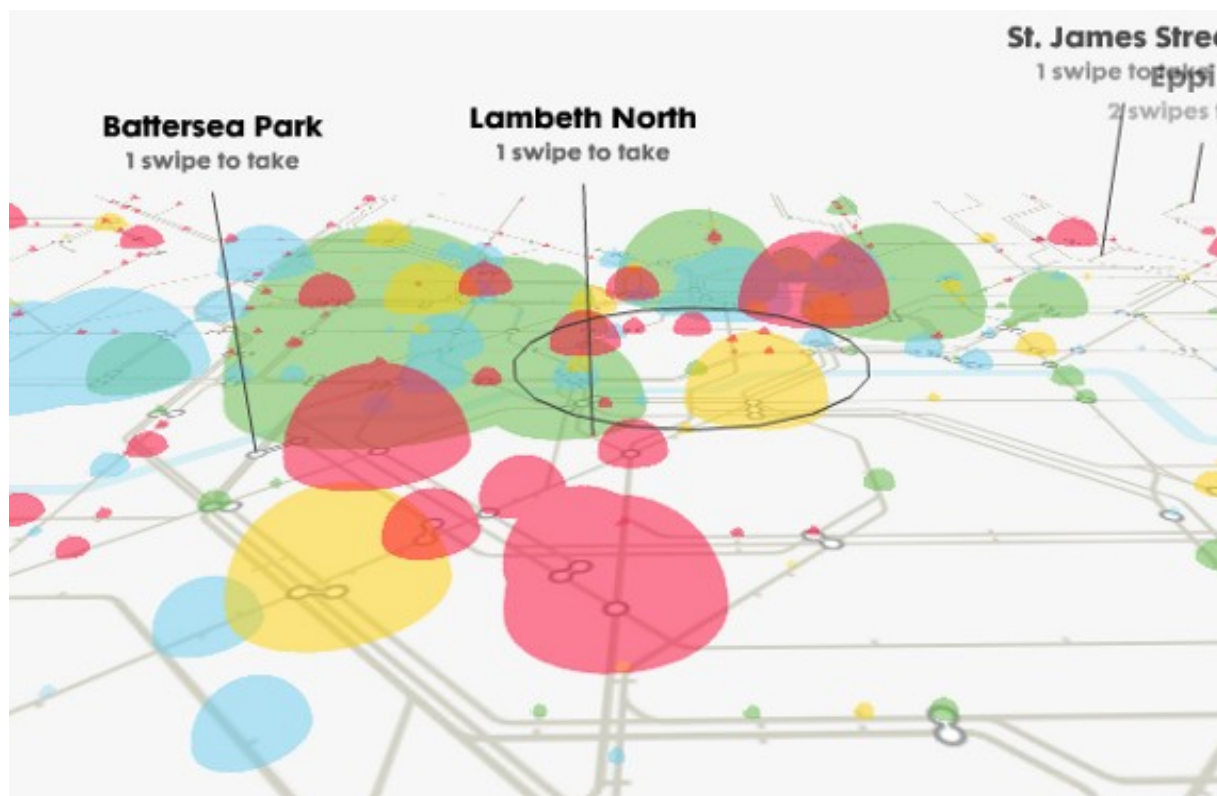
23 <http://www.rennes.maville.com/>

24 <http://www.linternaute.com/restaurant/>

gens. En France, ce genre d'offres est encore trop rare pour que les gens s'y intéressent à côté d'un géant du réseau social comme Facebook.

Chromaroma

Chromaroma est un jeu à l'échelle de la ville de Londres et reposant sur l'utilisation des transports en commun. Quatre équipes s'y affrontent : les bleus, les verts, les rouges et les jaunes. A son inscription, chaque joueur se voit propulser dans une des quatre équipes. Le jeu fonctionne grâce aux *Oyster Cards*, ces cartes d'abonnement aux transports en commun londoniens, équivalent des cartes Korrigo sur Rennes, dont chaque passage à une borne d'entrée dans le métro ou pour prendre un vélo en libre accès est enregistré pour ensuite déterminer laquelle des quatre équipes fréquente le plus telle ou telle station. Mais ce n'est pas tout : des missions sont proposées aux joueurs comme aller le plus vite d'une station à une autre à pied, aller visiter une station éloignée de son trajet habituel ou bien descendre une station avant son terminus habituel pour finir le chemin à pied, chaque mission rapportant des points au joueur ainsi qu'à son équipe. Des classements individuels sont réalisés en fonction des points récoltés par chacun ou en fonction des vitesses entre deux stations, ainsi qu'une carte montrant les « territoires » de chaque équipe.



Carte des territoires dans Chromaroma

Le jeu peut être joué individuellement en réalisant les missions et en concourant dans le classement individuel ou bien collectivement en aidant son équipe pour s'emparer de stations. La participation est également graduelle puisqu'on peut très bien jouer sans pour autant changer ses habitudes, une participation passive, mais aussi adapter ses trajets en fonction du jeu, des besoins de son équipe et du temps que l'on a à disposition. Chacun peut ainsi jouer à la hauteur de ses moyens.

Ce jeu peut modifier profondément le rapport à l'espace urbain et plus particulièrement les déplacements dans celui-ci. Chaque déplacement dans les transports en commun peut être vu comme un jeu mais également en-dehors des transports en commun, entre deux stations par exemple. Chromaroma, c'est la possibilité également de découvrir de nouveaux trajets, plus ludiques et plus rapides. C'est aussi une question de défense de territoires dans laquelle on peut défier des groupes pour défendre ce que l'on a chèrement gagné. C'est une manière de se réapproprier la ville quelque part. On peut toutefois reprocher une mise à jour de la carte des territoires seulement toutes les 24 heures ce qui empêche le joueur d'avoir un retour direct sur l'impact de ses trajets.

2,8 Hours Later

Les zombies ont envahi le monde. En tant que survivant, vous avez trois heures pour rallier une zone sûre en évitant tout contact avec les morts-vivants. C'est sur ce scénario simple que se repose le jeu 2,8 Hours Later qui se déroule à Bristol dans le cadre de l'igfest, festival de jeu de rue. Après une inscription au préalable, le nombre de participants étant limité, une heure et un lieu de rendez-vous vous sont donnés en soirée. Par groupe de six à huit personnes, vous devez rejoindre un premier point de rendez-vous en évitant de vous faire toucher par les acteurs jouant les zombies. S'ils vous touchent, ils vous infectent, vous pouvez continuer à jouer mais l'issue du jeu sera modifiée en conséquence. Arrivé au point de rendez-vous, des indices sont donnés pour trouver un autre point de rendez-vous et ainsi de suite jusqu'à un point de rendez-vous final qui marque la fin du jeu qui dure en tout environ trois heures.

Dans ce jeu, la ville est le décor principal. Vous ne pouvez être en sécurité à aucun endroit, à part les points de rendez-vous indiqués au fur et à mesure. Contrairement à la vision de la ville-refuge dans les RPG, l'espace urbain est ici un lieu de danger, chaque déplacement doit y être calculé, les participants doivent y être aux aguets. Pour cela, ils disposent d'une carte (papier ou sur smartphones munis de gps) qui leur permet de planifier leurs mouvements, de repérer des chemins pour contourner les zombies, ils peuvent joindre les autres membres de leur groupe pour se

retrouver en cas de séparation due à la rencontre avec un groupe de zombies. Le jeu transforme la ville au sens où des lieux que l'on peut fréquenter habituellement, des rues dans lesquelles on peut se balader, peuvent devenir, par le biais de 2,8 Hours Later, des lieux qu'il vaut mieux éviter, des rues dans lesquelles il ne vaut mieux pas s'aventurer, chaque coin de rue, chaque haie peut cacher un zombie. Le jeu demande de savoir se cacher, se faire discret, le scénario amène le joueur dans des endroits lugubres, dans des centres commerciaux comme dans les films cultes de zombies ou encore dans des sous-terrains. L'image que les joueurs ont de la ville ne change que pendant les trois heures de jeu mais elle devient de plus en plus effrayante au fur et à mesure : les zombies rencontrés au début du jeu sont clairsemés et relativement lents mais les groupes de morts-vivants se densifient et ils deviennent de plus en plus rapides à mesure que le scénario avance jusqu'au final apocalyptique où le joueur doit pénétrer dans un bâtiment, le dernier quartier général des survivants, alors que celui-ci est cerné de zombies.

Conclusion

De tous ces exemples, on peut en retirer que la ville et le jeu sont intimement liés : la ville semble être, encore aujourd'hui, une source d'inspiration intarissable pour les concepteurs de jeux vidéos. La ville est omniprésente dans tous les styles de jeu et le jeu déborde aussi dans la ville. Les exemples étudiés plus haut tendent à montrer que le jeu peut modifier l'image de la ville mais que cette image ne reste que le temps de durée du jeu : que ce soit dans 2,8 Hours Later ou dans Chromaroma, la ville est ludifiée, le scénario et les règles du jeu recouvrent la ville d'imaginaire lorsque l'on y joue, l'image quotidienne de la ville reprenant sa place en-dehors du jeu. Pour autant, le potentiel du jeu comme invitation à découvrir la ville sous un autre angle, un autre éclairage, paraît important. Pour peu qu'il entre volontairement dans la logique ludique, le joueur peut être amené à jouer avec l'espace urbain, qu'il soit simple décor ou partie intégrante du jeu. Il ne faut pas tomber non plus dans le tout ludique ou dans le faussement ludique comme Foursquare. Créer un jeu est plus complexe que faire gagner des badges. Mais la ville ludifiée est peut-être le futur de la ville comme le dit Seth Priebatsch : « *alors que la dernière décennie a été la décennie du social (...), la prochaine décennie sera la décennie où nous construirons une architecture de jeu* ». C'est également l'avis de Rémi Vermont, journaliste spécialisé dans les jeux vidéos, en introduction de l'article « Live Action Hero » dans le magazine AMUSEMENT n°9 : « *Récap' de 30 années de gaming. Années 80 : vous jouez seul dans votre chambre. Années 90 : vous tentez de squatter le salon. Années 2000 : toute la famille se décide à vous rejoindre. 2010 : le jeu vidéo s'installe dehors ?* ». Si, comme le pense ces deux spécialistes du jeu vidéo mais également tant d'autres, les dix prochaines années seront marquées par l'arrivée du jeu dans notre quotidien, au travail, à l'école ou encore dans les transports en commun, il convient de faire ressortir ce qui peut définir une bonne ludification de la ville. C'est ce que je tenterai de faire l'année prochaine en tentant de réaliser une typologie des ludifications.

Bibliographie

- **ALVAREZ, J.** *Du jeu vidéo au serious game : approche culturelle, pragmatique et formelle.* Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Jean-Pierre Jessel et Gilles Methel, universités de Toulouse-le-Mirail et Toulouse-Paul Sabatier
- **BRUNO, P.** *Les Jeux Vidéo*, Syros
- **CAILLOIS, R.** *Les jeux et les hommes.* Paris, Gallimard, 1958, 306 p.
- **COULOMBE, M.** *Le monde sans fin des jeux vidéos.* PUF, 2010, 160 p.
- **CRAWFORD, C.** *The Art of Computer Game Design.* McGraw-Hill et Osborne, 1984, 120 p.
- **CSIKSZENTMIHALYI, M.** *Beyond Boredom and Anxiety.* Jossey-Bass , 2000, 231 p.
- **FORTIN, T., TREMEL, L., MORA, P.** *Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux.* Paris, L'Harmattan, 2005.
- **GENVO, S.** *Le Game Design de jeux vidéo : Approches de l'expression vidéo-ludique.* L'Harmattan , 2006.
- **HUIZINGA, J.** *Homo ludens.* Gallimard, 1988, 340 p.
- **LE DIBERDER, A. ET F.** *L'univers des jeux vidéo.* La Découverte, 1998.
- **MC GONIGAL, J.** *Reality is Broken.* London : Jonathan Cape, 2011, 388 p.
- **NATKIN, S.** *Jeux vidéo et médias du XXI^e siècle.* Vuibert, 2004.
- **PEARSALL, P.** *Awe : The Delights and Dangers of Our Eleventh Emotion.* Health Communications, 2007, 289 p.
- **RUFAT, S., TER MINASSIAN, H.** *Les jeux vidéo comme objet de recherche.* Questions Théoriques, coll. « L>P », 2011, 197 p.
- **SUITS, B.** *The Grasshopper : Games, Life and Utopia.* Broadview Press, 2005, 179 p.

Webographie

Blog de Josselin Perrus

<http://meaningfool.net/>

Gamification, ludification et éducation...

http://carnets.opossum.ca/mario/archives/2011/03/gamification_ludification_education.html

Les ambiguïtés de la gamification

<http://www.internetactu.net/2011/03/01/les-ambiguites-de-la-gamification/>

La vie, comme un jeu de société

<http://technaute.cyberpresse.ca/jeux-video/201103/26/01-4383474-la-vie-comme-un-jeu-de-societe.php>

La gamification au service de la rétention et de la transformation

<http://www.fredcavazza.net/2011/04/20/la-gamification-au-service-de-la-retention-et-de-la-transformation/>

[pop-up] urbain

<http://www.pop-up-urbain.com/>

Le double jeu de la gamification

<http://owni.fr/2011/03/10/le-double-jeu-de-la-gamification/>

Retourner au plaisir de jouer

<http://www.internetactu.net/2011/02/16/retourner-au-plaisir-de-jouer/>

Foursquare

<https://fr.foursquare.com/>

Chromaroma

<http://www.chromaroma.com/>

2,8 Hours Later

<http://2.8hourslater.com/>

Annexes

Guide d'entretien Foursquare

Présentez-vous!

Comment avez-vous connu Foursquare?

Pouvez-vous expliquer brièvement son fonctionnement?

Y a-t-il beaucoup d'endroits sur Rennes qui proposent des offres sur foursquare? En France?

Jeu ou réseau social?

Utilisez-vous foursquare pour rencontrer vos amis? Uniquement pour « check-in »? Un peu des deux?

Faites vous collection des badges?

Êtes-vous « mayor » ?

Rapport à la ville

L'utilisation de foursquare vous a-t-elle amenée à fréquenter des endroits que vous ne fréquentiez pas?

Fréquentez-vous des endroits plus souvent pour conserver des titres de « mayor »? Pour détrôner des « mayor » en place?

Pensez-vous rester longtemps sur foursquare?

L'anonymat sera respecté lors de la retranscription des entretiens.

Retranscription du premier entretien

Présentation

Je m'appelle Hervé, j'ai 24 ans, je suis co-gérant d'une boîte de création de site web. J'ai un master MITIC (Méthodes Informatiques et Technologies de l'Information et de la Communication) : au lieu d'un master de codeur pur, c'est orienté vers l'utilisateur avec l'ergonomie, les usages...

Comment as-tu connu Foursquare?

Via Twitter je crois. Sur Foursquare tu peux balancer tes « check-in » sur Twitter ou sur Facebook. Du coup j'ai commencé à en voir sur Twitter, des gens que je suivais qui les publiaient. Dès que j'ai pu avoir un téléphone qui me permettait d'utiliser Foursquare, c'est-à-dire il y a environ 1 an, je m'y suis mis. Ca fait donc 1 an que j'utilise Foursquare.

Tu peux expliquer rapidement le fonctionnement?

La base est très simple : tu dis où tu es à tes amis. T'as ton téléphone, tu es dans un bar par exemple, avec le gps tu te localises et tu peux sélectionner le lieu où tu te trouves et dire que t'es à cet endroit. La base c'est ça. Éventuellement, tes amis, s'ils sont dans le coin, peuvent te rejoindre et tu rentres dans la partie sociale. Tous tes amis sur Foursquare le savent.

En ce qui concerne les offres promotionnelles...

Ca commence à arriver sur Rennes. En fait, tu peux avoir des offres selon le lieu où tu t'es localisé. Mais pour l'instant ce n'est pas très pertinent sur Rennes : il y a 5 offres, ce sont toujours les mêmes et du coup tu n'y fais pas très attention. Il y a l'office de tourisme, le Flunch par exemple. On en est au tout début. Il y en a sans doute plus sur Paris. Mais ça doit faire 3 mois à peu près que ces offres sont apparues sur Rennes, c'est tout récent.

Lien avec l'activité de tes amis

Tu es obligé de savoir ce que tes amis font puisque l'application t'envoie des notifications quand tes contacts « check-in ». Mais ça dépend de tes contacts en fait. Moi la plupart de mes contacts sont des collègues de travail, je passe toute la journée avec eux donc je sais ce qu'ils font, ce n'est pas super pertinent mais on sait jamais. Dans mes amis hors-travail, j'ai peu d'amis qui l'utilisent, peu d'amis qui ont un téléphone qui puissent le faire. On va dire que j'ai la partie geek de mes amis qui est dessus. Donc la partie « je regarde ce que font mes amis pour aller les rejoindre », je l'utilise pas énormément au jour d'aujourd'hui. J'espère qu'à terme il y aura plus de monde et que je pourrais me dire « untel est là, je vais m'y arrêter » mais pour l'instant c'est pas trop le cas. Il n'y a pas encore trop de monde dans le coin à utiliser Foursquare mais ça vient, on commence à sentir les ventes de smartphones qui décollent.

Mais sans smartphone, ce n'est pas très intéressant, tu ne peux que lire ce que font les autres, c'est comme être spectateur. Je crois pas qu'il y ait une utilité à Foursquare sans téléphone permettant de se géolocaliser.

Il y a des règles de « check-in » par contre, je n'ai pas la règle exacte mais ça doit être un « check-in » dans un endroit au maximum toutes les 2-3 heures. Mais si tu changes de lieu toutes les 15 minutes, y'a pas de limite. C'est quelque chose que je fais souvent à Saint Malo, comme je me balade souvent à St Malo intramuros. En fait les remparts correspondent à un lieu, chaque porte des

remparts aussi, chaque plage. Du coup au fil de mes promenades, je « check-in ».

Dans le même genre, il y a donc Foursquare, Facebook Places et sans doute d'autres applications similaires aux Etats-Unis surtout, et il a des applications qui permettent de réunir toutes celles qui permettent de « check-in » donc pour les personnes vraiment accro aux « check-in », ils peuvent le faire sur plusieurs applications en même temps.

Les badges, tu les collectionnes?

Non, j'en ai mais je cherche pas à les avoir. Déjà y'a des badges spécifiques aux USA et puis il y a des badges correspondant à des événements comme le badge Halloween que tu gagnes si tu check-in le jour d'Halloween. C'est cool d'en avoir un de temps mais c'est tout. J'en ai pas énormément, il y a ceux du début pour t'encourager à « check-in », j'ai celui de « super mayor » parce qu'il y avait un moment où j'avais pas mal de « mairies », ceux que tu gagnes en faisant un « check-in » sur une plage ou dans un parc parce que les lieux sont classés par catégorie. Les lieux de base style gares sont définis par Foursquare et encore il n'y a pas toutes les gares. Les utilisateurs peuvent ajouter les lieux qui ne sont pas encore définis et ils choisissent la catégorie du lieu dans une liste. Par contre tu ne peux pas « check-in » directement dans le lieu que tu as créé, il faut attendre les 2-3 heures réglementaires. Si une personne s'est trompée de catégorie tu peux le signaler à Foursquare pour qu'ils le modifient et tu entres dans un processus de modération. Mais j'ai pas trouvé trop d'erreurs pour l'instant. Par contre du coup, il y a des gens qui rajoutent des lieux qui n'en sont pas vraiment, qui sont à côté de chez eux, pour « check-in » souvent et en être « maire ».

Tu ne cherches pas spécialement les badges mais les titres de « maire »?

Ça oui je cherche. En fait, le collègue qui partage mon bureau était pas mal sur Foursquare avant. Il a arrêté maintenant parce qu'il trouve qu'il commence à y avoir trop de gens. On se faisait la guerre à celui qui serait « maire » des bureaux de la boîte. C'était à celui qui n'oublierait pas de « check-in » en arrivant le matin. Je suis « maire » de ce bar par exemple alors que c'était mon collègue qui l'était avant comme on travaille à côté.

Ca fait partie de l'idée d'être « maire » du plus d'endroits possibles. On est complètement dans une espèce de compétition. J'ai volé des « mairies », sans tricher bien entendu. Quand tu deviens « maire », que ton compte Twitter est lié à Foursquare et que celui de l'ancien « maire » l'est aussi, ça envoie un petit message pour lui signaler qu'il a perdu sa « mairie ». Ca m'est arrivé de recevoir des messages « c'est quoi ce vol sauvage de mairie? » qui devaient venir de gars qui se baladaient aussi dans St Malo intramuros et qui faisaient aussi des « check-in » pendant leurs balades et les moments où ils se baladaient moins souvent, je leur prenais quelques « mairies » le même jour. Donc il peut y avoir une interaction même avec les gens que tu ne connais pas, que tu n'as pas dans tes amis. Je pense que je rencontrerai un jour les personnes qui me volent mes « mairies » sur Saint Malo parce que ce sont souvent les mêmes donc il y a forcément un moment où on va se croiser, enfin j'espère. Je peux les ajouter comme ami sur Foursquare s'ils l'acceptent aussi. Certains de mes contacts sur Foursquare sont pas des amis à proprement parler, juste des « compétiteurs ».

Pour devenir « maire », il faut cumuler deux « check-in » au même endroit et être la personne ayant le plus de « check-in » à cet endroit sur une semaine.

Qu'est-ce qu'il en est du côté social?

Il y a deux trucs : tu peux ajouter des conseils ou des notes quand tu « check-in » dans un lieu, ça arrive souvent dans les lieux très fréquentés par les utilisateurs de Foursquare, et il y a aussi la possibilité de prendre des photos et de les ajouter sur le profil du lieu, ça m'arrive souvent de le faire. Mais il n'y a pas de discussions possibles sur Foursquare, juste des échanges asynchrones. Les

échanges peuvent plus se faire ensuite sur Facebook ou Twitter si tu les associes à ton compte Foursquare.

Des endroits que tu fréquentes plus souvent pour conserver des « mairies »?

Oui et non. Ca m'arrive de me dire que je vais perdre ou que j'ai perdu des « mairies » à tel ou tel endroit donc c'est l'occasion d'y retourner, ce n'est pas une obligation mais c'est vrai que Foursquare influence un peu. « Où est-ce que je pourrais aller me promener? Je vais peut-être retourner faire un tour là-bas pour retrouver ma « mairie »! »

A l'inverse, des endroits que tu fréquentais pas avant et que tu t'es mis à fréquenter?

Non, j'ai pas changé mes habitudes.

Tu penses y rester?

Oui parce que je sens que ça va se développer et je sais que tous mes amis utilisaient l'application, je pourrais les rejoindre à la sortie du boulot si je vois qu'ils « check-in » à un endroit ou bien s'ils sont allés à une exposition par exemple. C'est toujours une information qui peut être intéressante... ou pas d'ailleurs quand on voit qu'un de ses contacts a été faire ses courses par exemple. Mais du coup tu peux quand même entrer en compétition avec lui sur son magasin.

Une anecdote?

Il faut que je te parle de la « guerre du train ». Il y a un truc que je trouve limite sur Foursquare c'est de faire les « check-in » au fur et à mesure que tu te déplaces. Bon quand tu es sur l'autoroute, tu vas pas « check-in » dans chaque village que tu traverses. Par contre, dans le train, tu n'as rien à faire et tu peux « check in » à chaque gare que le train traverse. Comme je prenais souvent le train avant d'avoir ma voiture, j'étais « maire » de la quasi-totalité de la ligne Rennes-Saint Malo, sauf la gare de Rennes évidemment parce qu'il y a plus de trafic. Et il y avait une fille qui faisait la même chose que moi donc de temps en temps elle récupérait une de mes « mairies ». Maintenant je ne prends plus le train donc elle doit les avoir toutes récupérés. Mais je pense qu'il y a des moments où on était dans le même train, on ne s'est pas vu mais si j'avais continué à prendre le train, je pense qu'on se serait rencontré un jour où l'autre.

Autre chose à rajouter ?

Il y a un système de points aussi qui te sont attribués quand tu « check-in » et qui sont cumulés sur une semaine. T'as un classement avec tes amis pour savoir qui a le plus de points. Tu gagnes des bonus selon les conditions : si tu deviens « maire », si c'est ton premier « check-in » dans une catégorie de lieu,... (Il me montre son smartphone avec le classement de ses amis, l'un d'eux est largement premier) Ca c'est un pote qui « check-in » partout où il va, peut-être qu'il a activé le « check-in » automatique. Tu peux laisser le gps activé en permanence et ça « check-in » en permanence partout où tu vas mais je pense pas que ce soit son cas, il fait que ça, il y pense tout le temps. Du coup je sais exactement tout ce qu'il fait de ses weekends. Tu vois il est « maire » de la Rue Saint Michel, de la Place de la Mairie, de l'Hôtel de Ville ou du Musée des Beaux Arts. Il y a aussi un système de « check-in » masqué : tu te localises mais sans le dire à tes contacts, sans rien publier. Ca perd un peu de son charme du coup.

Retranscription du second entretien

Présente toi s'il te plait

Je m'appelle Antoine et mon avatar s'appelle toniodelaconcha. L'avantage d'avoir un avatar bien dissocié de sa personnalité c'est que ça permet d'essayer tous les réseaux, de tout essayer sur le web. Je travaille aux Champs Libres au service Communication, autant sur les supports papiers que sur les supports web. Ma fiche de poste n'inclut pas les réseaux sociaux parce que quand elle a été rédigée, ça n'existait pas. Mais quand on travaille sur le web aujourd'hui et qu'on est pas sur les réseaux sociaux, pour moi c'est un peu dommage. Donc j'essaye de me bloquer du temps pour être dessus et trouver des outils intéressants.

Peux tu présenter foursquare ?

Foursquare me fait penser à une première expérience qui s'appelait Virtual Regatta, je crois que c'était la Route du Rhum, qui a connu un succès énorme : t'as ton bateau sur ordinateur et tu fais la course. Il y en a eu plusieurs des courses virtuelles comme ça mais celle là a connu un buzz énorme, un nombre d'inscrits incroyable. Et donc je me suis retrouvé inscrit là dedans aussi au bon d'un moment, presque à mi-course. J'avais plein de collègues qui étaient inscrits à Virtual Regatta. Tu peux customiser ton petit bateau et y'a un petit truc de tchat. C'était rigolo parce que t'étais obligé d'y aller tous les jours, pour voir le vent et tout ça. Et puis au bout d'un moment, on discutait via le tchat avec les potes. C'était assez marrant parce que quand tu allais régler ton bateau, tu retrouvais les messages de tes amis et donc ça remplaçait presque les sms parce qu'on pouvait s'organiser des repas du midi ou des apéros via Virtual Regatta. On avait l'obligation de se connecter quand les cartes tombaient, parce que dans la réalité, la météo change en temps réel, là c'était tous les jours vers 11h. C'était ma première expérience de réseau social temporaire ludique. Et ça permet de mieux comprendre Foursquare parce que les gens ont du mal à comprendre le système de réseau social ludique. La majorité des gens ont l'image du réseau social Facebook, des ados qui s'échangent des photos de soirées. C'est une image qui va pas être facile à faire disparaître. C'est d'autant plus dommage parce qu'une bonne partie des décideurs, de ceux qui votent les budgets, ont cette image des réseaux sociaux donc la difficulté quand tu bosses dans les réseaux sociaux professionnellement d'avoir des budgets, d'être crédible pour animer des communautés virtuelles, d'avoir des budgets en ressources humaines, c'est-à-dire des gens qui sont employés pour alimenter des réseaux sociaux. Souvent ils préfèrent employer des stagiaires alors que c'est, je pense, pas du tout opportun parce que c'est comme si t'étais face au public et que tu répondais aux questions en temps réel, ça nécessite des gens qui connaissent bien la structure, qui connaissent bien les réseaux sociaux et qui ont l'habitude de prendre la parole, c'est quand même très complexe.

Pour en revenir à Foursquare, y'a une couche ludique où tu gagnes des badges, ou tu deviens « mayor », même si Foursquare a été traduit en français récemment ils ont gardé le terme anglais de « mayor », tout comme celui de « check in ». L'aspect ludique, chacun l'utilise à sa manière. Pour prendre un exemple concret, aux Transmusicales qui durent trois jours, beaucoup de gens sur Rennes s'y retrouvent et avec Foursquare, ça te permet de voir qui est aux Transmusicales quasiment en temps réel parmi tes amis proches. Ça permet aussi de retrouver des gens dans le train par exemple. Ça m'est arrivé, dans le train de Paris de six heures du matin, d'avoir un pote dans le même train et de se retrouver grâce à Foursquare pour aller boire un café et prendre le petit déjeuner. Ça a un côté pratique.

On peut dire que c'est un réseau dans le réseau parce que ce sont souvent des gens de Twitter qui utilisent Foursquare. Twitter c'est un réseau assez peu utilisé finalement et Foursquare est assez peu utilisé par les gens sur Twitter donc c'est une petite communauté dans une petite communauté ce qui

permet de pas divulguer à 150 milliards de personnes où tu es. Dans Foursquare c'est assez bien fait parce que tu peux te checker sans rien dire à personne c'est-à-dire sans communiquer sur les autres réseaux sociaux mais tu peux aussi le dire sur Facebook ou Twitter voire les deux. Moi j'utilise Twitter, comme beaucoup de gens, pour de l'échange d'informations souvent professionnelles, parfois personnelles. Quand je me check et je le partage sur Twitter, c'est pas la même chose que si je me checke et que je le partage sur Facebook où là j'ai très peu d'amis, 15 ou 20 personnes vraiment proches. Si par exemple je suis à la mer avec ma chérie, je peux ne le partager que sur Facebook ce qui permet à mes amis proches de savoir que je suis à la mer, de me rejoindre éventuellement ou d'en discuter plus tard. Par contre quand je suis à une exposition que je trouve vraiment bien, je peux le partager plus largement avec Facebook et Twitter. Foursquare permet aussi de laisser un commentaire ou une photo. Donc ça permet de communiquer sur des choses qui te plaisent : si t'es à un concert, tu peux te checker au concert, dire que c'est naze ou que c'est génial. Tu peux vraiment catégoriser les gens avec qui tu vas partager l'info. Donc c'est assez pratique mais c'est pas toujours facile à comprendre, je me souviens de quelqu'un que je connais professionnellement qui disait sur Twitter qu'il ne voulait pas utiliser Foursquare parce que c'était trop dire « la couleur de son caleçon », une expression dans le genre, et qui maintenant l'utilise à fond. Comme quoi ça dépend, dans son réseau d'amis, qui l'utilise. C'est comme Virtual Regatta, si j'avais eu aucun ami à l'utiliser, j'aurais certainement pas tester. Là c'est pareil, si j'utilise Foursquare c'est parce que j'ai des amis qui l'utilisent et des relations professionnelles aussi. Dans le professionnel, ça permet de faire des croisements, c'est la magie des réseaux sociaux. Il y a plein de gens qui y voient des problèmes mais c'est comme Facebook, ça dépend comment les gens s'en servent, il faut faire très attention aux informations qu'on pose dessus, à partir du moment où on pose ces informations sur un site internet, elles ne nous appartiennent plus.

Comment as-tu connu Foursquare exactement ?

J'y suis allé par curiosité. Je savais qu'aux États-Unis c'était très très utilisé. En France, c'est difficile de parler de réseaux sociaux parce qu'on est très particulier, les réseaux sociaux sont réservés à une marge de la société ce qui n'est pas le cas dans le reste du monde. Par exemple, les personnes d'un certain âge utilisent beaucoup les réseaux sociaux mais pas en France. Les chiffres sont très très différents en France qu'ils ne le sont ailleurs. De par mon travail, je travaille un peu sur les réseaux sociaux, je voulais voir ce que ça pouvait m'apporter professionnellement. L'utilisation professionnelle commence à se mettre en place tout doucement. Là où je travaille on ne l'utilise pas, on n'a pas d'avantages pour notre « mayor » ou de choses comme ça même si ça permet de l'identifier comme une sorte d'ambassadeur de la structure. Mais ça commence à se mettre en place : il y a une librairie à Rennes, je sais que celui qui la tient est sur Twitter et sur pas mal de réseaux sociaux, je me suis checké là-bas et le mec a vu sur son ordinateur et m'a reconnu, en plus je suis devenu « mayor » en me checkant là-bas donc il m'a offert un beau livre pour l'occasion. Aux États-Unis, beaucoup de boîtes offrent des cadeaux aux « mayor » et pour les Champs Libres par exemple, on pourrait imaginer une promotion quelconque. Ça permet de récompenser des utilisateurs fidèles même si on ne le fait pas encore parce que pour l'instant c'est un peu discriminatoire vu qu'il y a peu de personnes à l'utiliser.

Ce qui est rigolo avec Foursquare c'est que des réseaux sociaux, y'en plein qui naissent et qui meurent et tout le monde prédit la mort de Foursquare depuis très longtemps, tout le monde dit que c'est l'outil qui va disparaître dans six mois, mais même après l'arrivée de la fonctionnalité de géolocalisation sur Facebook, après l'arrivée de la géolocalisation des tweets sur Twitter, Foursquare est toujours là et le réseau s'étend.

Une autre chose dont on n'a pas parlé qui est vachement pratique, c'est que Foursquare permet de laisser des conseils et donc ça m'est arrivé, en suivant ces conseils, de découvrir des endroits sympas. Par exemple, je crois que c'est à Roissy, le film La Jetée de Chris Marker a été tournée et je

suis tombé sur le lieu du tournage en suivant le conseil de quelqu'un sur Foursquare. C'est pas assez utilisé à mon avis, la plupart du temps on se check assez rapidement sans forcément penser aux conseils qu'on pourrait laisser. Il faut quand même bien connaître le lieu mais c'est vrai que dans des bars ou dans des restaurants, on peut conseiller des plats. Moi aux Champs Libres, comme j'y suis tout le temps, je m'y check pas toute la journée. Mais quand je le fais, c'est pour faire penser aux gens qu'il y a, par exemple à la Cantine Numérique, la dernière fois que je m'y suis checké, une permanence de wiki-rennes tous les mercredi qui peut vous aider à utiliser l'outil. J'ai aussi mis un petit conseil comme quoi tout en haut de la bibliothèque, il y avait un musée du livre et des lettres, en accès libre et gratuit sur les horaires de la bibliothèque. Ça permet aux gens qui sont sur Foursquare d'avoir des petits conseils comme ça ce qui amène de la valeur ajoutée, et puis on peut ajouter des photos depuis peu.

Il y a des lieux comme par exemple la gare Montparnasse, quand on attend son train, on peut regarder toutes les photos sympas prises par les gens. Il y a pas mal de fonctionnalités intéressantes.

Qu'est-ce qui t'a poussé à utiliser Foursquare ?

Il y avait une curiosité professionnelle. Je voulais voir si l'outil avait une utilité professionnelle. Et puis personnellement ça m'a amusé, le fait de pouvoir laisser une trace de ses voyages par exemple. Si tu vas faire un tour des châteaux de la Loire, tu peux te géolocaliser aux endroits importants de ton voyage : tu trouves un restaurant super sympa, tu regardes un joli coucher de soleil,... ça permet de laisser des traces et de les retrouver, de constituer un petit carnet de voyages à partir du moment où tu peux laisser un petit conseil, une petite photo et puis une trace géolocalisée. Si tu veux partager cet endroit après, tu sais où le retrouver en consultant ton profil.

Tu l'utilises souvent ?

Non, je suis dans le rythme métro-boulot-dodo donc je passe pas mon temps dessus. Je l'utilise surtout quand je suis en déplacement professionnel ou même personnel, pendant les vacances, pendant les concerts, pendant les loisirs. C'est par période, occasionnellement.

Tu ne chasses pas les check-in ?

Il y a eu un moment, je pense, quand on découvre l'outil, on fait tous la chasse au check-in et puis on comprend vite que ça n'a pas d'intérêt de se géolocaliser douze fois par jour dans son bureau. Au début, c'est comme sur tous les réseaux sociaux, on fait des erreurs, on se géolocalise à tout va et on s'aperçoit très vite que ça n'a pas de sens.

Tu collectionnes les badges ?

Des fois je regarde quand même, il y a certains qui sont drôles. Foursquare ils ont été assez fort pour faire des badges assez marrant. Là comme ça je ne m'en souviens pas parce que je ne suis pas un acharné, je fais pas vraiment la chasse aux badges. Mais par exemple je sais qu'il y en a un qu'on obtient en se géolocalisant sur un bateau donc je sais que la prochaine fois que je monte dans un bateau, je vais me géolocaliser parce que c'est marrant. Si on s'y intéresse, y'en a une bonne quantité. Pour moi, en général, je gagne un badge au hasard et je vais voir ce que c'est mais je ne les cherche pas spécialement. C'est rigolo de les collectionner quand même : ils sont sympas et bien foutus graphiquement. Ça n'a rien de sérieux. C'est vrai que moi je suis plus souvent sur Twitter qui est un outil assez sérieux, d'échange d'informations et de culture générale et c'est toujours sympa d'avoir d'autres réseaux sociaux qui sont rigolos.

Tu participes au classement de points par semaine ?

Moi ça me sert pas à grand chose mais c'est rigolo de voir qu'un de tes copains est devant et que comme tu pars en vacances, tu vas le doubler. Peut-être que certains l'utilisent mais moi je fais pas la course. Si j'étais tous les jours en déplacement, peut-être que j'y jouerai mais la plupart du temps je suis ici donc je ne m'en sers pas.

Tu cherches les titres de mayor ?

Non je les cherche pas. Quand je me check, c'est plutôt sur mes loisirs. Si je vais en réunion avec des collègues de travail, je vais pas me géolocaliser. Par contre dans le bistrot en bas de chez moi, c'est moi le « mayor », c'est normal. Mais c'est marrant quand on se fait virer, on reçoit un message, donc on se demande qui peut venir plus souvent que moi dans le bistrot en bas de chez moi, et puis bien souvent on le connaît donc il y a des petits guéguerres comme ça. Au Chantier, j'avais un collègue qui y était tout le temps et qui était mayor et puis il a eu un bébé donc il y était moins souvent et c'est moi qui ai repris le titre. On s'envoyait des petits messages là-dessus et puis il a repris son titre récemment. C'est assez drôle, c'est un jeu. Mais dans des endroits que j'aime bien, dans lesquels je vais souvent, ça n'a pas d'utilité d'être le mayor d'un endroit. Comme on est peu à utiliser Foursquare, c'est rigolo d'être le mayor d'un endroit qu'on aime bien et de le mettre en valeur un peu, ça ne me plairait pas d'être mayor d'un endroit que j'aime pas par exemple.

Est-ce que tu sens l'arrivée de plus en plus de monde sur le réseau ?

Il y a eu un boom un moment mais c'est pas la folie : il faut avoir un smartphone, il faut être habitué aux réseaux sociaux, c'est souvent des gens qui sont sur Twitter,... il y a pas un potentiel incroyable en France en tout cas. Avec l'arrivée massive des smartphones, ça va peut-être changé. Twitter par exemple s'est transformé. Maintenant qu'il y a beaucoup de gens dessus, c'est plus le même outil, on raconte plus les mêmes choses, des choses beaucoup moins personnelles parce qu'on sait qu'on peut être lu par les collègues de travail, les supérieurs,... Foursquare c'est bien parce qu'on est encore peu nombreux et c'est bien que ça n'explose pas. De toute façon, dans les réseaux sociaux, Facebook est leader et moi je ne l'utilise que très très peu. J'ai ouvert un compte pour le travail et personnellement ça m'a pas tellement amusé, je poste très très peu de choses. Mes collègues qui sont dans mes amis voient surtout mes check de Foursquare qui remontent et ils me posent des questions là dessus parce que ça les intrigue. Mais je pense pas que ça va exploser parce que les gens qui sont sur Facebook restent dessus et comprennent pas vraiment l'utilité des autres réseaux sociaux. Facebook est le mayor des réseaux sociaux.

Est-ce qu'il y a des lieux que tu visites plus ?

Non pas du tout, Foursquare me fera pas aller dans un lieu juste pour me checker.