

DOSSIER DE CONCEPTION

12/05/2021



GOBELINS
L'ÉCOLE DE L'IMAGE

le cnam
Enjmin



Le voyage de
SALTO & DROGO



Leslie Gérard - Blandine Hertzog - Priscilla Larcher - Charlotte Pacaut - Pierre Roquin - Flavien Roux

SOMMAIRE

INTRODUCTION p3

REMERCIEMENTS p4

1 - NARRATION p5

- A - Intention d'auteur
- B - Histoire
- C - Worldbuilding
- D - Personnages

2 - GAMEPLAY p9

- A - Système de jeu
- B - Parcours joueur
- C - Game design
- D - Level design

3 - DIRECTION ARTISTIQUE p16

- A - Direction artistique visuelle
- B - Direction artistique sonore

4 - TECHNIQUE ET ORGANISATION p20

- A - Outils utilisés
- B - Process d'organisation
- C - Développement
- D - Intégration

5 - PRODUCTION p24

- A - Night Light
- B - Dimensionnement
- C - Financement
- D - Monétisation
- E - Éditeur

6 - STRATÉGIE MARKETING p28

- A - Coeur de cible
- B - Identité visuelle
- C - Stratégie de communication

ANNEXES p35

- A - Playtest
- B - Charte sonore
- C - Guide de composition
- D - SCRUM
- E - Stratégie de communication
- F - Réseaux sociaux
- G - Études des caractères
- H - Miro
- I - Références visuelles
- J - Liens utiles

INTRODUCTION

Blandine

Dans le cadre du projet de fin d'année du Mastère Spécialisé Designer d'expérience interactive et ludique de Gobelins l'école de l'image et du CNAM ENJMIN, nous avons créé le jeu d'aventure *Le Voyage de Salto et Drogo*. Notre équipe de six collaborateurs est née en février 2021, réunie autour de l'envie envie de proposer une double expérience au sein d'un même jeu, et de raconter une belle histoire.

Dans ce dossier, nous reviendrons sur le processus de création de notre jeu *Le Voyage de Salto et Drogo*. Comment s'est organisé le groupe ? D'où viennent nos inspirations ? Comment avons-nous réussi à jouer sur les points à tous les niveaux, du gameplay à la direction artistique en passant par la narration ? Quels ont été nos points forts et les difficultés rencontrées ? Que retenons-nous de cette expérience ?

Ce dossier regroupe aussi l'ensemble de nos démarches autour du projet, comme l'étude du marché des jeux vidéo indépendants, la budgétisation, notre stratégie de communication, nos objectifs sur le long terme et le futur du projet après la présentation de la vertical slice en mai 2021.

Il s'agira de porter un regard critique et constructif sur notre première version du jeu, mais aussi de prendre du recul sur cette expérience de création en temps limité.

La forêt

Capture d'écran de l'environnement 3D



La prairie

Capture d'écran de l'environnement 3D

REMERCIEMENTS

Flavien

Avant tout développement, nous tenons à remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du Mastère IDE de Gobelins l'école de l'image et l'ENJMIN, des intervenants aux professeurs. Leurs compétences, comme leur bienveillance, ont permis à notre projet de voir le jour dans les meilleures conditions possibles.

Nous n'oublions pas de remercier les playtesteurs qui ont testé notre jeu avant sa version finale. L'objectivité de leurs avis nous a apporté des retours constructifs, utiles à notre expérience.

Enfin, nous n'oublions pas de remercier la promotion 2021 du Mastère IDE ainsi que nos proches pour leur soutien sans faille.



Flore

Capture d'écran de l'environnement 3D

Salto et des oiseaux
Capture d'écran de l'environnement 3D



I. NARRATION

A. INTENTION D'AUTEUR

Blandine

En février, un premier pitch est proposé : "C'est l'histoire de Salto, un renard à la recherche d'une meute. C'est aussi l'histoire de Drogo, un loup rêvant d'indépendance." Ce pitch soulignait les personnalités des deux personnages principaux, le caractère extraverti de l'un complétant le naturel introverti de l'autre. Par delà l'envie de raconter une belle histoire, ce jeu était l'occasion de travailler autour de la dualité de ces personnages, tant d'un point de vue de la direction artistique et de la narration, que des mécaniques de gameplay.

C'est sur cette envie de proposer une double expérience au sein d'un même jeu que notre équipe fut formée, réunissant six membres, six points de vue, six domaines d'expertises. Aujourd'hui, après discussion, brainstorming et autres méthodes de réflexion agiles¹, notre pitch est enfin fixé : **"C'est l'histoire de Salto, un renard à la recherche d'un nouveau territoire. C'est aussi l'histoire de Drogo, un loup ayant perdu sa meute"**.

Ce jeu solo d'aventure en 3D à la 3^e personne invite le joueur à découvrir l'histoire des deux personnages sur PC et Nintendo Switch. Ce parcours initiatique d'environ deux heures propose d'alterner entre les deux personnages, de jongler avec leurs capacités et de constater leurs différences. À destination des 13-18 ans, *Le Voyage de Salto et Drogo* est **une aventure introspective** qui prend place dans un monde naturel et crépusculaire.

Dans notre histoire, Salto et Drogo vont apprendre l'un de l'autre et changer peu à peu le regard qu'ils portent sur le monde qui les entoure.

Nous espérons ainsi faire écho à la personnalité même du joueur, qui, par identification aux caractères des personnages, devra se poser des questions sur sa propre manière de percevoir le monde.

Et vous, serez-vous plutôt Salto, Drogo, ou un peu les deux ?

Unique selling points

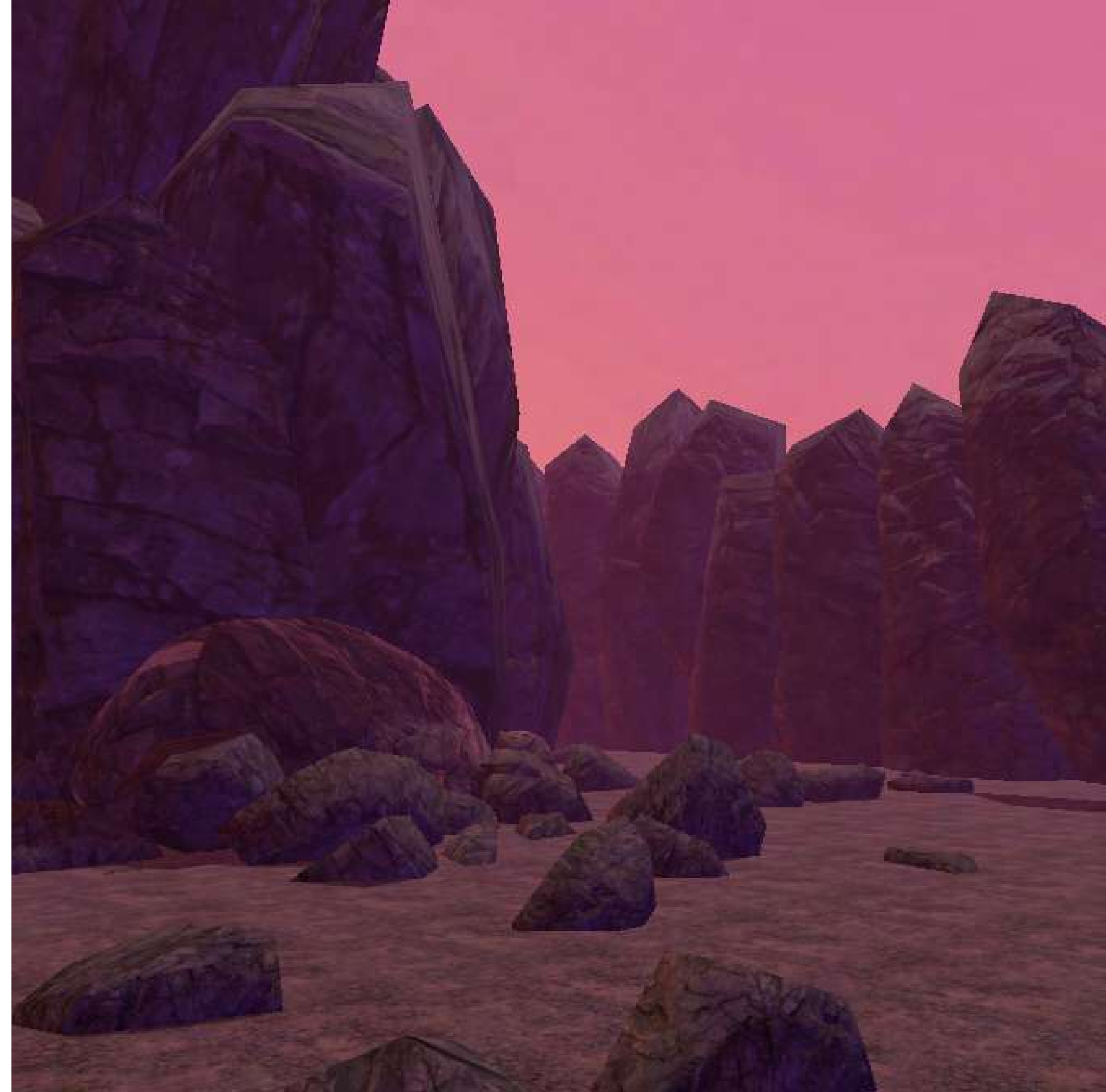
Leslie

Nous accordons une attention toute particulière à notre direction artistique et sonore. Il est important pour nous que celles-ci soient au service du message que nous souhaitons véhiculer à nos joueurs. C'est pourquoi nous leur proposons de vivre une expérience dans un univers avec un environnement crépusculaire et une musique douce qui favorise la réflexion et, a terme l'introspection.

Chaque élément de notre jeu est au service de notre intention. Les choix de narration permettent au joueur de faire évoluer les personnages selon s'il décide de répondre par un choix porté sur la confiance en soi ou la confiance en l'autre. Après chaque phase de dialogue, le gameplay s'en retrouve transformé. Initiateur de ces changements, le joueur éprouve avec eux l'évolution des personnages.

Ce que nous voulons leur transmettre, c'est la complémentarité entre les personnes et l'entraide qui en découle. Il est important que le joueur voit et comprenne les deux points de vu des personnages.

¹ Annexes H



Le canyon

Capture d'écran de l'environnement 3D

I. NARRATION

Le lac
Capture d'écran de l'environnement 3D



B. HISTOIRE

Synopsis

Leslie

Salto est un jeune renard insouciant, qui a toujours vécu au sein du terrier familial. Le moment fatidique de quitter son foyer est enfin arrivé. Il se sent prêt à partir à la conquête de la forêt, afin de se trouver un nouveau territoire. Drogo quant à lui est un vieux loup renfermé qui durant toute son existence a vécu au sein d'une meute. Il se laisse porter par les décisions du chef de meute, oscillant entre temps calme et période de chasse. **Leurs destins n'étaient pas faits pour se rencontrer, mais la nature en décida autrement.**

Lors d'une énième chasse, Drogo se retrouve pris dans un éboulis et chute du haut d'une falaise, mais fort heureusement il atterrit dans les eaux tumultueuses d'une cascade. Il vient de perdre sa meute. Blessé, il décide de se rendre à un point d'eau plus calme pour reprendre des forces.

Lors de son voyage, Salto se rend compte que la vie hors du terrier est plus dangereuse qu'elle n'y paraît. Au détour d'un buisson apparaissent deux yeux jaunes, son instinct lui dicte de fuir immédiatement. Un coyote le prend en chasse. Pour la première fois de sa vie, il se rend compte qu'il peut être une proie.

Dans sa course-poursuite, le renardeau atterrit à un point d'eau, c'est alors qu'il fait la rencontre de Drogo. Le loup soulageant ses blessures au bord de l'eau voit surgir les deux animaux. Un réflexe de prédateur le fait grogner et montrer les crocs, ce qui fit fuir le coyote et sauva le renard.

Scénario

C'est à la suite de cette rencontre que l'aventure de nos deux personnages principaux va débuter. Dans un premier temps, Salto et Drogo se toisent afin de pouvoir évaluer la situation. Il est vrai que le renard reste une proie pour le loup, donc Drogo représente un potentiel danger, bien qu'il vient de sauver Salto d'une catastrophe imminente, et pourrait potentiellement continuer de le protéger/le sauver.

Dans un second temps, le jeune renard remarque que Drogo est blessé. Il décide donc d'aider le loup à chasser afin qu'il reprenne des forces. Cet accord tacite semble convenir à Drogo, qui après une hésitation trouve un avantage à collaborer avec ce petit mammifère.

Les deux personnages échangent donc en quelques mots leurs objectifs : Drogo doit retrouver sa meute et Salto veut trouver un territoire sécurisé pour y construire son nouveau terrier.

Ils décident donc de partir ensemble chasser afin de reprendre des forces. Mais la chasse semble plus compliquée que prévu, car les personnalités des deux personnages sont complètement différentes. Salto est exalté par cet environnement avec tous ces nouveaux sons qui lui sont encore inconnus, il a énormément de mal à se concentrer. Quant à Drogo, la présence de ce jeune renard survolté l'agace un peu. Il reste très renfermé sur lui, ce qui le pousse à avoir une vision restreinte de l'environnement qui l'entoure.

I. NARRATION

À la suite de cette chasse, les deux personnages vont être dans l'obligation de passer sur un territoire appartenant aux coyotes. De nombreux obstacles vont se présenter à eux : rochers, ennemis, troncs, etc.

C'est alors que leurs atouts respectifs vont se faire ressentir. Salto va pouvoir fixer les objectifs de direction, en prenant de la hauteur et en indiquant à Drogo quels sont les obstacles à franchir. Tandis que Drogo va réfléchir à la meilleure manière de pouvoir y faire face, en déplaçant les éléments grâce à sa force. Chacun d'eux va reconnaître l'utilité et les qualités de l'autre.

Cette entraide va permettre aux deux personnages d'évoluer et d'apprendre à connaître l'autre. Les parties de chasse deviendront plus précises, leurs facultés vont se décupler. La vision de Drogo va s'agrandir. Il deviendra de moins en moins renfermé, et portera plus d'attention à l'environnement qui l'entoure, ce qui lui permettra de mieux flairer des proies. Salto deviendra plus concentré, ce qui lui permettra de se focaliser sur le son d'une proie et de pouvoir l'atteindre plus facilement.

Ils devront traverser plusieurs épisodes de chasse et traverser des territoires dangereux avant d'atteindre leurs objectifs. Au bout du chemin, plusieurs possibilités de fins s'offrent à eux, en fonction des interactions qu'ils auront eues entre eux :

Faire confiance aux autres

À la fin de l'aventure, Drogo trouvera un territoire sécurisé pour Salto. Loin d'être encore ce jeune renard têtard, Salto décidera de s'y installer, car il aura appris à faire confiance en son compagnon de route.

Drogo souhaite retrouver sa meute, car il a appris auprès de Salto qu'il avait encore quelque chose à apporter à sa meute.

Avoir confiance en soi

Drogo a pris confiance en lui, il sent qu'il peut vivre seul et ne ressent plus le besoin de rejoindre sa meute. Salto décide de rechercher son territoire seul, car Drogo lui a permis de s'assagir et d'acquérir les connaissances nécessaires à sa survie qui lui permettront de trouver un territoire sécurisé.

La rivière

Capture d'écran de l'environnement 3D



C. WORLDBUILDING

Univers

Flavien

Pour concevoir notre environnement, nous nous sommes inspirés des forêts nordiques, et plus précisément des caractéristiques de l'État du Minnesota aux États-Unis. Ses lacs et ses montagnes forment l'un des seuls endroits sur Terre à rassembler les trois espèces principales de notre jeu : le loup, le renard et le coyote.

Nous avons donc bâti notre histoire de façon assez factuelle en nous appuyant également sur la flore de ce territoire : pin rouge, bouleau, épicéa et pin sylvestre composent cette forêt luxuriante.

Notre univers est vierge de toute trace humaine et propose une immersion dans la nature par le biais d'une importante collection de sons d'animaux, d'interactions diverses comme le bruit du vent dans les arbres ou le bruit de la terre mouillée et des craquements de brindilles.

Pour ce qui est de la faune, elle est aussi vraisemblable que la flore, elle compte autant de lapins à queue blanche, que de truites, de castors ou d'ours. Le territoire comporte bien évidemment les trois canidés de notre histoire :

- les loups qui vivent en meute et chassent les coyotes,
- les coyotes qui vivent par petits groupes et repoussent les renards,
- et les renards qui sont plus solitaires et indépendants.

Les principes qui gouvernent ce monde sont finalement les mêmes que ceux de nos environnements naturels, il s'agit de la loi du plus fort, de l'adaptation au cycle jour/nuit et des aléas de la météorologie.



L'entrée du canyon est gardée par des coyotes

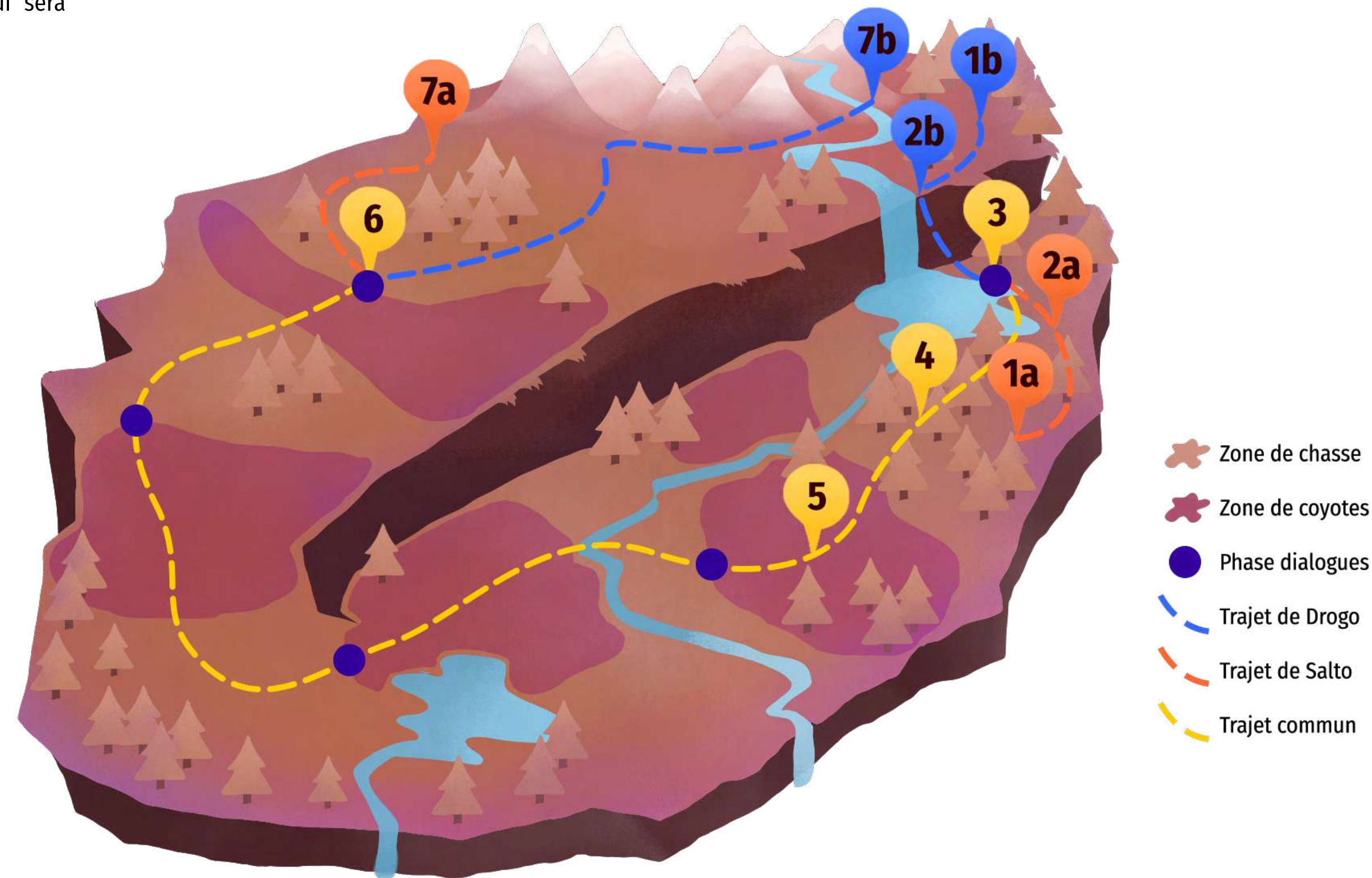
Capture d'écran de l'environnement 3D

I. NARRATION

Carte

La carte de notre territoire permet d'illustrer les étapes clés de l'histoire. Cette dernière commence aux points 1a et 1b mais notre vertical slice est représentée du point 3, qui représente la rencontre des deux personnages, au point 5 ; un cycle de jeu qui sera expliqué plus en détail dans la partie Gameplay.

- 1a Salto quitte son terrier
- 2a Salto se fait pourchasser par un coyote
- 1b Drogo chasse en meute
- 2b Drogo tombe de la falaise
- 3 Rencontre de Salto et Drogo
- 4 Première session de chasse
- 5 Première traversée d'un territoire de coyotes
- 6 Salto et Drogo se quittent
- 7a Fins possibles de Salto
- 7b Fins possibles de Drogo



D. PERSONNAGES

Drogo

Leslie

Drogo est un vieux loup que les années ont affaiblies même s'il ne veut pas l'admettre. En raison de son âge, il connaît très bien le territoire dans lequel il évolue. De nature calme, il est très pragmatique et analyse de manière logique les situations auxquelles il est confronté. Ayant été élevé dans un environnement avec énormément d'animaux, il a de grandes difficultés à exprimer ce qu'il ressent et a tendance à être renfermé sur lui-même. **Cette aventure lui permettra de prendre confiance en lui et de s'ouvrir aux autres.**

Salto

Salto est un jeune renard, vif et curieux de découvrir le monde extérieur à son terrier. Il rêve d'indépendance et de pouvoir avoir son propre territoire. Toutefois, son insouciance peut l'empêcher de se rendre compte des dangers auxquels il fait face. Il est force de proposition et a des facilités à prendre le lead sur les objectifs à atteindre. Toutefois, il peut paraître turbulent et agaçant quand son excitation prend le dessus. **Cette aventure lui apportera plus de maturité et de prendre conscience qu'il est parfois nécessaire d'écouter les autres et de ne pas foncer tête baissée.**

Les coyotes

Ils représentent l'élément déclencheur de la rencontre de nos deux personnages. Ils seront présents durant les différentes phases d'exploration du jeu. Ils seront hostiles si les personnages principaux s'approchent trop près, car ils ont la responsabilité de protéger leurs petits des dangers extérieurs.

2. GAMEPLAY

A - SYSTÈME DE JEU

Intention

À travers notre jeu, nous souhaitons adresser un message aux adolescents en pleine période de doute : **dans un contexte de changement, il est possible de faire confiance aux autres et en nous-mêmes pour surmonter ces aléas.** Pour faire éprouver ce message au sein de notre jeu, nous avons conçu un gameplay et une narration au service de notre message.

Concrètement, nous souhaitons faire vivre une expérience où l'on pourra alterner le contrôle de deux personnages aux visions du monde et aux compétences différentes. Ce principe de coopération et de complémentarité est présent à plusieurs niveaux dans notre jeu et permet au joueur de comprendre chacun des personnages.

Caractéristiques

Afin de répondre à notre intention, nous avons déterminé les caractéristiques suivantes :

Genre du jeu : *Le Voyage de Salto et Drogo* est un jeu 3D d'aventure, avec un accent fort sur la narration.

Durée totale : Environ 2h

Support : Nintendo Switch, PC

Contrôles : La version proposée dans notre vertical slice se joue au clavier et à la souris. Nous souhaitons cependant proposer des contrôles à la manette pour la version finale de notre jeu, que nous avons donc également explicité dans ce dossier.

Caméra : La caméra est à la 3^e personne. Une particularité de notre jeu réside dans le fait que **l'angle et la profondeur de la caméra dépendent de son avancée dans le jeu et du personnage joué.** La phase de progression possède une caméra relativement éloignée pour pouvoir avoir une vision large, tandis que la phase de pistage de proie propose une caméra plus ou moins rapprochée selon le personnage que le joueur incarne.

Public cible² : Notre jeu s'adresse à un cœur de cible composé d'adolescents de 13 à 18 ans. En effet, ces joueurs peuvent être particulièrement sensibles au message que nous souhaitons transmettre, en raison des nombreux changements et doutes qu'ils peuvent rencontrer durant cette période.

Règles du jeu : Salto et Drogo doivent tous deux traverser la forêt dans laquelle ils se trouvent, l'un pour trouver un nouveau terrier, l'autre pour retrouver sa meute. Salto étant peu familier avec l'environnement et Drogo étant blessé, ils ont chacun besoin de l'autre afin d'atteindre leur but. Chaque personnage possède ses propres aptitudes, et le joueur doit incarner l'un ou l'autre selon les situations.

Si le joueur n'utilise qu'un des personnages, il sera bloqué dans sa progression et ne pourra pas terminer le jeu. Il doit donc régulièrement alterner entre Salto et Drogo, ce qui lui permet de ressentir la complémentarité des deux personnages. **Il peut ainsi saisir notre intention, qui est de montrer que l'entraide permet d'améliorer sa confiance en soi et en l'autre, et d'aller de l'avant.**

² Pour plus d'informations sur notre cible, voir le persona de Kenza, partie 6.A

	Manette	Clavier/souris
Interactions communes		
Se déplacer	Stick Gauche	zqsd / Flèches directionnelles
Changer de personnages	Bumper LB ou RB	Touche E
Activer le mode suivi	Gâchettes	Clic droit
Déplacer la caméra	Stick Droit	souris
Courir	Y	shift
Action contextuelle (selon personnage et phase)	Bouton X	Clic gauche

Tableau des contrôles du jeu
Pour clavier et manette

2. GAMEPLAY

B - PARCOURS JOUEUR

Boucle de gameplay

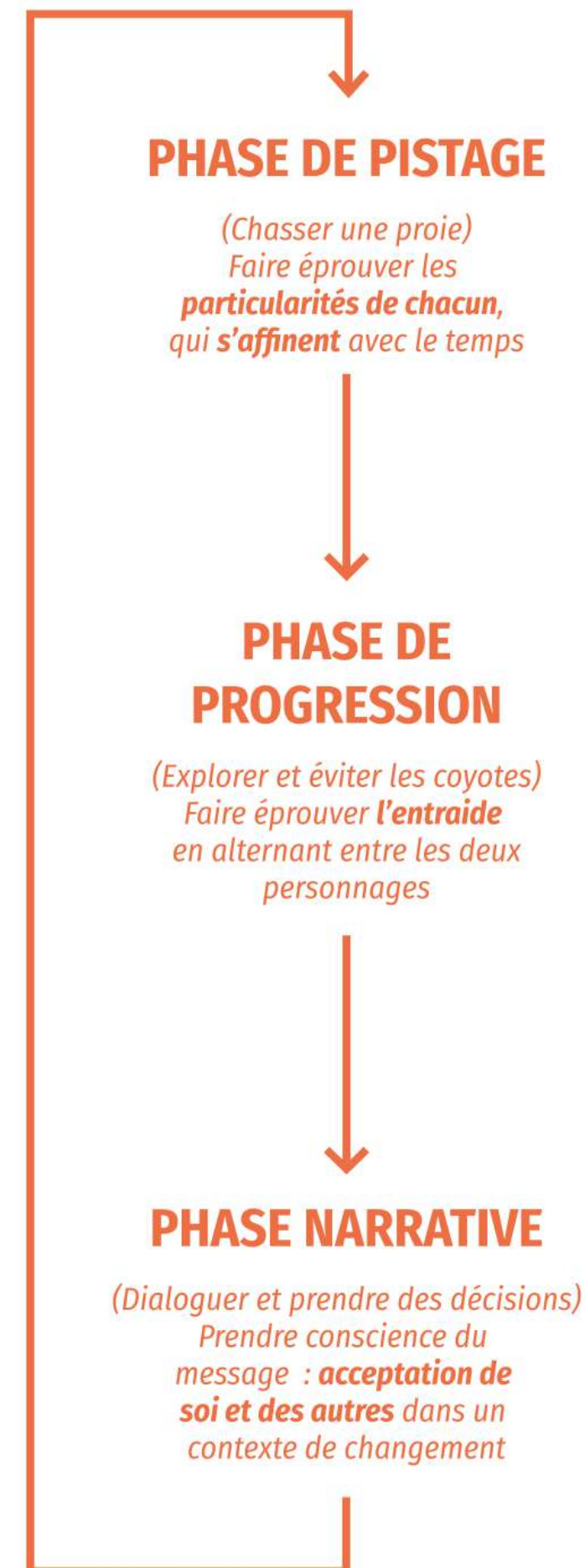
Priscilla

Nous souhaitons que le gameplay et la narration soient au service du message : pour le transmettre nous utilisons **un parcours joueur composé d'un cycle à 3 phases et aux mécaniques distinctes.**

Une première phase où les personnages doivent pister une proie en utilisant, à tour de rôle, leur capacités qui vont s'améliorer avec le temps pour montrer l'évolution interne des personnages.

Une seconde phase orientée puzzle/exploration où ils devront progresser ensemble dans la nature tout en évitant les coyotes. Cette phase permet de vivre l'entraide et la complémentarité des personnages.

Une dernière phase de dialogue consistera à revenir sur les moments vécus dans les phases précédentes. C'est à ce moment que le joueur pourra choisir, à des moments clés, les réponses des deux personnages. Cela aura pour effet de faire évoluer les dialogues et faire prendre conscience du message sur l'acceptation de soi et des autres. Cela aura également un impact sur la fin du jeu, grâce aux deux fins explicitées dans la partie 1. Narration B. Histoire. Les deux fins sont valides, car elles portent notre message, et il n'y a pas de mauvaise fin puisque les deux sont positives pour le joueur.



Game feel

Les phases d'exploration : comment exprimer la complémentarité ?

Le joueur doit alterner entre les deux personnages pour réussir à progresser. Nous avons fait en sorte que ce changement soit le plus agréable possible pour le joueur pour qu'il puisse comprendre qu'à deux, il est plus facile d'avancer.



Pour se faire, **les personnages peuvent se suivre et courir ensemble.** De grands espaces ainsi qu'une vitesse de course soutenue permettent au joueur d'éprouver un sentiment de légèreté lorsque les personnages interagissent avec le décor. Aussi, ce sentiment d'agréabilité est aussi un levier d'engagement qui permet au joueur de passer un bon moment.

Les phases de pistage de proie : comment faire éprouver les expériences respectives des personnages et leurs évolutions ?

Lorsque le joueur doit changer de personnage, que ce soit dans la phase de progression ou dans les phases de pistage de proie, le joueur doit pouvoir s'immerger dans la peau des personnages et ressentir leurs états d'esprit.

Le joueur doit ressentir que Salto est vif, impulsif, distrait et curieux :

- Elements visuels plus dynamiques
- Sons plus aigus
- visibilité d'une pluralité de détails

Le joueur doit ressentir que Drogo est calme, réfléchi et sage :

- Elements visuels plus doux
- Sons plus graves
- Vue se voulant obstruée et renfermée

Ces visions respectives vont évoluer après chaque phase de dialogue, le but étant d'illustrer le caractère positif de la discussion, de l'entraide et de la confiance : il est plus facile de progresser, d'avancer et de surmonter les obstacles à deux.

2. GAMEPLAY

C - GAME DESIGN

Références de gameplay

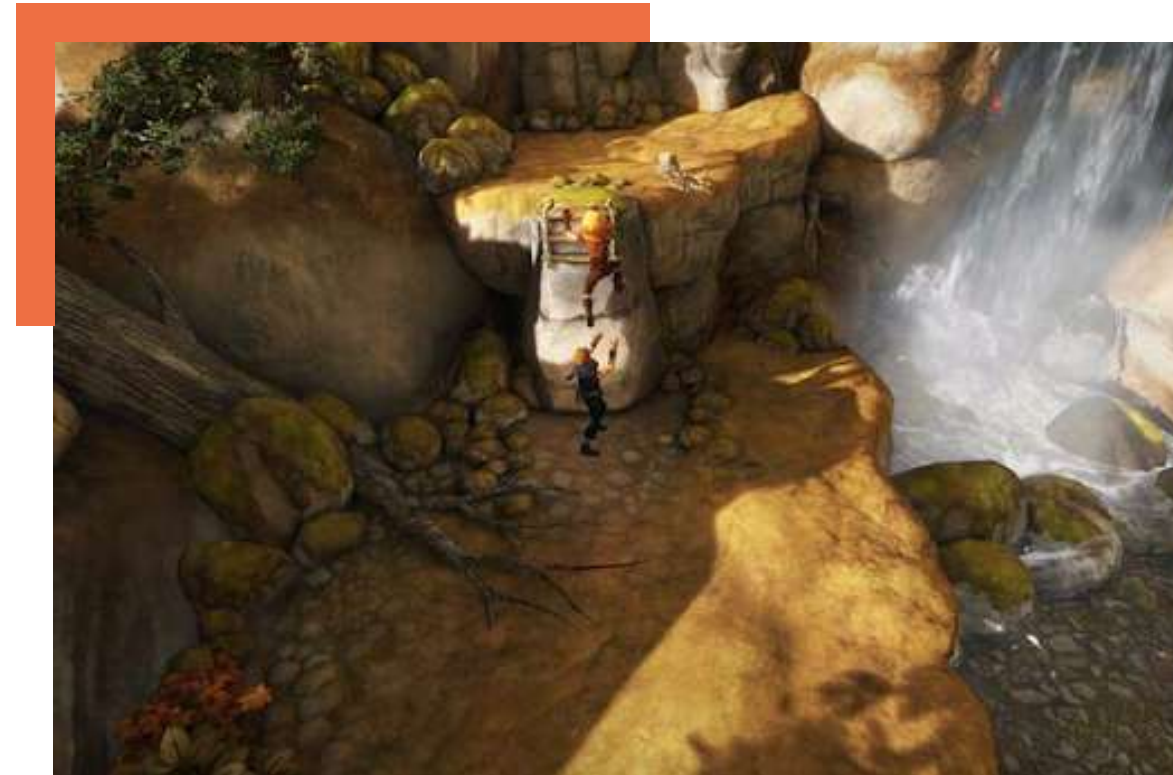
Charlotte

La particularité du *Voyage de Salto et Drogo* est son double gameplay. Le joueur alterne entre deux personnages, chacun ayant ses compétences et sa vision de l'univers. L'inspiration principale de ce double gameplay est le jeu *Brothers : A Tales of Two Sons* où le joueur incarne simultanément deux frères afin de franchir des obstacles nécessitant les compétences de chacun. Il est cependant à noter que dans notre jeu, le joueur incarne un personnage à la fois, en raison de notre intention.

Nous avons ensuite souhaité **nous détacher au maximum de l'anthropomorphisme** en concevant notre jeu. Nous souhaitons que *Le Voyage de Salto et Drogo* soit une métaphore des "voyages introspectifs" que chaque personne peut réaliser dans la vraie vie, et non une représentation de ces derniers. Cela permet d'avoir un scénario neutre basé sur des problématiques qui ne concernent que les animaux, pour que tous les joueurs puissent s'y identifier à leur manière. Hormis le fait que les personnages puissent dialoguer entre eux, ils conservent un comportement et des objectifs animaliers : chasser pour se nourrir, ou respecter la loi du plus fort vis-à-vis des coyotes, etc.

Une autre référence ayant servi à la conception du *Voyage de Salto et Drogo* est la série *Shelter* (*Shelter 1*, *Shelter 2*) qui permet au joueur d'incarner des animaux sans aucune touche d'anthropomorphisme. Cette série s'appuie sur l'instinct de survie et l'instinct maternel, principales raisons d'agir des animaux sauvages. Sans reprendre les mécaniques de ces jeux, nous avons donc conservé cette approche animalière lors de la conception des agissements et objectifs personnels de Salto et Drogo.

Brothers : A Tales of Two Sons
Starbreeze Studios, 2013



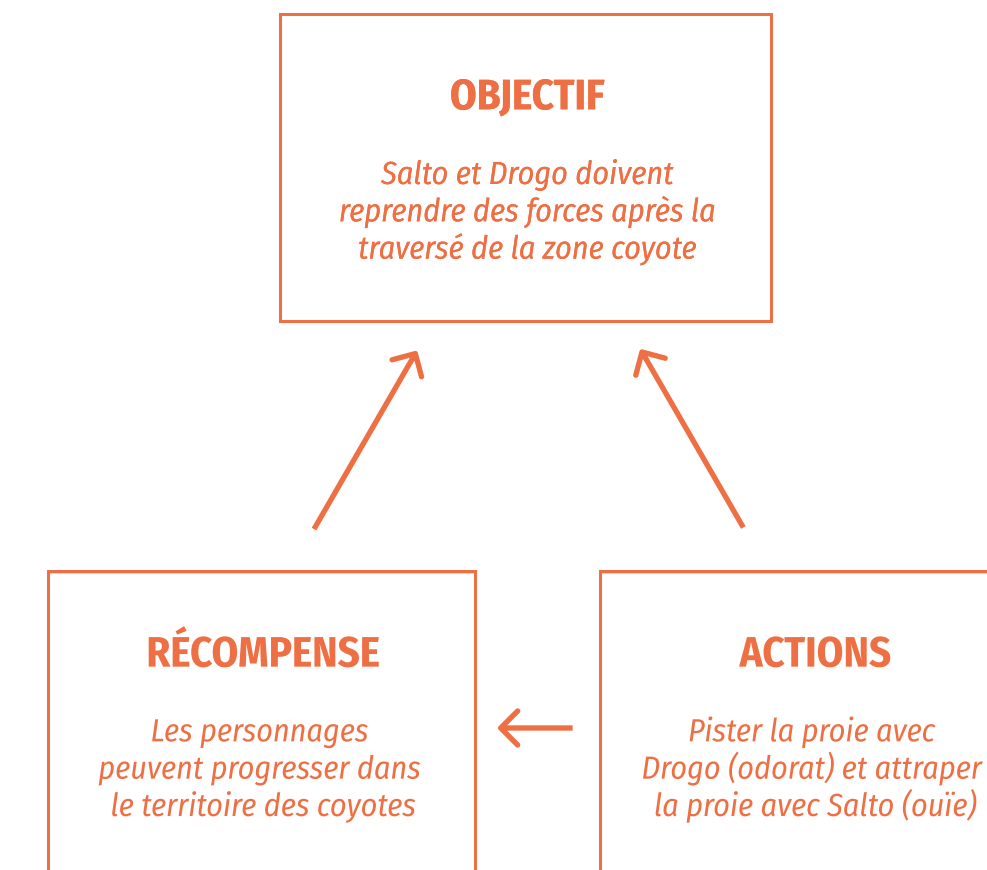
Shelter 2
Might and Delight, 2015



Phase de pistage

Priscilla

Comme indiqué dans le Game Design Document³, la phase de pistage de proie permet aux personnages d'intimider les coyotes qui bloquent la progression. Pour se faire, les deux personnages doivent rentrer dans une forêt. Automatiquement, la caméra se resserre pour illustrer les capacités respectives des deux personnages. Ils sont concentrés, plus lents et ils ne peuvent plus sauter ni courir.



Au début de cette phase, le joueur incarne Drogo. Il va pouvoir pister la proie grâce à son sens développé de l'odorat. Le joueur peut se rapprocher de la piste représentée par une traînée de particules et la faire apparaître grâce à une interaction "renifler" que le joueur peut activer en appuyant sur le bouton X de la manette / E sur le clavier.



Une difficulté visuelle contraint le joueur à ne pas discerner la vision périphérique du personnage. Ce vignetage que nous souhaitons faire apparaître dans la version finale du jeu fait éprouver au joueur l'état d'esprit de Drogo que l'on peut qualifier de "renfermé".

Au bout de la piste il y a une grande zone dans laquelle se trouve la proie, mais comme l'odeur de cette dernière y est répartie **c'est à Salto de jouer un rôle pour la localiser précisément et l'attraper.**



Salto est alors face à plusieurs sources sonores illustrées par des ondes circulaires : le joueur doit orienter l'écoute de Salto, représentée par un viseur, pour retrouver la proie parmi la multitude de sons de la forêt.

³ https://docs.google.com/document/d/1y6tMAH6n97sm25xnlVpNvRw_MQec-qvFn17dWXLSMc8/edit

2. GAMEPLAY

Priscilla

À chaque fois que le joueur vise une source sonore, le **renardeau se concentre, l'identifie et la fait disparaître**. Le joueur doit répéter l'opération sur d'autres buissons, jusqu'à ce qu'il trouve celle où la proie se cache. Il se dirige alors vers elle et attrape la proie lorsqu'il en est suffisamment proche.



Changement dans le gameplay post-dialogue

Plus les phases de chasse passent, plus les personnages s'améliorent et le constatent lors des phases de dialogues. Ils ont davantage confiance en eux :

- Le champ de vision de Drogo est plus large et moins étrié
- le nombre de sons parasites est diminué pour Salto

Ce changement permet d'illustrer que les personnages évoluent. Mais il permet aussi au joueur de vivre et d'éprouver ces changements, en observant que le challenge devient de plus en plus agréable au niveau du game feel, même si le level design peut se complexifier.

Condition de défaite

Si le joueur avance trop rapidement, il fait fuir la proie et un feedback de vibration lui fait comprendre. Si elle s'enfuit, une nouvelle traînée est générée et la caméra switch automatiquement pour reprendre le contrôle de Drogo. Le joueur doit se diriger vers une nouvelle proie et recommencer son pistage.

Condition de réussite

Une fois la proie attrapée, une cinématique de quelques secondes s'enclenche avec Salto et Drogo autour de la proie pour faire comprendre qu'ils vont se nourrir.

Cinématique de chasse



Phase de progression

La phase de progression correspond à la traversée d'un territoire de coyotes. Elle possède un système à la 3^e personne, rattaché au personnage contrôlé par le joueur. Contrairement à la phase de récupération, la position de la caméra est plus haute et plus éloignée, le joueur peut donc voir le personnage qu'il ne contrôle pas.



Chaque territoire de coyotes est scindé en trois zones : **exploration, coyote** et **puzzle**. Ces zones ne sont pas visuellement délimitées, mais elles servent de repères aux concepteurs :

- **Zone de puzzle** : contient des objets interactifs avec lesquels le joueur devra interagir pour se frayer un passage vers l'autre bout de la zone. Nécessite l'utilisation des actions contextuelles de Salto et Drogo (sauter, creuser, pousser, grogner...).
- **Zone de coyotes** : zones circulaires de petite taille, chacune centrée autour d'une meute de coyotes.

Avec la présence de ces prédateurs, Salto ne peut pas traverser ce type de zone. Le joueur doit donc faire disparaître cette zone en faisant fuir les coyotes grâce à l'action contextuelle "grogner" de Drogo.

- **Zone d'exploration** : grand espace ne comportant pas de coyotes ou de puzzles. Le joueur doit l'explorer pour trouver le passage qui lui permettra d'accéder à la zone suivante.

Une phase de progression démarre toujours par une zone de coyotes incontournable. Cette zone particulière permet d'indiquer au joueur si Drogo a suffisamment d'énergie. S'il a suffisamment chassé durant la phase de récupération il peut faire fuir les coyotes et donc passer à la phase suivante.

Dans notre vertical slice, il ne faut chasser qu'une seule proie. Si Drogo tente de passer les coyotes sans l'avoir fait, un message s'affiche indiquant qu'il est encore trop affaibli et qu'il doit se nourrir. Dans la version finale du jeu, nous souhaitons que ce "test d'énergie" de Drogo s'effectue via une cinématique, montrant un Drogo trop affaibli et fuyant les coyotes s'il n'a pas assez mangé, ou un Drogo énergique faisant fuir les coyotes dans le cas contraire.



2. GAMEPLAY

Charlotte

Actions contextuelles

Salto et Drogo peuvent chacun réaliser deux actions propres à leur espèce ou leur morphologie, que l'on appelle "actions contextuelles" (AC) :

PERSONNAGES	AC 1	AC 2
SALTO	Sauter haut (deux fois plus haut que Drogo)	Creuser le sol
DROGO	Déplacer un objet léger ou objet lourd	Grogner sur les coyotes (ce qui les fait fuir)

Le joueur doit alterner entre les actions de chaque personnage afin de résoudre les puzzles qu'il rencontrera.



Mode solitaire et mode suivi

Les contrôleurs de la phase de progression permettent au joueur de voir le personnage qu'il n'est pas en train de jouer afin d'amplifier la sensation de coopération. C'était aussi le cas dans la phase de pistage de proie, mais la caméra plus fermée de cette dernière ne permet pas autant de percevoir l'emplacement de l'autre personnage dans l'environnement.

Dans la phase de progression, le joueur peut alors décider du comportement du second personnage en choisissant le mode suivi ou le mode solitaire.

Le mode solitaire permet au joueur de se déplacer sans le second personnage, ce dernier restant au point où il a été laissé.

Le mode suivi permet au second personnage de suivre le joueur, permettant à ce dernier de ne pas avoir à traverser de grands espaces à deux reprises.

Fin de la phase de progression

La phase de progression s'achève lorsque le joueur a terminé la traversée d'un territoire de coyotes. Cette fin est marquée par le lancement automatique d'un dialogue, fonctionnalité principale de la phase narrative.

Phase narrative

La phase narrative achève un cycle et permet de mettre des mots sur les sentiments qu'a pu ressentir le joueur lors des deux précédentes phases. Elle se présente sous la forme d'un dialogue en mode "Visual Novel," où l'on peut voir Salto et Drogo discuter entre eux.



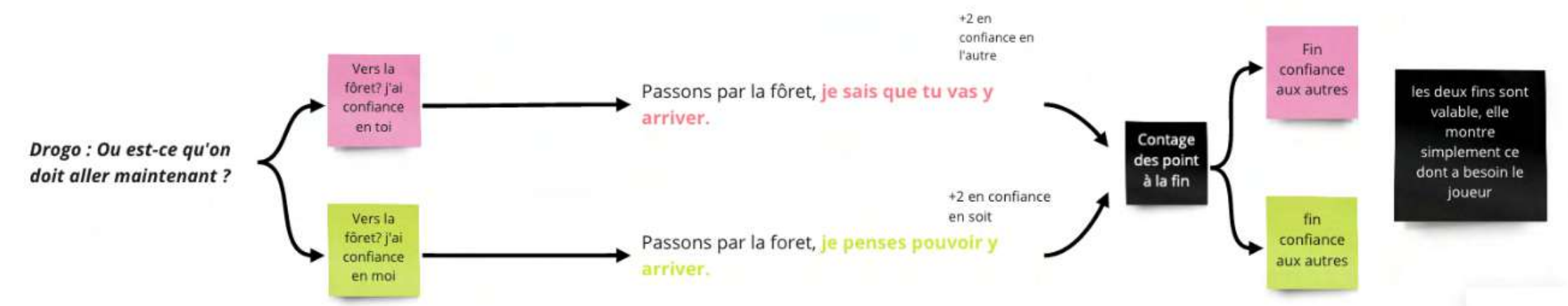
Le Voyage de Salto et Drogo ne propose pas une fin unique, mais deux fins spécifiées dans la partie Narration.



La fin à laquelle le joueur va assister va dépendre des réponses qu'il choisira tout au long du jeu. Chaque choix est associé à une variable "confiance en soi" ou "confiance en l'autre" qui s'incrémente au fur et à mesure. Par exemple, si le joueur choisit une réponse associée à la "confiance en soi", cette variable va s'incrémenter d'un point. La fin s'adaptera à la variable au score le plus élevé.



Il est à noter que le joueur ne verra pas précisément ce score après chaque choix, mais un pictogramme représentant la hausse du type de confiance. Cette fonctionnalité lui permet de comprendre que chacun de ses choix a une signification et un impact sur son aventure. À la fin, le joueur pourra voir grâce à des pourcentages quel type de réponse il a le plus apporté. L'intérêt de cette feature est que le joueur peut comprendre que la finalité n'aurait pas nécessairement été la même si les pourcentages de réponses avaient été inversés.



2. GAMEPLAY

D - LEVEL DESIGN

Phase de pistage

Architecture globale

Priscilla
L'environnement est construit selon les challenges respectifs des deux personnages. Dans un premier temps, lorsque le joueur contrôle Drogo, il doit suivre une piste en contournant des obstacles. Au bout de la piste, lorsque le joueur contrôle Salto, il doit repérer la proie parmi tous les bruits parasites.

Pister la proie pour Drogo

Il existe plusieurs manières de varier le parcours de pistage suivant les éléments du décor présents.

Pour la vertical slice, nous avons construit un parcours joueur qui suit respectivement ces étapes :

1. **Sans obstacle 1** : pour laisser le joueur comprendre la mécanique de suivi
2. **Slalomer** : pour forcer le joueur à s'habituer aux déplacements
3. **Contour court** : pour préciser que la proie peut passer à travers les buissons, contrairement à Drogo qui doit les contourner
4. **Contour long** : pour challenger le joueur à se déplacer dans l'environnement et à chercher le point de sortie de la proie
5. **Sans obstacle 2** : pour permettre au joueur de ressentir une sensation de satisfaction et de facilité une fois qu'il aura réussi le point le plus challengeant, c'est à dire le contour long.

Schéma des chemins possibles pour pister une proie
Phase de pistage, en utilisant l'odorat de Drogo

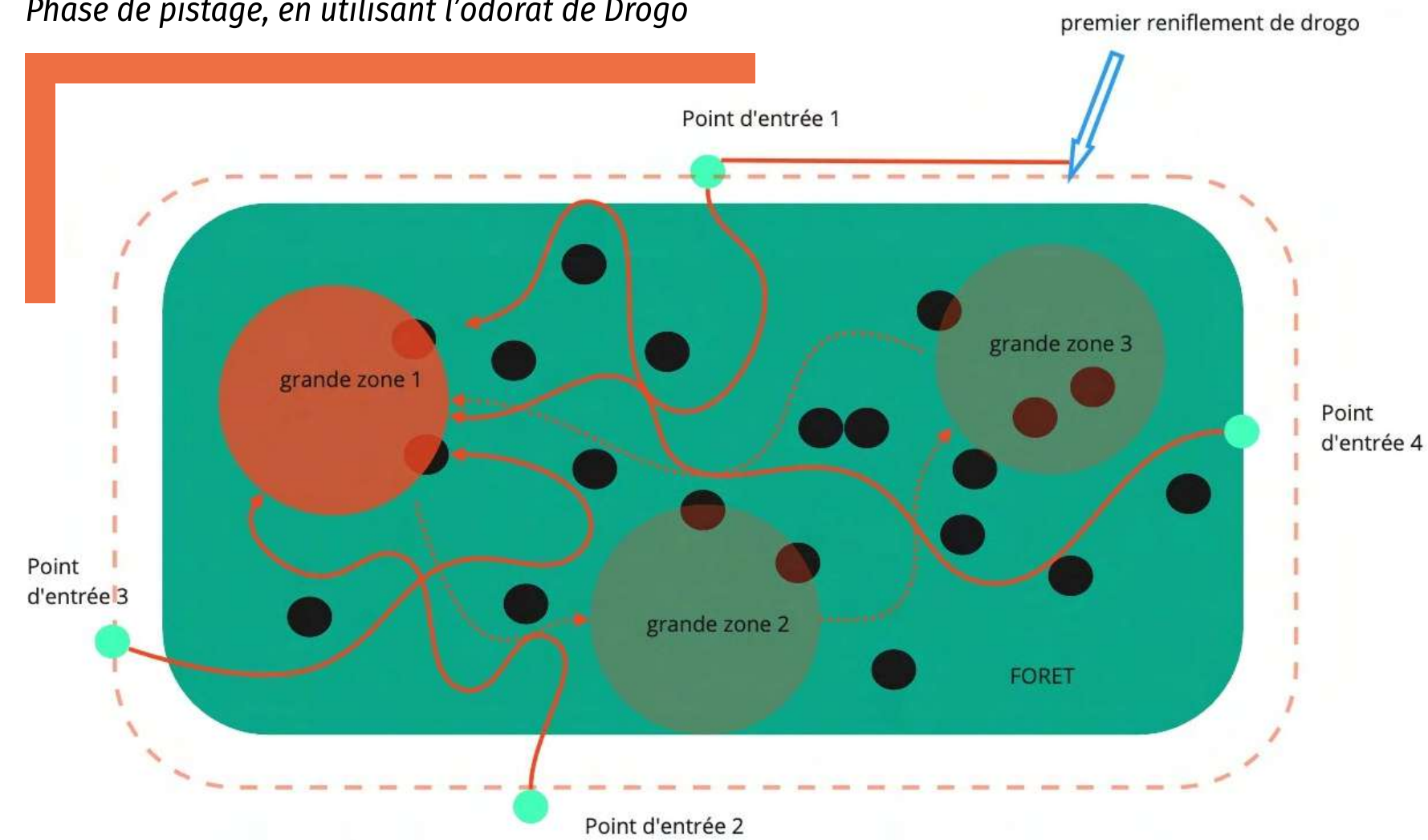
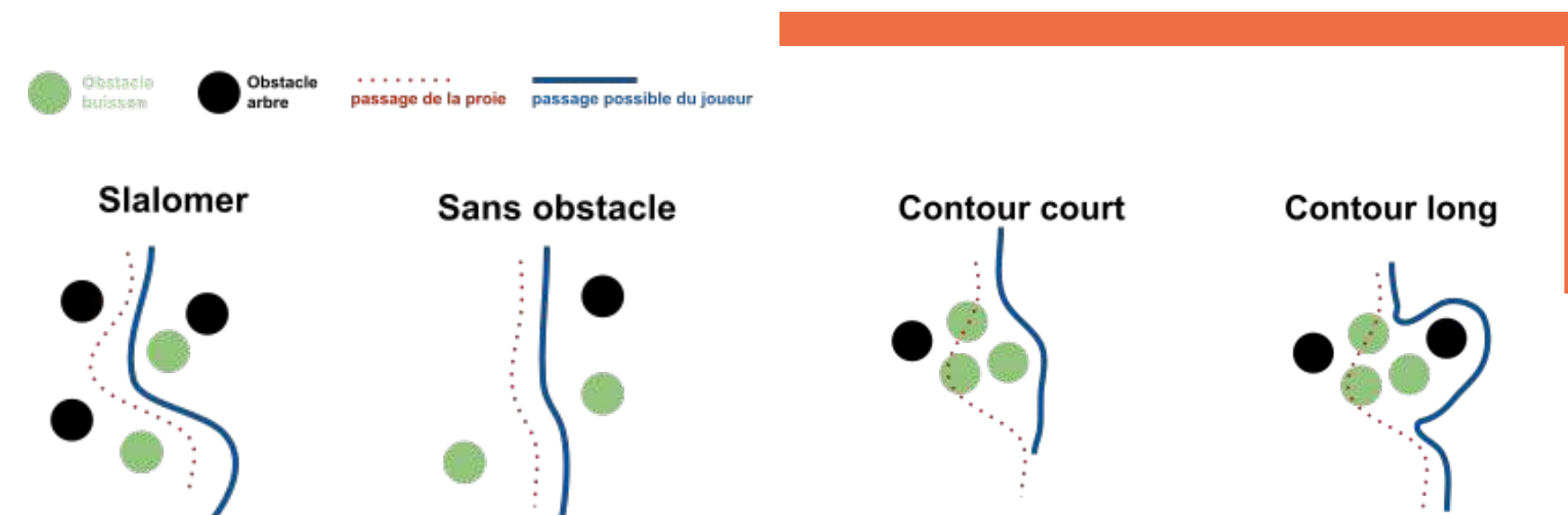


Schéma des différents challenges rencontrés
Phase de pistage, en utilisant l'odorat de Drogo

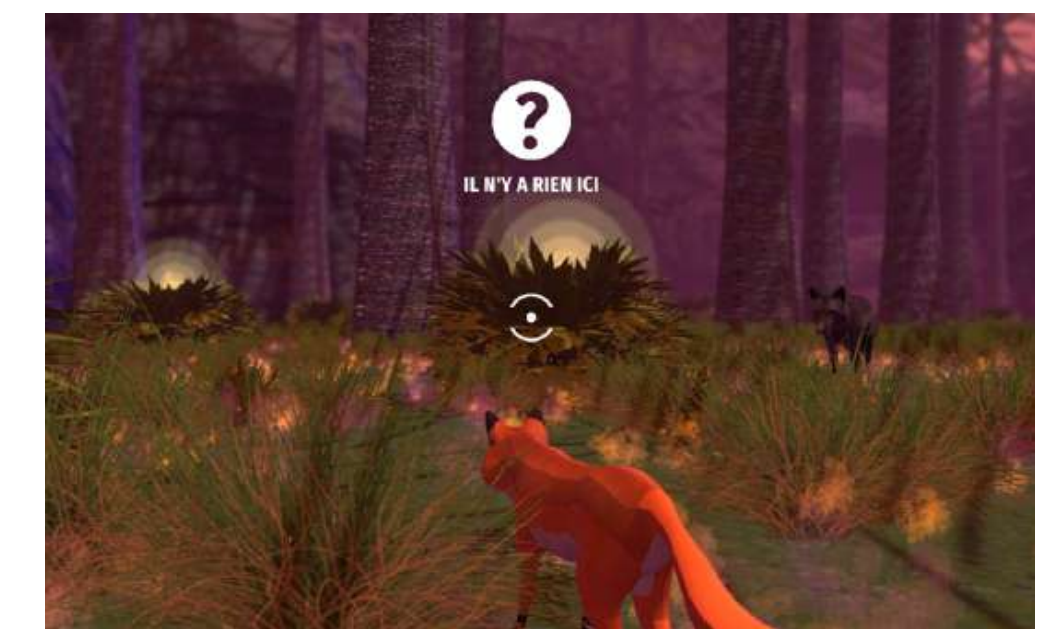


Le principe de difficulté permet de rendre l'expérience plus riche. **D'autres possibilités sont encore à envisager.** On peut par exemple imaginer la présence d'autres odeurs qui peuvent perturber la piste, et ainsi forcer le joueur à se concentrer davantage, ou encore inclure de la verticalité sur le terrain, pour varier l'exploration avec de légères pentes.

Repérer la proie pour Salto

Le challenge du joueur se manifeste dans l'écoute et la minutie. C'est pourquoi nous avons souhaité orienter le level design vers des feedbacks sensoriels, comme le son et la vibration de la manette.

Pour repérer l'emplacement de la proie, il suffit au joueur de viser avec un curseur les petites zones de bruit symbolisées par des ondes sonores circulaires. Une fois le bruit isolé par le viseur, le joueur peut déterminer s'il s'agit d'un animal ou d'un simple bruit de feuillage. Si ce n'est pas la proie, l'onde sonore disparaît, discriminant au fur et à mesure l'emplacement de la proie.



2. GAMEPLAY

Lorsque le joueur se rapproche suffisamment de la proie, il doit faire attention à la manière dont il pousse le stick de déplacement et aux vibrations que produisent la manette. Ces dernières lui permettent de savoir s'il va trop vite ou non, et s'il risque de faire fuir la proie.

VIBRATION EN LOOP PAR À-COUPS LÉGERS

Signe que Salto à un bon pas.

VIBRATION CONTINUE QUI S'AMPLIFIE SELON UN SEUIL SPÉCIFIQUE

Signe que Salto va trop vite, l'intensité de la vibration indique s'il va trop vite ou non. On sait quand il va suffisamment lentement lorsque le feedback de vibration retombe à la vibration par à-coups légers.

VIBRATION BRÈVE ET FORTE

Signe que Salto est allé trop vite et que la proie s'est enfuie.

Charlotte

Phase de progression

Architecture globale

Comme indiqué dans le Game Design Document³, la phase de progression permet au joueur de progresser dans la carte et correspond à la traversée d'un territoire de coyotes. Elle est séparée en trois zones : zones de coyotes, zones d'exploration et zones de puzzle.

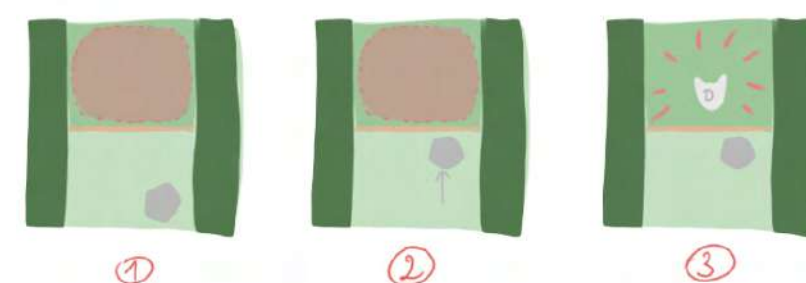
Concrètement, le joueur doit traverser de vastes zones d'exploration, qui seront clairsemées de zones de puzzle pour complexifier la traversée du joueur, ainsi que de coyotes pouvant barrer la route de Salto.

Zones de puzzle et coyotes

Les zones de puzzles et des coyotes permettent de mettre en avant la coopération entre Salto et Drogo. Les puzzles s'articulent autour des actions contextuelles (voir le tableau d'actions contextuelles partie 2.C.Phase de progression) de Salto et de Drogo, transposées dans l'environnement.

Par exemple

Un rocher doit être rapproché de la falaise pour que Drogo puisse s'en servir comme marche et monter (la ligne orange représentant un rebord de falaise à hauteur de saut de Salto), et faire fuir les coyotes :



Salto doit faire tomber un rocher lourd en creusant la motte de terre qui le bloque, puis Drogo doit placer ce rocher au bon endroit pour monter :



D'autres exemples sont disponibles dans le Level Design Document⁴.

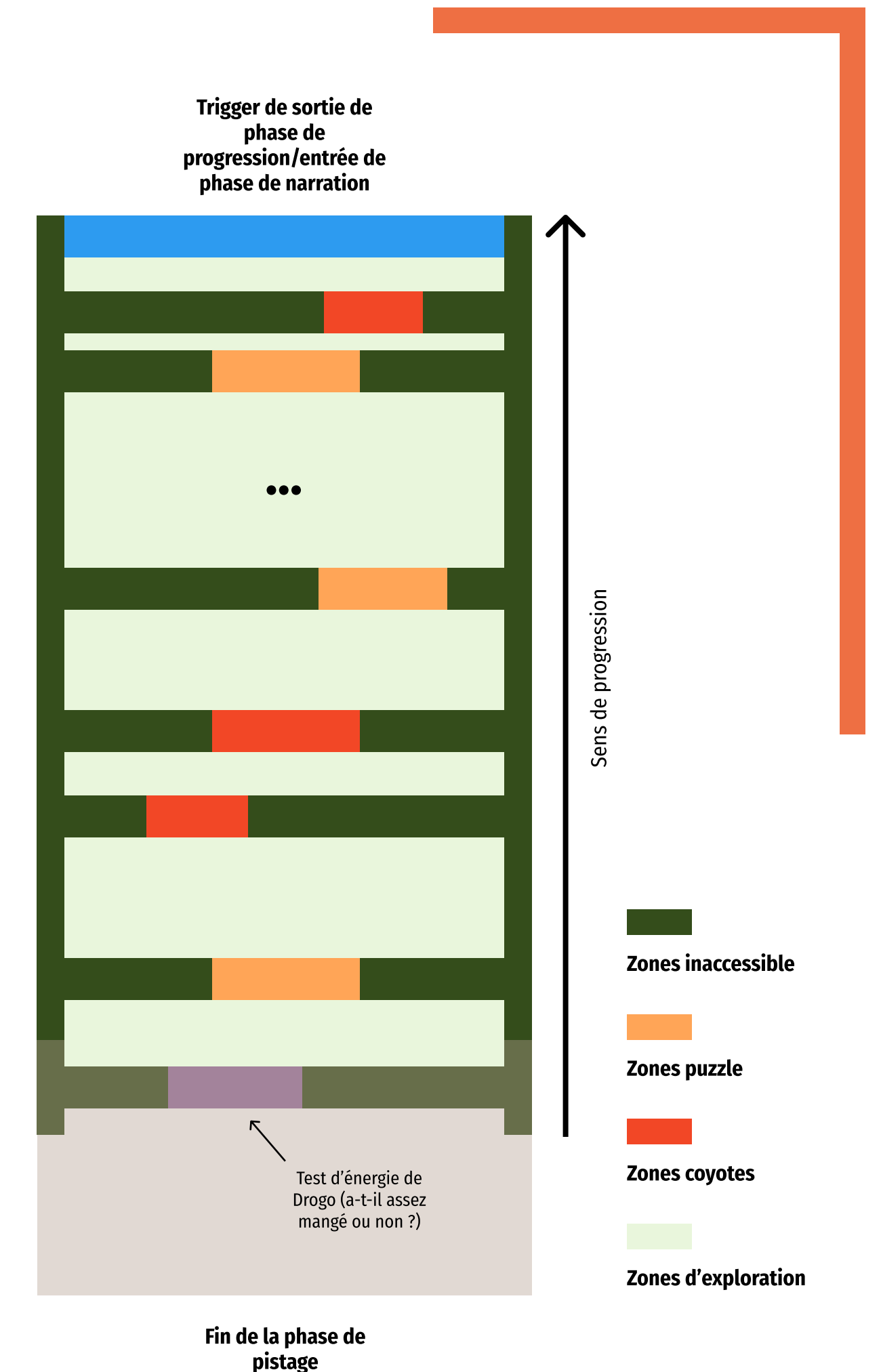
Zones d'exploration

Les zones d'explorations sont les grands espaces qui ne sont ni une zone de coyotes, ni une zone de puzzle. Pour le joueur, ces zones sont à la fois des moments de pause et de satisfaction : il peut courir à pleine vitesse sur un terrain large et n'a pas à utiliser des actions contextuelles afin de débloquent un passage.

Elles permettent également au joueur de découvrir des lieux plus reculés et facultatifs permettant d'accentuer le lore. Concrètement, le joueur peut déclencher des scènes de dialogues annexes s'il se rend dans ces lieux reculés. Ces dialogues très brefs permettent de favoriser son immersion et son attachement aux personnages, ainsi que de mieux comprendre l'univers qu'il est en train de traverser.

³ https://docs.google.com/document/d/1y6tMAH6n97sm25xnVpNvRw_MQec-qvFn17dWXLSMc8/edit
⁴ <https://docs.google.com/document/d/1mNgvfJT1gJmFhGslct3WBMO-pXe5TUYvtTWYrfbqE3k/edit>

Vision schématique d'une phase de progression



3. DIRECTION ARTISTIQUE

A. DIRECTION ARTISTIQUE VISUELLE

Références visuelles

Charlotte

Dans *Le Voyage de Salto et Drogo*, la nature est représentée comme elle existe dans notre monde avec, par exemple, des arbres et roches aux textures réalistes ou de l'herbe oscillant dans le vent.

Afin de concevoir nos environnements, nous nous sommes appuyés sur la représentation de la nature dans les trois jeux ci-contre.

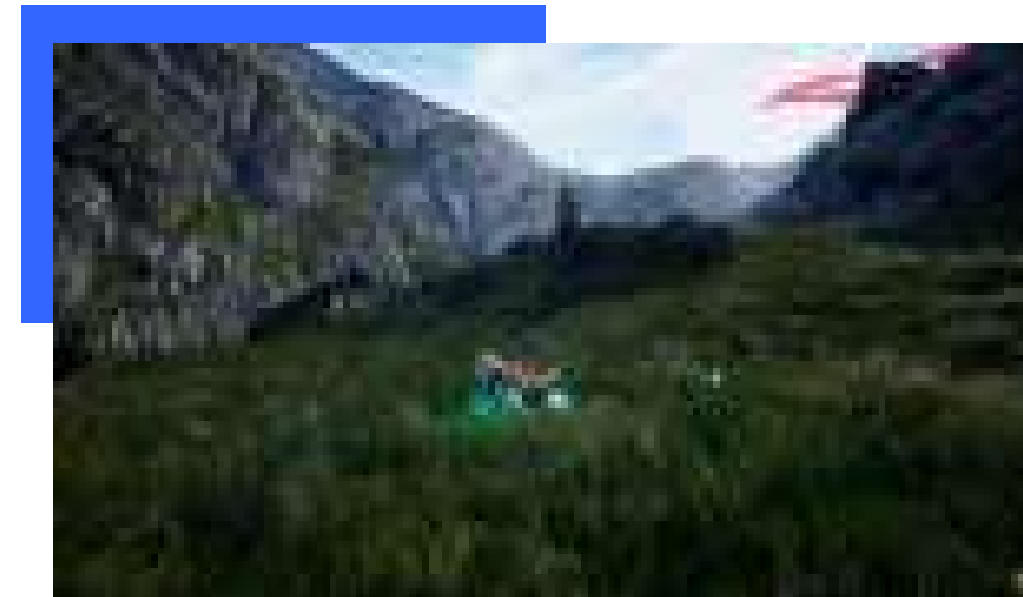
Leurs univers, très similaires au nôtre, montrent une nature à la fois simple et réaliste. Le joueur incarnant un animal, les concepteurs n'ont pas lésiné sur les grands espaces presque vides pour permettre au personnage de courir librement et avoir une vision plus large de l'environnement.

The First Tree
David Wehle, 2017



Spirit of the North
Merge Games, 2020

Lost Ember
Mooneye Studio, 2019



Nous ne souhaitons cependant pas nous limiter à une nature proche du réel. *Le Voyage de Salto et Drogo* se démarque par son ambiance colorée, comme c'est le cas dans certains jeux tels que *Borderlands 3*, Gearbox Software (2019) ou *World of Warcraft*, Blizzard Entertainment (2004).

Flavien

Ambiance

En ce qui concerne la direction artistique, nous souhaitons mettre en avant un environnement 3D à l'ambiance romanesque et crépusculaire. **Les lumières sont douces, teintées d'orange, de rose ou de bleu, des mélanges de couleurs qui s'inspirent d'un intense couché de soleil.** Seulement, cette luminosité est permanente, ce qui accorde à notre univers une note fantastique.

La nature y est prédominante pour donner au joueur la sensation d'être quasiment insignifiant face aux grands espaces. Les arbres y sont grands, les éléments multiples. L'ensemble des textures et la multitude d'éléments naturels façonnent un milieu vraisemblable qui permet au joueur de s'immerger et de se projeter dans l'univers facilement.

Afin de parfaire l'atmosphère hypnotisante voire onirique du jeu, un léger brouillard coloré floute les paysages. **Les skybox sont également animées, leurs nuances mouvantes changent légèrement la teinte du ciel.** Ces deux éléments permettent d'insuffler une notion de météorologie, pour aider le joueur à imaginer un environnement frais et printanier.

Pour réaliser notre univers nous nous sommes inspirés de réalisations existantes⁵ aux palettes similaires à nos concepts art⁶.

Modélisation 3D

Dans la mesure où l'on souhaite proposer au joueur

d'errer dans des lieux propices à la découverte, nous avons choisi de concevoir notre jeu en 3D.

Cela lui permet de ressentir pleinement les notions d'espace et d'immersion. Les modélisations de l'environnement se veulent réalistes, notamment grâce au travail des textures et du relief. Des animations permettent également d'ajouter de la crédibilité aux éléments : les feuilles s'agitent avec le vent, des papillons volent de buissons en buissons, des oiseaux volent dans le ciel, etc.

Du côté des personnages, nous avons étudié les caractéristiques de chaque canidé pour pouvoir les exploiter en modifiant une modélisation 3D provenant de l'asset store. Le renardeau est plus petit et avec une tête assez importante, le coyote est plus fluide et voûté, alors que le loup est au contraire assez grand et musclé. Pour les identifier davantage, nous avons aussi travaillé leurs couleurs.

Cinématique

Le Voyage de Salto et Drogo commence par une cinématique d'introduction pour planter le décor de l'histoire. Elle est importante, car c'est elle qui permet au joueur de découvrir les personnages pour la première fois ; mais c'est aussi elle qui permet de révéler les événements déclencheurs qui vont les faire se rencontrer.

⁵ Annexes I
⁶ Annexes I

3. DIRECTION ARTISTIQUE

En mettant en avant les environnements de la forêt et de la montagne, on y découvre Salto qui quitte sa tanière en quête de son territoire et Drogo qui perd sa meute après un accident.

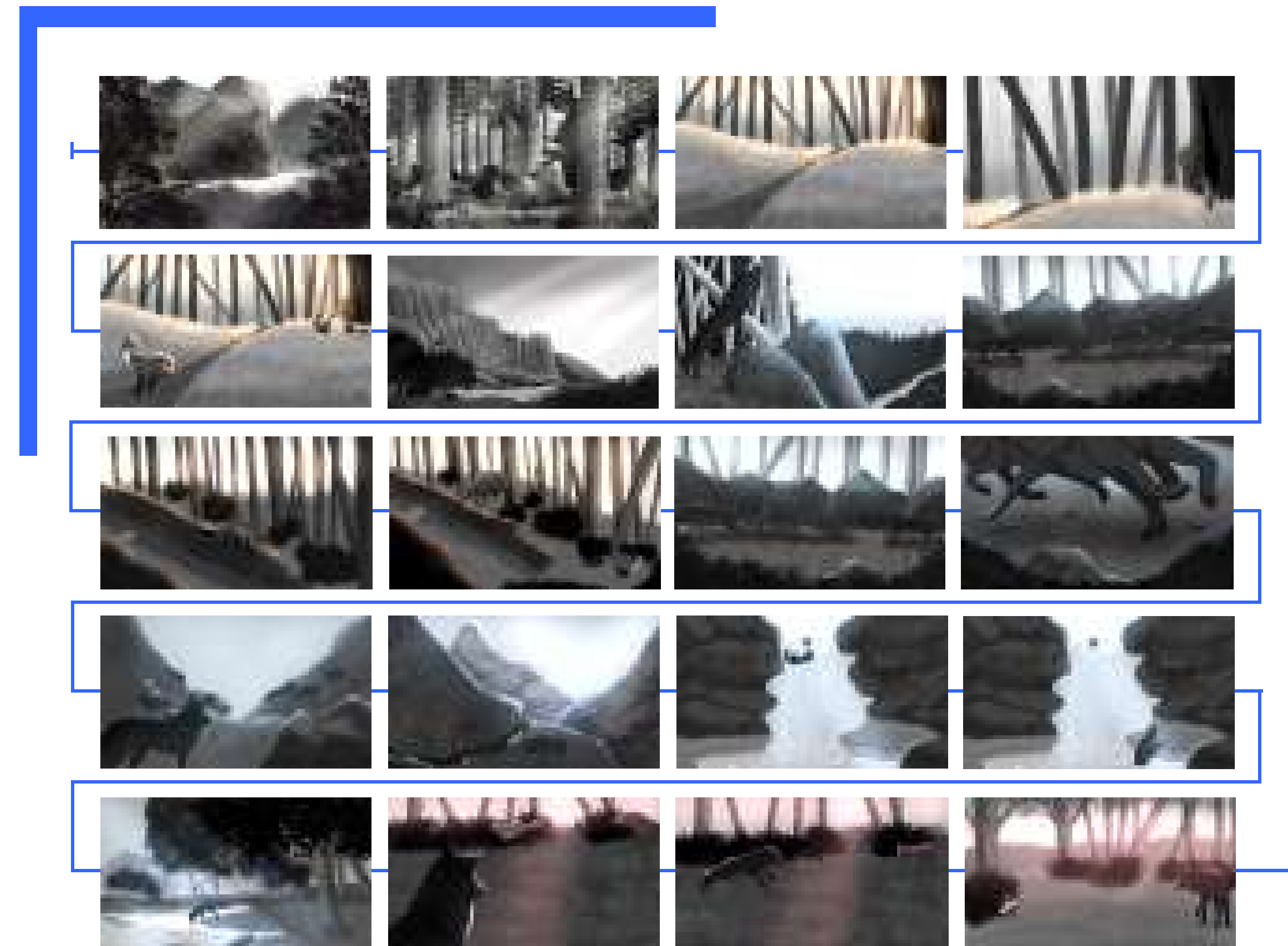
La cinématique s'arrête au moment où les deux personnages se rencontrent pour la première fois.

Pour ce qui est du traitement graphique des cinématiques, il est assez différent des partis pris des visuels en 3D pour que le joueur les dissocie bien. En 2D, **les visuels se rapprochent plus de l'univers du dessin animé pour rappeler que le jeu repose avant tout sur une histoire** ; ils sont animés via la caméra. Le noir et blanc, associé à nos couleurs identitaires que sont l'orange et le bleu, forment la trichromie caractéristique de ces réalisations.

Deux autres cinématiques permettent d'étoffer le caractère narratif de notre expérience :

- **la cinématique de la chasse** ; elle confirme au joueur que la proie a bien été attrapée en montrant les deux canidés en train de reprendre des forces.
- **la cinématique de fin de niveau** ; elle sert de liant entre la fin du dernier dialogue et les crédits, ce qui permet de fluidifier l'expérience.

Écrans de la cinématique d'introduction



User interface

Des pictogrammes améliorent la fluidité de l'expérience en indiquant au joueur quelles actions il peut réaliser. Apparaissant de façon interactive sur les éléments (rocher à pousser, proie à attraper...) ou aux lieux concernés (odeur à pister, terre à gratter...) ces pictogrammes se manifestent donc de façon ponctuelle et en UI spatiale.

Comme notre objectif est de **faciliter la compréhension des actions**, la majorité de l'UI sera en blanc et dans un traitement sobre. Les diverses actions seront pour la plupart symbolisées par un seul verbe, clair et direct. Cependant certaines situations plus subtiles, notamment lorsque Drogo manque d'énergie pour passer à la phase suivante, seront expliquées par une phrase brève et non par un seul verbe d'action.

Sur le même ton et toujours dans notre typographie de texte courant (Fira Sans Condensed), les pictogrammes qui concernent les proies seront associés à un symbole pour confirmer encore plus les interactions du joueur.

Les pictogrammes permettant de confirmer au joueur quel personnage il contrôle, le viseur permettant à Salto de se concentrer sur les bruits qu'il entend et les différentes touches du clavier et des manettes des actions contextuelles seront aussi traitées de cette manière.

Boîte de dialogues

Les boîtes de dialogues sont sobres pour ne pas jurer avec l'environnement déjà très coloré de notre environnement.

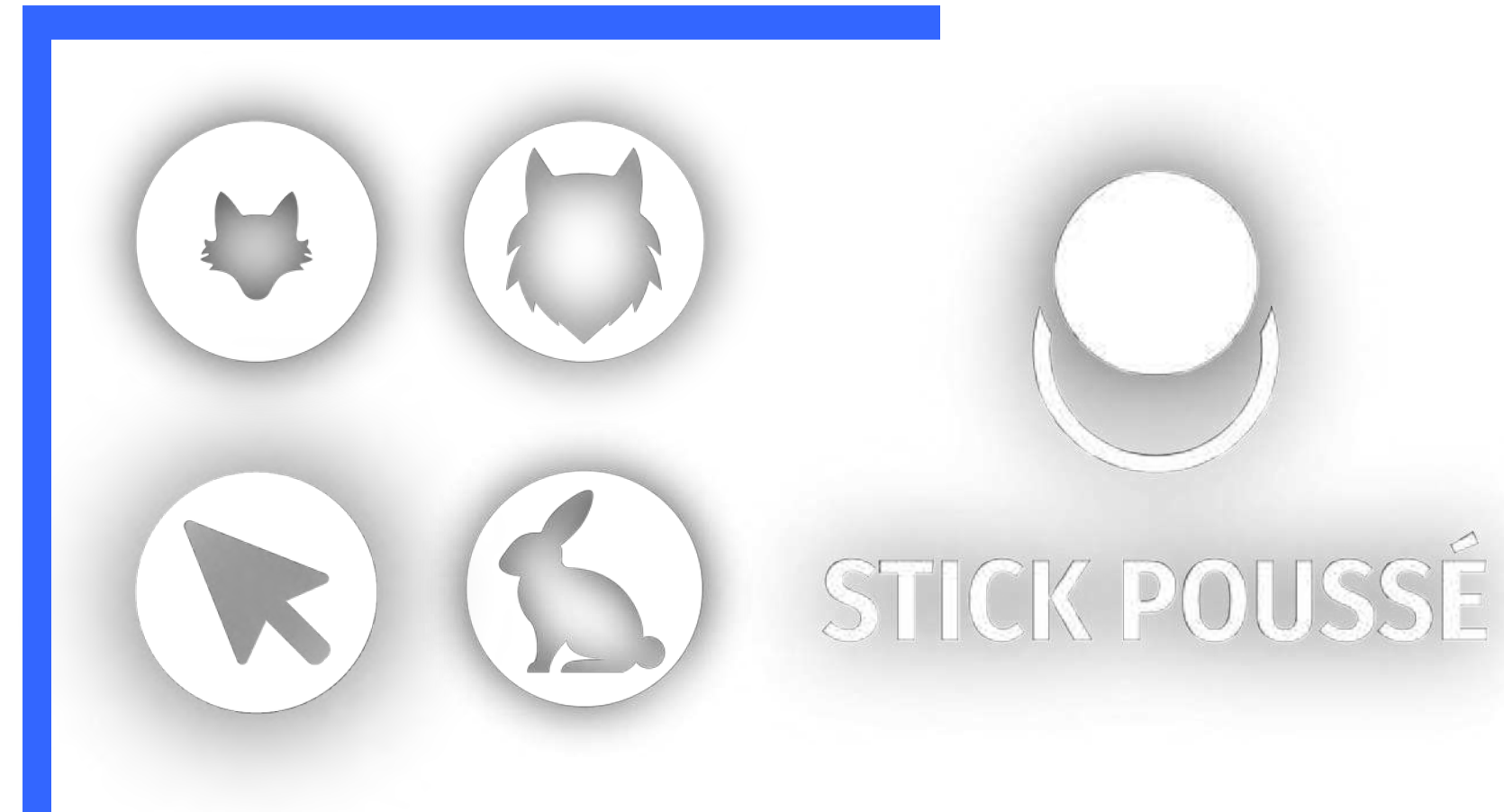
3. DIRECTION ARTISTIQUE

Elles se composent d'un bloc dialogue marron semi-transparent dans lequel le texte défile grâce à l'appui sur la touche entrée, le bouton A ou le clic sur la flèche. Le nom du personnage qui s'exprime apparaît également en haut à gauche de cette boîte de dialogue. Le système des dialogues fait lui aussi la part belle à l'environnement puisque ce dernier reste en arrière plan et permet de ne pas créer une trop forte dissonance entre la déambulation des personnages dans l'espace et leurs prises de parole. Des illustrations en 2D des personnages, réalisées dans le même traitement que les cinématiques, paraissent à droite et à gauche de la boîte de dialogue afin de créer chez le joueur un sentiment de proximité, un moment presque intime avec Salto et Drogo qu'il ne peut voir d'aussi près que lors de ces phases de dialogue.

UI textuelle pour les actions simples

PISTER
GROGNER
GRATTER
POUSSER

UI pictogrammes



Boîtes de dialogue



3. DIRECTION ARTISTIQUE

B. DIRECTION ARTISTIQUE SONORE

Pierre

Le voyage de Salto et Drogo est une aventure singulière basée sur l'importance du collectif, mais aussi sur la réflexion et l'introspection. Pour répondre à cette intention, **le travail du son doit venir la compléter sans prendre le dessus**. Rien d'épique, cinématographique ou grandiloquent ici.

Musique

Pour nous aider dans ce travail, nous avons fait appel à Laurent Vang⁷, compositeur aguerri ayant déjà travaillé sur de nombreux projets dans le jeu vidéo et l'animation. Toujours à l'écoute de nouveaux projets à accompagner, il a accepté de composer les différentes musiques du jeu.

Notre réflexion commune sur la direction sonore nous a amené à faire le choix d'une présence musicale minimaliste. Durant les phases de gameplay, le joueur peut entendre de temps à autre de **courtes phrases musicales de 5 à 15 secondes**.

La tonalité et les instruments de ces phrases sont différentes selon le personnage que l'on dirige, afin de refléter leur personnalité et favoriser la concentration du joueur.

Les menus et crédits du jeu seront quant à eux accompagnés d'une musique calme, légère et apaisante pour accompagner le joueur en douceur dans ce voyage introspectif.

Une seule musique plus soutenue et pressante sera présente dans les phases de gameplay, lorsque le joueur s'approchera d'une zone de coyotes. Ces animaux font peur à Salto et sont agressifs envers lui. Ce thème viendra accentuer le stress ressenti par le personnage.

Sound design

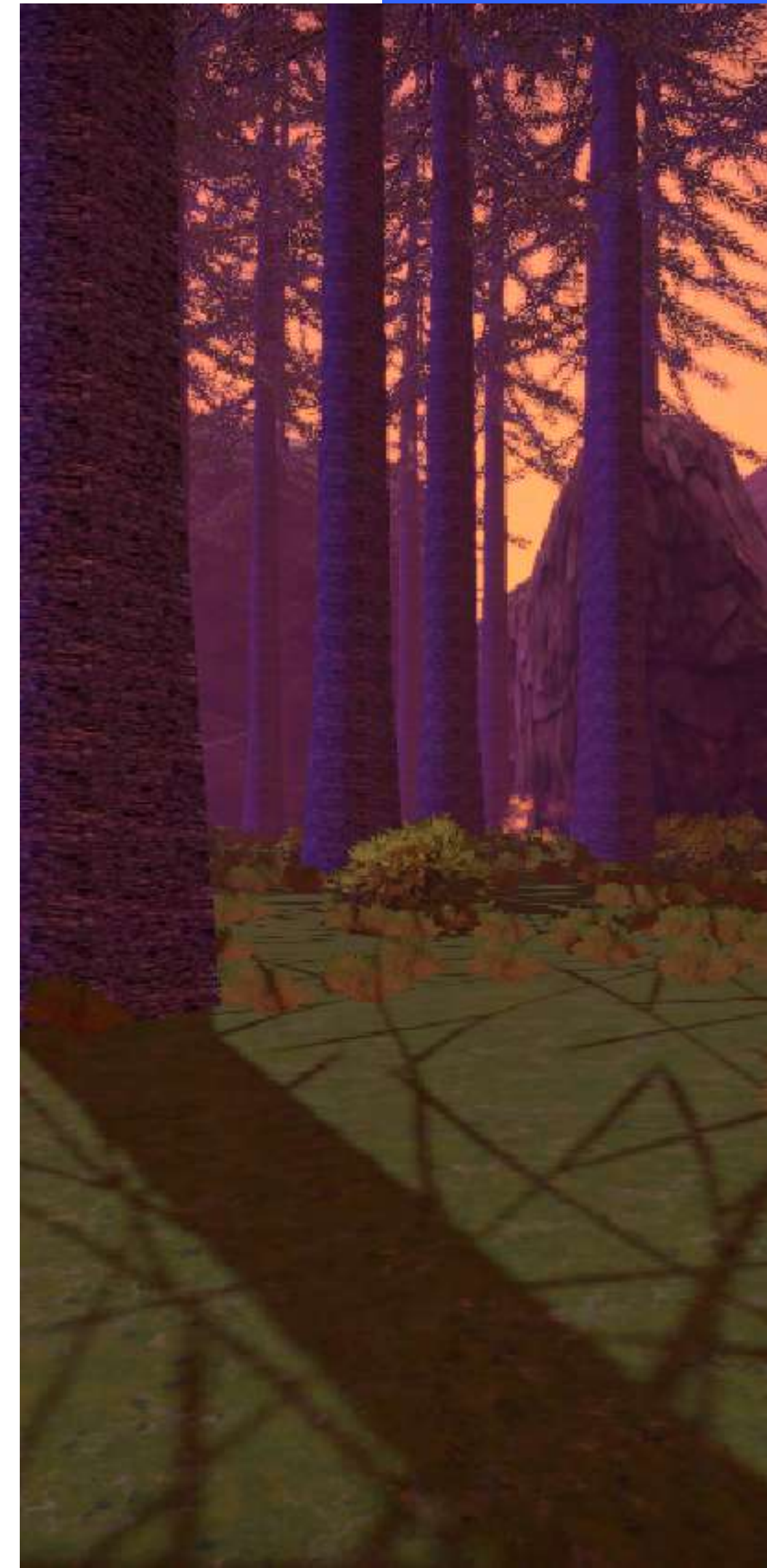
Concernant le sound design, il doit venir renforcer l'immersion, faire ressentir au joueur que les personnages qu'il dirige font partie intégrante de l'environnement dans lequel ils évoluent et ne jamais le faire sortir de cette impression pendant la partie.

C'est pourquoi nous avons opté pour **des bruitages réalistes**, que ce soit par les sons émis par nos deux protagonistes (bruit de pas, essoufflement, gémissement, etc.) ou ceux de la forêt et de la nature qui les entoure (oiseaux, branche qui craque, buisson mouvant au gré du vent, etc.).

Pour rendre cet environnement sonore crédible, nous utilisons une boucle de divers bruits naturels en répétition. Nous comptons mettre en place un **système de génération aléatoire de bruitages environnementaux**. Ce système va jouer de manière aléatoire un ensemble de bruitages autour du joueur. Ainsi, il ne ressentira jamais une impression de "déjà-vu" concernant l'ambiance sonore.

Pour plus d'informations sur nos références musicales et intentions sonores pour chaque phase de gameplay, notre charte sonore est disponible dans les annexes, tout comme le document que nous avons transféré à Laurent pour le guider dans la composition des musiques du jeu.

⁷ Lien vers son portfolio : <https://fr.laurentvang.com/>



La forêt
Capture d'écran de l'environnement 3D



La prairie
Capture d'écran de l'environnement 3D

4. TECHNIQUE ET ORGANISATION

A - OUTILS UTILISÉS

Blandine

Pour le développement de notre jeu, nous avons utilisé divers outils collaboratifs. Pour communiquer, nous avons créé un serveur **Discord** pour l'équipe, où nous avons organisé nos discussions sur différents channels de conversation. La contrainte de la distance, imposée par la crise sanitaire, n'a pas entravé notre communication.

Pour l'organisation, nous avons organisé un calendrier de sprints sur l'ensemble du scope de notre vertical slice, et mis à jour sur un **Google Sheet** spécifique. Des tableaux **Trello** nous ont ensuite permis d'assigner les diverses tâches précises aux membres de l'équipe en mode agile. Nous nous sommes servis d'un tableau **Miro** en début de projet pour pratiquer différentes techniques d'idéation afin de challenger le pitch de départ. Nous avons ainsi rapidement pu établir un schéma complet de parcours joueur, que nous avons mis à jour depuis. L'ensemble de nos documents, assets et autres informations sont centralisés sur un **Google Drive**, triés par dossiers, et où les anciennes versions de nos documents sont gardées et archivées.

En ce qui concerne la technique, le jeu est développé et intégré sur **Unity**, la gestion des révisions étant effectuée sur **GitHub**. Les assets 3D sont quant à eux produits sur **Blender**.

Enfin, après la rédaction d'un brouillon sur un **Google Doc**, nous avons utilisé **Figma** pour la mise en page finale de notre dossier de conception, le logiciel présentant l'avantage d'être en ligne et pouvant ainsi être organisé, modifié et corrigé à plusieurs. L'ensemble de nos présentations ont été réalisées sur **Google Slide** pour les mêmes raisons.

B - PROCESS D'ORGANISATION

Pierre

Pour développer *Le Voyage de Salto et Drogo*, nous avons utilisé la méthodologie **agile** et plus particulièrement la **méthode scrum**.

Cette méthode découpe le temps de production en unités de temps : les sprints. Chaque sprint a communément une durée d'une à deux semaines. Pour notre projet, face à la durée assez courte de production et la nécessité de réagir rapidement aux problèmes rencontrés, nous avons décidé que **chaque sprint durerait une semaine**.

Au début de chacun d'entre eux, nous établissons les objectifs de la semaine sur les deux grandes catégories de rendu liées à notre projet : la vertical slice et les livrables liés à la production de celle-ci (dossiers, présentations, playtests, etc.).

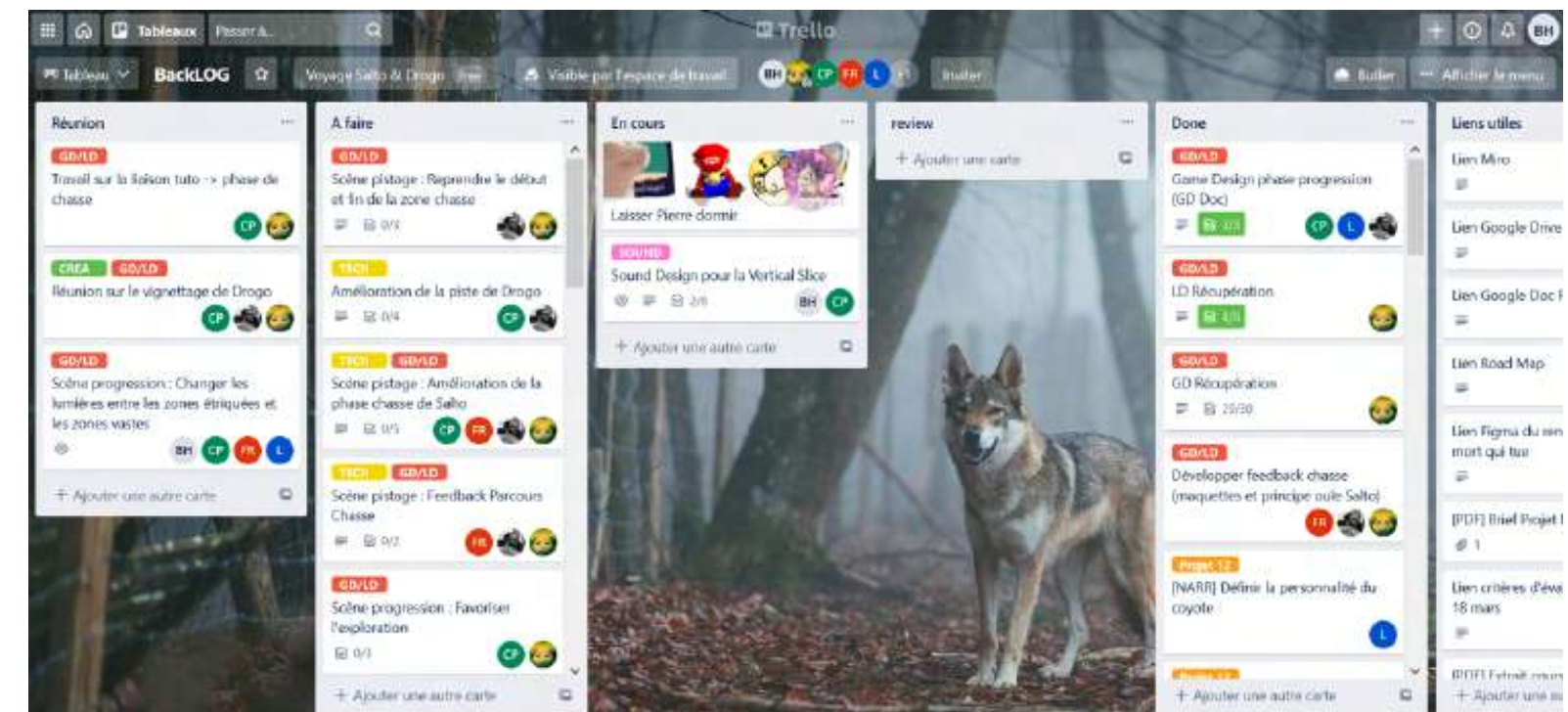
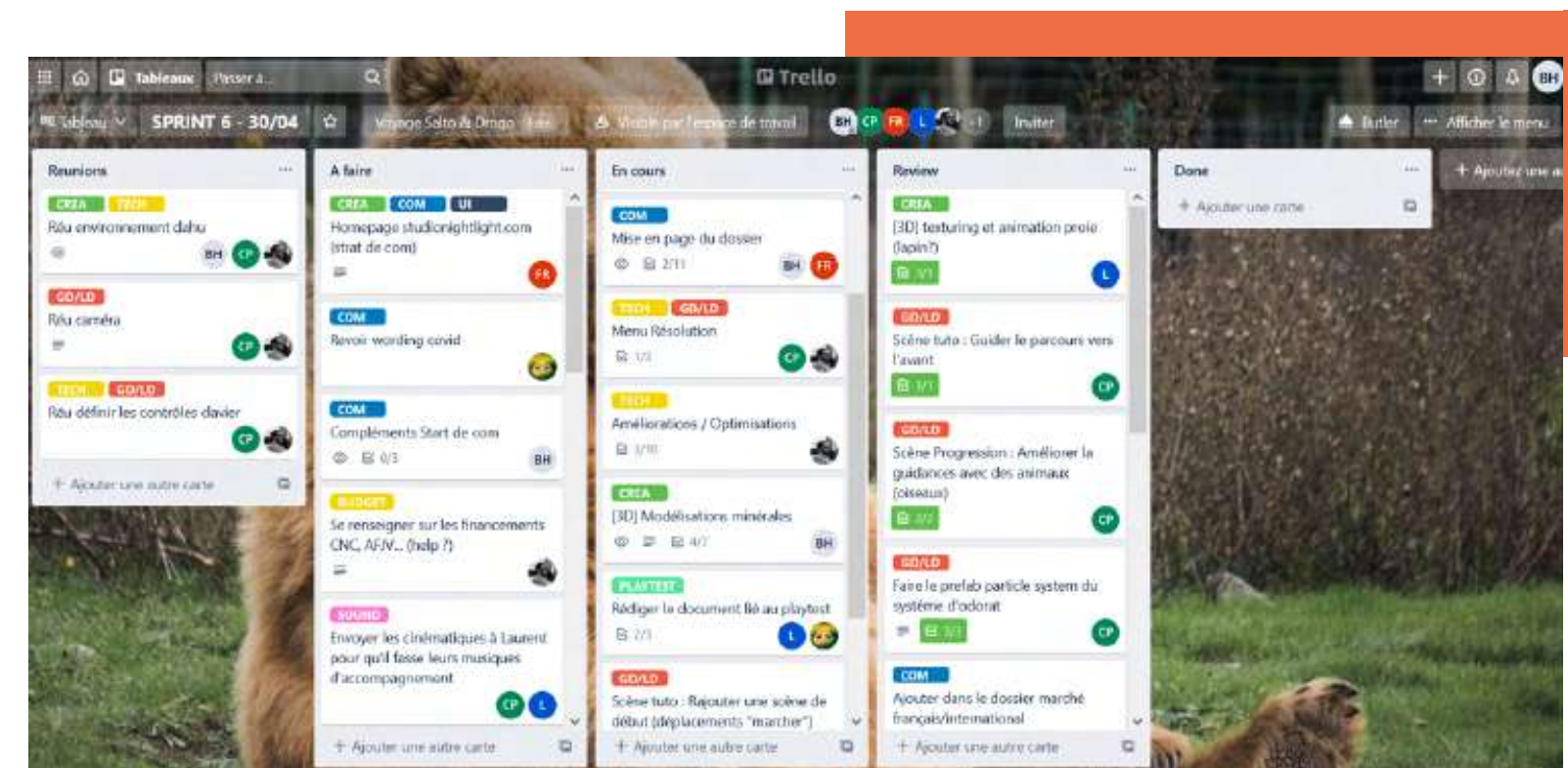
Une fois ces objectifs déterminés en termes de scope, nous les répartissons :

- dans le prochain sprint, en s'assurant qu'ils représentent un volume de travail réaliste pour chaque personne,
- dans notre **backlog**, qui représente la liste des tâches à accomplir sur le projet.

Chaque tâche va évoluer selon son degré de réalisation, d'un statut "à faire", à "done", en passant par des statuts intermédiaires. Pour que chaque statut soit utilisé et compris de la même manière par tous, nous avons déterminé au préalable une définition pour chacun d'entre eux. Ces définitions sont disponibles dans l'annexe D.

À la fin d'un sprint, nous nous réunissons pour présenter nos différents travaux et pour faire une revue du sprint qui vient de s'écouler. Nous échangeons alors sur les points positifs et négatifs de ce sprint et les points à améliorer pour le prochain.

Captures d'écran Trello
Tableau sprint 6 et tableau backlog



4. TECHNIQUE ET ORGANISATION

C - DÉVELOPPEMENT

Pierre

Malgré l'aspect singulier de notre jeu, l'imbrication de plusieurs gameplay au service du message et non l'inverse apporte un lot intéressant de challenges techniques que l'on va détailler ici.

Deux personnages à l'écran

Le premier challenge, et de loin le plus complexe, est la **présence simultanée à l'écran de Salto et Drogo**. Le jeu doit permettre au joueur à tout moment de passer de l'un à l'autre, d'utiliser les capacités spéciales du personnage dirigé, de gérer le gameplay spécifique lié au pistage de proie et d'activer le suivi du personnage non dirigé à l'aide d'une commande ; plusieurs modes suivant les boucles du croquis de cette page.

Cette fonctionnalité est cruciale dans notre jeu. Comment ressentir le lien qui unit nos deux personnages si on n'en voyait qu'un seul à la fois ?

Dans l'éditeur d'Unity, Salto et Drogo sont considérés comme deux entités qui ont leur propre position dans l'environnement, leur propre animation, action en cours et collider⁸.

La gestion simultanée des actions des personnage serait inutilement compliquée si chacun possédait son propre script.

Nous avons donc fait le choix d'une séparation dans le code des responsabilités en mettant en place une entité globale de contrôle des personnages. Ce script (PlayerController) s'assure de récupérer les touches pressées par le joueur, de savoir quel est le personnage actuellement dirigé, ce qu'il peut faire à cet instant donné du jeu et de donner les indications à ce personnage sur ce que le joueur veut lui faire faire

(sauter, grogner, etc.). Il va aussi s'assurer que les mécaniques extérieures au contrôle du joueur, par exemple les zones coyotes qui provoquent la peur de Salto, s'appliquent aux personnages en permanence.

En complément, **chaque personnage dans l'environnement possède un script plus léger (PlayerAgent), les informations et les composants qui lui sont propres** : modèle 3D, vitesse maximale, hauteur de saut, système d'animation, paramètre de caméra pendant le pistage d'une proie. Le script se contente de recevoir les ordres du PlayerController pour les appliquer au personnage concerné.

L'autre personnage suit le joueur

Pour obtenir le suivi du joueur par le personnage non dirigé, nous nous sommes reposés sur la **brique fonctionnelle d'IA d'Unity et ses NavMesh⁹**.

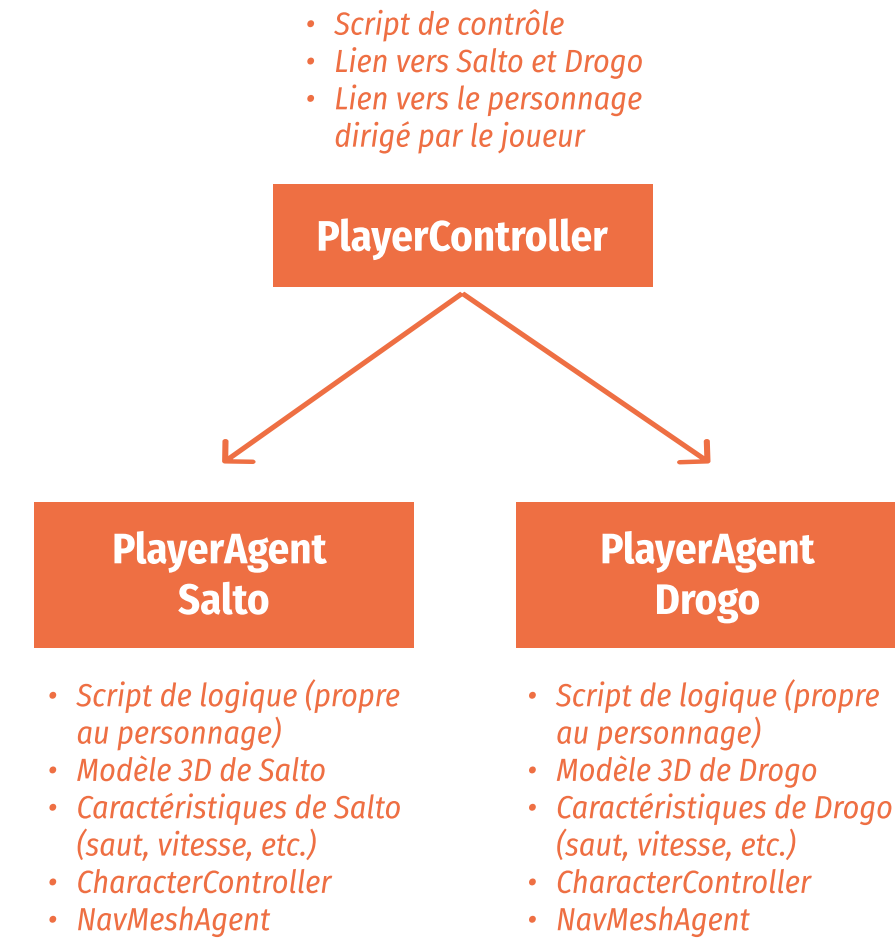
Chaque personnage contient un composant Unity Character Controller¹⁰ au moment d'être contrôlé par le joueur et un NavMeshAgent (objet dirigé par intelligence artificielle) quand il doit suivre le joueur.

Pour gérer cette transition d'un personnage du mode "suivre le joueur" à "dirigé par le joueur", on active et désactive de manière alternée ces deux composants selon le mode dans lequel se trouve le personnage.

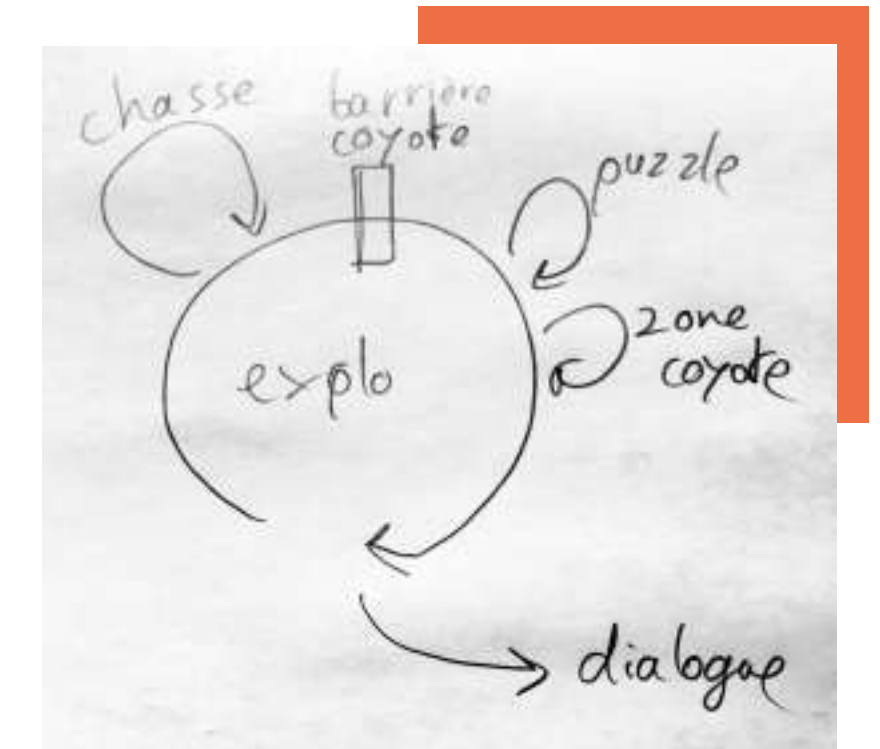
⁸ Un collider est une forme invisible autour d'un objet 3D servant à gérer les collisions de cet objet dans le moteur physique.

⁹ Zones permettant de définir où notre compagnon de route peut nous suivre dans l'environnement.

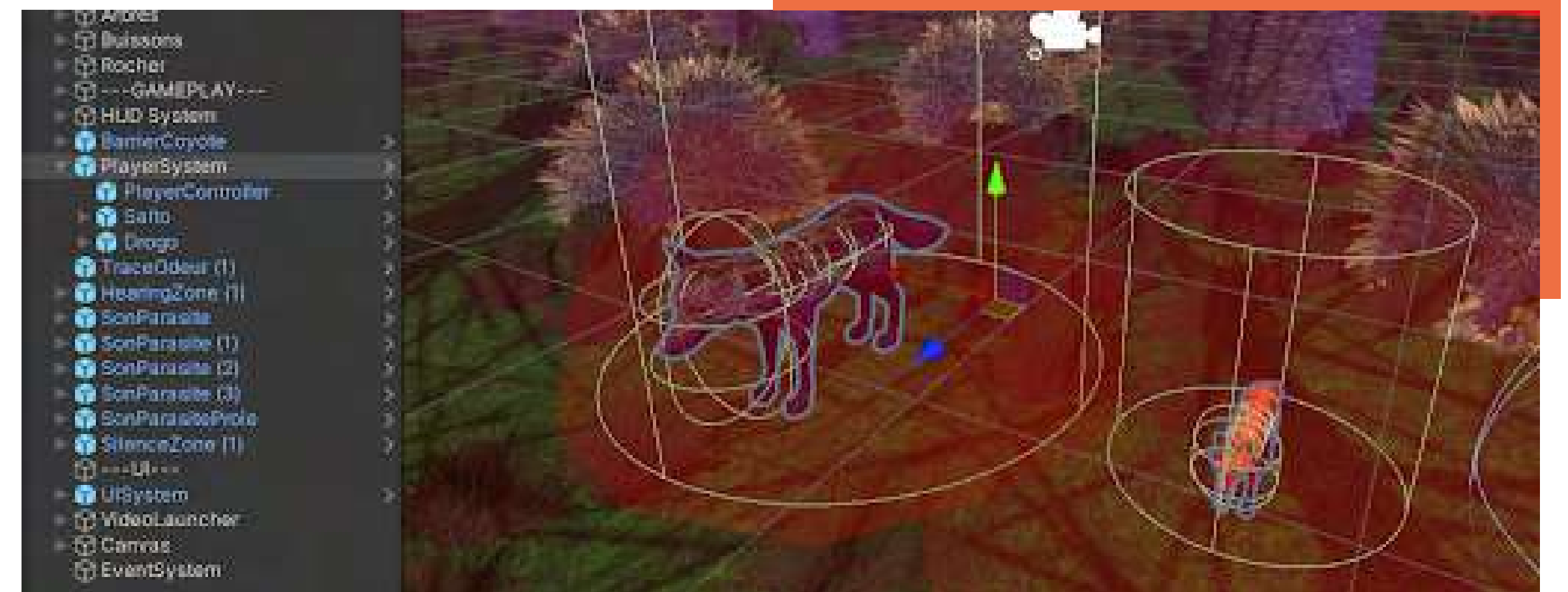
¹⁰ Composant de gestion du mouvement d'un personnage, des collisions pour le moteur physique et des fonctionnalités avancées comme la possibilité de monter des marches ou des pentes.



Brouillon résumant les boucles de gameplay du jeu



PlayerSystem



4. TECHNIQUE ET ORGANISATION

Déplacer des objets

Une autre mécanique importante du jeu est le déplacement d'objets pour mettre en avant l'entraide entre nos deux personnages.

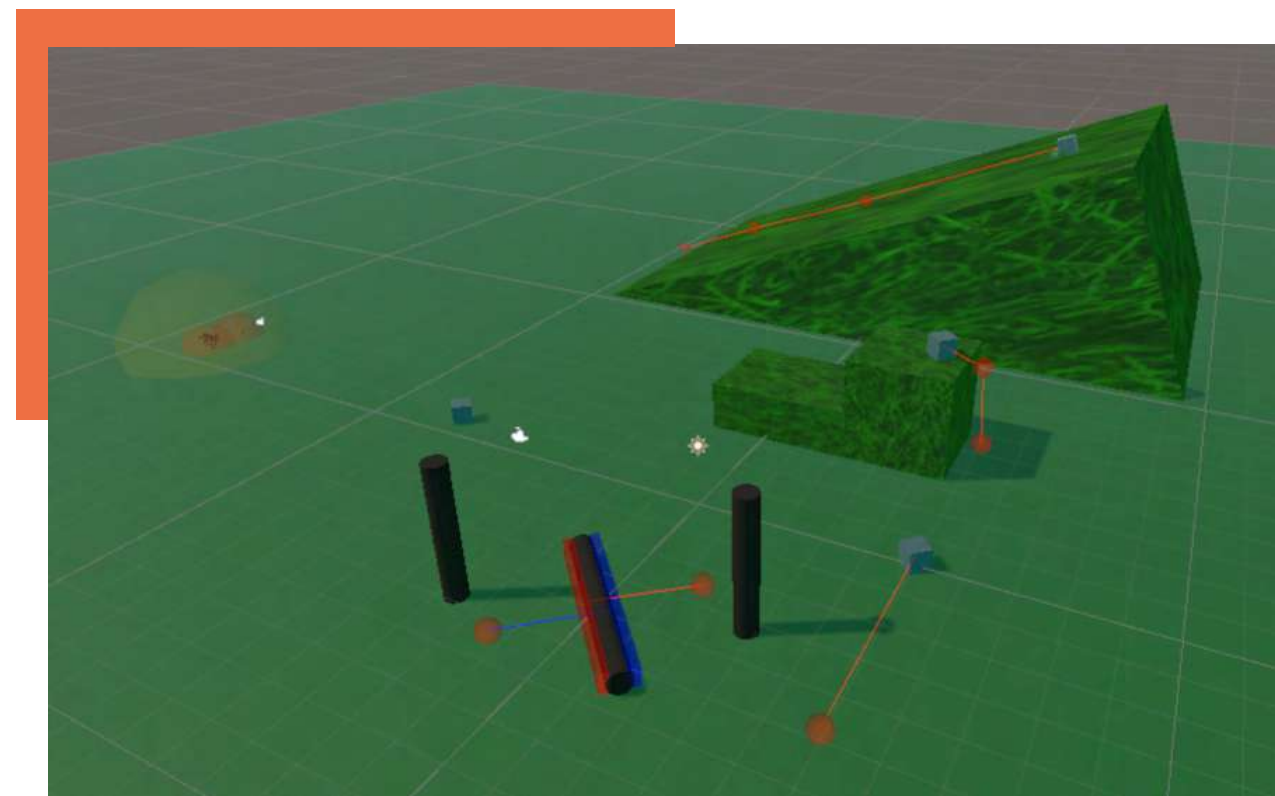
La réflexion autour du game design a amené plusieurs types d'objets avec des déplacements parfois assez différents (par exemple : faire tomber un rocher du haut d'une falaise ou faire rouler un tronc dans les deux sens mais l'arrêter à la rencontre d'un obstacle).

Ces objets, malgré ces différences, gardent un point commun : pouvoir être déplacés par le joueur. Nous avons donc programmé **une classe abstraite¹¹ définissant les caractéristiques minimales d'un objet à connaître (pour le script de contrôle de personnage) pour être déplacé.**

Ainsi, chaque objet à déplacer héritant de cette classe abstraite va spécifier dans le code sa manière de bouger et d'interagir avec les personnages. Du côté du script de contrôle des personnages, la complexité du code est réduite au minimum. Lorsque le joueur est à proximité d'un objet à déplacer, le jeu le détecte et active la possibilité de le pousser. L'objet en question se débrouillera alors pour savoir comment il doit se déplacer dans l'environnement en cas d'action du joueur sur celui-ci.

¹¹ Une classe correspond en termes de concept à un objet dans notre jeu (renard, rocher, sol). Le mot "abstraite" signifie qu'elle doit être spécifiée à son initialisation avant d'être utilisée.

Interactions des objets



- Animation du joueur pour le déplacer
- Indicateur si l'objet a été déplacé
- Méthode Move à appeler pour déplacer

AGP_MovableObject
(tout objet déplaçable)

GP_MovableObjectUnlockable
(terre à gratter pour faire tomber un rocher selon un chemin)

- Le joueur joue une animation de grattage du sol en cas de déplacement
- Chemin à suivre en cas de déplacement
- Quand le joueur me déplace, je vais suivre le chemin paramétré

GP_MovableTrunkTwoWays
(tronc pouvant rouler dans deux directions opposées)

- Le joueur joue une animation où il pousse avec ses pattes en cas de déplacement
- Quand le joueur me déplace, je vais suivre la direction paramétrée et rouler en même temps

Générer la musique

Pour accompagner le joueur dans ce voyage initiatique, l'ambiance musicale est réduite à son strict minimum pour souligner la dimension singulière et introspective de l'expérience. Comme expliqué dans la partie "direction sonore", **la musique en jeu est composée d'un ensemble de phrases musicales courtes** représentant soit la personnalité de Salto, soit de Drogo.

Pour cela, nous avons un script qui gère deux tableaux. L'un contient les phrases musicales de Salto et l'autre celles de Drogo. Les designers peuvent modifier le temps entre chaque phrase (plus précisément le temps entre la fin d'une phrase et le début de la prochaine) ainsi que le volume global de ces phrases. **Elles sont jouées à intervalle régulier dans un ordre aléatoire**, mais toujours en fonction du personnage contrôlé à un instant t.

Lorsqu'un joueur change de personnage, une des phrases correspondant à ce personnage sera jouée. Si une phrase musicale est en cours de lecture à ce moment-là, celle-ci se coupera progressivement (fade-out) avant de jouer la suivante. Ainsi le joueur ressent la personnalité du personnage contrôlé dès les premières secondes.

Sons générés autour du joueur



Générer l'ambiance sonore

Notre intention pour l'ambiance sonore est de compléter la direction artistique et de renforcer l'immersion du joueur. Pour le cadre naturel en extérieur de notre jeu, une solution simple aurait été de jouer en boucle une bande sonore d'ambiance forestière. Mais nous souhaitons aller plus loin et nous assurer que le joueur n'ait jamais une impression de répétition sur ce point.

C'est pourquoi nous avons mis en place un générateur aléatoire d'ambiance sonore.

Celui-ci se présente sous la forme d'un script placé au niveau de la caméra. Il est composé d'un tableau contenant l'ensemble des sons souhaités (feuilles d'arbres, oiseaux, etc.) ainsi que de variables modifiables par les designers : le temps minimum / maximum entre chaque son, le rayon d'action du générateur, le volume du générateur.

Les sons vont être ainsi joués dans un ordre et un intervalle aléatoire. Ils seront générés également de manière aléatoire dans l'espace de la partie supérieure d'une sphère autour de la caméra, pour ne pas jouer des sons sous les pieds du joueur. Cependant la position de chaque bruit joué n'est pas liée à la position de la caméra, elle est fixe dans l'environnement.

Ainsi, **si le joueur entend un son et déplace la caméra, le volume de ce son dans chaque oreille sera modifié**, lui permettant de déterminer sa provenance dans l'espace. Cela va renforcer l'immersion et le côté organique de l'expérience sur le plan sonore.

4. TECHNIQUE ET ORGANISATION

D - INTÉGRATION

Charlotte

Dans notre projet nous avons défini un ensemble de bonnes pratiques pour l'intégration des différents éléments du jeu :

- Les fichiers produits doivent être placés selon leur type dans les dossiers créés à la racine du projet et associés à ce type : scenes, models, textures, materials (textures au format Unity), animations, etc.
- Chaque membre de l'équipe doit travailler sur une scène qu'il ou elle gère seule afin d'éviter les conflits avec Github et risquer de perdre le travail d'un autre membre de l'équipe.
- Chacun doit enregistrer ses assets dans les dossiers principaux du projet et ne pas créer de dossier personnel.
- Suivre une convention de nommage pour chaque élément créé et ne pas utiliser de nom trop long.
- Aucune modification ne doit être faite sur les dossiers des packs provenant de l'asset store, ils servent de référence. En cas de nécessité de modifier l'un de ces éléments, il faut le dupliquer et le placer dans un des dossiers à la racine du projet selon son type.

Notre workflow

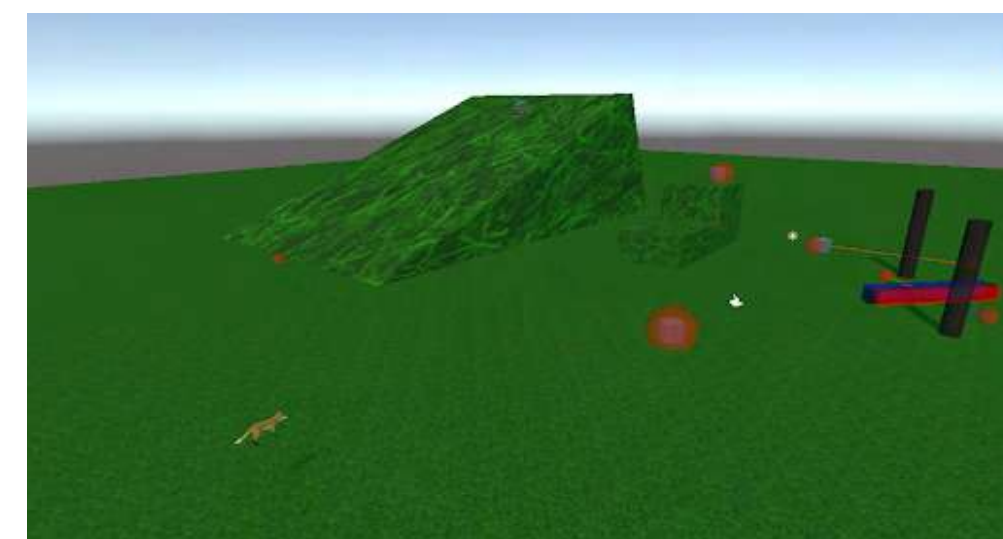
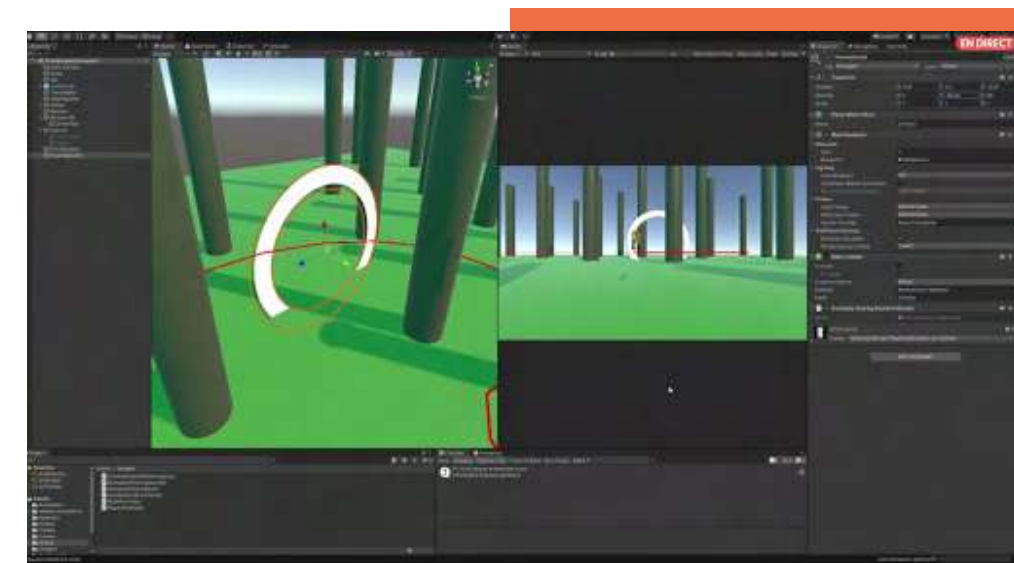
Nous avons appliqué ces bonnes pratiques lors de la réalisation de notre level design. Nous avons créé une scène dédiée aux tests d'environnement, ainsi qu'une scène dédiée pour les tests de gameplay, afin de ne créer aucun conflit lors des différentes étapes du processus de création et de développement.

Dans la mesure où nous avons développé chaque partie indépendamment des autres, il nous a fallu, pour l'intégration du jeu, réaliser une scène blackout pour chaque phase. À la suite de quoi, nous avons dupliqué

cette scène pour intégrer l'environnement dans son ensemble.

L'intérêt de ce workflow est de pouvoir garder une visibilité claire lorsque nous souhaitons apporter des modifications à notre level design.

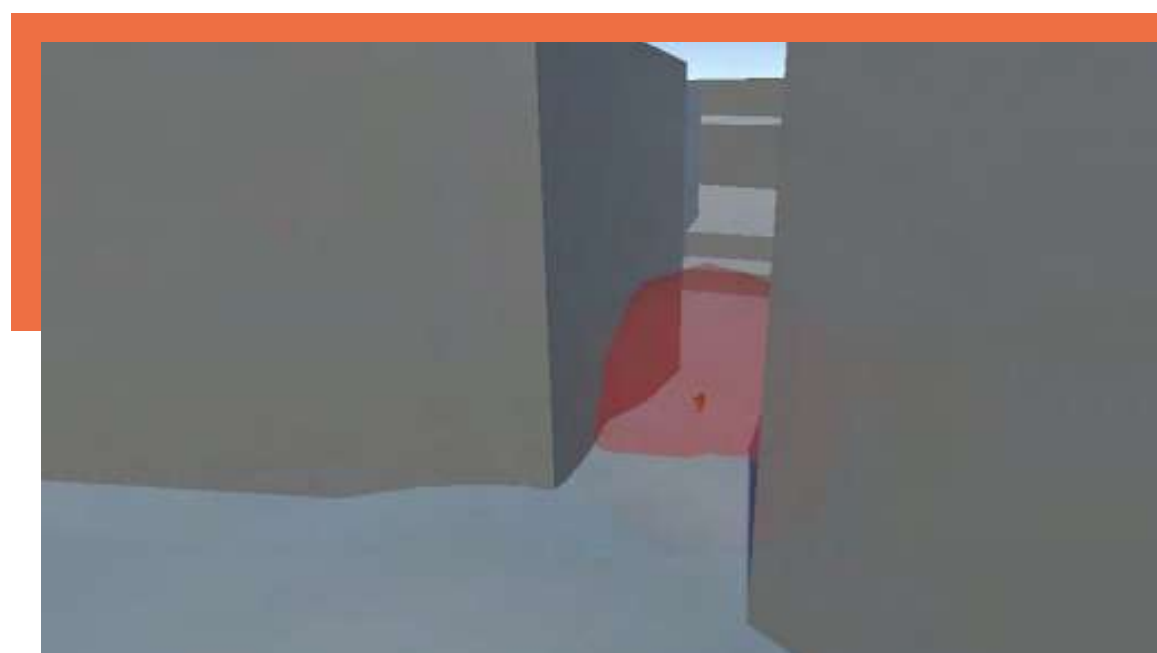
Scènes de tests de Gameplay



Scène de tests d'environnement



Scène de niveau en blackout VS scène de niveau avec environnement



S. PRODUCTION

A. NIGHT LIGHT

Pierre

Nous avons fondé notre studio de jeu vidéo indépendant en février 2021. Night Light regroupe aujourd'hui six collaborateurs pluridisciplinaires et complémentaires.

Le studio Night Light s'est construit sur la volonté d'être différenciant sur l'ambiance visuelle et le traitement du message, à travers des visuels séduisants et des thématiques fortes. Nous proposons des jeux qui sauront partager notre vision et faire sens auprès de jeunes joueurs.

Afin d'être plus efficaces dans la gestion de nos réseaux sociaux, nous recrutons un **community manager freelance à temps partiel** dès le mois de mars. Nous prévoyons aussi de faire appel à un **traducteur freelance** pour traduire nos différents posts et messages ainsi qu'un compositeur freelance pour la réalisation de nos musiques. Notre équipe ne compte aujourd'hui qu'un seul développeur, ce qui est peu. Nous souhaitons donc recruter une seconde personne pour le pôle technique.

Le nom de Night Light est aujourd'hui déposé. Nous avons créé notre logo, ce qui nous rend plus crédible sur le marché du jeu vidéo. Nous avons choisi ce nom de studio pour évoquer une dualité complémentaire (à l'instar du jour et de la nuit), et pour faire écho au premier jeu qui sera créé.



Membres de l'équipe



Leslie Gérard

2D/3D Artist
Gestion de projet



Charlotte Pacaut

Level Designer
Game Designer
Intégration



Priscilla Larcher

Level Designer
Game Designer
UI/UX Designer



Blandine Hertzog

2D/3D Artist
Responsable Com



Flavien Roux

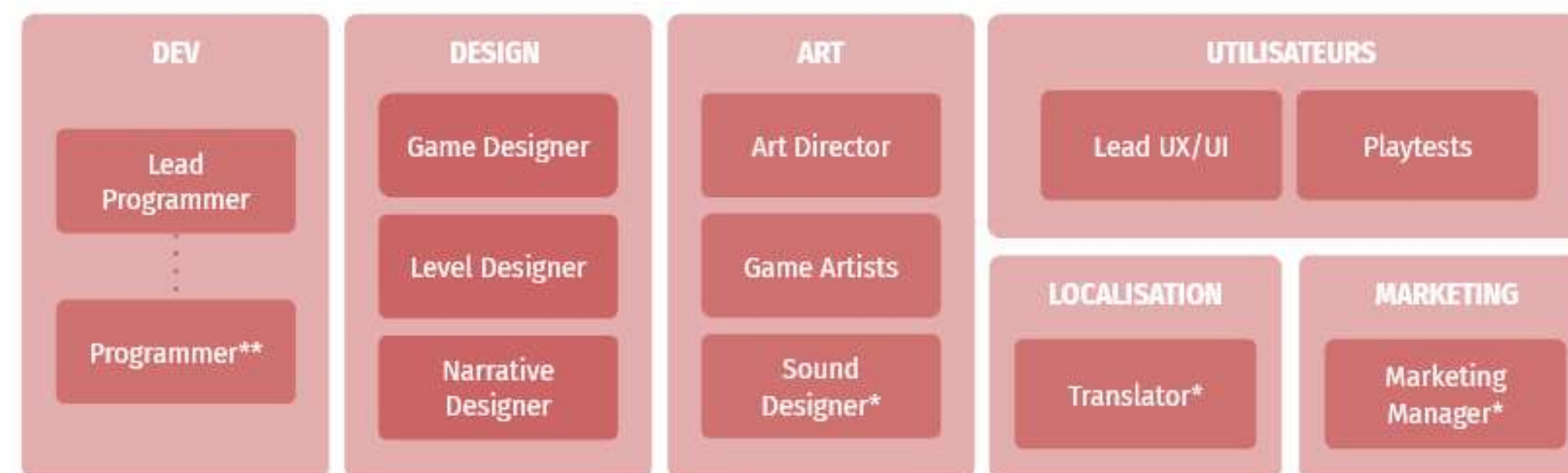
2D/3D Artist
Narrative designer



Pierre Roquin

Developer
Game Designer
Sound Designer

Découpage des compétences nécessaires à la réalisation du projet



* freelance
** à recruter

B. DIMENSIONNEMENT

Pour établir le dimensionnement du projet et son budget, nous sommes partis du scope de notre vertical slice. **Cette dernière représente un cycle de trois phases** : pistage de proie, progression en territoire coyotes et dialogue. Nous avons déterminé que **le jeu complet comportera quatre cycles**. Cela nous a donné une base solide pour établir le budget et le dimensionnement.

Notre vertical slice nécessitera en tout (du début du projet à la présentation du 12 mai 2021) un total de 13,5 mois-homme pour 3 mois de production avec notre équipe composée de 6 personnes.

$$3 * 3 + 3 * 1,5 = 13,5$$

Cette particularité est due au fait que la moitié de l'équipe travaille ou est en alternance et est disponible uniquement pendant les créneaux prévus pour la formation, soit environ la moitié du temps de production de la vertical slice. En projetant ce temps nécessaire à la vertical slice au jeu entier, **nous avons déterminé un besoin global d'une soixantaine de mois-homme pour développer le jeu complet.**

$$(13,5 * 100) / 25 = 54$$

Nous avons donc décidé de planifier notre **sortie en février 2022** pour éviter les périodes de sorties des AAA (avril à juin et septembre à novembre) et des soldes marketplace (mars, juin et novembre à décembre).

Nous avons ensuite établi le coût d'un mois-homme. En partant d'un salaire net de 1500€, ce qui nous donne un brut à environ 1947€, et en comptant une taxe employeur à 42%, on obtient 2764,74€.

$$1947 + 1947 * 42 / 100 = 2764,74€$$

5. PRODUCTION

Planning de développement



Pour prévoir les frais de structures et rémunérer les freelances amenés à nous accompagner ponctuellement pendant la production, nous avons décidé de gonfler le coût final d'un mois-homme à 3200€.

Production

Durée : 6 mois (du 01/06 au 01/12)

Composition équipe : 7 salariés (équipe vertical slice + 1 développeur) / 3 freelance (composition sonore / community manager / traduction)

Coût en mois-homme : 7 * 7 MM = 42 MM

L'équipe de production jusqu'à la release du jeu comprend l'embauche d'un développeur supplémentaire, car c'est le domaine le plus en sous-effectif dans notre équipe.

Post-production

Comprend : Polish, retour sur la beta, période entre le Master et Gold, validation finale par l'éditeur et Nintendo pour la version Switch, release et support post release.

Durée : 4 mois (du 01/12/2022 au 31/03/2022)

Composition équipe : 7 salariés (équipe vertical slice + 1 développeur pendant 3 mois)

Coût en mois-homme : 3 * 7 + 1 * 6 MM = 27 MM

Nous avons fait le choix de dimensionner la période de post-production à 4 mois, avec une sortie du jeu au bout de 3 mois, pour nous laisser le temps de régler les éventuels soucis rencontrés par les joueurs, mais aussi pour prévoir une marge de sécurité en attendant de recevoir les premières royalties.

Ce qui porte le **coût global à budgétiser à 69 mois-homme**. C'est plus que la projection initiale, mais nous voyons ce léger surdimensionnement comme une

sécurité face aux aléas de la production d'un jeu vidéo.
42 MM + 27 MM = 69 MM

Avec toutes ces données en main, nous pouvons établir le coût de l'ensemble du projet à 220k€.
69 * 3,2 k€ = 220,8 k€

Sur les conseils de Matthieu Hurel¹², pour un jeu de notre envergure, nous établissons le budget marketing à 20% du budget de production soit 44k€.
220 k€ * (20/100) = 44 k€

Ce qui nous amène à un besoin en **financement total de 264 k€ pour le projet complet**.

C. FINANCEMENT

Pour financer ce projet, nous souhaitons combiner l'apport d'un éditeur avec des aides publiques. Après la création d'une structure juridique pour notre studio, que notre besoin de financement concerne la phase de production et que notre budget est de plus de 100 k€, nous estimons pouvoir faire deux demandes d'aides publiques auprès de la CNC. Il s'agit de **l'aide à la production du Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV¹³)** et **le crédit d'impôt pour la création de jeux vidéo (CIJV¹⁴)**.

Pour déterminer un montant réaliste, nous avons fait des recherches sur les projets ayant rendu public la composition de leur budget. **Nous avons trouvé le projet Bury me my love, qui a financé 25% de son budget en aides publiques comprenant au moins le CNC¹⁵ et Dead In Vinland dont le budget a été subventionné à hauteur de 10% par le FAJV et 15% par le CIJV¹⁶.**

En partant de ces informations, nous prévoyons **une demande de subvention de 26 400 € (10%) par le FAJV et 39 600 € par le CIJV (15%)**. Ce qui laisse **un besoin en financement de 198 k€ pour l'éditeur pour notre scénario réaliste**.

Notre scénario pessimiste comprend l'absence totale d'obtention d'aides publiques, laissant la globalité du budget à la charge de l'éditeur, soit 264 k€. Notre scénario optimiste prend en compte l'obtention du pourcentage maximal autorisé pour le FAJV et le CIJV, soit respectivement 50% (132 k€) et 30% (79 200 €) du budget de production, donnant un besoin en financement de 52 800 € pour l'éditeur.

¹²Sourcing Manager chez Plug In Digital / Dear Villagers

¹³https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/fonds-daide-au-jeu-video-fajv_191468#production

¹⁴<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/credit-impot-jeux-video>

¹⁵<https://twitter.com/ThePixelHunt/status/1374066656591380491>

¹⁶https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/06/28/concevoir-un-jeu-video-combien-ca-coute-combien-ca-rapporte_5482520_4408996.html

5. PRODUCTION

Notre plan de communication comprends un Kickstarter avec un objectif de 26 000 € représentant 10% de notre budget total. Nous faisons le choix de ne pas le compter comme source de financement à cause de l'obligation d'atteindre cet objectif pour pouvoir utiliser l'argent obtenu par ce biais.

Drogo dans la zone de chasse
Capture d'écran de l'environnement 3D



D. MONÉTISATION

Concernant la monétisation de notre jeu, nous comptons **dans un premier temps le commercialiser au format dématérialisé sur Steam et l'Epic Games Store pour la version PC et sur le Nintendo eShop pour la version console Switch.** Cette stratégie est conforme aux habitudes actuelles de l'industrie pour le premier jeu d'un petit studio indépendant.

Pour valider notre budget, le prix de vente du jeu et le nombre de copies à vendre pour rentrer dans nos frais, nous avons réalisé une veille marché sur des jeux proches du nôtre par leur univers et leur game feel.

Cette veille nous a rassurée dans notre choix de vendre *Le voyage de Salto et Drogo* au prix de **15 euros** quelque soit la plateforme ; sachant que l'expérience sera d'une durée de deux heures et qu'elle contiendra plusieurs types de gameplay.

En prenant en compte la commission prise de 30% par les marketplace et les éventuelles soldes qui seront appliquées au jeu sur l'ensemble de son cycle de vie, nous partons sur un prix de revient pour l'éditeur de 55% du prix de vente initial du jeu. **Ce qui revient à 8,25 € de revenu par copie.**

$$55 / 100 * 15 = 8,25 \text{ €}$$

Ce qui nous amène à **un break even à 32 000 copies** pour rentrer dans les frais du budget.

$$264\ 000 / 8,25 = 32\ 000 \text{ copies}$$




¹⁷ <https://steampy.com>

¹⁸ <https://howtomarketagame.com>

¹⁹ <https://games-stats.com>

²⁰ <https://www.kickstarter.com/projects/mooneystudios/lost-ember/>

Veille marché sur trois jeux similaires

			
Titre	The First Tree	Spirit of the North	Lost Ember
Date de sortie	Septembre 2017	Mai 2020	Novembre 2019
Éditeur	David Wehle	Merge Games	Mooney Studios
Équipe de production	1 personne	2 personnes	5 personnes + freelancers
Durée de production	18 mois (~1000h)	2.5 ans	5 ans (2 ans avant début Kickstarter)
Budget	\$10,000 ¹⁸	Pas d'informations	\$326,103 (Kickstarter) ²⁰
Plateformes et prix	Playstation : 11,99€, soldé 3€59 Steam : 9,99€, soldé 0,99€ Xbox : 8,49€	Steam : 16,79€, soldé 8,39€ Switch : 29,99€, soldé 14,99€ PS4 : 16,99€ Xbox : 22,57€	Switch : 29,99€ Steam : 29,99€ Playstation : 29,99€ Xbox : 29,99€
Durée de jeu	2 heures	5 heures	10 heures
Nombre de joueurs	Entre 100 000 et 200 000 ¹⁷	Entre 20 000 et 50 000 ¹⁷	Entre 100 000 et 200 000 ¹⁷
Recettes	\$590,000 ¹⁹	\$390,000 ¹⁹	\$1,3 millions ¹⁹

5. PRODUCTION

E. ÉDITEUR

Que ce soit en termes de budget, de copies vendues, de taille d'équipe, de compétences, de durée de vie ou de complexité de gameplay associée, notre veille nous a confirmé que cette projection nous semble réaliste et atteignable.

Afin d'aborder au mieux notre recherche d'éditeurs, il a été important de réaliser quelles étaient les forces et faiblesses de notre studio. De plus, il est nécessaire de procéder à une étude de marché pour nous permettre de mettre en lumière les différentes opportunités et menaces.

SWOT

Forces <ul style="list-style-type: none">• Deux expériences, deux mécaniques de gameplay• Équipe aux compétences multiples (toutes les connaissances nécessaires pour réaliser un jeu)• Diversité au sein de l'équipe (majorité de femmes)• Dimension introspective• Thématique qui pousse le joueur à la réflexion• Direction artistique forte (visuel et sonore)	Faiblesses <ul style="list-style-type: none">• Petite équipe• Moitié de l'équipe à mi-temps durant la réalisation de la vertical slice• Faible notoriété
Opportunités <ul style="list-style-type: none">• Impact fort sur une jeunesse en plein doute (collégiens, lycéens, étudiants)• Thématique pouvant toucher un public plus large• Augmentation d'achat dans le secteur du jeu vidéo durant la pandémie	Menaces <ul style="list-style-type: none">• Prévoir d'éviter les sorties des jeux de gros studios en même temps que le nôtre• Nombreuses créations de studios indépendants• Sortie d'un jeu avec des mécaniques et un univers similaire au nôtre, mais traitant d'un sujet différent (écologie, pollution, destruction des environnements naturels des animaux)

Éditeurs potentiels

Après l'étude de nos besoins et du marché, nous avons pu faire une sélection d'éditeurs avec lesquels nous pourrions collaborer :

PLAYDIGIOUS : Éditeur spécialisé dans les jeux qui se démarquent au niveau des graphismes, des histoires et du gameplay. Ils produisent des jeux vidéo tous supports : mobile, console et PC. Ils font le choix de publier peu de jeux par an afin de se concentrer sur la qualité des titres proposés. Ils possèdent des distributeurs en Chine, au Japon et aux États-Unis.

Titres édités : *Arrog, The Almost Gone, White Night, Unworded.*

En plus de proposer une direction artistique et un gameplay originaux, notre jeu peut apporter une diversité à leur catalogue par rapport au sujet traité. Nous travaillons sur la réflexion et l'introspection des joueurs : mieux se comprendre et mieux comprendre les autres.

FOCUS HOME INTERACTIVE : Éditeur français indépendant, ils ont produit et lancé au cours de ces dernières années de nombreux titres originaux de véritables références aujourd'hui. Ils produisent des jeux vidéo sur console et PC. Les jeux sont disponibles en magasin et en téléchargement dans le monde entier. Ils réalisent 90% de leurs ventes à l'international, et sont en collaboration avec d'autres studios spécialisés dans le cinéma et l'animation pour créer des jeux narratifs avec une direction artistique envoûtante.

Titres édités : *Seasons after fall, Master of Anima.*

Notre jeu propose un gameplay original et travaillé de façon à être au service de l'intention, ce qui pourrait enrichir leur catalogue de jeux. Nous souhaitons aborder une thématique universelle, la quête de soi, dans un contexte exacerbé par la crise sanitaire.

RAW FURY : Éditeur de jeux vidéo indépendants axés sur les expériences et les émotions à faire vivre aux joueurs, plutôt que sur les genres de jeu et les mécaniques. Leurs valeurs se résument à traiter les joueurs comme des personnes et non comme des marques. Pour eux, le bonheur passe avant le profit : le jeu vidéo, c'est de l'art.

Titres édités : *Sable, Backbone.*

Éditer notre jeu leur permettrait de proposer un titre axé sur l'expérience utilisateur. Nous souhaitons que le joueur comprenne la nécessité de l'entraide et l'importance que les différences de chacun peuvent apporter. Nous voulons souligner que la complémentarité des différentes personnalités et les atouts de chacun permettent de réaliser de grandes choses. Nous voulons que le joueur ait de l'empathie pour les personnages afin de les aider dans leur quête. Le but est que, durant ce voyage, le joueur se questionne sur sa personnalité et qu'il en apprenne davantage sur lui-même.

6. STRATÉGIE MARKETING

A - COEUR DE CIBLE

Charlotte

Notre cœur de cible rassemble les adolescents de 13 à 18 ans. La raison derrière ce choix est que l'intention²¹ de notre jeu est adaptée à la période que traversent les jeunes à cet âge-là.

Entre la puberté et les changements réguliers de fréquentations, de classes, d'activités et parfois d'écoles, l'adolescence est une période riche en mutations. C'est également durant cette période qu'une personne commence à définir les rapports qu'elle aura avec elle-même et avec autrui. Par le fait que *Le Voyage de Salto et Drogo* soit une métaphore de cette période projetée sur le monde animal, nous estimons que le message que nous souhaitons transmettre saura toucher cette population jeune et en pleine transformation.

Plus concrètement, nous avons réalisé des recherches sur la présence de notre cœur de cible sur les réseaux sociaux. Nous nous sommes appuyés sur les sondages relevés durant l'automne 2020 aux États-Unis, car nous considérons que ces valeurs sont représentatives de la cible que nous visons (sondages disponibles sur le site www.statista.com et reportés en annexe).

En résumé, les réseaux sociaux préférés des adolescents (2020 - USA) sont les suivants²² : Snapchat (34%), TikTok (29%), et Instagram (25%).

Ils ont également une forte présence sur YouTube (77% des internautes entre 15 et 25 ans utilisent Youtube²³) et sur Twitch (37,8% des utilisateurs de Twitch ont entre 10 et 19 ans²⁴).

Au vue de ces chiffres, nous prévoyons de nous adresser à notre cœur de cible principalement sur ces réseaux. Il est à noter que TikTok est un médium encore peu utilisé dans le jeu vidéo, mais sa croissance auprès des adolescents n'est pas négligeable et justifie le fait de s'en servir comme canal de communication.

Cibles secondaires et tertiaires

La communication de notre équipe autour du *Voyage de Salto et Drogo* a également pour but de s'adresser à une cible secondaire plus âgée : les joueurs entre 18 et 25 ans.

Cette tranche d'âge est, elle aussi, sujette à de nombreux changements, notamment avec les questions d'orientation post-bac et de réorientation, ainsi qu'avec une personnalité encore en plein développement²⁵. Par ailleurs, leur présence sur les réseaux sociaux est proche de celle des 13-18 ans, ce qui implique finalement que notre message peut dans un premier temps les atteindre, puis les toucher au même titre que les adolescents.

Pour aller plus loin, nous avons aussi déterminé une cible tertiaire : les joueurs entre 25 et 30 ans. Ils ont en effet une présence très forte sur Twitch et YouTube (cf annexes), et peuvent donc eux aussi être atteints par notre jeu. Cependant, notre intention sera moins pertinente pour une portion non négligeable de ces joueurs, car plus stable et moins en proie aux changements. Certains joueurs de cette tranche d'âge pourront être sensibles à notre direction artistique et notre message et seront susceptibles d'acheter notre

jeu, mais il est probable qu'ils soient plus marginaux.

Afin d'augmenter nos chances d'atteindre nos cibles secondaires et tertiaires, nous comptons également communiquer sur le réseau social Reddit. Notre présence sur Reddit arrivera plus tard dans notre scope (ouverture du compte prévue en janvier 2022, avant la sortie du jeu), et sera moins constante que sur les autres réseaux, car notre cœur de cible a une préférence moins marquée pour celui-ci. Nous nous adresserons ici davantage aux développeurs et joueurs plus portés sur les questions techniques à propos du développement et des améliorations futures de notre jeu. Les 20-30 ans ont en effet une forte présence sur Reddit²⁶, et le suivi de développement de jeux indépendants se fait essentiellement via ce réseau social. Enfin, nous entretiendrons également notre communauté sur Discord, réseau possédant une très forte croissance ces dernières années²⁷. Cette plateforme nous permettra, au même titre que Reddit, d'avoir des discussions autour de notre jeu avec cette fois plus d'interactivité.

²¹ Pour rappel, notre intention est de porter le message suivant : il est possible de surmonter un changement grâce à la confiance en l'autre et grâce à la confiance en soi en nous appuyant sur nos propres atouts.

²² Annexes F - Réseaux sociaux préférés des adolescents en 2020

²³ Annexes F - Utilisateurs de YouTube par âge en 2020

²⁴ Annexes F - Utilisateurs de Twitch par âge en 2020

²⁵ https://fr.wikipedia.org/wiki/Psychologie_de_1%27adolescent

²⁶ Annexes F - Utilisateurs de Reddit par âge en 2020

²⁷ <https://www.businessofapps.com/data/discord-statistics/>

Persona
Kenza

KENZA

14 ans
Collégienne
Lyon



Profil
Réservée
Sur la défensive
"Dans la lune"
Joyeuse



Lire (Pierre Bottero),
Écrire (des nouvelles)
Dessiner (sur des carnets)
Son hamster "Cookie"



Switch (Animal Crossing)
Mobile (Sky : Children of the light)



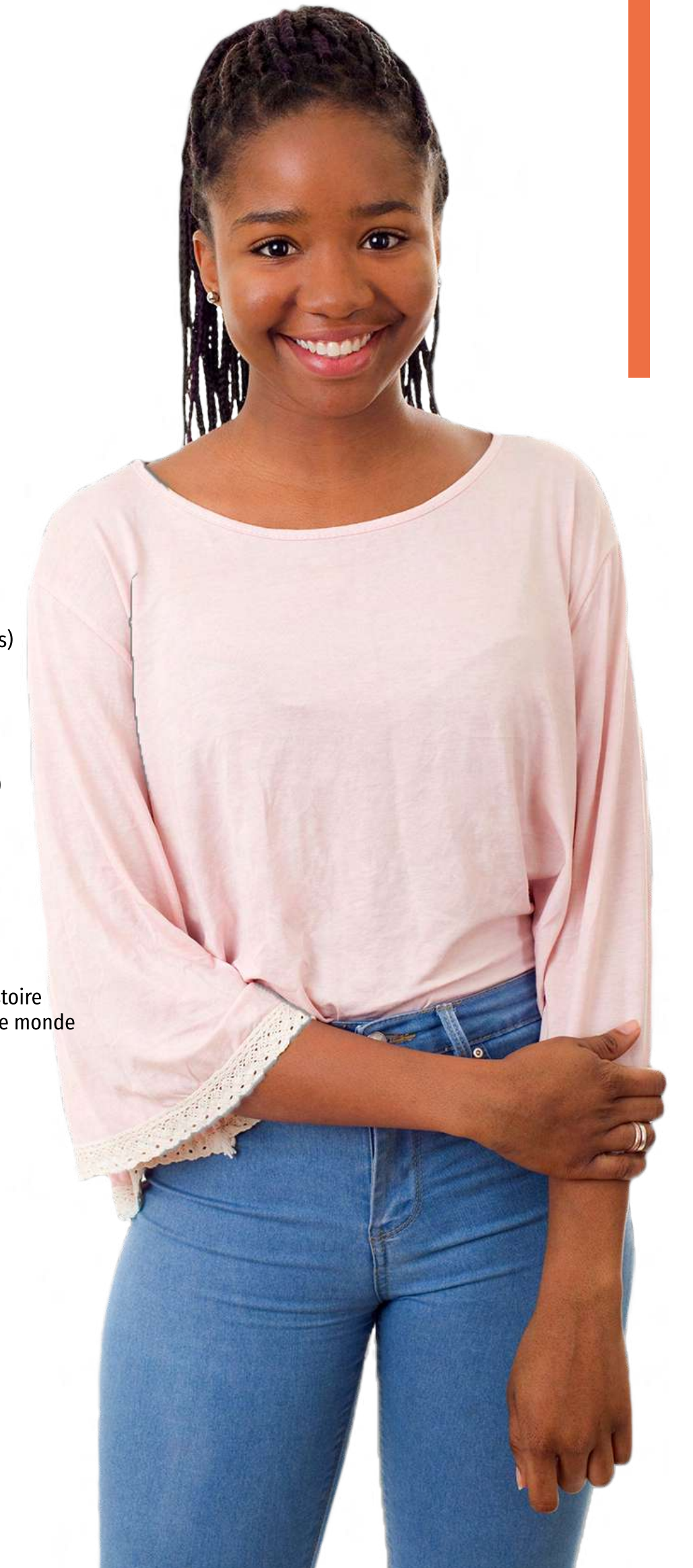
Attentes du jeu
S'immerger dans une histoire
S'échapper dans un autre monde



Motivation à l'achat
La direction artistique



Contact avec le jeu
Pub Youtube
Pub Instagram
Pub SnapChat
Nintendo eShop



6. STRATÉGIE MARKETING

Charlotte

Pertinence vis-à-vis de la crise sanitaire due à la COVID-19

Malgré un très grand nombre d'annulations d'évènements liés au jeu vidéo (conventions, salons, compétitions...), le secteur du jeu vidéo se porte particulièrement bien depuis le début de la pandémie.

Les ventes ont augmenté en raison du confinement, car la population se servait du jeu vidéo comme passe-temps. Selon le NPD Group aux États-Unis, les ventes de jeux vidéo en mars 2020 étaient plus élevées de 34% par rapport à mars 2019. Cette augmentation est particulièrement exceptionnelle sachant que l'on se rapprochait de la nouvelle génération de consoles²⁸. En juillet 2021, les ventes totales dans le jeu vidéo en hardware et software aux États-Unis étaient estimées à 6,6 milliards d'euros, somme la plus importante depuis 2010²⁹.

Plus précisément, on note l'explosion des ventes de la Nintendo Switch grâce au jeu *Animal Crossing*, poussant l'entreprise à augmenter les prix de sa console suite à la trop forte demande.

Cette dernière information est particulièrement intéressante pour *Le Voyage de Salto et Drogo*, car ce dernier ne s'adresse pas qu'aux joueurs avérés et fans de jeux vidéo. La population possédant une Nintendo Switch étant en pleine expansion et notre jeu ayant pour but d'être proposé sur cette plateforme, nous pourrions plus aisément pousser des joueurs occasionnels à l'acheter.

Localisation

Le Voyage de Salto et Drogo vise un marché international, et plus précisément le marché occidental.

Nous proposons donc dans un premier temps une version en anglais en plus de la version originale en français.

Il est par ailleurs à noter que le marché que nous ciblons représente près de 50% du marché global du jeu vidéo³⁰. Nous souhaitons nous focaliser sur cette part de marché et non sur sa totalité car notre jeu traite de thématiques que nous estimons proches des mœurs européennes et américaines. Nous ne sommes pas familiers avec celles des adolescents en Orient, qui peuvent être très différentes des nôtres, c'est la raison pour laquelle nous n'avons pas pour objectif premier de nous adresser à eux.

Ainsi, après la sortie de notre jeu et si nos recettes nous le permettent, nous souhaitons proposer des versions du *Voyage de Salto et Drogo* en Allemand, Espagnol, et Portugais du Brésil, langues fortement parlées en occident.

²⁸ Sorties de la PlayStation⁵ de Sony et de la Xbox Series X de Microsoft, prévues fin 2020.

²⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_the_video_game_industry

³⁰ Annexes F

B - IDENTITÉ VISUELLE

Blandine

Afin d'être reconnu sur le marché du jeu vidéo et de pouvoir communiquer autour de notre projet, nous avons créé l'identité visuelle de notre jeu. Avoir un logo et une charte graphique nous rend plus crédible auprès des professionnels, mais nous permet aussi d'être facilement identifiable auprès de notre communauté.

Le logo que nous avons créé raconte nos intentions de jeu. Le loup englobe le renard, reflétant ainsi son caractère réfléchi et protecteur. Le renard, lui, est en mouvement et va de l'avant, ce qui renvoie à sa nature vive et curieuse. Les deux animaux se regardent et sont à l'écoute l'un l'autre.

Nous nous sommes inspirés des paysages du nord de l'Europe et de l'Amérique pour constituer l'univers du jeu. C'est pourquoi nous avons choisi la typographie *BilboINC* (fonderie Velvetine) comme typographie de titrage, car elle nous évoque des caractères nordiques et l'alphabet runique par sa forme allongée et ses diagonales caractéristiques.

Les trois couleurs choisies pour la charte font références aux trois principaux protagonistes du jeu : le bleu pour Drogo le loup, l'orange pour Salto le renard et le jaune pour les coyotes.

TYPOGRAPHIE DE TITRAGE

BilboINC

Typographie de texte courant

Fira Sans Condensed



6. STRATÉGIE MARKETING

C - STRATÉGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication de notre jeu *Le Voyage de Salto et Drogo* s'articule autour de nos périodes de production du jeu, et s'organise en sept étapes clefs. L'ensemble de notre projet est organisé sur un scope d'une année, du lancement du projet le 8 février 2021 à la sortie du jeu prévue le 24 février 2022.

Notre stratégie de communication est en accord avec notre planning de production, mais aussi avec les événements du calendrier qui pourraient avoir un impact sur notre stratégie (emplois du temps des membres de l'équipe, dates de festivals ou de conférences, vacances scolaires, périodes de soldes...).

Site web

Dans la foulée de la création de nos réseaux sociaux, nous demanderons à notre community manager (formé à la gestion d'un site web) de tenir une homepage Wordpress de notre jeu. Cette page nous permet une mise en avant du jeu dans le référencement Google ; nous prévoyons d'ailleurs d'augmenter cette visibilité en installant des plugins SEO.

Nous allons réserver le nom de domaine [nightlight.com](https://www.nightlight.com) (aujourd'hui disponible). Nous ajouterons un sous-domaine spécifique à notre jeu, pour obtenir l'adresse suivante : <https://www.levoyagedesaltoetdrogo.nightlight.com>. Notre community manager aura la charge de surveiller les statistiques des visites du site et d'interaction avec les internautes sur nos réseaux sociaux, notamment en utilisant des outils web comme Google Analytics.

Notre site nous permettra de centraliser l'ensemble de nos informations. On y retrouvera notamment la page d'accueil et la boutique en ligne (où l'on pourra par exemple vendre les éditions physique du jeu ou des goodies quand ils existeront), ainsi qu'un **press kit** et tous les liens vers nos réseaux sociaux. Un

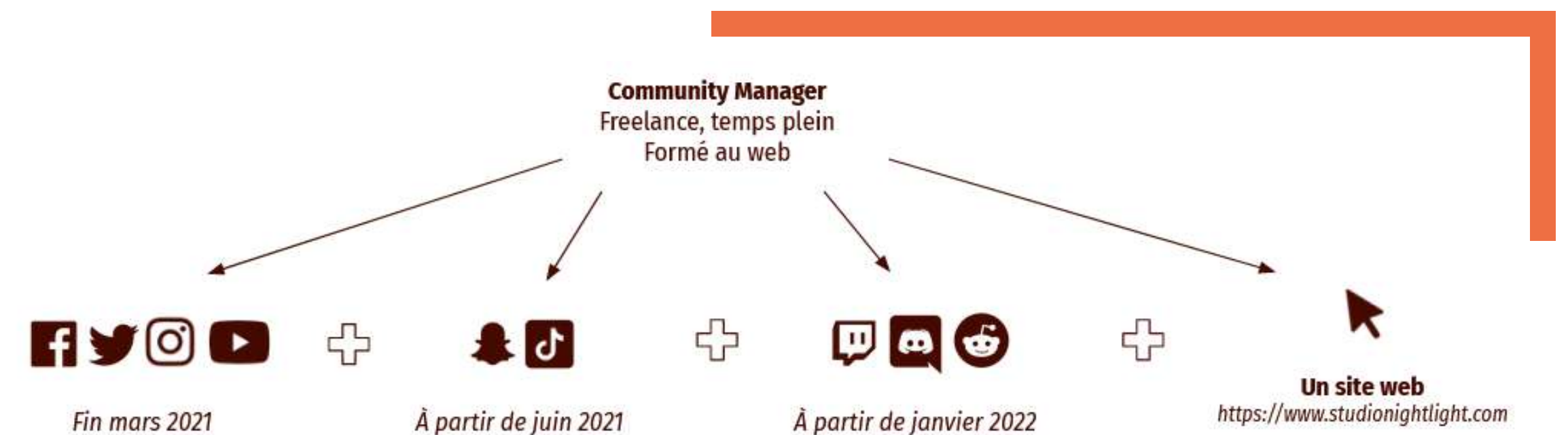
onglet pourra être ajouté pour recenser les interviews et articles nous concernant, et nous pourrons prévoir un formulaire de rapport de bugs où les utilisateurs pourront nous prévenir des problèmes techniques rencontrés en jouant.

Les internautes pourront nous contacter à l'adresse suivante : contact@nightlight.com.

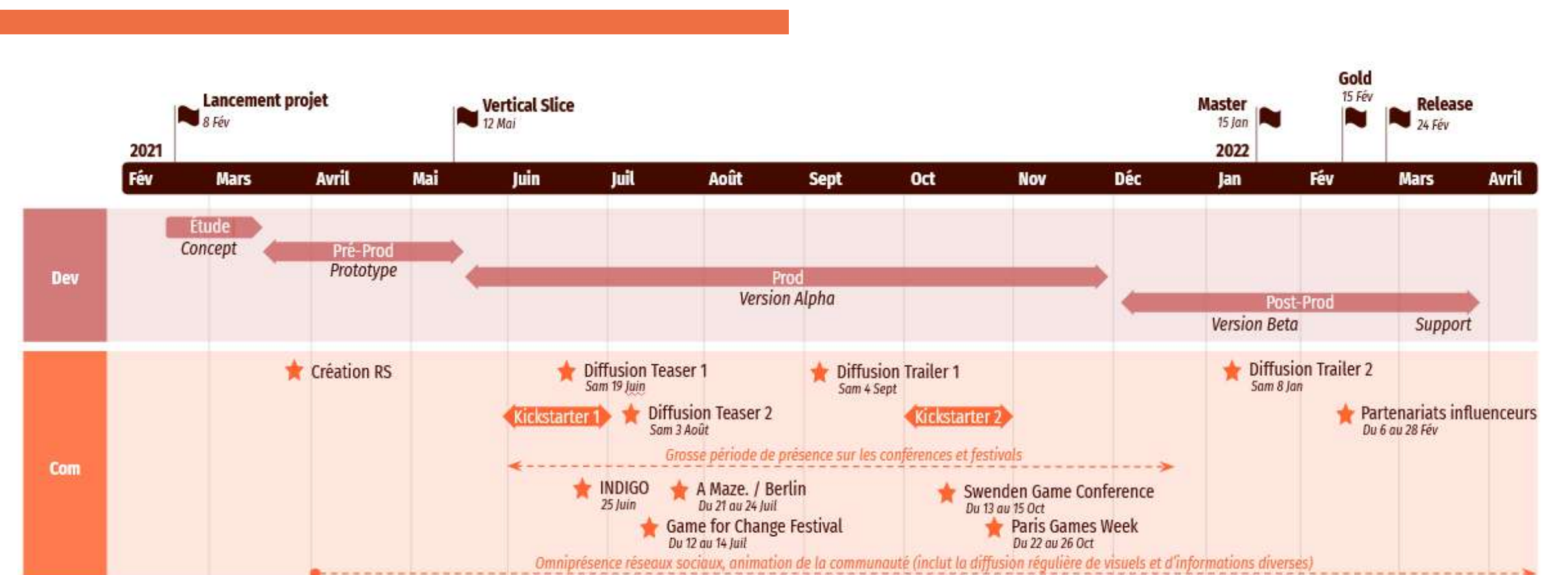
Homepage
Site web du jeu



Création des réseaux sociaux



Plannings de développement et de communication



6. STRATÉGIE MARKETING

La stratégie de communication via nos réseaux sociaux est primordiale pour toucher notre cible. C'est pourquoi nous avons décidé d'embaucher un community manager pour assurer la continuité et la cohérence de nos posts. En fonction de nos besoins, nous prévoyons dans un premier temps de l'embaucher à mi-temps, puis à temps plein à partir de juin 2021.

Réseaux sociaux

Objectifs : créer, fédérer et consolider notre communauté

Destination : coeur de cible, cibles secondaires, investisseurs

Premier temps fin mars 2021

L'ouverture des comptes **Facebook**, **Instagram**, **Twitter** et **YouTube** @NightLight est prévue pour le samedi 20 mars 2021. Ces comptes permettent de parler du studio au-delà du projet du *Voyage de Salto et Drogo*, et contribuent à augmenter la notoriété du studio pour de futurs projets. Ces comptes permettent de centraliser toutes les informations et activités de Night Light Studio, et serviront de comptes administrateurs des pages spécifiques des futurs projets du studio.

Dès le samedi 27 mars seront créées les pages **Facebook**, **Instagram** et **Twitter** @Salto&Drogo qui nous permettront de communiquer spécifiquement sur notre jeu et de rester en contact permanent avec nos communautés.

Un rendez-vous hebdomadaire

Dès leur création, nous aurons à cœur d'être omniprésents sur nos réseaux sociaux, en les animant

avec un post par semaine afin de partager des images et/ou vidéos de notre jeu pour attiser la curiosité de notre nouvelle communauté.

Ces posts réguliers nous permettront de montrer des images du jeu, de parler de l'univers graphique, de nos intentions sonores, de nos avancées de développement, de nos inspirations... Nous communiquerons aussi autour des événements auxquels nous comptons assister, à propos des concours que nous organiserons, comme les fan-art par exemple, ou encore en re-partageant des articles ou interviews nous concernant. Nous remercierons aussi régulièrement notre communauté de leur soutien dans cette aventure. Ces publications prendront la forme de posts sur Facebook et Twitter, et de stories sur Instagram, le feed Instagram étant exclusivement réservé aux images et vidéos du jeu.

En plus de ces posts hebdomadaires, nous rajouterons deux posts mensuels spéciaux.

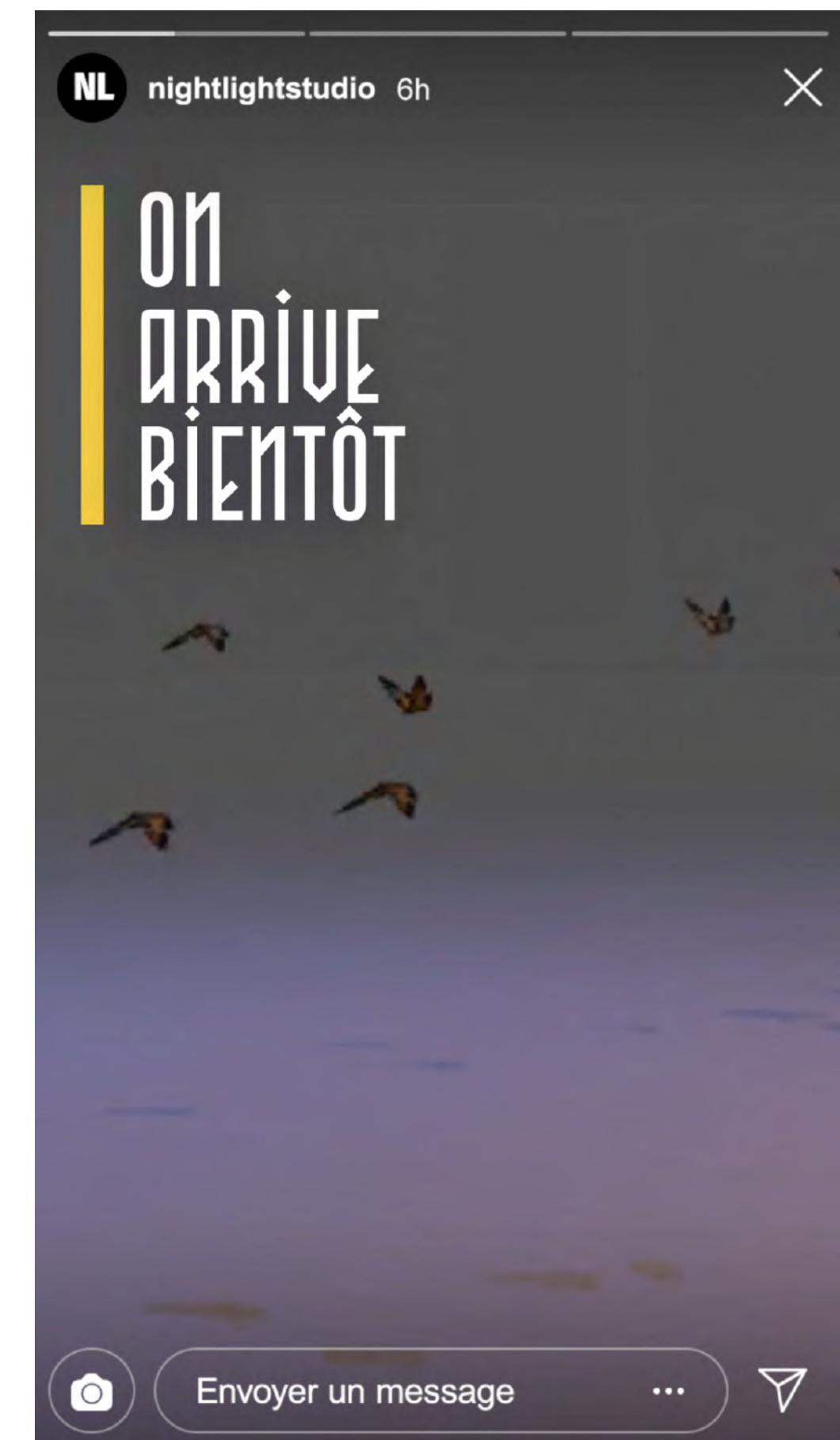
Nous souhaitons jouer sur la complémentarité de nos deux personnages au travers même de notre communication. Nous donnerons donc l'habitude à notre communauté de recevoir un post concernant Salto les soirs de nouvelle Lune et un post à propos de Drogo les soirs de pleine Lune. Ces posts dévoileront petit à petit les caractères des deux personnages, ce qui les rendra attachants auprès de la communauté.

Deuxième temps à partir de juin 2021

Diffusion sur d'autres réseaux sociaux via des publicités sponsorisées, sur **YouTube** (hors compte), **Snapchat** et **TikTok**.

À cette période de production du jeu, ces plateformes nous permettront de diffuser nos films publicitaires afin

Exemples stories animées Instagram



6. STRATÉGIE MARKETING

d'atteindre directement notre cœur de cible (les 13-18 ans), très présent sur ces réseaux sociaux. À terme, nous pourrions prévoir la création de nos comptes sur ces plateformes et créer des contenus spécifiques à ces réseaux sociaux, comme des filtres "oreilles de renard" sur Snapchat, ou des challenges #FoxOrWolf sur TikTok.

La page Youtube du studio permettra de poster l'ensemble de nos films publicitaires (teaser, trailer...), mais aussi des vidéos de gameplay et des devblogs vidéo.

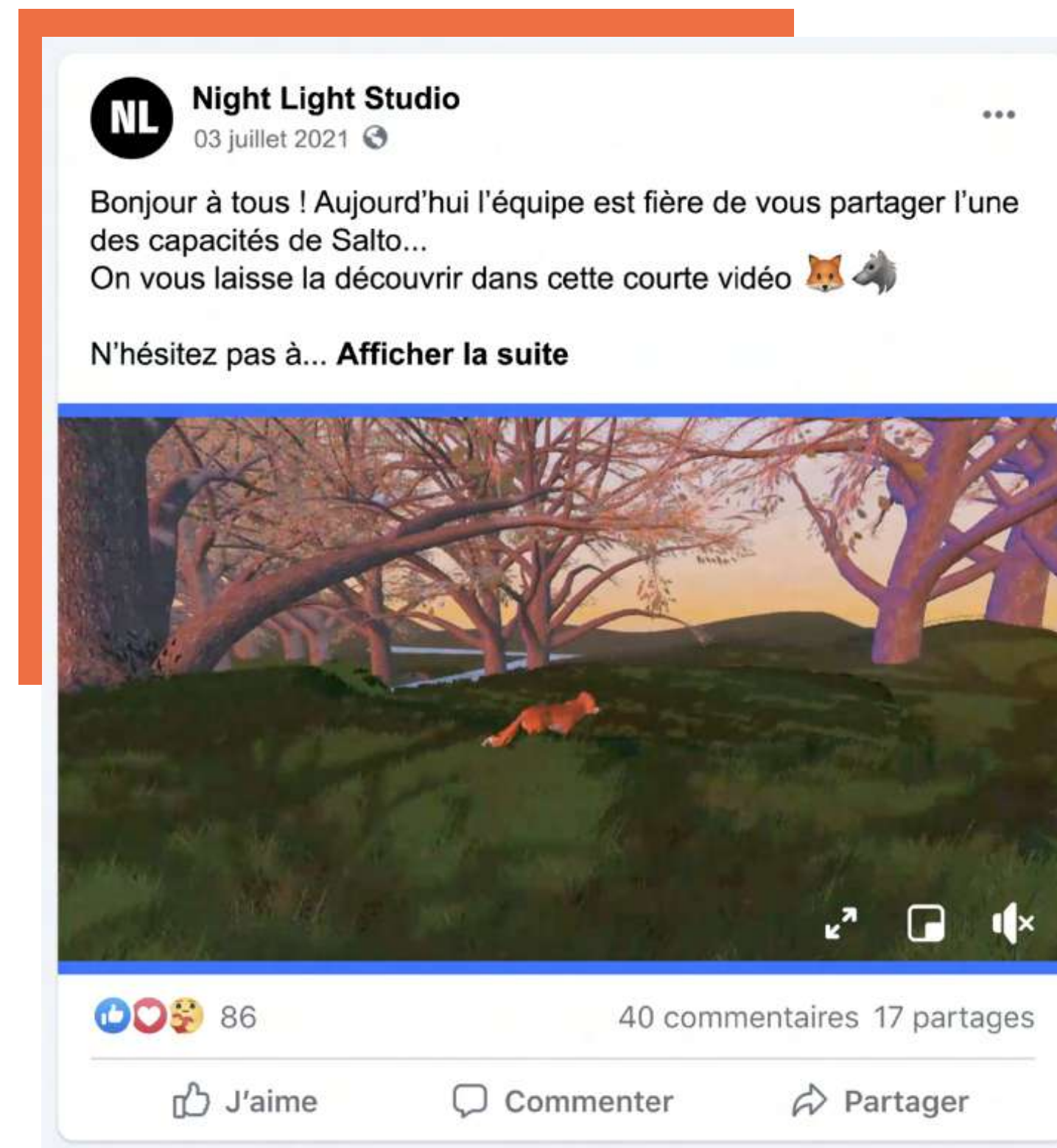
Troisième temps janvier 2022

Création du compte **Twitch** du studio, et des serveurs **Discord** et **Reddit** pour le jeu, qui visera davantage notre cible secondaire (18-25 ans).

Ces nouvelles plateformes de communication nous permettront de :

- discuter des mécaniques de lore et du jeu
- retrouver des liens utiles à la communauté (notamment pour participer aux concours)
- permettre à l'équipe de parler et d'interagir directement avec la communauté
- avoir des retours et feedbacks sur notre jeu
- être averti des bugs ou problèmes techniques par la communauté
- parler de renard, de loup et de coyote

Exemple post Facebook



Exemple stand évènementiel de présentation du jeu



6. STRATÉGIE MARKETING

Kickstarter

Objectifs : capter les investisseurs, consolider notre communauté

Durée : 4 semaines, du 31/05/2021 au 27/06/2021

Destination : investisseurs, joueurs désireux de participer à la réalisation du projet

Diffusion : via la plateforme Kickstarter, avec relais sur nos réseaux sociaux

Message à transmettre : participez à la réalisation de notre jeu en nous aidant à le financer.

Le kickstarter est un financement participatif permettant de récolter des fonds pour notre jeu (pour financer des achats divers : matériels, licences et assets notamment). D'une durée de quatre semaines au mois de juin, notre objectif sera d'atteindre les **26 000 €** de cagnotte (ces 26 000 € représentent 10% de notre budget total de jeu).

Ce kickstarter s'adresse directement aux investisseurs, mais aussi aux joueurs désireux de participer à la réalisation du projet d'un nouveau studio de jeux vidéo indépendant. Mais plus qu'un outil permettant de récolter des fonds pour financer notre jeu, le kickstarter est avant tout un outil marketing pour faire parler du projet. Il permet aussi un sondage monétaire participatif, ce qui nous permettra de juger de l'implication de notre communauté trois mois après le lancement de nos réseaux sociaux. Enfin, ce kickstarter nous permettra d'asseoir une relation de confiance avec notre public, qui pourra s'appuyer sur notre dossier de conception pour vérifier que nous faisons tout notre possible pour que le jeu voit le jour.

À l'occasion de ce kickstarter, nous dévoilerons le pitch du jeu, mais aussi des images de gameplay dans une première démo. Les différents contributeurs

recevront des récompenses proportionnelles au montant versé²⁹.

En fonction du succès du kickstarter de juin, nous pourrions prévoir, ou non, un deuxième kickstarter en octobre. À ce moment-là de nombreux éléments auront été développés, ce qui attirera sûrement de nouveaux investisseurs. Ce deuxième kickstarter aura aussi pour but de relancer notre communication durant la période de conférences et festivals auxquels nous prévoyons de participer.

Demande de subventions CNC

Pour financer le jeu, nous allons faire une demande de subventions auprès du CNC. D'un point de vue marketing, si nous obtenons une aide, nous pourrions mettre la mention "avec le soutien du CNC" et son logo sur nos teasers et nos trailers, ce qui peut constituer un argument d'achat chez certains consommateurs, comme les parents de notre cible par exemple.

Teaser 1 & 2

Objectifs : interpeller la cible, consolider la communauté

Date : teaser 1 le 19/06/21, teaser 2 le 03/07/21

Destination : coeur de cible

Diffusion : pub ciblée et sponsorisée, sur Youtube, Snapchat, TikTok, avec relais sur nos réseaux sociaux

Message à transmettre : découvrez l'univers et la direction artistique de notre jeu.

Nos teasers, d'une durée maximale de trente secondes chacun, auront pour objectif d'interpeller directement notre cœur de cible et de jouer sur le mystère autour du jeu, en annonçant notamment une date de sortie vague, "début 2022".

Ils mettront en avant la direction artistique du jeu, en montrant des images du paysage 3D, mais ne devront pas dévoiler la trame narrative ni les mécaniques de gameplay.

Nous allons une fois de plus utiliser la complémentarité de nos personnages comme fil rouge de notre campagne. Le premier teaser (qui sortira mi-juin pour permettre de relancer le kickstarter), nous donnera à voir un paysage boisé et un premier indice sur la présence de Salto. Le deuxième teaser (qui sortira 2 semaines plus tard pour clôturer le kickstarter et remercier les participants), reprendra sensiblement les mêmes plans, mais dans un paysage montagneux, et en montrant cette fois-ci une meute de loup qui court.

Gameplay trailer 1 & 2

Objectifs : communiquer sur l'intention du jeu, annoncer la date de sortie officielle

Date : trailer 1 le 04/09/21, trailer 2 le 08/01/22

Destination : coeur de cible, cible secondaire, médias et presse

Diffusion : pub ciblées et sponsorisée, sur Youtube, Snapchat, TikTok, Nintendo eShop, Steam Store, avec relais sur nos RS

Message à transmettre : laissez-vous attendrir par l'histoire de deux personnages complémentaires et découvrez le concept de notre gameplay.

Le premier gameplay trailer sortira pour la rentrée de septembre 2021. D'une durée de 1 minute 40 maximum, il annoncera pour la première fois la date de sortie officielle du jeu, prévue pour le 24 février 2022. Le trailer appuiera nos intentions de jeu, en nous en dévoilant davantage sur la narration, et les mécaniques de gameplay deviendront plus concrètes. Le rôle de ce trailer sera avant tout de transmettre des émotions à

notre cœur de cible, pour lui donner envie d'acheter le jeu ou de se le faire acheter.

Sortir ce premier trailer début septembre nous permettra aussi de faire parler de nous et de toucher les médias et la presse. Nous préparons ainsi le terrain pour les conférences et les festivals de la rentrée auxquels nous prévoyons de participer.

Le deuxième trailer sortira plus tard, début janvier 2022. Ce choix nous permet d'éviter les périodes de soldes de fin d'année, comme le BlackFriday ou encore les grosses sorties des AAA au moment des fêtes. Notre jeu indépendant ne ferait en effet pas le poids face à ces concurrents et notre communication serait noyée dans le flux d'informations de ces fortes périodes de consommation. Ce trailer rappellera la date de sortie, de plus en plus proche et dévoilera de nouvelles images aux spectateurs.

²⁹ Annexe E

6. STRATÉGIE MARKETING

Conférences et festivals

Objectifs : faire parler du jeu, faire tester le jeu, aller à la rencontre du public

Destination : joueurs festivaliers, cible secondaire, médias et presse

Période : dès avril 2021, avec une assiduité accrue entre juin et décembre 2021

Message à transmettre : venez nous rencontrer et tester notre jeu en avant-première.

Dès avril 2021, nous ferons en sorte de participer à des événements pour faire parler de nous (prise de contact avec les journalistes spécialiste de chaque événement) et de notre jeu, mais c'est avec une assiduité accrue que nous participerons autant que possible à des conférences et des festivals à partir de septembre. La crise sanitaire nous empêche de nous projeter aujourd'hui sur des événements en présentiel, nous nous préparons donc autant à des événements physiques qu'à des visioconférences.

Les festivals et les conférences sont l'occasion pour nous d'aller directement à la rencontre du public et de faire tester la version alpha, voire bêta du jeu. Ces playtests, orientés game feel, nous aideront à améliorer notre jeu en le confrontant à un panel de joueurs très variés. Ces événements nous permettront aussi de discuter avec des professionnels du métiers du jeu vidéo et de nous faire repérer par certains médias³².

Relations médias et influenceurs

Objectifs : augmenter la visibilité du jeu au moment de sa sortie, bénéficier de la notoriété des influenceurs

Destination : coeur de cible, cible secondaire, médias et presse

Diffusion : prioritairement Twitch et Youtube

Période : à partir de fin janvier, d'au moins trois mois

Message à transmettre : achetez notre jeu.

Le moment de la sortie du jeu doit être le moment où l'on entendra le plus parler de nous. C'est pourquoi nous prévoyons de faire appel à des influenceurs avec qui nous aurons déjà pris contact fin 2021. Ces influenceurs pourront tester le jeu et partager leurs réactions auprès de leur communauté respective, et sur leurs différents réseaux sociaux³³.

Notre jeu leur sera envoyé en avant-première afin que les influenceurs puissent les streamer sur leurs plateformes favorites (Twitch et Youtube notamment). Les influenceurs pourront également proposer des codes promos à gagner à leur communauté ou des liens de téléchargement d'éléments bonus pour le jeu.

Nous lancerons à ce moment-là la page **Twitch** du studio, ainsi qu'un serveur **Discord** et **Reddit**. Ces nouvelles plateformes de communication nous permettront de :

- discuter des mécaniques de lore et du jeu
- retrouver des liens utiles à la communauté (notamment pour participer à nos concours)
- permettre à l'équipe de parler et d'interagir directement avec la communauté
- avoir des retours et feedbacks sur notre jeu
- être avertie des bugs ou problèmes techniques par la communauté
- parler de renard, de loup et de coyote (format AMA : "Ask Me Anything")

C'est aussi au moment de la sortie du jeu que nous proposerons d'autres actions marketing, toujours à destination de notre coeur de cible, comme par exemple une lens "oreilles de renard ou oreille de loup" sur

Snapchat, un filtre "Plutôt Salto ou Drogo ?" sur Instagram ou un challenge #FoxOrWolf sur TikTok.

Nous pourrions aussi prévoir des partenariats avec la Nintendo Switch, par exemple proposer des fonds d'écran pour personnaliser l'écran d'accueil de la Switch ou pouvoir écouter la soundtrack du jeu, à retrouver et acheter sur le Nintendo eShop.

Comme la nature et les animaux sont au cœur de notre jeu, nous pourrions mener des actions en lien avec la protection des espaces naturels et des animaux, pourquoi pas en parrainant un loup et un renard, ou en soutenant des organisations (la SPA ou le Réseau École et Nature). Ces démarches vont de paire avec les valeurs de Night Light Studio et font écho aux attentes de la Gen Z.

Et après ?

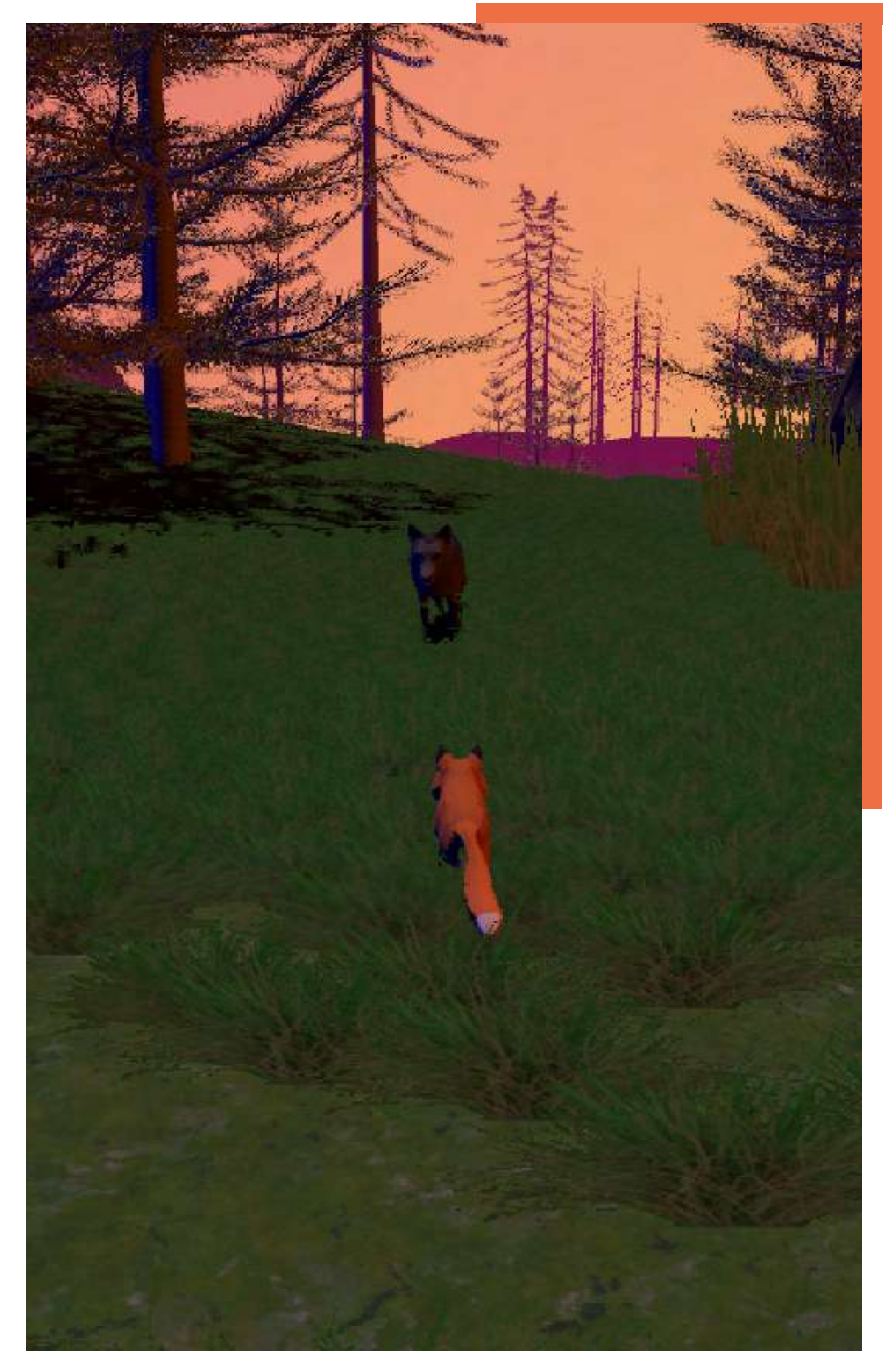
Une fois le jeu sorti, l'animation des réseaux sociaux devra continuer. En plus de rester présent auprès de notre communauté et d'être à l'écoute des potentiels problèmes et points d'amélioration relevés, nous pourrions prévoir d'autres actions dont voici quelques pistes :

- ouverture boutique en ligne avec divers goodies (affiches, peluches, t-shirt...)
- annonce d'ajout de nouvelles langues à notre jeu (Allemand, Espagnol, Portuguais, Brésil)
- continuer à organiser des concours de fan-art pour faire gagner des codes promos
- corrections de bugs et amélioration du jeu
- lancement de pack physique/coffret en édition limitée...

³² Annexe E

³³ Annexe E

Salto et Drogo, la rencontre
Capture d'écran de l'environnement 3D





ANNEXES

ANNEXES

A. PLAYTESTS

Intention de test

Ce test nous a permis de mettre à l'épreuve de la réalité le prototype de notre jeu et ainsi de valider ou invalider les fonctionnalités cœurs de celui-ci.

Il nous permet aussi de vérifier les intentions premières de notre concept de jeu, c'est à dire :

Faire passer un message aux adolescents : "Il est possible de surmonter un changement grâce à la confiance aux autres dans l'entraide et grâce à la confiance en soi en nous appuyant sur nos propres atouts".

Le test a été réalisé dans des conditions réelles et avec des joueurs représentatifs de notre cœur de cible, les adolescents, ce qui a permis de récupérer des données pertinentes.

Protocole de test

Les raisons de l'existence du test ?

- Vérifier que le message soit bien passé
- Vérifier la compréhension, l'appréciation et le ressenti des joueurs
- Identifier les frictions

Quand : Mardi 13 avril

Version du jeu : V1, fonctionnalités cœurs permettant d'avoir un parcours utilisateur couvrant la vertical slice

Nombre de testeurs : 6

Avec qui : Cœur de cible, des adolescents de 14 à 18 ans

Moyens mis en œuvre pour récolter les retours :

- Étude du profil (déjà rempli lors de la sélection via le questionnaire de sélection³⁴)
- Texte d'accueil du testeur : feuille de route des modérateurs
- Observations : prises de notes pendant le test³⁵
- Entretien oral post-test
- Questionnaire post-test en autonomie³⁶

Durée du test : 30 minutes par personne

Matériel nécessaire :

- Ordinateur (jeu et questionnaire)
- Matériel de prises de notes pour l'observation
- Enregistrement vidéo

Ci-contre le découpage d'un playtest.

³⁴https://docs.google.com/forms/d/1VK_0tjwx3PK1uo87WZUoU5U3loqE_DYmCJQgYibKWU/prefill

³⁵<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jKdHys4Q10UTj7hij-BuemPy3gPPUdblzp9AKSfznE/edit#gid=1053614668>

³⁶https://docs.google.com/forms/d/1iPPaYQPu5xldcgj8rpA-d4zRJK03cs2U3_6_N-QxDs/prefill

Découpage du playtest

ETAPES	TEMPS	DESCRIPTIONS	DOCUMENT NÉCESSAIRES
Préparation	2 minutes	Accueil, réglage caméra, micro, lancement de l'enregistrement vidéo	
présentation de l'histoire	3 minutes	1. Présentation de l'histoire 2. lancement du jeu	feuille de route
test du jeu	15 minutes	test du jeu + observation en parallèle + arrêt de l'expérience au bout de 15 min	prise de notes
entretien oral	10 minutes	entretien + donner le questionnaire post-test à remplir par l'utilisateur en autonomie + passer au joueur suivant	1. Entretien 2. questionnaire post-test

N°	Appareil	Âge	Type de jeu fréquemment joué	fréquence de jeu	jeu préféré
1	Ordinateur, Switch, PlayStation, ds, wii	14	Action Aventure Plateformier Simulation	Plusieurs fois par semaines	Animal Crossing : on peut créer le monde de nos rêves tout en s'amusant, c'est un peu comme une "deuxième vie" et idéal pendant le confinement, on peut laisser place à notre imagination
2	Ordinateur, PlayStation	17	Action Aventure Jeux compétitifs Moba	Plusieurs fois par semaines	Zelda pour tous ces opus ainsi que l'écriture des personnages.
3	Ordinateur, Switch, PlayStation	14	Action Aventure -simulation MMORPG - Moba Plateformier - Sport Jeux compétitifs - Puzzle game	Plusieurs fois par jours	Skyrim car il y a toujours quelque chose à faire et sont univers me plaît
4	Ordinateur, Ps4	16	Action Aventure Gestion Jeux compétitifs	Plusieurs fois par jours	Minecraft et les jeux d'explorations (spatial) car cela me permet d'entrer dans un autre univers et de me faire voyager/rêver et de faire des chose qu'on ne peut pas il
5	PlayStation	15	Jeux compétitifs Moba Puzzle Game	Plusieurs fois par semaines	Minecraft car les possibilités de création sont infini et le jeu n'est jamais terminé, il y a toujours quelque chose à faire
6	Ordinateur, PlayStation	14	Action Aventure Role Playing Game MMORPG	Plusieurs fois par jours	Zelda breath of the wild , car c'est un free World et le jeux est très bien fait

Testeurs sélectionnés

Les participants sélectionnés pour le test ont été recrutés à partir d'un formulaire partagé sur nos réseaux respectifs. Comme il s'agissait pour la plupart de jeunes de moins de 18 ans, les candidats ont fait remplir un accord parental à leurs parents, pour pouvoir participer au test.

La moitié d'entre eux jouent plusieurs fois par jour et plusieurs fois par semaine.

4/6 personnes ont cité des jeux d'aventure/exploration comme jeu préféré (*Zelda* (2/6) et *Minecraft* (2/6)), ce qui correspond à notre cible. Les participants étaient donc familiers avec les mécaniques proposées dans notre jeu : se déplacer dans un environnement 3D, suivre une trace pour chasser, déplacer des objets, résoudre des puzzles, etc.

Profil des joueurs

ANNEXES

Hypothèses

Afin de pouvoir vérifier notre intention d'expérience nous avons défini ensemble des hypothèses en fonction des caractéristiques du jeu. Chaque hypothèse appartient à une catégorie et est numérotée en fonction d'un ordre d'importance ; voir le schéma de cette page.

Appréciation

2 - Les déplacements dans le monde permettent-ils au joueur de profiter de la DA visuelle, de l'environnement méditatif ?

9 - Est-ce que l'interaction/le gameplay est agréable à jouer ?

Ressenti (intention d'expérience)

1 - Est-ce que l'histoire fait naître chez le joueur un questionnement introspectif ?

3 - L'interaction (les déplacements) permet-elle de faire éprouver au joueur un état introspectif (à travers la mise en scène in game, les espaces contemplatifs) ?

6 - Est-ce que l'esthétisme permet au joueur de s'engager dans l'interaction ?

8 - L'aspect ludique (puzzle) peut-il de faire éprouver au joueur un état introspectif ?

Compréhension

4 - Est-ce que les phases de dialogues permettent au joueur de comprendre le message du jeu ?

5 - À travers le gameplay, est-ce que le joueur a conscience de la divergence des expériences entre les personnages ?

7 - Est-ce que le gameplay (et la résolution de puzzle) permet de faire comprendre au joueur un élément narratif repris dans les dialogues ?

Données récoltées

Afin de pouvoir répondre à ces hypothèses, nous avons défini un certain nombre de questions permettant d'obtenir des données variées.

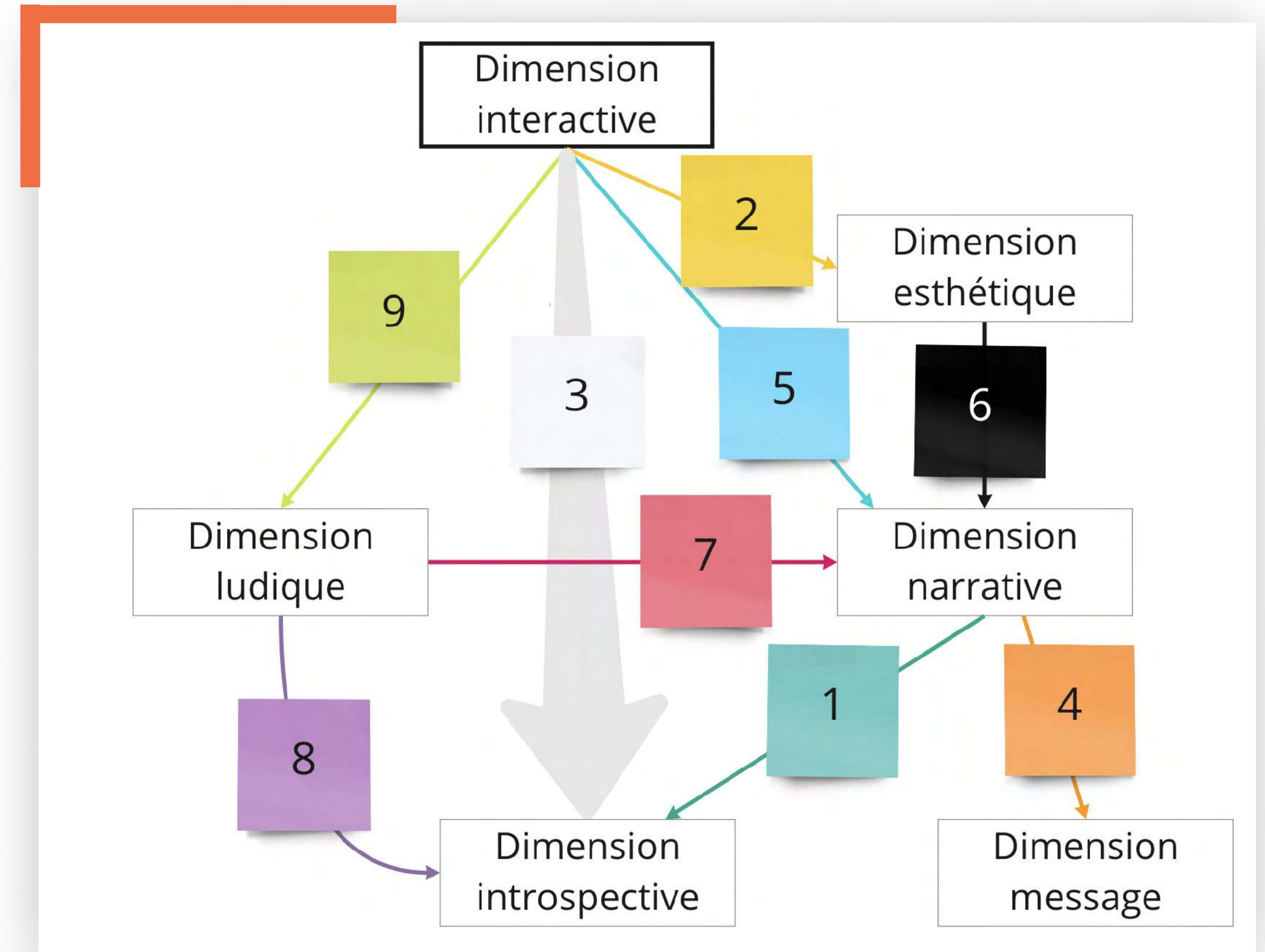
Un questionnaire à remplir par le testeur en autonomie, pour éviter de biaiser son jugement, avec :

- Des questions portées sur l'appréciation du jeu grâce à une échelle de 0 à 4 (**quantitative**)
- Des questions portées sur la compréhension du jeu grâce à des questions ouvertes concernant des éléments factuels du jeu (**qualitatives**)

Un entretien oral post-test, avec :

- Des questions ouvertes portées sur les ressentis du joueur vis-à-vis de son expérience de jeu (**qualitatives**)

Relation des dimensions dans notre jeu



Déroulé de la passation

Condition de test

Grâce au protocole de test, nous avons respecté chaque étape à la lettre. Nous avons accueilli les testeurs à distance via Google Meet en prenant soin de leur demander d'allumer leur caméra et leur micro.

Nous avons rencontré des problèmes techniques lors des premiers tests (connexion internet, absence de micro, partage d'écran impossible), ce qui a rallongé le temps d'installation au détriment du temps prévu pour le test du jeu et à l'entretien ; c'est pourquoi il nous manque certaines données. Cependant, cela ne nous a pas empêché d'apporter des réponses à nos hypothèses.

Biais rencontrés à prendre en compte

- Tous les testeurs font partie du cercle proche des concepteurs. Il est possible que leurs jugements soient biaisés par le biais affectif, bien que nous leur ayons rappelé d'être honnête et objectif dans leurs retours.
- Un testeur a été partiellement guidé durant la passation

Méthode d'analyse

Suite aux retours des utilisateurs, nous avons rassemblé les données des documents Google Form via un Excel, et nous les avons analysés pour synthétiser les retours. Voici un exemple :

D.37 Qu'est-ce qui les amusent?

4/6 joueur ont exprimé avoir apprécié l'originalité du gameplay de switch entre les personnages
3/6 joueur ont exprimé avoir apprécié l'ambiance du jeu
2/6 joueur ont exprimé avoir apprécié l'histoire
3/6 joueur ont exprimé avoir apprécié la musique
1/6 joueur ont exprimé avoir apprécié le graphisme
1/6 joueur ont apprécié que le jeu soit calme

Captures d'écran du rapport de playtest³⁷

Slide 17 - Retours sur l'appréciation

Après avoir rassemblé les données, nous les avons analysées par catégories (appréciation, compréhension et ressentis) afin de lister l'ensemble des retours sur tous les aspects du jeu.

Après cela, et pour procéder à l'amélioration de notre jeu, nous avons fait des "points de conclusion" afin d'identifier les frictions que les joueurs ont rencontré et que nous avons pu observer.

³⁷<https://docs.google.com/presentation/d/14awsCy8sfxelofuMptUSHInhx7g8PXIEIGsM0-PIZA/edit#slide=id.p>

Captures d'écran du rapport de playtest

Slide 45 - Conclusions

Conclusion 1



Eléments Statistiques

3/6 Difficulté pour comprendre comment passer le premier puzzle

3/4 ont eu des difficultés à monter sur les rochers

1/6 trouve qu'il est difficile de monter sur les rochers

Citation

Joueur n°4 "La mécanique avec les rochers est très cool et colle bien avec Salto mais il faudrait un tout petit peu plus d'indication (on ne comprend pas tout de suite ce qu'il faut faire)"

Recommandation

- Ajouter un feedback sonore ou visuel dans l'animation permettant de comprendre que Drogo ne peut pas sauter haut.

Points identifiés

Les joueurs n'arrivent pas à comprendre quoi faire pour débloquer la situation, plusieurs personnes ne repèrent pas le rocher au premier étage et passent donc à côté des instructions. Parfois, les joueurs n'essaient pas de sauter avec Salto.

Ou alors ils recommencent sans cesse d'essayer de sauter avec Drogo, probablement parce qu'ils croient qu'ils n'ont pas assez de réflexes ou de dextérité. Le problème vient aussi du fait que les joueurs ne comprennent pas que Drogo ne peut pas sauter aussi haut que Salto.

ANNEXES

Réponses aux hypothèses

La récupération de toutes les données nous a permis de répondre à chacune des hypothèses.

1 - Est-ce que l'histoire fait naître chez le joueur un questionnement introspectif ?

Impossible de répondre à cette question. Les joueurs ont compris notre trame narrative, mais pas la morale de notre jeu.

2 - Les déplacements dans le monde permettent-ils au joueur de profiter de la DA visuelle, de l'environnement méditatif ?

Oui, les joueurs ont apprécié découvrir l'environnement dans les différentes phases.

3 - L'interaction/le gameplay permet-elle de faire éprouver au joueur un état introspectif ? (à travers la mise en scène ingame, les espaces contemplatifs ?)

Oui, car plus de la moitié des joueurs ont dit divaguer lorsqu'ils se déplaçaient dans la plaine.

4 - Est-ce que les phases de dialogues permettent au joueur de comprendre le message du jeu ?

Impossible de répondre à cette question. Les joueurs ont compris les points marquants de l'histoire, mais pas sa morale.

5 - À travers le gameplay, est-ce que le joueur a conscience de la divergence des expériences entre les personnages ?

Oui, car tous les joueurs ont su identifier ce qui caractérise individuellement les personnages.

6 - Est-ce que l'esthétisme doit permettre aux joueurs de s'engager dans l'interaction ?

Oui, car plus de la moitié des joueurs ont exprimé vouloir explorer l'environnement. En plus de cela ils ont exprimé avoir apprécié l'ambiance du jeu.

7 - Est-ce que le gameplay (et la résolution de puzzle) permet de faire comprendre au joueur un élément narratif repris dans les dialogues ?

Impossible de répondre à cette question. Toutefois, les joueurs ont compris et apprécié l'histoire du jeu ainsi que les puzzles. Ils ont compris que les personnages s'entraident durant leur voyage.

Parmi les trois personnes qui sont allés jusqu'au dialogue de fin, seulement une a réellement compris la motivation des coyotes.

8 - L'aspect ludique peut-il faire éprouver au joueur un état introspectif ?

Non, car les puzzles appellent davantage à la concentration. Même si certaines mécaniques, comme celle de la chasse, permettent de ressentir ce que peuvent éprouver les personnages sensoriellement, elles ne permettent pas au joueur de divaguer : le joueur reste concentré sur sa tâche.

9 - Est-ce que l'interaction/le gameplay est agréable à jouer ?

Oui, les joueurs ont apprécié le gameplay, l'ambiance et l'histoire du jeu. Cependant, ils ont eu des difficultés durant la phase de chasse de Salto.

Bilan

Cinq hypothèses sur neuf ont été confirmées. Ce qui nous rassure pour la poursuite du projet.

Néanmoins, trois hypothèses restent à vérifier car nous n'avons pas pu collecter les données nécessaires pour y répondre correctement. Nous pensons donc reformuler des hypothèses et des questions pour que les données recueillies soient davantage fructueuses.

La dernière hypothèse a été infirmée. Ce qui prouve que l'aspect ludique ne peut pas faire éprouver un état introspectif au joueur. Nous pensons donc changer de stratégie et affiner la fonction des dialogues comme levier pour faire éprouver un état introspectif aux joueurs.

Nous envisageons de **poursuivre les playtests en incluant davantage de testeurs, sans lien avec nous,** pour avoir des données plus denses, probablement en présentiel si cela est permis, et en **vérifiant les nouvelles hypothèses.**

Le canyon
Capture d'écran de l'environnement 3D



ANNEXES

B. CHARTE SONORE

Pierre

La charte sonore rassemble les différentes inspirations et les divers sons utilisés dans le jeu.³⁸

C. GUIDE COMPOSITION

Cette annexe est le document que nous avons transféré à Laurent Vang, notre compositeur, comme référence pour le guider dans nos intentions concernant la composition des musiques du jeu.

Corps global des tracks

“Pour l'ensemble des musiques décrites ci-dessous, le format suit ta recommandation : à savoir que chaque thème est composé de phrases musicales courtes d'une vingtaine de secondes, jouées avec un délai précis (à toi de nous dire quel délai il faut programmer pour chaque thème) pour laisser de la place au sound design.

Est ce qu'il serait possible que tu puisses également nous fournir les pistes/stem de chaque instrument séparés ?”

Il y a 5 thèmes en tout :

- un pour Salto et un pour Drogo pour la phase de récupération,
- un pour Salto et un pour Drogo pour la phase de progression,
- un thème coyote pour la phase de progression.

Phase de pistage

Phase dans laquelle les personnages doivent réaliser des tâches minutieuses, ils doivent s'approcher lentement vers une proie, être délicats. Le joueur doit ressentir une légère tension liée à la concentration de cette phase, les deux personnages ayant chacun leur manière de se concentrer.

Référence / proposition d'idée³⁹

Pourquoi cette référence ?

Calme et propice à la concentration, cette référence laisse de la place à des rajouts mélodiques pour les versions Salto et Drogo. Ses sonorités légèrement mystiques sont en cohérence avec la DA aux couleurs crépusculaires.

Particularité de Salto

Salto partage une mélodie similaire au thème mais avec une variation propre : l'utilisation d'instruments plus dynamiques. Il est à l'affût de tous les sons qui l'entourent et le joueur doit le ressentir.

Corps de la track

Son net, rythme plus piqué, habillage avec des phrases mélodiques courtes, rapides, et dynamiques. Les basses sont diminuées.

Particularité de Drogo

Drogo partage une mélodie similaire au thème mais avec une variation : l'utilisation d'instruments plus graves, car il est concentré exclusivement sur l'odeur qu'il traque. Il est donc moins concentré sur les détails mais plutôt sur une globalité.

Corps de la track

Son sourd, les basses renforcées.

Phase de progression

Phase dans laquelle les personnages doivent résoudre des puzzles d'environnement. L'ambiance est inquiétante sans être creepy (les personnages peuvent se faire surprendre par des coyotes), Ils sont attentifs à l'un et l'autre, c'est une phase où le joueur doit réfléchir et alterner entre contrôler Salto et contrôler Drogo. Effet balade.

Référence / proposition d'idée⁴⁰

Pourquoi cette référence ?

Une tonalité légèrement inquiétante mais qui évoque la découverte de l'inconnu et pas la menace d'un monstre. Un rythme plus soutenu que la phase précédente. Une mélodie présente mais qui ne gêne pas la réflexion.

Particularité de Salto

Salto partage une mélodie similaire au thème mais avec une variation propre : l'utilisation d'instruments plus dynamiques. Il est à l'affût de tous les sons qui l'entourent et le joueur doit le ressentir.

Corps de la track

Ne pas partir dans le style epic, on reste sur une musique propice à la réflexion.

Particularité de Drogo

Drogo peut pousser des objets lourds. Il est puissant, imposant et confiant.

Corps de la track

Ne pas partir dans le style epic, on reste sur une

musique propice à la réflexion. Percussions plus sourdes/fortes sans être plus rapides.

Phase de progression Rencontre avec des coyotes

Quand Salto est proche d'un groupe de coyotes, il est inquiet.

Référence / proposition d'idée⁴¹

Pourquoi cette référence ?

Une basse dynamique qui donne un rythme soutenu à la musique. Elle évoque tout de suite la présence d'un élément stressant. Elle contient des bruits de glitch et une mélodie très piquée qui tend le joueur. Par ailleurs, il y a plus d'instruments que dans les musiques précédentes, ce qui peut instaurer une légère panique.

Corps de la track

Rajout de tambours pour un rythme plus stressant. Avec des pistes séparées on peut monter ou baisser en tension quand on le souhaite.

³⁸<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1TfYMKAvLNAYzeNGKH1GUWRogx70wGGncGzbc44L-CpA/edit#gid=1270427916>
³⁹https://www.youtube.com/watch?v=VVF6kf_t4Ao
⁴⁰https://www.youtube.com/watch?v=WsvT_-RsONg&list=PLF6FC95426946F1A5&index=42
⁴¹https://www.youtube.com/watch?v=CeT4_y9iXvc

ANNEXES

D. SCRUM

Définitions des statuts

Définition de “en cours”

- pour le dossier : rédaction partielle de la partie en question dans le Google Doc du dossier
- pour une mécanique/niveau : en cours de création dans Unity et non pushé dans le repository Github
- pour un modèle 3D : en cours de création dans Blender mais pas encore déposé dans le Google Drive

Définition de “review”

- pour le dossier : partie entièrement rédigée dans le Google Doc du dossier
- pour une mécanique/niveau : intégré dans Unity et pushé dans le repository Github
- pour un modèle 3D : modèle terminé et déposé dans le Google Drive

Définition de “done”

- pour le dossier : partie relue par au moins une personne dans le Google Doc du dossier
- pour une mécanique : testée et validée dans Unity par Priscilla ou Charlotte
- pour un niveau : testée et validée dans Unity par au moins un/une Game Designer et une personne de l'équipe
- pour un modèle 3D : intégré dans Unity, testé et validé par Charlotte ou Pierre

E. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Récompenses kickstarter

En échange de leur soutien, nous offrirons des récompenses aux contributeurs selon le montant de leurs aides :

Contributeur	Message	Gains	Livraison
Renardeau (moins de 9€)	Plus il y a de contributeurs par jour, plus nous montons dans le classement Kickstarter. Merci !	Accès à Pledge Manager	1 mois après le don
Loup solitaire (9€ et plus)	à écrire	Accès à Pledge Manager + 3 fonds d'écran HD	à écrire
Ami des bêtes (49€ et plus)	à écrire	Accès à Pledge Manager + 3 fonds d'écran HD + 1 affiche A2	à écrire
Esprit de la meute (99€ et plus)	à écrire	Accès à Pledge Manager + 5 fonds d'écran HD + 1 affiche A2 + un prototype du jeu après la campagne	à écrire

Conférences et festivals

Ci-dessous, une liste non exhaustive des évènements auxquels nous voudrions participer :

Évènement	Date	Lieu	Descriptions	Liens
INDIGO	25 juin 2021	Online (Pays-Bas)	"INDIGO est une plateforme permettant aux développeurs, éditeurs, investisseurs, presse et autres parties intéressées de se connecter et de créer ensemble de nouvelles opportunités. INDIGO a l'ambiance parfaite pour encourager les relations d'affaires et inspirer les futurs projets !"	https://indigoshow.case.nl/
Game for Change Festival	Du 12 au 14 juillet 2021	Online (USA)	Festival de jeu vidéo qui soutient les défis d'aujourd'hui concernant la justice sociale, les questions civiques, l'éducation, la santé et plus encore. En 2020, le festival a réuni près de 7000 personnes de 51 pays. "Rejoignez notre communauté mondiale de développeurs, d'éducateurs, d'étudiants, de chercheurs et d'autres pour explorer l'année écoulée dans des jeux à impact social et des médias immersifs."	https://festivalgameforchange.org/
A Maze. / Berlin	Du 21 au 24 juillet 2021	Berlin (Allemagne)	"A MAZE. / Berlin est un festival international axé sur l'art et la culture du jeu et des médias ludiques. A MAZE. / Berlin invite les professionnels, les passionnés, les amateurs et autres curieux à vivre des conférences et des ateliers inspirants, quatre nuits de musique et une exposition qui change la vie. A MAZE. / Berlin invite les créatifs de divers domaines à partager leur vision et leurs projets, à échanger des connaissances, à jouer, à se connecter et à collaborer. A MAZE. / Berlin représente et célèbre la nouvelle vague, le style de vie numérique, l'expression artistique et l'expérimentation dans les jeux et les médias ludiques."	https://2021.amaze-berlin.de/
Swenden Game Conference	Du 13 au 15 oct 2021	Skövde (Suède)	Sweden Game Conference est la principale conférence en Europe pour les étudiants et les startups en développement de jeux.	https://swedengameconference.se/en/ https://www.youtube.com/channel/UC_7ewxVm7ITBBeza2ZWFdSQ/videos
Paris Games Week	Du 22 au 26 oct 2021	Paris (France)	La Paris Games Week est un salon annuel consacré aux jeux vidéo. Nous serons présents sur le stand "Made in France" du salon.	https://parisgamesweek.com/

Influenceurs

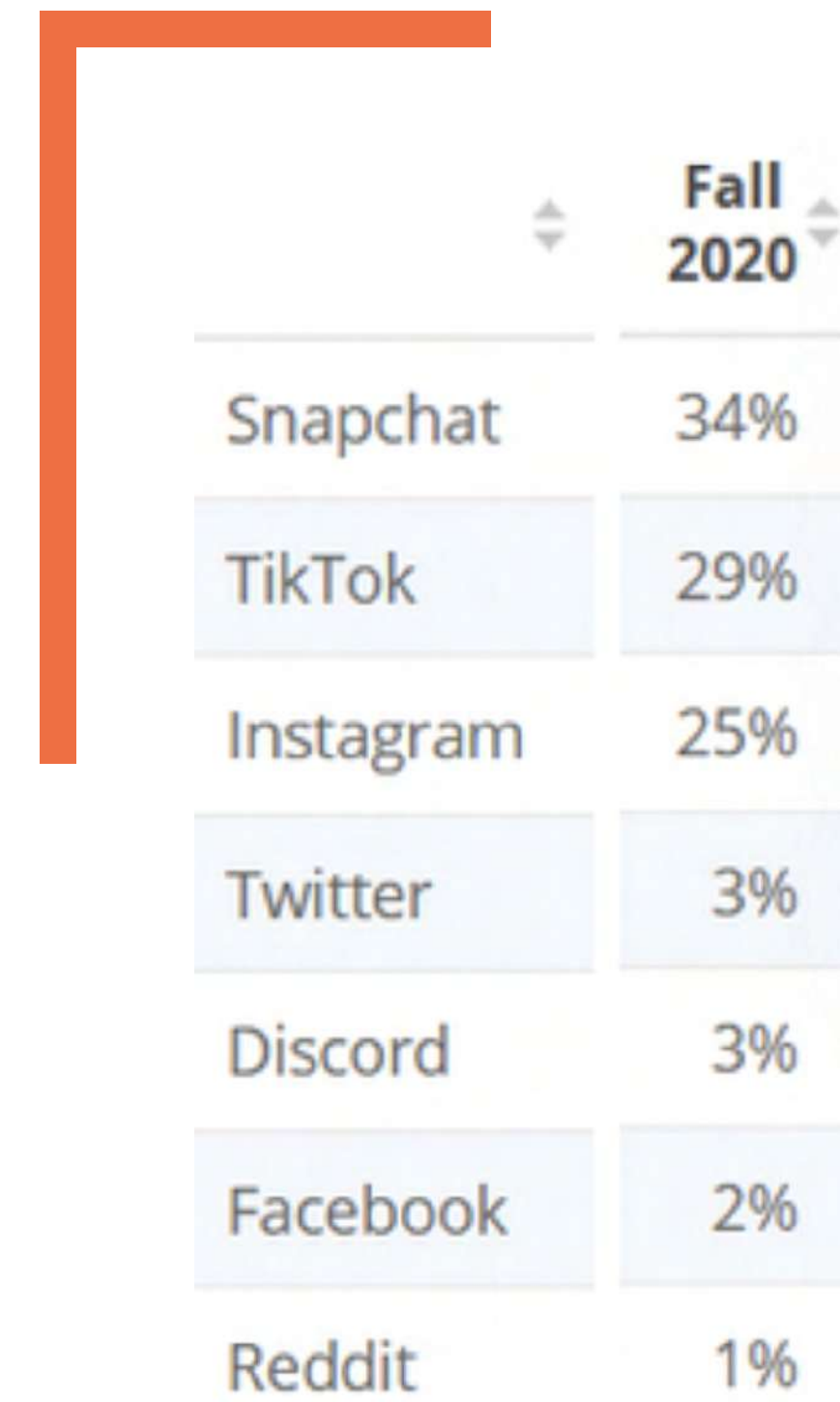
Ci-dessous, une liste non exhaustive des profils influenceurs avec qui nous aimerions travailler, dont les univers correspondent à celui de notre jeu, et dont les communautés comprennent notre coeur de cible :

Influenceurs	Réseaux	Description
Laink	Twitch : 54,3k Youtube : 2,2M Twitter : 1,1M Instagram: 576k	- Streamer multigaming - Aime les jeux contemplatifs, ou à énigmes, ce qui rend ses streams très captivants
Maghla	Twitch : 477,8k Youtube : 221k Twitter : 174,4k Instagram: 196k TikTok : 51,2k	- Drôle, dynamique - Elle réalise de longs let's play qui transportent son auditoire dans l'univers du jeu
Domingo	Twitch : 998k Youtube : 673k Twitter : 662,4k Instagram: 255k	- Grosse communauté - Stream tous types de jeux - Possède une émission d'actualité « Pop Corn » qui permettrait de toucher un public un peu différent
Dan Field	Twitch : 12,9k Youtube : 333k Twitter : 4k	- Youtuber et streamer faisant découvrir des petits jeux indépendants - Toujours à la recherche de pépites méconnues
Atomium	Twitch : 140,6k Youtube : 131k Twitter : 46,1k Instagram: 11,7k	- Streamer spécialisé dans les jeux indépendants - Travaille aussi pour le magazine IndieMag
Nothernlion (anglophone)	Twitch : 404,1k Youtube : 859k Twitter : 143,4k	- Streamer connu pour ses Let's Play de jeux indépendants - Il réalise des séries intitulées "Indie Game of the Week"
Fixxxer	Twitch : 487k Youtube : 13k Twitter : 1k	- Youtuber et streamer proposant des Let's Play sur des jeux indépendants
KwingsLetsPlays	Twitch : 531k Twitter : 7k Instagram : 6k	- Couple de youtubers testant des jeux destinés au grand public et aux adolescents - Jouent principalement sur des consoles Nintendo

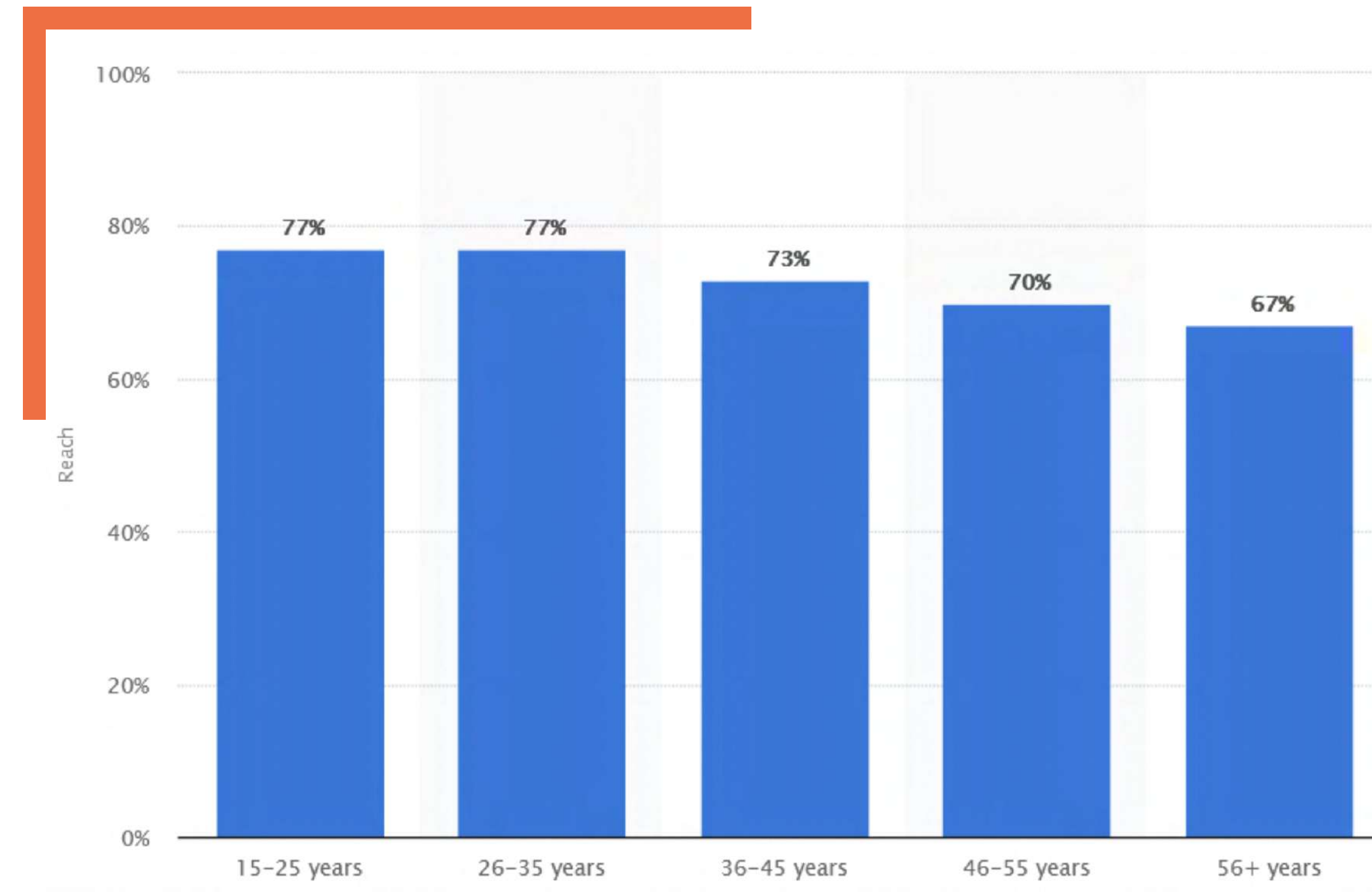
ANNEXES

F. RÉSEAUX SOCIAUX

Réseaux sociaux préférés des adolescents aux USA en automne 2020 (www.statista.com)

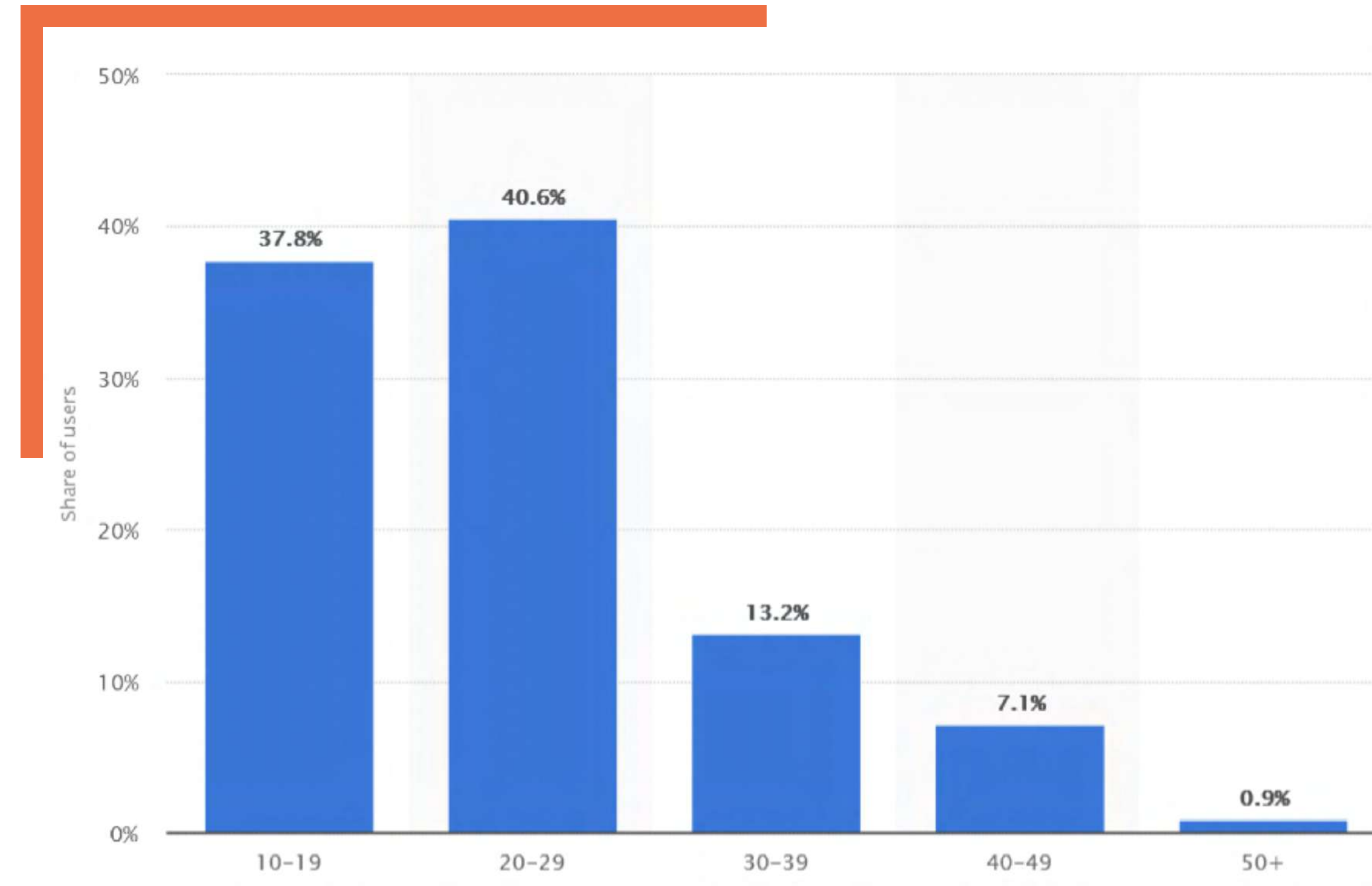


Pourcentage d'internautes utilisant YouTube aux USA en automne 2020 (www.statista.com)

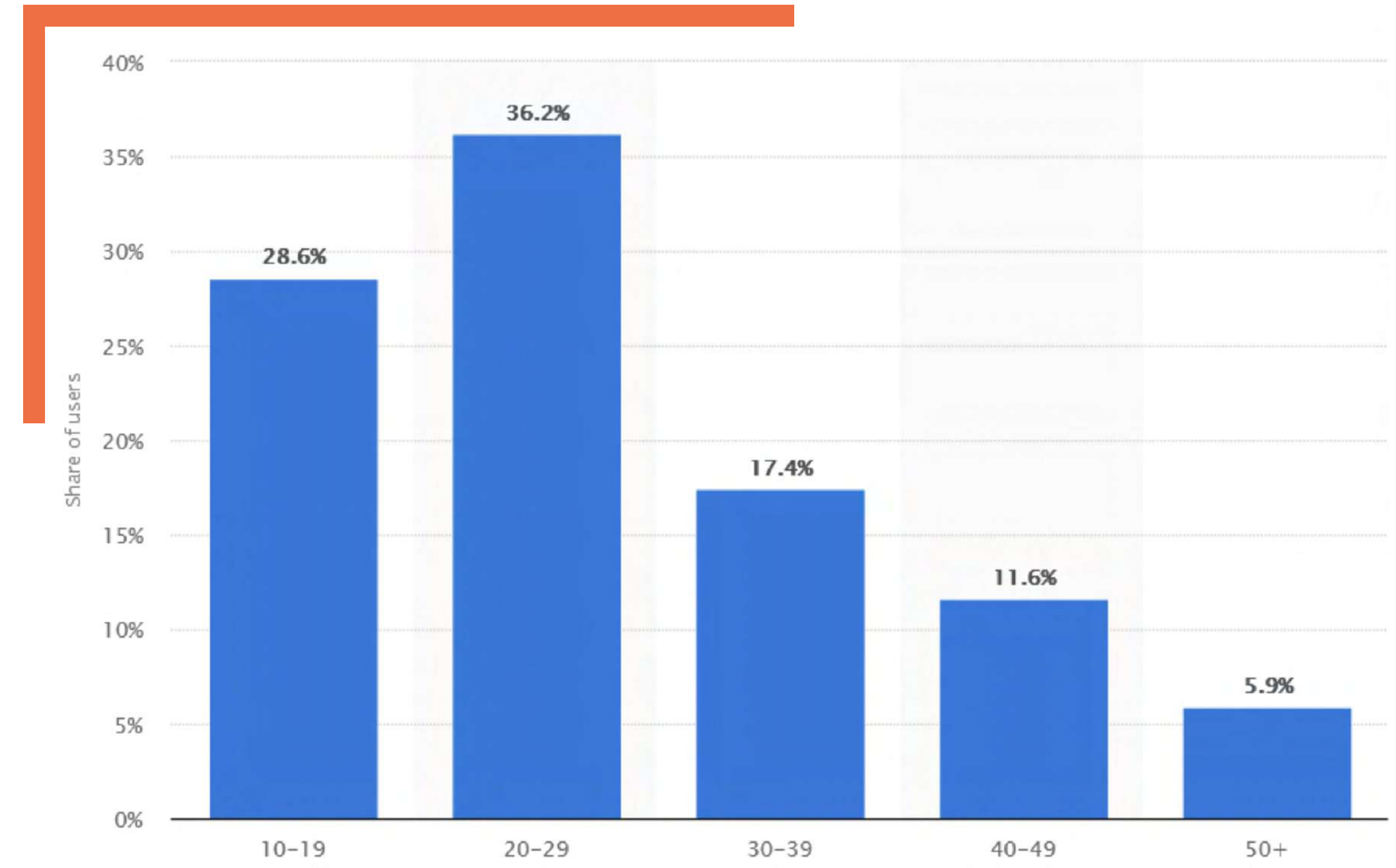


ANNEXES

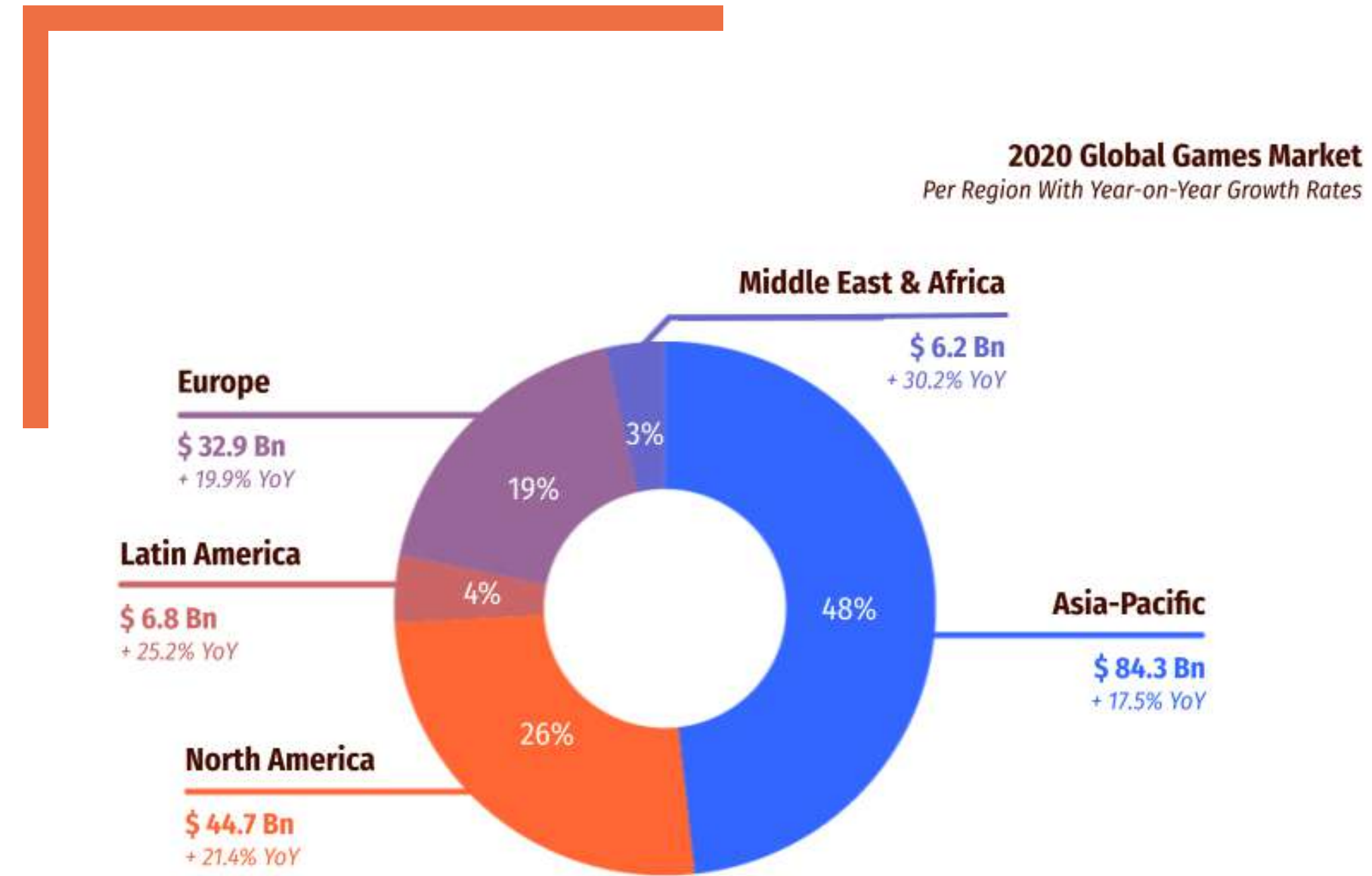
Répartition par âge des utilisateurs de Twitch aux USA en mai 2020 (www.statista.com)



Pourcentage d'internautes utilisant YouTube aux USA en automne 2020 (www.statista.com)



Répartition par âge des utilisateurs de Twitch aux USA en mai 2020 (www.statista.com)



Source : ©Newzoo / 2020 Global Games Market Report / October Update
[newzoo.com/globalgamesreport](https://www.newzoo.com/globalgamesreport)

ANNEXES

G. ÉTUDE DES CARACTÈRES

Caractère du logisticien, qui correspond au caractère de Drogo



La personnalité « Logisticien »

J'ai observé que, quand on constate qu'une personne est la bonne pour s'acquitter d'un devoir ... le devoir sera moins bien exécuté par deux personnes, et à peine fait, sinon pas du tout, si on y emploie trois personnes ou plus.

GEORGE WASHINGTON

On considère le type de personnalité « Logisticien » comme le plus courant, car il constitue environ 13 % de la population. Leurs caractéristiques intrinsèques d'intégrité, de logique pragmatique et d'infatigable dévouement envers le devoir font des Logisticiens le cœur vital de nombreuses familles, aussi bien que des organisations qui soutiennent les traditions, les règles et les normes comme les cabinets d'avocat, les organismes de réglementation et les militaires. Les gens qui ont le type de personnalité « Logisticien » aiment être responsables de leurs actions et s'enorgueillissent du travail qu'ils font. Quand ils travaillent pour atteindre un but, les Logisticiens ne comptent pas leur temps et leur énergie pour achever chaque tâche pertinente avec exactitude et patience.

Les Logisticiens ne formulent pas beaucoup d'hypothèses, car ils préfèrent analyser leur environnement, vérifier leurs données et parvenir à des lignes de conduite pragmatiques. Les Logisticiens vont droit au but et, quand ils ont pris une décision, ils relaient les faits nécessaires à l'accomplissement de leur but en s'attendant à ce que les autres comprennent tout de suite la situation et passent à l'action. Les Logisticiens supportent mal l'indécision mais perdent patience encore plus vite si la ligne de conduite qu'ils ont choisie est remise en question par des théories peu pratiques, surtout si ces théories ne tiennent pas compte des détails clés. Si les défis deviennent des débats chronophages, les Logisticiens peuvent se fâcher très fort à mesure que les dates limites se rapprochent.

Associez-Vous Avec Les Gens De Bonne Qualité Si Vous Tenez A Votre Réputation ...

Quand les Logisticiens disent qu'ils vont accomplir quelque chose, ils le font, ils satisfont à leurs obligations quel qu'en soit le coût personnel et, de même, ils ne comprennent pas les gens qui ne tiennent pas leurs propres promesses. Un mélange de paresse et de malhonnêteté est la meilleure façon d'énerver les Logisticiens. Par conséquent, les gens qui ont le type de personnalité « Logisticien » préfèrent souvent travailler seuls, ou au moins s'assurer que leur autorité soit clairement établie par la voie hiérarchique, ce qui leur permet de définir et d'accomplir leurs objectifs sans débattre ni se soucier du sérieux des autres.

Les Logisticiens ont l'esprit vif et concret et ils préfèrent être autonomes et autosuffisants plutôt que devoir faire confiance à quelqu'un ou à quelque chose. Les Logisticiens considèrent souvent que dépendre des autres est une faiblesse, et leur passion pour le devoir, la fiabilité et la perfection de l'intégrité personnelle leur interdit de tomber dans un tel piège.

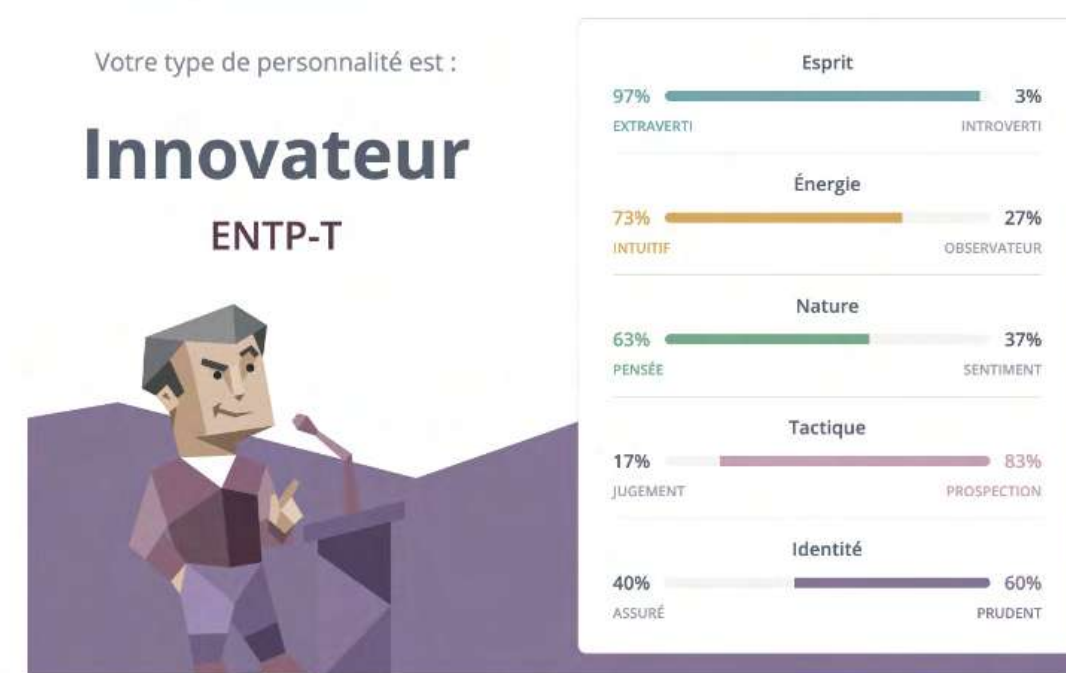
Ce sens de l'intégrité personnelle est le cœur des Logisticiens et il dépasse leur propre esprit. Les Logisticiens adhèrent aux règles et aux directives établies quel qu'en soit le coût. Ils signalent leurs propres erreurs et disent la vérité même quand cela peut mener à des conséquences désastreuses. Pour les Logisticiens, l'honnêteté est bien plus importante que les considérations émotionnelles, et leur approche brusque donne aux autres l'impression erronée que les Logisticiens sont froids ou même inhumains. Les gens qui ont ce type de personnalité peuvent avoir du mal à exprimer extérieurement leurs émotions ou leur affection, mais si l'on suggère qu'ils n'ont pas de sentiments ou, pire encore, pas de personnalité du tout, cela les blesse énormément.

... Car Il Vaut Mieux Etre Seul Que Mal Accompagné

Le dévouement des Logisticiens est une excellente qualité qui leur permet d'accomplir beaucoup de choses mais il constitue aussi une faiblesse centrale dont profitent des individus moins scrupuleux. Les Logisticiens cherchent stabilité et sécurité, car ils considèrent que c'est leur devoir de travailler toujours en douceur, et il peut arriver que leurs collègues et les autres personnes d'importance leur refilent leurs responsabilités en sachant qu'ils prendront toujours la relève. Les Logisticiens ont tendance à garder leurs opinions pour eux-mêmes et à laisser s'exprimer les faits, mais il peut s'écouler beaucoup de temps avant que des preuves notables montrent toute la réalité de la situation.

Les Logisticiens doivent se souvenir de prendre soin d'eux-mêmes. Leur dévouement têtu en faveur de la stabilité et de l'efficacité peut compromettre leurs buts sur le long terme à mesure que les autres s'appuient toujours plus sur eux, créant une charge émotionnelle qui peut passer des années sans être exprimée et n'apparaître finalement à la lumière du jour que lorsqu'il est trop tard pour y remédier. S'ils arrivent à trouver des collègues et des conjoints qui apprécient et complètent vraiment leurs qualités, qui aiment l'intensité, la clarté et la fiabilité qu'ils offrent, les Logisticiens constateront que leur rôle stabilisateur est extrêmement satisfaisant puisqu'ils sauront qu'ils font partie d'un système qui fonctionne.

Caractère de l'innovateur, qui correspond au caractère de Salto



La personnalité « Innovateur »
Suivez le chemin du penseur hasardeux et **indépendant**. Exposez vos idées aux dangers de la controverse. **Dites ce que vous pensez** et ayez moins de crainte pour l'étiquette de « fêlé » que pour le stigmate de la conformité. Et en ce qui concerne les questions qui vous semblent importantes, **défendez votre position** et affirmez-vous quel qu'en soit le prix.

THOMAS J. WATSON

Le type de personnalité « Innovateur » est l'avocat du diable ultime qui prospère en **décomposant les arguments et les croyances** et en laisse les lambeaux flotter au vent pour que tous puissent les voir. Les Innovateurs ne le font pas parce qu'ils essaient d'atteindre un objectif plus profond ou un but stratégique, mais pour la simple raison que c'est amusant. Personne n'aime plus le processus de lutte mentale que les Innovateurs, car il leur donne l'occasion d'exercer leur bel **esprit rapide et fluide**, la large somme de connaissances qu'ils ont accumulée et la capacité de relier entre elles des idées disparates pour prouver qu'ils ont raison. Il se produit une étrange juxtaposition avec les Innovateurs, car ils sont d'une **honnêteté sans compromis** mais également capables d'argumenter inlassablement en faveur d'une chose en laquelle ils ne croient pas vraiment en se mettant à la place d'un autre afin de débattre sur une vérité d'un autre point de vue.

Jouer l'avocat du diable aide les gens qui ont un type de personnalité « Innovateur » à non seulement se faire une meilleure idée du raisonnement des autres, mais aussi à accéder à une meilleure compréhension d'idées antagonistes, puisque les Innovateurs sont ceux qui débattent dessus.

Il ne faut pas confondre cette tactique avec la sorte de compréhension mutuelle recherchée par les Diplomates. Comme tous les Analystes, les Innovateurs sont **en quête constante de savoir**, et quel meilleur moyen de l'acquérir qu'en attaquant et en défendant une idée de tous les angles et de tous les points de vue ?

Il N'y A Pas De Règles Ici : Nous Essayons D'accomplir Quelque Chose !

Comme ils prennent un certain plaisir à faire partie des opprimés, les Innovateurs aiment l'exercice intellectuel que l'on trouve dans la remise en question du mode de **pensée dominant**, ce qui les rend irremplaçables quand il faut retravailler des systèmes existants ou bousculer certaines choses et les faire aller dans de **nouvelles directions astucieuses**. Cependant, s'il leur faut gérer la mécanique quotidienne de la mise en place réelle de leurs suggestions, ils souffriront. Les Innovateurs adorent organiser des remue-méninges et voir grand mais ils **feront tout pour éviter d'avoir à faire le « sale boulot »**. Les Innovateurs ne représentent qu'environ trois pourcent de la population, ce qui est parfait, car cela les laisse créer des idées originales puis prendre du recul pour laisser les personnalités plus nombreuses et plus méticuleuses manier les problèmes logistiques relatifs à la mise en place et à la maintenance.

La capacité de débat des Innovateurs peut être **vexante** : bien qu'elle soit souvent appréciée quand on y fait appel, elle peut tomber tristement à plat quand ils **marchent sur les pieds des autres** en, disons, contestant ouvertement leur patron au cours d'une réunion ou en déconstruisant tout ce que les autres disent de significatif. L'**inflexible honnêteté** des Innovateurs **ne simplifie rien**, car ce type ne mâche pas ses mots et se soucie peu d'être considéré comme quelqu'un de sensible ou de compatissant. Les types de même sensibilité s'entendent assez bien avec les gens de type de personnalité « Innovateur » mais les types plus sensibles, et la société en général, détestent souvent les conflits et préfèrent les sentiments, le confort et même les pieux mensonges aux vérités déplaisantes et à la froide rationalité. Cela frustre les Innovateurs et ils se rendent compte que leur amusement querelleur les pousse à couper les ponts avec beaucoup de gens, souvent par inadvertance, quand ils dérangent la tranquillité des autres pour **remettre en question leurs croyances sans tenir compte de ce qu'ils ressentent**. Comme ils traitent les autres comme ils voudraient qu'on les traite, les Innovateurs **n'aiment pas qu'on les amadoue** et détestent entendre les gens y aller par quatre chemins, surtout quand ils demandent une faveur. Les Innovateurs sont respectées pour leur vision, leur confiance, leurs connaissances et leur sens de l'humour fort développé, mais ils ont souvent du mal à utiliser ces qualités pour fonder des amitiés plus profondes et des relations romantiques.

On Rate Les Occasions Parce Qu'Elles Suggèrent Qu'il Faudra Travailler Dur

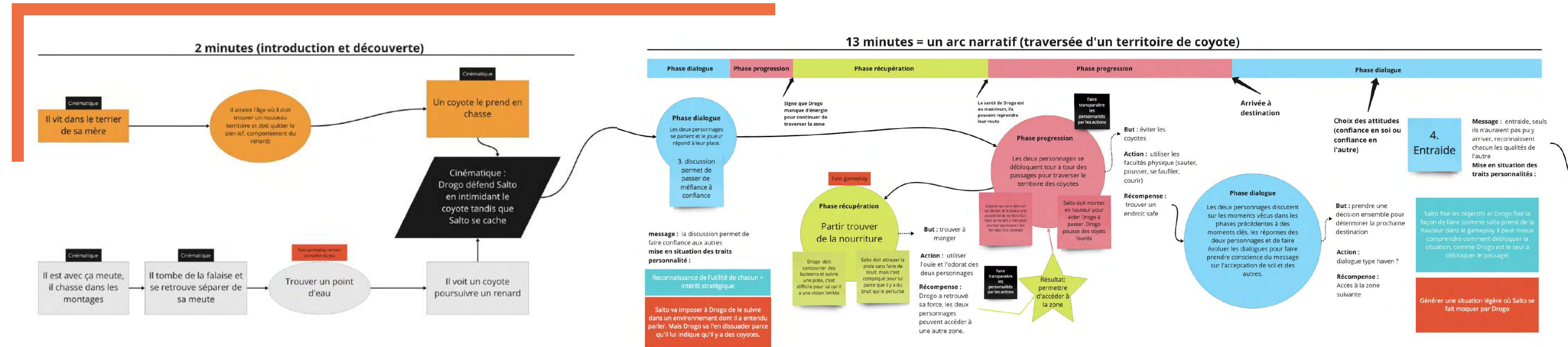
Les Innovateurs ont plus de mal que la plupart des gens à exploiter leurs capacités naturelles. Leur indépendance intellectuelle et leur vision en forme libre sont formidablement précieuses quand ils sont au pouvoir, ou du moins quand ils sont écoutés par une personne qui est au pouvoir, mais arriver à ce stade peut demander un certain niveau de suivi que les Innovateurs ont du mal à fournir.

Quand ils ont obtenu un poste de ce type, les Innovateurs doivent ne pas oublier que, s'ils veulent que leurs idées se réalisent, **ils auront toujours besoin des autres pour assembler les morceaux**. S'ils ont passé plus de temps à « remporter » des débats qu'à former le consensus, beaucoup d'Innovateur se rendront compte qu'ils n'ont tout simplement pas assez de soutien pour réussir. A force de si bien jouer l'avocat du diable, les gens avec ce type de personnalité trouveront peut-être que le défi intellectuel le plus complexe et le plus gratifiant est de comprendre un point de vue plus sentimental et de se battre pour défendre la considération et le compromis en même temps que la logique et le progrès.

ANNEXES

H. MIRO

Schéma de notre vertical slice (partie 1)



ANNEXES

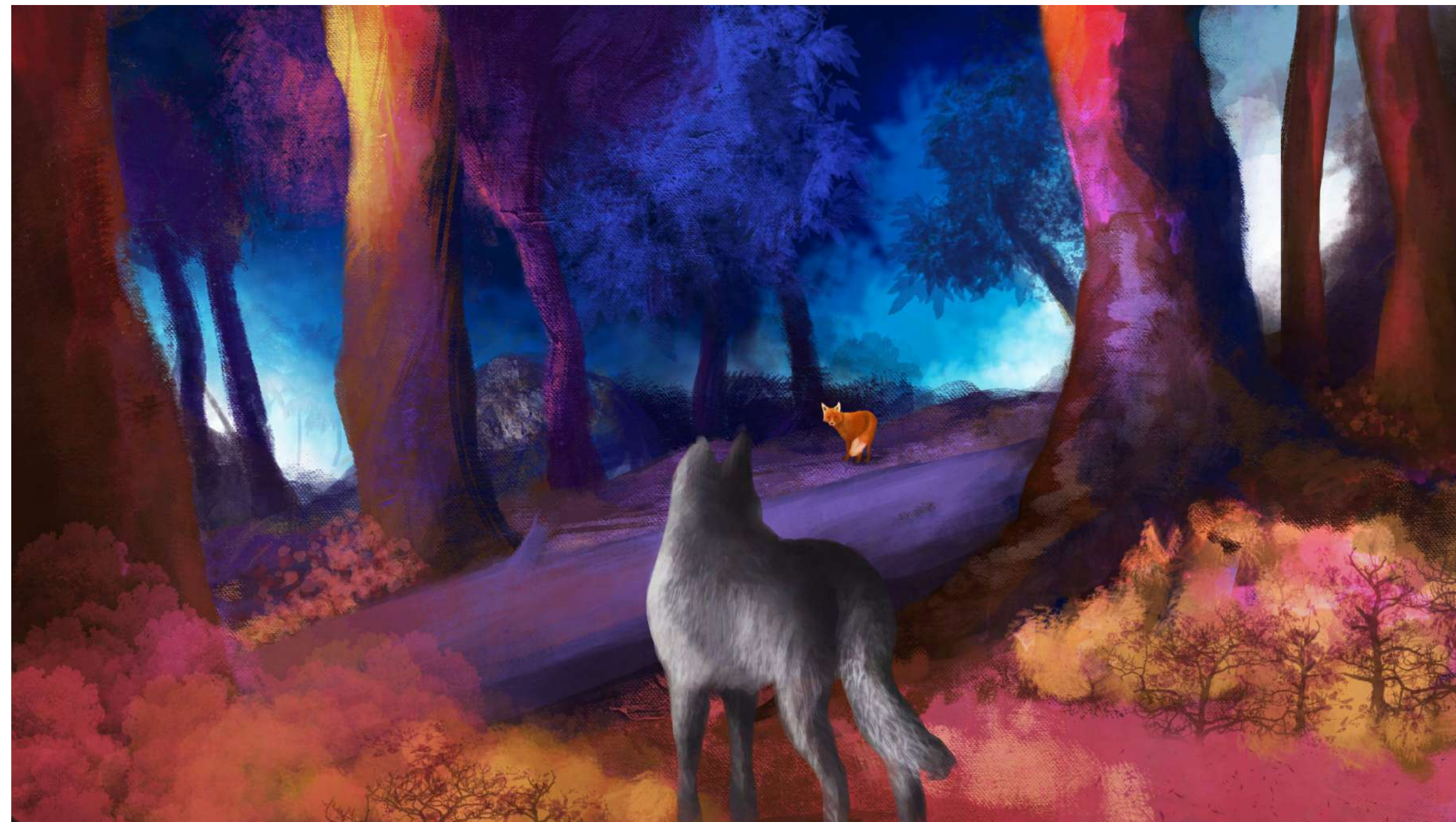
I. RÉFÉRENCES VISUELLES

Concepts art



ANNEXES

Concepts art



ANNEXES

Veille

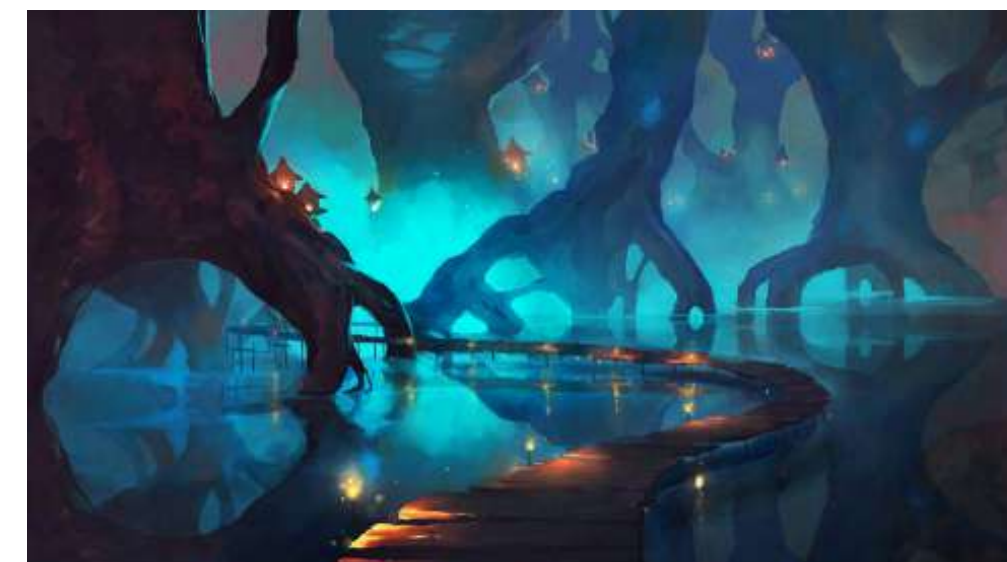


Horizon zero dawn, ciels



ANNEXES

Moodboard



ANNEXES

J. LIENS UTILES

Playtests

PLAYTEST_RAPPORT

<https://drive.google.com/file/d/1X1Fw2LoGVb-mn9Mdr7aCuhQEVRHIjXF1/view?usp=sharing>

PLAYTEST_PRISE_DE_NOTES

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LBH8BUF5xKcE1ulXeSHKvFh1CchR_ThinA7oEqm70h0/edit#gid=1053614668

PLAYTEST_QUESTIONNAIRE_DE_SELECTION

https://docs.google.com/forms/d/1VK_0tjwx3PK1Iuo87WZUoU5U3loqE_DYmCJQgyibKWU/edit

PLAYTEST_QUESTIONNAIRE_POST_TEST

https://docs.google.com/forms/d/1iPPaYQPu5xldcgj8rpA-d4zJRJK03cs2U3_6_N-QxDs/edit

Son

DOSSIER_MUSIQUE

<https://drive.google.com/drive/folders/1N7T4YWWVebLxsoGZXNcQMTSkoelS3sew5?usp=sharing>

DOSSIER_BRUITAGE

<https://drive.google.com/drive/folders/1bVABriPY3DZr3mKJXGkXXfEn1kvoPaE6?usp=sharing>

TABLEAU_LISTE_SONS

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PAztDyINQGsYMXpoREMagVxu7kKToHnA4ml2K6C2BqE/edit#gid=0>

GD & LD

GAME_DESIGN_DOCUMENT

https://drive.google.com/file/d/10j-nA_qmvBSjHvzt5Uax8JDq7-VgtBEf/view?usp=sharing

LEVEL_DESIGN_DOCUMENT

https://drive.google.com/file/d/1GtQD6tWmDJ0Mo91_GN8Q2tBs008rVnRO/view?usp=sharing

UI_GUIDE_HUD

<https://drive.google.com/file/d/1LUKn3ZMbm3lpWkiD3brl56jnjZTooat/view?usp=sharing>

UI_GUIDE_DIALOGUE

<https://drive.google.com/file/d/1nleAES9iGrrQQRxnQ3q5E7snFjxOjbcq/view?usp=sharing>

Narration

DIALOGUES

https://drive.google.com/file/d/1IngpNJ4DRLeq2mhs_JN7mpkOMCHLOWa_/view?usp=sharing

Idéation

MIRO_IDEATION_SALTODROGO

https://miro.com/app/board/o9J_lUnKpV0=/

Infos

INFOS_STATS_CONSOLE_AGE

<https://drive.google.com/file/d/1SRSUCR1Epg3jj41oJ4bpbVX8fP68MRHR/view?usp=sharing>