



Ice Cubes

Ad memoriam

03/05/2022

Paloma Bry - Marie Gibert - Camille Huynh - Margot Stevens

Ice Cubes - Dossier de conception

Table des matières

Concept

Présentation du projet	6
Plateformes et distribution	6
Vue d'ensemble	6
Pitch	7
L'oubli collectif	8
Narration environnementale : oublier pour transformer	8
Originalité	8

Détails du projet

Gameplay	8
Character	8
Controller	9
Camera	9
Game design	10
Core Game Loop	10
Game structure	13
Player Flow	13
Intentions de Game Design	14
Guidage : la boussole	15
Rappel mnésique : journal de bord	16
Onboarding	16
Scénario	18
Contexte	18
Synopsis	18
Enjeux	19
Personnages principaux	20
Scénario global	21
Univers graphique	25
Univers sonore	26
Musique	26
SFX	27
Voice acting	27

Potentiel commercial du projet

Marchés cibles	28
Les jeux d'aventure sur PC/console	28

Marché des jeux narratifs	29
Etude du pricing	30
Analyse de la concurrence	31
Cibles	31
Un public de niche autour des jeux narratifs	31
Les joueur·euses qui cherchent des univers riches	31
Les joueur·euses qui veulent vivre une histoire unique	32
Les joueur·euses intéressé.es par un gameplay narratif innovant	32
Conclusion	33
Stratégie de communication	34
Objectifs de communication	34
Objectifs financiers	34
Objectifs communautaires	34
Objectifs médiatiques	35
Cibles et messages	35
Supports de communication	36
Réseaux sociaux	37
Salons et événements	37
Influenceur·euses identifié.es	37
Milestones de communication	38
Innovations techniques et créatives	38
Outils et méthodologie	39
Méthodologie et gestion de projet	39
Pipeline	40
Outils	41
Meet the team	41
Planning de production	42
Détails des phases de production	42
Plan de financement	43
Retombées financières	47
Rentabilité sur le long terme	48
La suite : les suites	48

Annexes

Benchmark	50
Level design	51
Moodboard Graphique	55
Bible narrative	55
Playtests	56
Personas	65
	66

Ice Cubes

Concept

Présentation du projet

Ice Cubes est un projet de fin d'études du Mastère Interactive Digital Experiences (une formation de Gobelins en partenariat avec l'Enjmin). A travers ce projet, nous voulons proposer une réflexion sur la mémoire collective, sur les souvenirs à l'échelle de toute une communauté. Nos intentions découlent de la réflexion suivante : comme la vérité, la mémoire possède de multiples facettes. Que se passe-t-il, alors, lorsqu'un village tout entier oublie certaines facettes de son histoire ?

Nous proposons un jeu vidéo narratif à choix, porté sur les émotions, dans un univers à la fois poétique et réaliste. Le scénario du jeu s'inspire de thématiques telles que le multiculturalisme et l'exode rural dans les campagnes ardéchoises et drômoises, dans une atmosphère paisible de conte de fées.

Plateformes et distribution



Ice Cubes est prévu pour être joué sur PC et Switch. Il sera distribué sur Steam dans un premier temps, puis nous le proposerons GOG et Humble Bundle en nous appuyant sur la communauté qui suit le jeu sur les réseaux, ainsi que sur le nombre de wishlists et de ventes Steam. Le portage Switch se fera dans un second temps.

Ces décisions se basent sur l'étude des stratégies d'autres jeux similaires et des habitudes de jeu de notre marché cible.

Vue d'ensemble

Type de jeu : Aventure / Narratif à choix / Solo / 2D

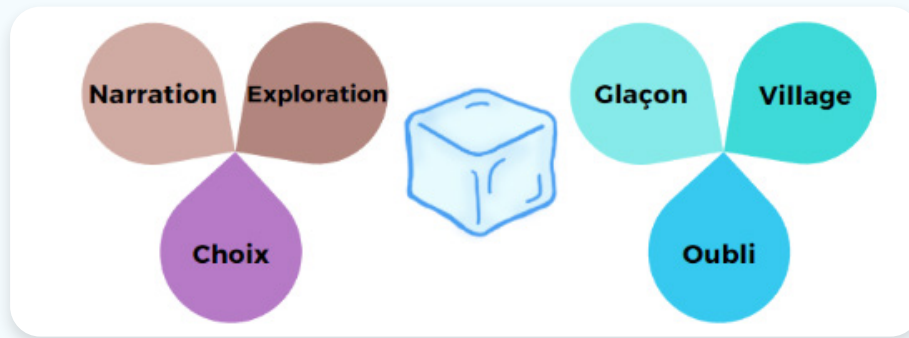
Plateformes : PC, Switch

Cible : 20-35 ans

PEGI 12

Durée du contenu : 3h

Pitch



La glace a une capacité presque poétique à conserver la mémoire au fil des âges, et c'est cette poésie que l'on retranscrit dans Ice Cubes, où les souvenirs de tout un village seront conservés dans des glaçons mystiques.

En incarnant le Dépositaire de la Mémoire, c'est vous qui possédez la capacité unique de transformer ces souvenirs en glaçons. Mais avec cette capacité vient aussi la responsabilité de les préserver et, malheureusement pour vous, vous ne pourrez pas tous les préserver.

A cause d'une myriade de souvenirs contradictoires, le village dans lequel vous évoluez est bloqué dans un immobilisme qui l'empêche de se développer. Sans aucune intervention, il pourrait même devenir l'un de ces villages-fantômes. C'est pourquoi il est de votre devoir de venir en aide à ses habitant·es.

Jour après jour, explorez le village.

Écoutez ses habitant·es vous raconter leur histoire et récupérez les glaçons-souvenirs qui sont source de conflit.

Trouvez les endroits qui représentent ces conflits, pris dans leurs cocons de glace : c'est là que vous devrez choisir.

A vous de décider quels glaçons seront préservés, et lesquels il faudra laisser fondre et rejoindre les torrents de la montagne...

Originalité

Nos piliers sont les suivants :



Des histoires à facettes

Il n'y a jamais une seule vérité : une histoire a toujours plusieurs versions, selon le point de vue de celle-eux qui l'ont vécue. A travers les glaçons-souvenirs des villageois-es, Ice Cubes propose une multiplicité de regards sur un même scénario. C'est à la personne qui joue de choisir la version qu'elle veut retenir.

L'oubli collectif

Conserver une version de l'histoire, c'est choisir d'oublier toutes les autres. Lorsqu'on laisse fondre un glaçon, c'est la mémoire de l'ensemble des villageois-es qui est impactée. On verra le village tout entier et ses habitant-es évoluer au fil du jeu en fonction de leurs souvenirs.

Narration environnementale : oublier pour transformer

La mémoire impulse le développement, les constructions et les symboles. Dans Ice Cubes, l'environnement du village se transforme sous les yeux des joueur·euses selon ce qui a été retenu, et selon ce qui a été oublié.

Détails du projet

Gameplay



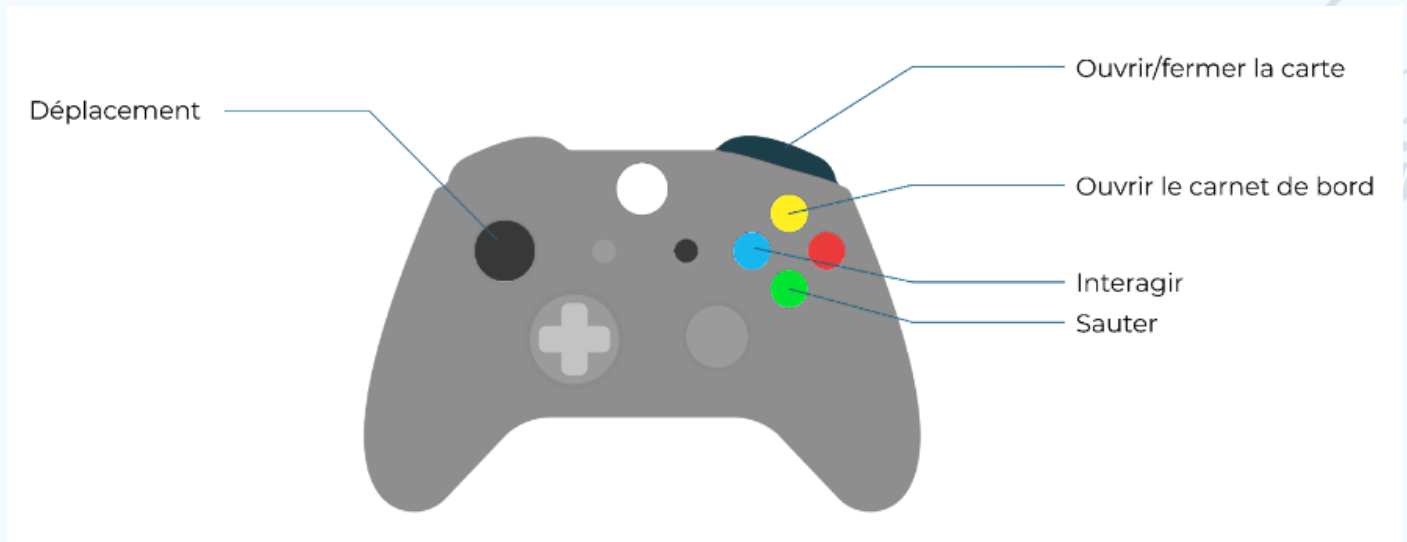
Character

On incarne le Dépositaire de la Mémoire, un personnage mystique. Iel est une représentation du joueur·euse dans l'univers du jeu, à qui tous les PNJ se livrent sans problèmes, et qui va venir impacter le monde sans que personne ne questionne ses choix.

- existence mystique : iel se **déplace** avec aisance, qui donne un game feel léger et rapide. Iel peut se déplacer dans l'environnement horizontalement, verticalement en utilisant des escaliers ou en sautant sur des plateformes.
- récolte de souvenirs : iel **interagit** avec les PNJ ou des éléments de décors. Ces interactions déclenchent des phases de dialogue (ou "d'observation" dans le cas d'éléments inanimés) sans choix, qui peuvent le cas échéant conduire à la récupération d'un glaçon.
- faire des choix : à certains endroits du village se trouvent des cocons de glace qui sont des lieux dédiés aux choix. Après d'un cocon, iel peut voir les glaçons associés à ce cocon, s'ils sont déjà collectés ou non, et si c'est le cas il **peut choisir** lequel garder

Le personnage ne peut ni parler, ni mourir.

Controller



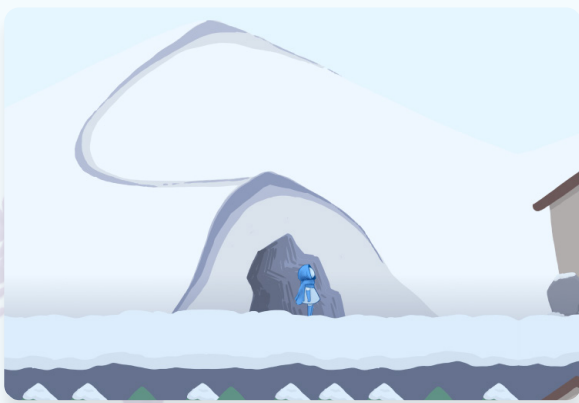
La phase d'exploration se base sur le contrôle du déplacement, avec le stick gauche et le bouton de saut. Les interactions se font avec un unique bouton, et la touche saut permet de sortir des dialogues. Les boutons classiques permettent de se déplacer dans les menus, de sélectionner un élément ou de fermer le menu.

Pour interagir avec les cocons, le bouton d'interaction permet d'ouvrir l'interface de choix. Le joystick permet de se déplacer dans cette interface. Le bouton d'interaction permet de valider son action et le bouton de saut permet de fermer l'interface.

De plus, maintenir la gâchette droite permet d'utiliser la fonctionnalité de boussole. Il s'agit d'un affichage, qui disparaît lorsque la gâchette est relâchée. Enfin, une touche dédiée permet d'accéder au carnet de bord de jeu.

Camera

Ice Cubes a une caméra 2D avec vue de profil afin de montrer autant que possible l'environnement autour du personnage (horizontalement comme verticalement). Elle est centrée sur le personnage et suit ses déplacements afin de convenir à notre audience habituée au walking sim en 2D.



- Vue 2D de profil
- Type : plateformer 2D
- **Suivi** : focus sur le character
- **Défilement** : Le monde du jeu est une grille bidimensionnelle plate et la caméra se déplace sur un plan parallèle à elle, horizontalement et verticalement
- **Contrôle** : lae joueur·euse n'a aucun contrôle sur la caméra, elle ne peut pas être poussée
- **Zoom dynamique** : selon le lieu, et pendant les phases de choix ou de dialogue.

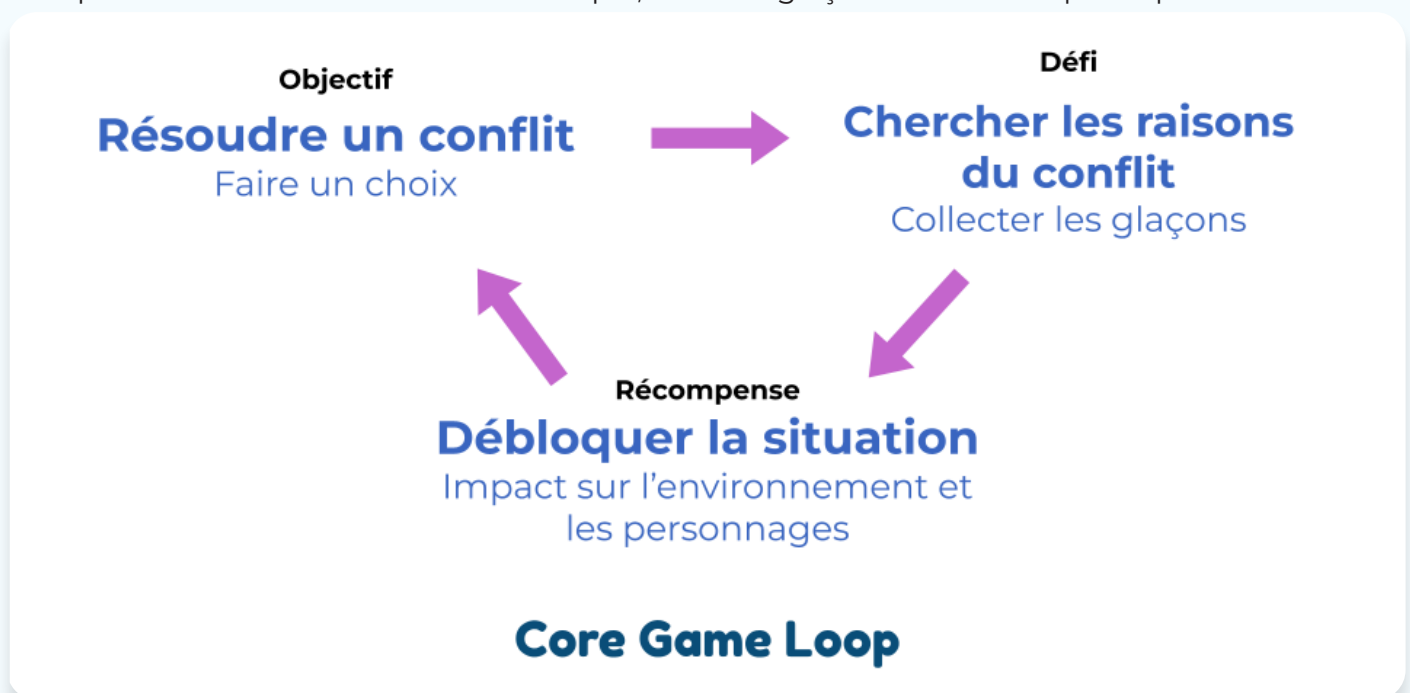
Game design

Dans Ice Cubes, lae joueur·euse peut se déplacer librement dans un environnement fermé et décider de l'ordre dans lequel iel aborde les PNJ pour récupérer leurs souvenirs. Le game design se divise en deux grandes composantes : les **phases de choix** et les **phases d'exploration**, qui interviennent plusieurs fois dans chaque niveau.

Lae joueur·euse ne peut ni mourir ni perdre : on ne parlera pas de conditions de victoire/défaite, mais de conséquences des choix.

Core Game Loop

Le but du joueur·euse est de résoudre les conflits qu'iel est lae seul·e à pouvoir résoudre. Un conflit est symbolisé dans le jeu par un cocon de glace placé sur un élément du décor. Chaque cocon est le lieu d'un choix unique, lié à des glaçons-souvenirs spécifiques.



- D'un point de vue narratif, lae joueur·euse doit explorer son terrain de jeu (le village) pour chercher les souvenirs liés aux conflits, comprendre la situation et enfin la débloquent.



- D'un point de vue gameplay, iel doit interagir avec des agents (PNJ et éléments du décors) pour trouver les bons glaçons-souvenirs parmi ceux qu'ils lui transmettent. Ces glaçons seront ses différentes options de choix. Iel retourne alors au cocon, où une interface lui montre les glaçons associés à ce conflit : iel peut choisir un unique glaçon à conserver. La résolution du conflit aura par la suite des conséquences liées à la fois au souvenir du glaçon conservé, et à l'oubli des glaçons non conservés.

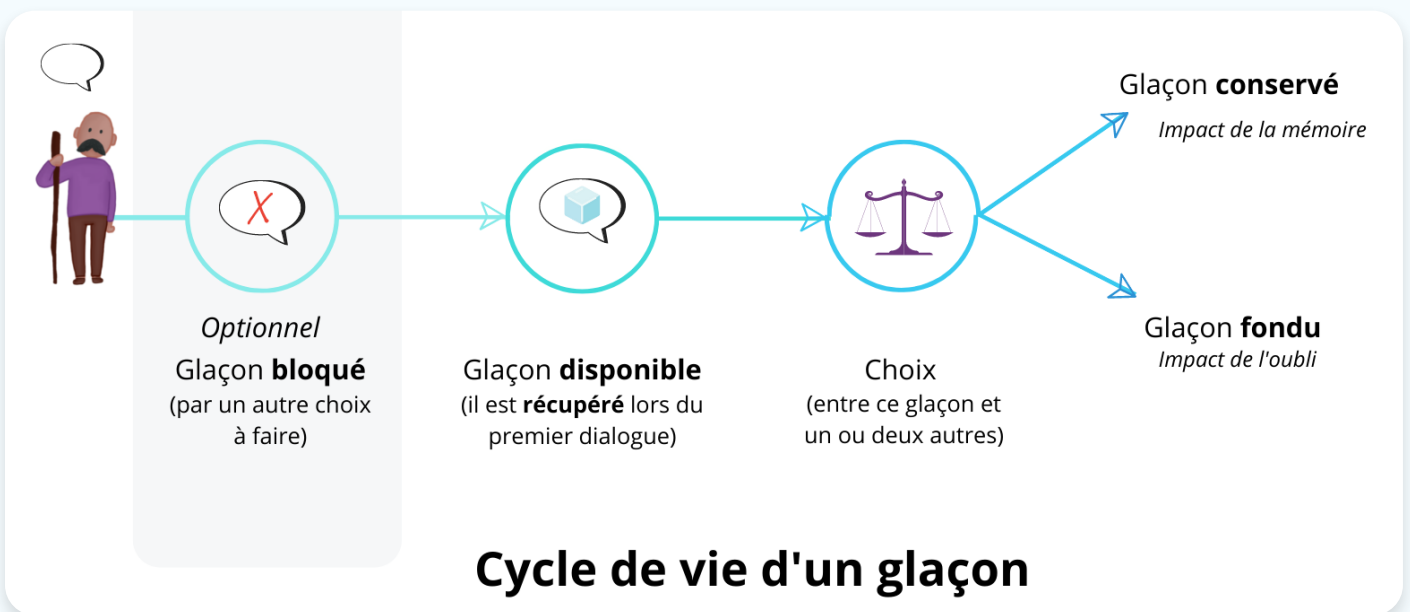
Maquette d'exemple pour l'interface de choix

· Règles du jeu

Le **village** dans lequel évolue le personnage est le même pour chaque niveau, cependant son contenu (PNJ, décor, plateformes ...) diffère selon les niveaux et certains choix des niveaux précédents. Un personnage ne se déplace pas au cours d'un niveau mais peut changer de place entre deux niveaux, ou ne pas être toujours présent.

Le dépositaire peut interagir avec des **agents** (les PNJ et certains éléments du décor). S'il interagit avec eux, il peut entrer en phase de dialogue et afficher à la suite quelques lignes de dialogue. Les lignes de dialogue peuvent évoluer au cours du niveau en fonction des glaçons déjà récupérés et des choix déjà faits dans le même niveau.

Interagir avec ces agents est l'unique moyen de collecter les **glaçons-souvenirs**. Si un agent a un glaçon, il est unique et c'est le seul donné par cet agent dans ce niveau (il ne sera pas possible de le récupérer un autre jour). Un glaçon peut ne pas être disponible tout de suite et le devenir en fonction des choix faits dans ce même niveau.



Les **choix** sont symbolisés physiquement par un **cocon de glace**. Chaque cocon est unique, localisé dans un lieu précis, signalé et repérable : le personnage doit s'y trouver pour prendre sa décision. L'élément de décor sur lequel est placé le cocon donne une information visuelle sur la source du conflit, et permet d'aiguiller lae joueur-euse vers les glaçons qui s'y rapportent. Il n'y a pas de choix à faire en dehors des cocons.

Les options possibles sont elles aussi uniques et correspondent à 2 à 3 glaçons que le dépositaire peut collecter durant le niveau. Le dépositaire sélectionne parmi eux un seul glaçon qui sera conservé, le ou les autres seront fondus : cela équivaut à l'oubli du souvenir associé. Chaque choix aura un panel unique de conséquences.

Pour avancer dans l'histoire et pour débloquent de nouveaux glaçons et choix, lae joueur-euse doit résoudre un cocon dit "central" : plus important que les autres, il marque la fin d'un niveau. Présenté très tôt au joueur-euse, il est nécessaire de résoudre d'autres cocons avant pour débloquent tous les glaçons liés à ce cocon central.

• Conséquences des choix

Dans Ice Cubes, le joueur·euse ne peut pas perdre : ce qui différencie son expérience de celles des autres, ce sont les **conséquences** des choix. Selon le glaçon choisi pour un cocon, les conséquences seront différentes.

Il peut s'agir de conséquences immédiates dans le niveau :

- débloquer un nouveau cocon jusqu'alors inaccessible, ou un nouveau glaçon-souvenir pour un autre cocon, que l'agent ne voulait pas donner jusqu'ici
- modifier des éléments du décor
- modifier le dialogue de certains agents du niveau
- modifier l'apparence de l'endroit où était le cocon
- s'il s'agissait du cocon "central", le niveau est fini.

Mais un choix peut aussi avoir des conséquences sur les niveaux suivants. Il s'agira en particulier des conséquences associées au cocon "central" :

- modifier le glaçon qui sera disponible dans un niveau suivant (par exemple : voir Scénario/ Niveau 3).
- modifier un élément du décor ou une ligne de dialogue dans un niveau suivant
- les conséquences liées aux choix du niveau suivant seront différentes, car elles prennent en compte ce choix central.

• Exemple

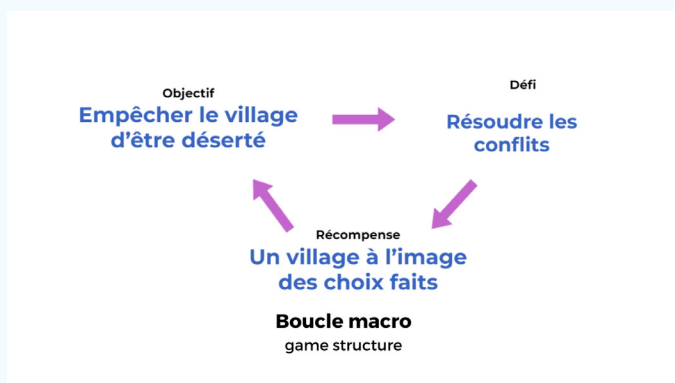
Nicolis, un habitant du village, se souvient que son fils Narcel lui a mal parlé. La dispute entre Nicolis et Narcel contient deux glaçons : un premier où Narcel parle mal à Nicolis, et un second où Nicolis parle mal à Narcel. Le choix entre ces deux glaçons aura lieu au niveau de la congère qui bloque le chemin entre le village et la maison de Nicolis. La congère est recouverte d'un cocon de glace signalé par des papillons-fées qui volettent autour. Le cocon dispose d'un emplacement cubique dans lequel un glaçon peut être inséré.



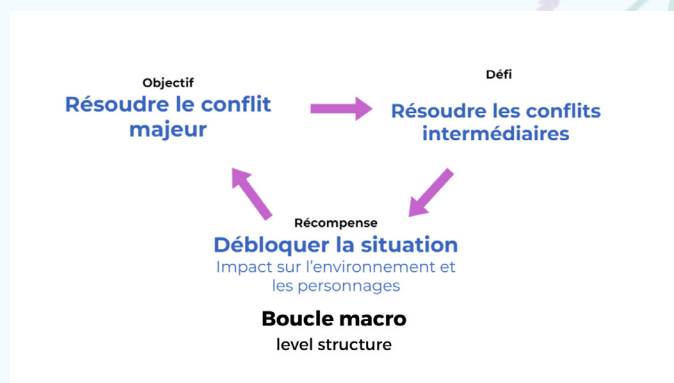
On choisit de garder la version où Narcel parle mal à Nicolis. Narcel et Nicolis oublient tous les deux que Nicolis s'est lui aussi mal comporté. Comme Narcel a oublié la responsabilité de Nicolis, il revient lui rendre visite et déblaye la congère qui bloquait le chemin. On a alors accès au village, où d'autres personnes nous donneront leurs souvenirs sur d'autres sujets.



Game structure

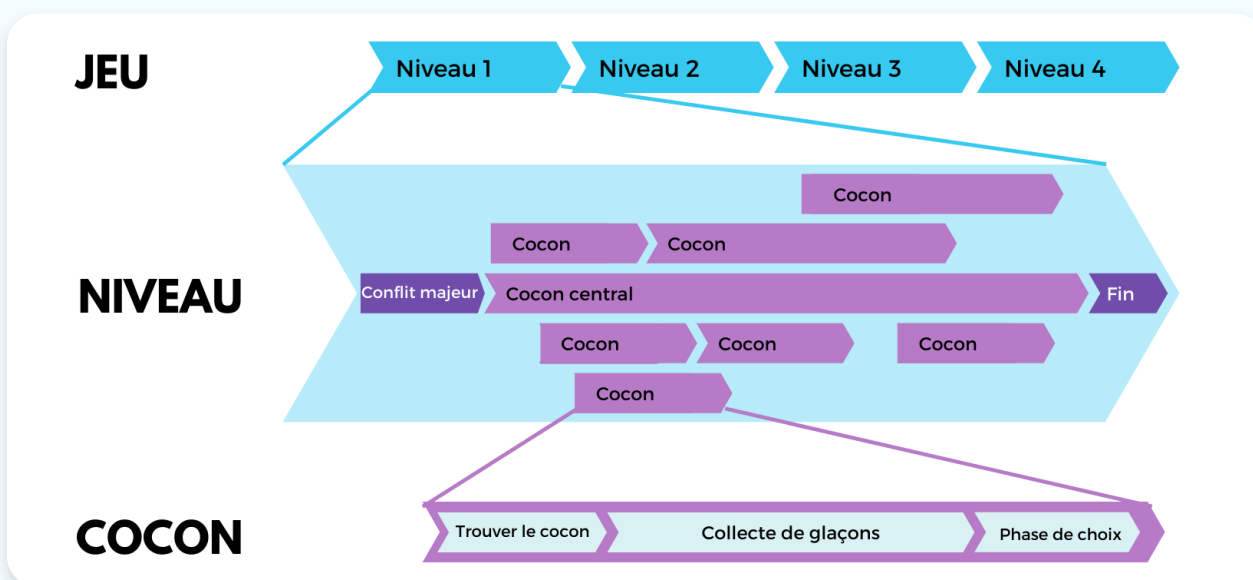


A l'échelle du jeu, l'objectif du joueur·euse est d'empêcher le village de devenir un village fantôme parce qu'il n'arrive pas à résoudre ses conflits.



A l'échelle d'un niveau, l'objectif du joueur·euse est de résoudre le conflit majeur qu'on lui soumet au début du niveau (associé au cocon "central").

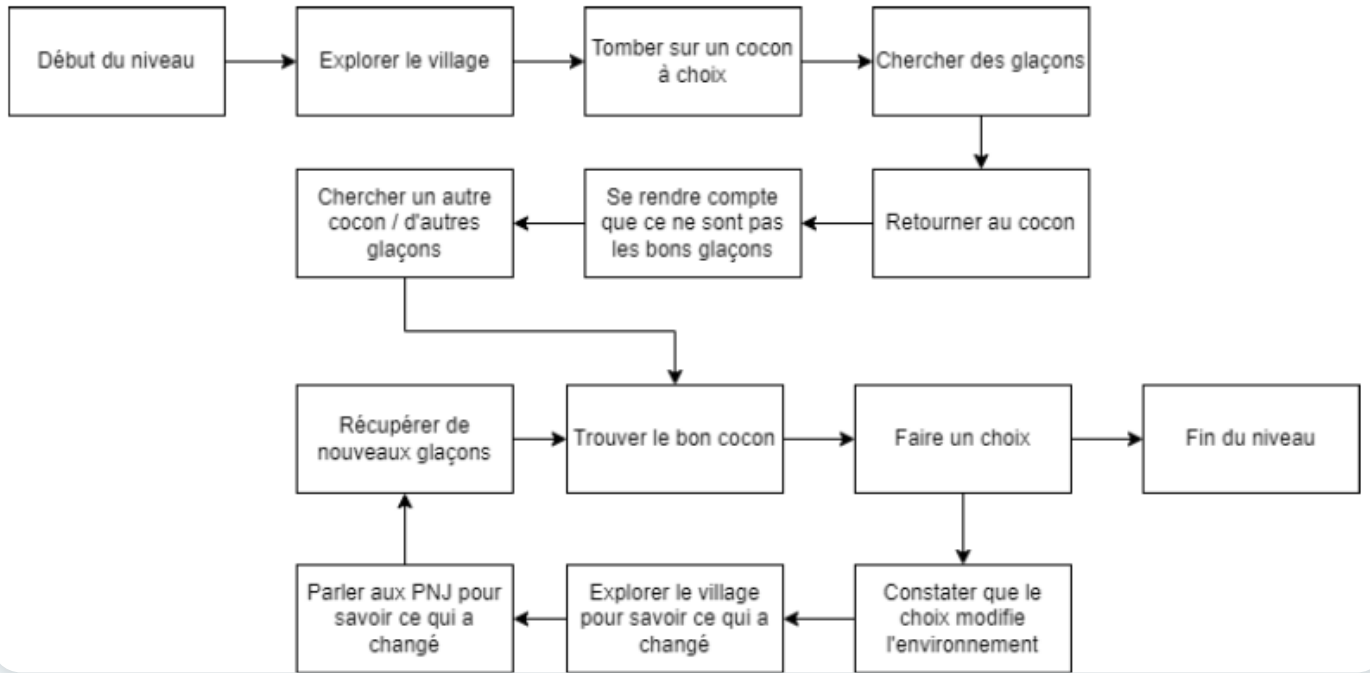
La boucle de core gameplay (collecter des glaçons, faire un choix) peut durer entre 5 et 10 minutes. Elle se retrouve entre 5 et 10 fois dans chaque niveau, pour une durée moyenne de 50 minutes par niveau. Le jeu compte ainsi 4 niveaux.



Atomisation du jeu jusqu'à la core game loop

Player Flow

Il est attendu que lae joueur·euse explore le village et récolte des glaçons–souvenirs associés à différents cocons de manière désordonnée. Iel associera d'elle·lui-même les glaçons aux cocons, comprendra les conflits en explorant le lore, anticipera les glaçons manquants et ira les chercher quand iel pensera les avoir débloqués.



Flow du jeu d'un point de vue expérience joueur·euse

Cependant, lae joueur·euse ne peut pas se retrouver perdu·e. En effet, tous les glaçons associés à un cocon (collectés ou manquants) sont rappelés dans l'interface associée au cocon. De plus, une boussole lui permet de se diriger vers le glaçon le plus proche (guidage optionnel) et un journal de bord permet de se rappeler des choix faits et des enjeux associés (aide à la mémorisation et à la reprise d'une nouvelle session).

Intentions de Game Design

· Émotions et game feel

On cherche à créer chez lea joueur·euse :

- une curiosité d'exploration en cherchant les glaçons
- un sentiment de calme et d'enjouement lors des déplacements
- une réflexion sur les conséquences de ses choix
- des émotions telles que la curiosité, le doute et l'identification liées à l'histoire et au choix

· L'exploration

Nous avons fait le choix d'utiliser une caméra et des mécaniques de plateforme 2D. Cela nous permet de mettre l'environnement et le décor en valeur, car ils seront amenés à changer en conséquence des choix du joueur·euse. Cela permet également de rajouter du challenge dans le déplacement et dans l'exploration, qui sert notre narration. Jouer à Ice Cubes, c'est explorer un village qui change jour après jour, le parcourir de long en large, dénicher les secrets de ses habitant·es et remarquer des détails riches en histoire dans l'environnement.

La disposition des plateformes changera après chaque choix important, ce qui contribuera à maintenir du challenge et de la nouveauté tout en servant la narration. Ni la plateforme, ni l'exploration n'ont vocation à être difficiles ou à offrir un grand challenge de motricité.

Philosophie des choix (intentions sur l'expérience du joueur·euse)

Lae joueur·euse doit anticiper des conséquences lorsqu'iel choisit quel glaçon conserver. Cette réflexion est impactée par son implication et son objectif personnels dans l'histoire : **il n'y a pas de bon ou de mauvais choix**, la moralité et la valeur de la conséquence d'un choix **dépendent de l'interprétation du joueur·euse**.



- un choix peut forcer à choisir un camp
- l'un des glaçons peut être plus agréable émotionnellement ou moralement mais sembler moins utile pour l'objectif que se fixe lae joueur·euse, et inversement
- un glaçon peut sembler plus utile mais être plus difficile à débloquer ou à obtenir

Nous voulons que **le moment du choix soit émotionnellement fort** pour lae joueur·euse, et impacte son récit. A cette fin, nous utiliserons les leviers suivants :

- présenter des histoires à priori manichéennes mais dont les détails montrent plus de nuances
- présenter des choix à enjeux forts (par exemple, l'arrivée ou le départ définitif d'un personnage)
- proposer des personnages attachants et des dialogues très vivants.

Guidage : la boussole



Il n'est pas toujours immédiat de comprendre quel personnage va être lié à quel cocon (parfois, cela doit même être une surprise). De plus, les glaçons peuvent devenir disponibles au cours d'un niveau. Il n'est pas attendu du joueur·euse qu'iel sache d'elle·lui-même quels glaçons/cocons ont été débloqués avec son choix, ni qu'iel parcoure l'entièreté du niveau après chaque choix. Pour cela, il lui est proposé une boussole qui lui donnera des indications sur la direction et la proximité des glaçons et des cocons. La boussole n'apparaît qu'à la demande, de manière assez diégétique (de par la nature mystique du personnage que l'on incarne). De plus, elle lui permet de continuer à se déplacer tout en ayant l'indication sous les yeux.

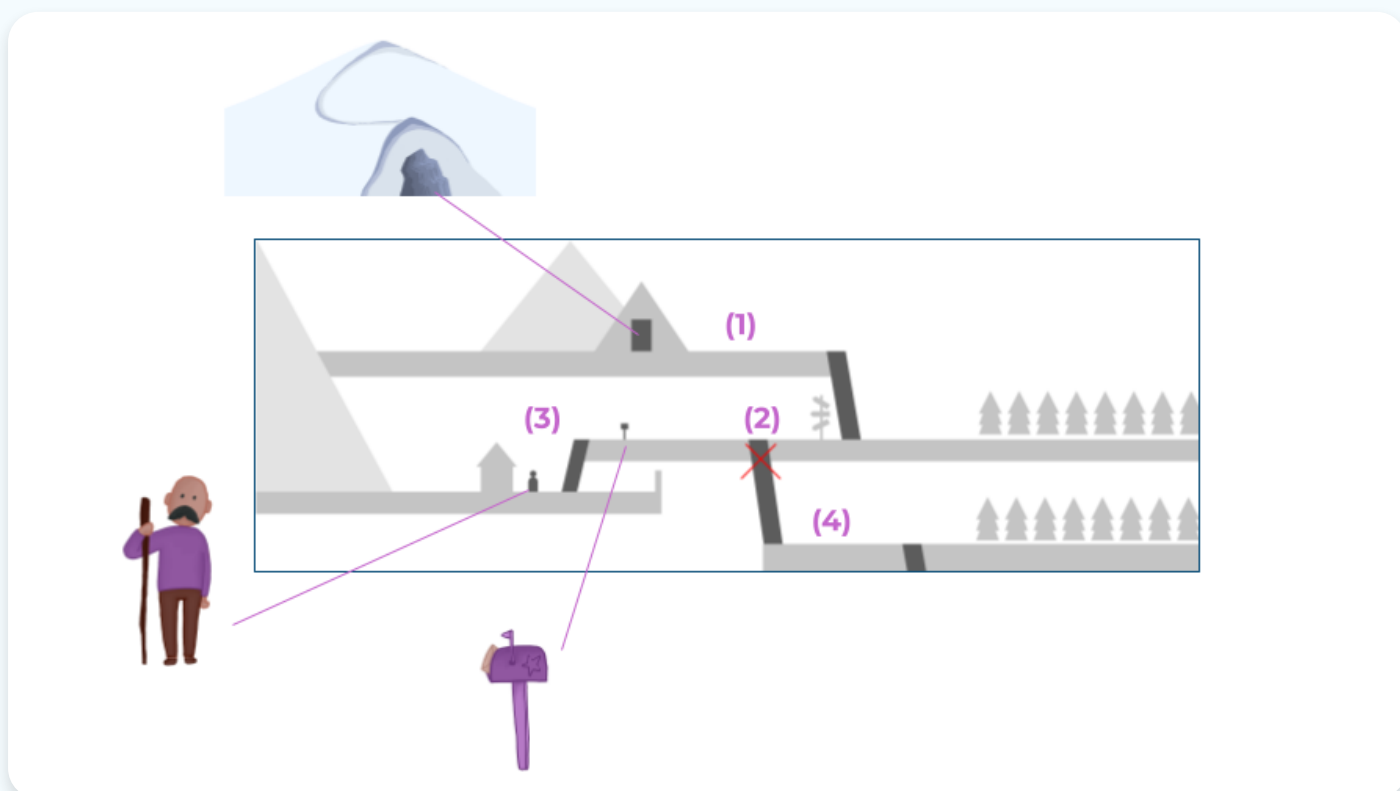
Lorsque la boussole est affichée, la direction vers laquelle se trouve les quelques glaçons ou cocons les plus proches est indiquée. La taille des éléments de la boussole est proportionnelle à la distance entre le personnage et l'endroit où se trouve le glaçon. Il est toujours possible de se déplacer et les glaçons sont affichés dynamiquement

Rappel mnésique : journal de bord

Le carnet de bord a une fonction d'historique : il permet de se rappeler des glaçons collectés, ceux choisis et ceux oubliés. Ainsi lae joueur-euse garde une trace de son récit, n'est pas contraint-e de se rappeler de chacune de ses actions, et dispose d'un récapitulatif lorsqu'iel débute une nouvelle session de jeu.

Onboarding

Dans l'onboarding, lae joueur-euse découvre l'univers du jeu, les contrôles (1) et la boucle de gameplay principale (2)(3). Enfin, iel est introduit à plus de lore (4) après son premier choix.



Dans la phase (1), le personnage se réveille en haut de la montagne, appelé par l'esprit du glacier. Lae joueur-euse est amené-e à se déplacer. Durant cette phase :

- les mécaniques de déplacement lui sont introduites, avec une utilisation de signes pour introduire les contrôles :
 - se déplacer horizontalement
 - devoir sauter pour continuer à avancer
 - rencontrer un escalier
- le glacier lui parle pour donner une accroche
- l'ambiance sonore et visuelle lui sont introduites

Le glacier introduit ensuite au joueur-euse son objectif : résoudre des conflits au village



Mais le personnage se retrouve bloqué (2) par un cocon (vers le bas) et doit aller vers la gauche pour trouver des éléments de résolution.

Ainsi, iel va rencontrer (3) la boîte aux lettres et Nicolis (leur histoire est détaillée dans la partie **Core Game Loop / Exemple**). Des signes indiquent au joueur·euse où et comment collecter ces glaçons et lae poussent à interagir avec eux.

Après cette courte exploration, le personnage n'a d'autre choix que de revenir vers le cocon (2). A l'interaction avec le cocon, le glacier explique les enjeux du choix au joueur·euse. Cette phase est soigneusement encadrée.

Tu dois résoudre ce conflit : dans un cocon de glace, il n'y a de place que pour conserver un seul souvenir. Prends garde, car l'oubli a toujours des conséquences...

Après son choix, lae joueur·euse en voit directement les conséquences :

- déblocage de la voie vers le village,
- transformation d'un élément de décor (le panneau directionnel),
- rencontre d'un personnage dépendant du choix en bas de l'escalier (4). C'est également le moment de le récompenser avec quelques éléments de lore qui piquent sa curiosité pour la suite du scénario.

Scénario

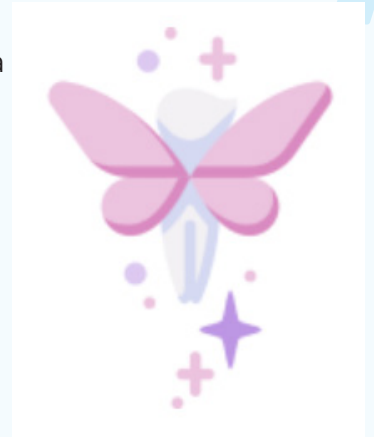
Ce document est un document de conception, qui nous permet de désigner les éléments du jeu de la manière la plus cohérente et crédible possible. L'univers et le scénario du jeu sont riches et complexes, et tout ne sera pas présenté en détails aux joueur·euses : nous souhaitons qu'ils appréhendent l'histoire avec leur propre sensibilité.

Contexte

L'histoire se déroule dans un univers proche de notre monde contemporain, soumis aux mêmes lois de la nature et de la physique et avec la même diversité géographique. Les panneaux solaires y ont été inventés depuis longtemps, mais les télécommunications en sont à leurs balbutiements.

Dans l'univers d'Ice Cubes, la frontière entre le réalisme et le merveilleux est floue. C'est un univers construit autour de la réflexion centrale du jeu, autour de la multiplicité des regards et d'une vérité multi-facettes. Toute notion de magie n'y existe que dans la limite de celle-eux qui y croient et, là où certain·es verront des fées, d'autres ne verront que de simples papillons.

Pour plus de détails sur l'univers du jeu, une bible narrative est disponible en annexe de ce document.

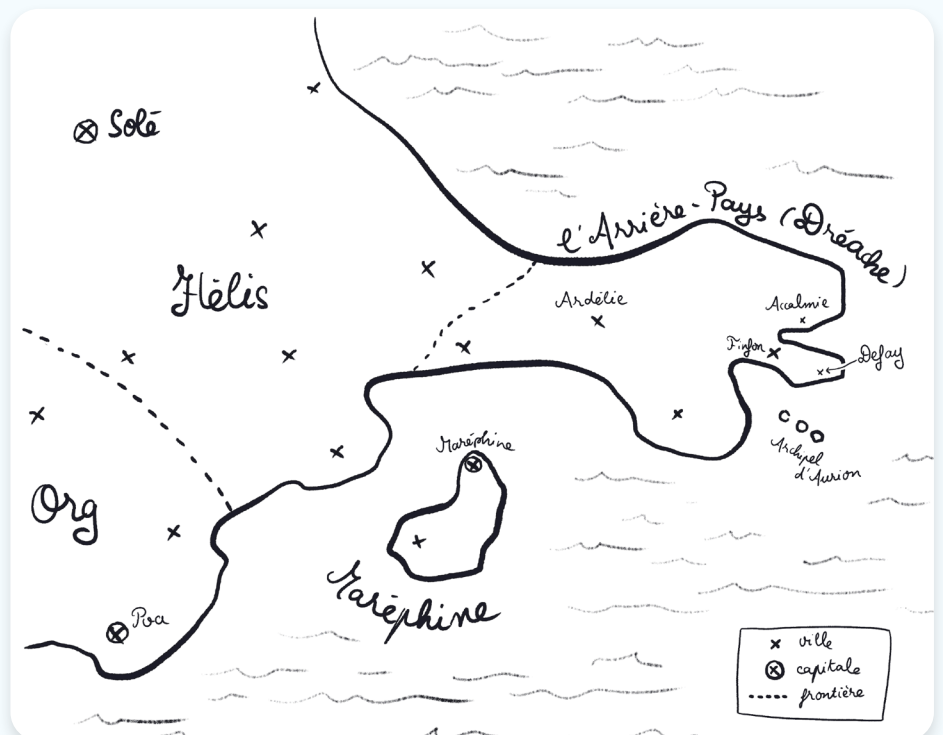


Synopsis

Il y a 120 ans de cela, un petit pays tranquille, Dréache, a été colonisé par l'empire d'Hélis. Notre histoire se passe à Defay, un village perdu au milieu des montagnes de l'ancien Dréache et surplombé par un glacier millénaire. Isolé et délaissé par les gouvernements au fil des âges, le village a longtemps fait perdurer une culture ancienne.

Mais aujourd'hui, alors que la ville voisine de Finfon exerce un rayonnement et une attractivité croissantes, la fracture culturelle entre la tradition des aînés et la modernité de la jeunesse s'élargit et menace.

Les tensions sont à leur comble lorsque le maire du village se prépare à disparaître pour poursuivre sa carrière politique. C'est alors que le vieux glacier choisit de se manifester : il invoque une créature dont la mission sera de récupérer les souvenirs du village et de les sauvegarder - ou de les oublier. Car c'est par le biais de l'oubli que l'on pourra réconcilier les villageois, empêcher de violents affrontements, et empêcher la transformation de Defay en village-fantôme...

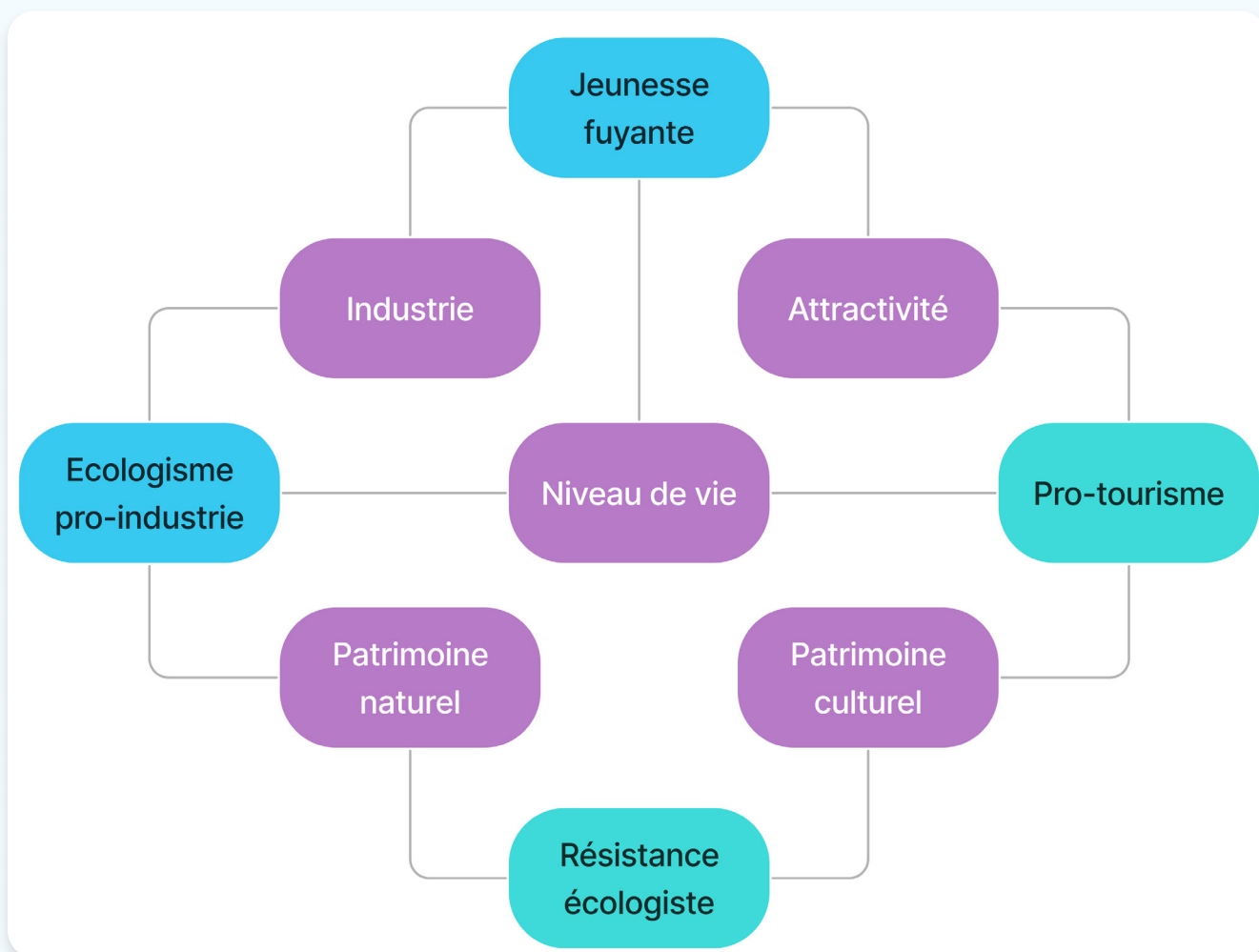


Enjeux

Defay est un village de montagne en proie à des enjeux très concrets autour desquels les villageois-es se polarisent. La problématique centrale est l'**exode rural**, avec deux visions principales pour y remédier :

- La vision "progressiste" propose d'ouvrir la porte à l'**industrialisation** du village pour augmenter le **niveau de vie** et générer de l'**emploi**.
- La vision «traditionaliste» tend plutôt vers la mise en valeur des **patrimoines culturel et naturel** pour attirer les **scientifiques** ou les **touristes**.

En toile de fond, la culture dréachoise s'oppose à la culture hélisienne, ce qui contribue à faire pencher l'opinion des villageois-es dans un sens ou dans l'autre en fonction de leurs affinités culturelles.



La vision traditionaliste est portée par :

- **Les pro-tourisme**, qui souhaitent simplifier et rendre accessible la culture du village afin de le faire rayonner.
- **Les résistant-es écologistes**, qui soutiennent un développement local et refusent de dénaturer la culture ou de mettre en danger l'écosystème.

La vision progressiste est portée par :

- **Les écologistes pro-industrie**, qui sont plutôt technophiles et souhaitent pousser l'industrie, mais n'accepteront jamais le développement des énergies non-renouvelables.
- **La jeunesse fuyante**, pour qui l'emploi et le niveau de vie sont très importants, et qui pousse le développement du village en ce sens.

Personnages principaux

Les personnages ont été construits autour des enjeux du village pour être attachants et identifiables, dans l'optique de proposer des choix clivants aux joueur-euses. Ci-dessous, on présente les personnages dont les souvenirs se trouvent au cœur des quatre principaux choix du scénario d'Ice Cubes.

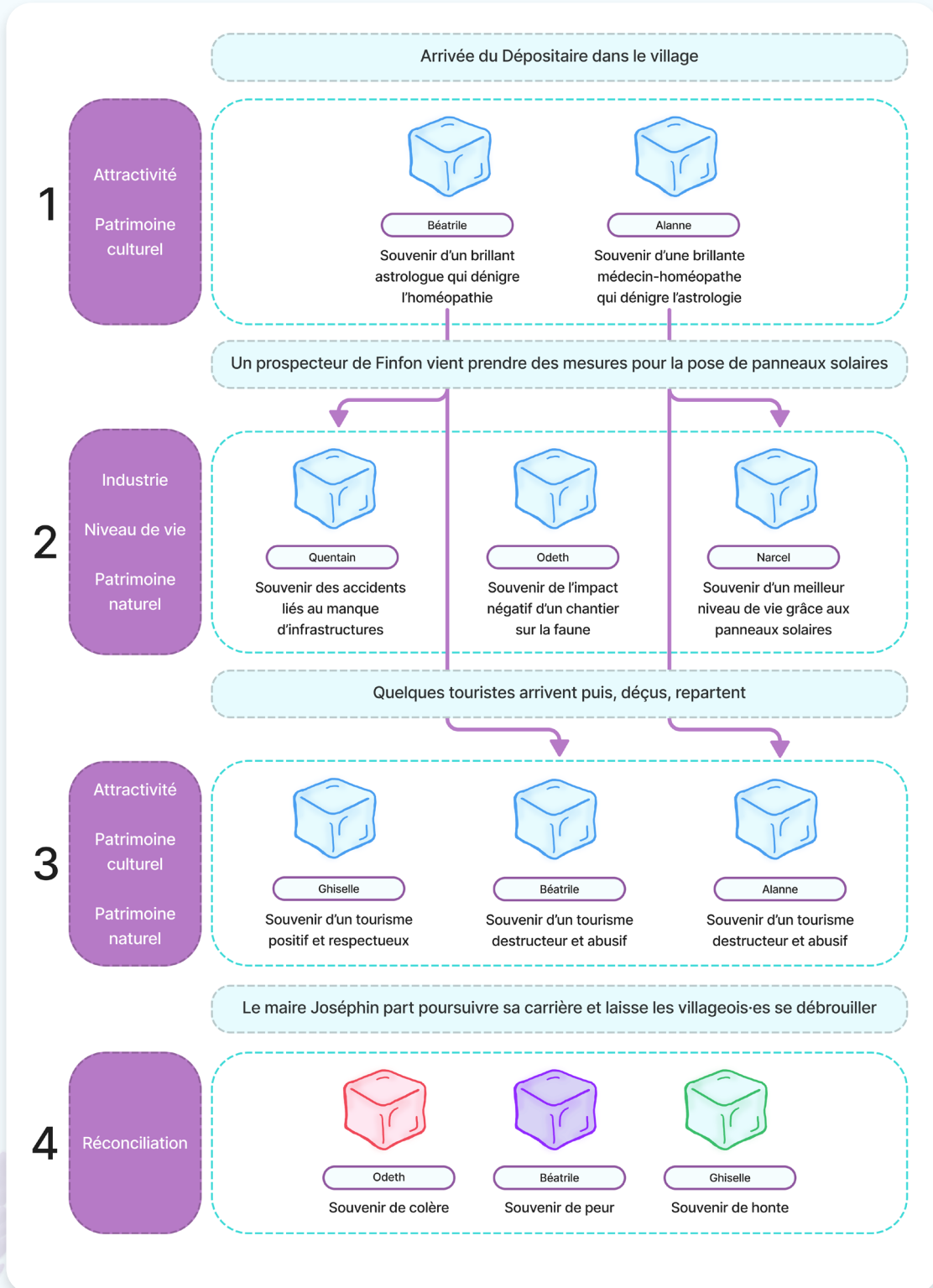


Vous trouverez une liste plus détaillée des personnages du village dans notre bible narrative. (cf. annexes)

- **Le Dépositaire de la mémoire**, une créature d'apparence anonyme mystérieusement invoquée par le glacier.
- **Alanne**, une jeune homéopathe excentrique. Reprenant le flambeau d'EMA, une médecin jadis célèbre dans la région, elle tente de faire de Defay le berceau d'une médecine nouvelle, entre homéopathie et médecine des plantes. Elle dénigre l'astrologie.
- **Quentain**, un homme de 62 ans, malade chronique. Un peu méfiant au départ, il a fini par se ranger du côté des écologistes pro-industrie. Les enjeux de santé, de modernité et de niveau de vie le touchent particulièrement.
- **Béatrice**, une jeune mathématicienne-astrologue proche de la résistance écologiste. Elle reprend le flambeau d'Ugot, un astrologue jadis célèbre dans la région, et tente de construire une crédibilité nouvelle pour l'astrologie, aujourd'hui en risque de disparition.
- **Narcel**, un jeune d'origine héliosienne. Il se sent en conflit d'identité, pris entre deux cultures. Il n'arrive pas à imaginer son avenir à Defay, et a pour projet de partir chercher du travail à Finfon.
- **Chiselle**, une jeune pro-tourisme enthousiaste. Peu convaincue par le développement de l'industrie, elle souhaite donner une impulsion touristique à Defay. Elle est prête à faire des concessions sur la culture locale pour la rendre accessible à tous-tes.
- **Odeth**, une résistante écologiste farouchement opposée au tourisme comme à l'industrie. Pour elle, l'impulsion du village doit passer par le développement des traditions locales, telles que l'astrologie et la médecine des plantes.

Scénario global

Le scénario se découpe en 4 niveaux. Au début de chaque niveau, le Dépositaire s'éveille dans le glacier au sommet de la montagne, et descend vers le village. Chaque niveau aborde des enjeux spécifiques en mettant en avant deux à trois personnages principaux. Entre les niveaux, il y a des ellipses temporelles qui laissent le temps à des transformations importantes de survenir dans le village.



Le schéma ci-dessus montre les souvenirs finaux de chaque niveau (les glaçons-souvenirs intermédiaires permettant de débloquer ces glaçons finaux ne sont pas représentés). Les flèches violettes pointent vers les glaçons finaux qui ne sont débloqués que par la conservation d'un autre glaçon.

Niveau 1 : débat sur les sciences

On y dévoile la plupart des tensions, enjeux culturels et économiques et factions de Defay. Plus particulièrement, ce niveau présente une réflexion sur la valeur scientifique de l'astrologie et de l'homéopathie (toutes deux ayant une légitimité scientifique dans notre univers auprès de factions différentes). Le choix final de ce niveau décidera autour de laquelle de ces disciplines le village orientera son développement.

	Choisir l'astrologie, c'est oublier la valeur scientifique de l'homéopathie	Choisir l'homéopathie, c'est oublier la valeur scientifique de l'astrologie
Conséquences sur le village :	Le village pense que la médecine hybride d'Alanne n'a aucune valeur et oublie que l'astrologie avait aussi ses détracteur-ices. Béatrice rayonne, mais Alanne retourne à Finfon pour se remettre en question.	Le village considère que l'astrologie est une pseudoscience et oublie que l'homéopathie avait aussi ses détracteur-ices. Alanne rayonne, mais Béatrice s'exile dans la montagne pour se remettre en question.
Statue de l'homéopathe Ema	On a un peu oublié qui est Ema. Sa statue est démontée et les matériaux sont réutilisés ailleurs.	Pour symboliser la nouvelle direction donnée à son développement, le village met la statue d'Ema sur la place centrale.
Statue de l'astrologue Ugot	Pour symboliser la nouvelle direction donnée à son développement, le village met la statue d'Ugot sur la place centrale.	On a un peu oublié qui est Ugot. Sa statue est démontée et les matériaux sont réutilisés ailleurs.
Observatoire qui surplombe le village	L'observatoire est rénové, il est maintenant doté d'un nouveau télescope.	L'observatoire est démantelé et reconverti en hôpital pour la médecine hybride.

Niveau 2 : débat sur l'industrie

Ce niveau représente un débat sur l'installation de panneaux solaires dans le village, via le prisme d'événements et besoins du passé. Le choix final détermine si l'intérêt des villageois-es se porte plutôt sur les infrastructures communes, sur les infrastructures individuelles ou sur la protection de la faune. Les possibilités de choix dépendent du niveau précédent : si on a choisi de développer la médecine, le souvenir des accidents ne pourra pas être collecté car il n'est plus pertinent. Si on a choisi de développer l'astrologie, le souvenir corrélé à la culture du Soleil ne pourra pas être collecté car les villageois-es ne le placent pas au centre du débat.

	Garder le souvenir des accidents liés au manque d'infrastructure	Garder le souvenir de l'impact d'un chantier sur la faune	Garder le souvenir d'une vie où les panneaux solaires sont normalisés
Conséquences sur le village :	Le possible impact sur la faune est oublié, et plus rien ne s'oppose au développement des panneaux solaires. L'argument culturel sur le niveau de vie est mis de côté.	Les accidents de montagne et le niveau de vie promis par les panneaux solaires sont oubliés. L'opinion populaire sur les panneaux solaires devient défavorable.	Les incidents liés à la faune sont oubliés, et plus rien ne s'oppose au développement des panneaux solaires. L'argument des infrastructures de montagne est mis de côté.
Mémorial des morts en montagne	Le mémorial est soigneusement entretenu, et des travaux ont commencé pour la construction d'un télé-féérique destiné au transport et au secourisme en montagne.	Le mémorial n'est plus entretenu, les noms dessus s'effacent. La santé est tellement absente des discussions que Quantain préfère partir pour Finfon, où il sera mieux soigné.	Le mémorial n'est plus entretenu, les noms dessus s'effacent. La santé est tellement absente des discussions que Quantain préfère partir pour Finfon, où il sera mieux soigné.
Faune à l'abord du village	La protection de la faune n'est plus dans les intérêts du village. On verra de moins en moins d'animaux se promener à ses abords.	La protection de la faune devient centrale dans l'opinion populaire. De plus en plus d'animaux apparaissent aux abords du village.	La protection de la faune n'est plus dans les intérêts du village. On verra de moins en moins d'animaux se promener à ses abords.
Maisons des villageois-es	La composante culturelle liée à l'admiration du Soleil est oubliée : les symboles solaires qui ornaient certaines maisons sont effacés.	La composante culturelle liée à l'admiration du Soleil est oubliée : les symboles solaires qui ornaient certaines maisons sont effacés.	Les gens sont emballés par la promesse du panneau solaire, et certains commencent à en installer sur leurs maisons.

• Niveau 3 : débat sur le tourisme

Ce niveau représente un débat sur le développement du tourisme dans le village, à travers le prisme des souvenirs des touristes déjà passés dans le village. Il décidera sous quelle forme le tourisme sera développé, voire s'il le sera tout court. Là encore, les possibilités de choix sont impactées par le niveau 1 : si on a choisi de développer la médecine, Béatrice n'est plus dans le village et ce sont les préoccupations d'Alanne autour de la pharmacopée qui nous permettent de récupérer son souvenir. Si au contraire on a choisi de développer l'astrologie, Alanne n'est plus dans le village et ce sont les préoccupations de Béatrice autour de l'astrologie qui nous permettent de récupérer son souvenir. Dans les deux cas, il s'agit d'un souvenir négatif sur le tourisme.

	On garde le souvenir d'Alanne, d'un tourisme destructeur et irrespectueux	Garder le souvenir d'un tourisme respectueux et fructueux	On garde le souvenir de Béatrice, d'un tourisme destructeur et irrespectueux
Conséquences sur le village :	Il n'y a presque plus de touristes dans la région car ils sont découragés par le mauvais accueil qui leur est fait.	Le village évolue pour accueillir comme il se doit les touristes, qui commencent à affluer.	Il n'y a presque plus de touristes dans la région car ils sont découragés par le mauvais accueil qui leur est fait.
Salle polyvalente du village	La salle est reconvertie en école de médecine hybride.	La salle est reconvertie en un office du tourisme.	La salle est reconvertie en école d'astrologie mathématique.
Observatoire	<i>Absent de cette branche</i>	Un musée de l'astrologie est installé dans l'observatoire, ce qui décrédibilise et ralentit les recherches dans cette discipline.	Un inspecteur arrive de Finfon et ferme temporairement l'école et les bureaux de l'observatoire, car la pratique académique de l'astrologie est interdite depuis 115 ans en Héliès.
Hôpital	Un inspecteur arrive de Finfon et ferme temporairement l'école de médecine puis l'hôpital, convaincu que la médecine hybride ne correspond pas aux normes sanitaires du pays.	L'hôpital est surchargé de touristes imprudents qui, avec le manque d'infrastructures adéquates, ont eu des accidents dans la montagne. Les plantes médicinales se font plus rares, fragilisées par le tourisme.	<i>Absent de cette branche</i>

• Niveau 4 : maelström d'émotions

Le dernier niveau du scénario est un peu particulier. A ce stade de l'aventure, de nombreux choix ont été faits et de nombreux souvenirs ont été oubliés. On se rend alors compte que si certains détails du passé ont effectivement disparu, les souvenirs des émotions éprouvées restent : simplement, les habitant·es ne se souviennent plus des événements qui leurs sont reliés.

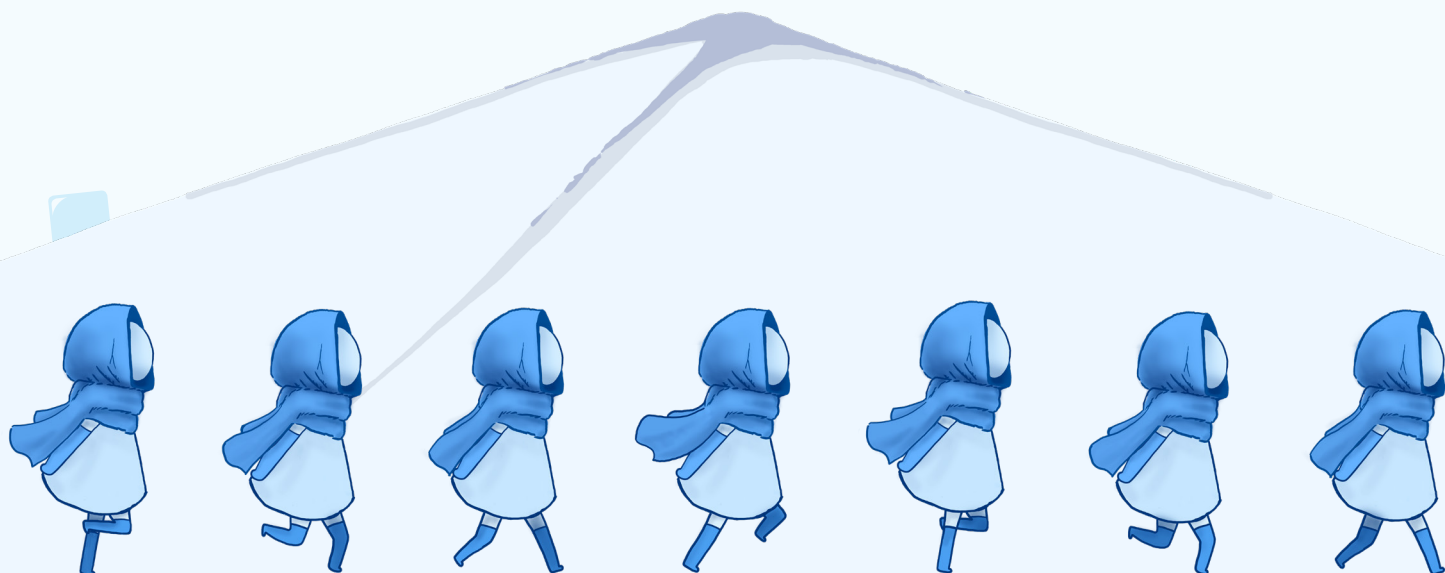
Par exemple, Odeth se souvient d'une colère qu'elle a éprouvée, une colère que lui évoquent encore aujourd'hui confusément les livres d'histoire. La personne qui joue, elle, est capable de faire le lien avec un glaçon-souvenir d'un autre niveau dans lequel Odeth raconte que les vieux livres d'histoire dréachoise ont été détruits.

Dans ce niveau, chacun·e fait le tri parmi les souvenirs d'émotions selon sa propre sensibilité. Le choix final du niveau détermine l'attitude dans laquelle le village s'unira désormais pour trouver sa place dans le monde.

	Garder le souvenir de la colère	Garder le souvenir de la peur	Garder le souvenir de la honte
Conséquences sur le village :	Le village a oublié la peur éprouvée face aux changements du monde, et la honte qu'il a pu ressentir face à sa propre différence. Désormais, il additionnera les coutumes locales et les coutumes étrangères sans renoncer à aucune. Les villageois-es sont prêt-es à adapter leur comportement en fonction du lieu et du contexte.	Le village a oublié la honte qu'il a pu ressentir face à sa propre différence, et la colère qui le poussait à faire valoir sa culture locale à l'extérieur. Désormais, il se désolidarise de la culture extérieure et développera toute son activité de manière locale, dans l'indifférence du reste du monde.	Le village a oublié la peur éprouvée face aux changements du monde, et la colère qui le poussait à faire valoir sa culture locale à l'extérieur. Désormais, il se dirigera vers le mélange des cultures et vers le compromis, pour assurer la continuité de l'histoire locale sans trop se démarquer du reste du monde.

• Fin du jeu

Après une nouvelle ellipse, le Dépositaire s'éveille cette fois au pied du village, près de la rivière qui charrie tous les souvenirs fondus. Iel fait son ascension en parcourant le village pour constater tous les changements qu'iel a provoqués. Enfin, iel rejoint le glacier, dans lequel iel se fond et disparaît.



Univers graphique

L'esthétique du jeu Ice Cubes, repose sur la volonté de trouver un style graphique épuré mais impactant. Il permet aux utilisateurs d'appréhender la narration et le système de gameplay, tout en les impliquant émotionnellement dans le lore du village et de son évolution.



Pendant les premières étapes de production, on a cherché un moyen de représenter de manière claire l'évolution verticale. En effet, le jeu est en 2D avec un déplacement vertical, car il se situe dans un village à flanc de montagne. Pour cela, nous nous sommes inspirées principalement de villages Ardéchois et Drômois, mais également d'illustrateurs tels que Jirō Taniguchi, de l'artiste Michiel Scrijver, et des jeux Sky : the children of light et Gris. (cf. annexe pour le moodboard) En reprenant ces inspirations, nous avons tenté différentes techniques d'abord inspirées des bandes dessinées avec un contour, mais également avec des ombres diffuses. Au final, les éléments graphiques sont sans contour, avec un minimum de détail et avec des applications d'aplats de couleur pour créer des ombres.

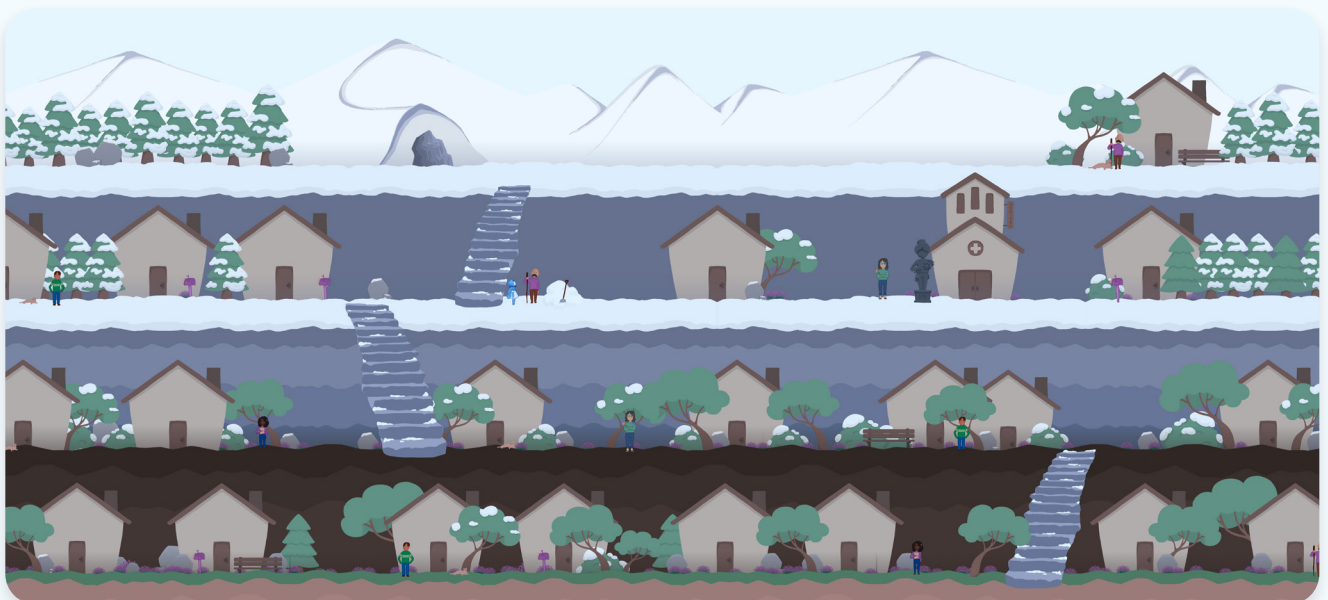


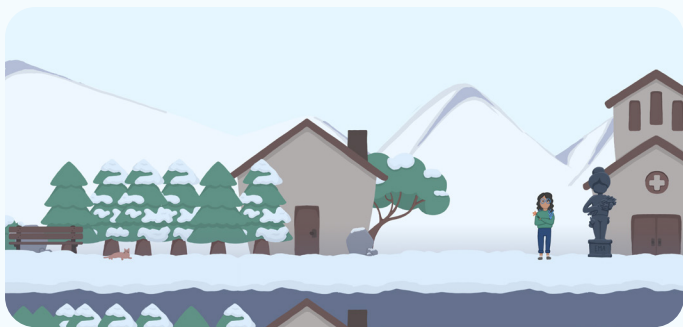
Dans un premier temps, nous avons dessiné des croquis et des schémas pour visualiser le format et le fonctionnement des niveaux, d'un point de vue Level design. Cela nous a permis de visualiser les assets à produire et le fonctionnement par couches qui permettra de mettre en avant ou en arrière certains éléments.

Un travail important sur le choix des couleurs a été réalisé pour aider l'appréhension de la narration et de l'atmosphère. Ainsi, en

haut, vers le glacier, une prédominance de blanc et de bleu est présente pour évoquer le froid, mais également introduire un monde, qui va petit à petit en descendant être plus vivant. En descendant, une esthétique plus marron et verte va être introduite, l'aspect neige va peu à peu disparaître, l'environnement se réchauffe et le village est de plus en plus vivant. Cela permettra d'introduire un environnement naturel, plus chaud, mais proche de la nature.

Une touche de violet va aussi faire son apparition pour créer des contrastes et rendre plus dynamique le lieu, car si vers le glacier l'environnement est plus monochrome, en descendant nous sommes introduit-es à un monde plus vivant et coloré.





Zone Glacier

Présente un paysage au sommet de la montagne pour introduire un monde qui est peu, dans un premier temps, influencé par les humains et leurs histoires.



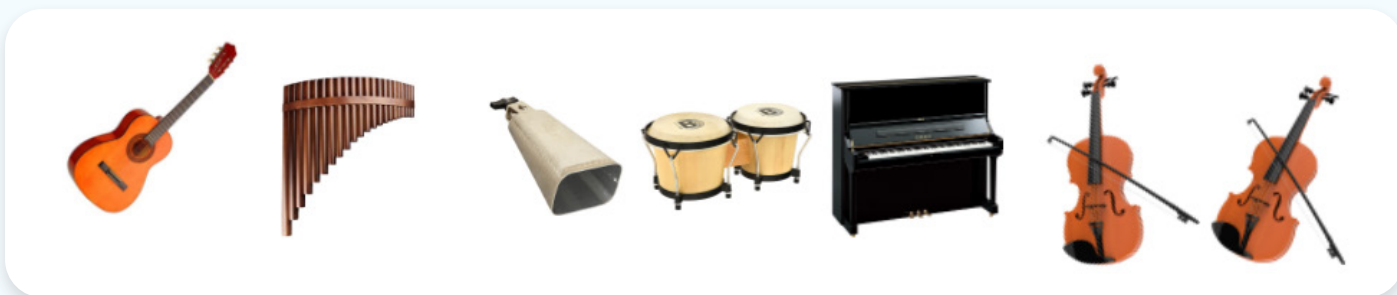
Zone Village

Présente une zone au coeur du village, qui évolue et est fortement impactée en fonction des humains et de leurs histoires.

Univers sonore

Musique

La musique d'Ice Cubes est composée en interne, avec pour rôle de soutenir les émotions et l'atmosphère du jeu. Elle ne doit pas gêner la lecture ni l'exploration libre ou la réflexion : c'est une musique calme de genre minimaliste, c'est-à-dire construite progressivement par répétition et ajout de motifs.



Les émotions principales que nous cherchons à évoquer par la musique sont la **contemplation**, la **curiosité** et l'**enjouement**.

Pour cibler au mieux ces émotions, nous avons mis au point des [vidéos rip'o'matic](#) afin de tester les émotions ressenties par les spectateur-ices face à différents styles musicaux accompagnant des images proches de l'atmosphère d'Ice Cubes. Le lien précédent montre également des exemples de musiques composées pour le jeu.

Détails de l'exécution :

- Des cordes frottées avec un rythme lent et régulier pour évoquer la nature et la profondeur
- Une guitare avec un rythme syncopé et un effet d'écho pour évoquer le voyage, la nostalgie et l'isolement
- Une flûte de pan à contre-temps pour évoquer la curiosité
- Du piano, avec des accords simples sur les temps forts pour lier le tout et invoquer le calme.

Ces instruments peuvent être combinés de différentes manières pour obtenir des passages musicaux différents selon les émotions ciblées. Par exemple :

- la musique du menu cible plus particulièrement la curiosité et l'invitation au voyage, avec un duo de guitare et de flûte de pan.
- la musique du choix veut évoquer un léger stress et le côté décisif du moment, en utilisant uniquement des percussions et des cordes frottées.

Les motifs musicaux seront différents à chaque niveau du jeu, pour accompagner l'évolution du scénario.

SFX



Les effets sonores ont pour rôle de renforcer l'immersion. On utilisera surtout des bruits atmosphériques, tels que le vent au sommet de la montagne, le bruit des pas dans la neige, ou un souffle magique quand le Dépositaire saute. L'idée est également que le glaçon soit très présent dans le paysage sonore : pour accompagner les animations et pour les feedbacks sonores aux différentes interactions, on utilise le bruit que font des glaçons qui s'entrechoquent, et le bruit que fait la glace quand elle fond.

Voice acting

Nous avons l'intention de faire appel à du voice acting pour les passages où le Glacier s'adresse au Dépositaire, mais également pour associer des barks aux personnages. Cela contribuera à les rendre d'autant plus vivants, attachants et reconnaissables.

L'immersion dans l'univers du jeu a été évaluée au cours d'une session de playtests, et l'atmosphère visuelle et sonore a été remarquée et appréciée par les joueur-euses.



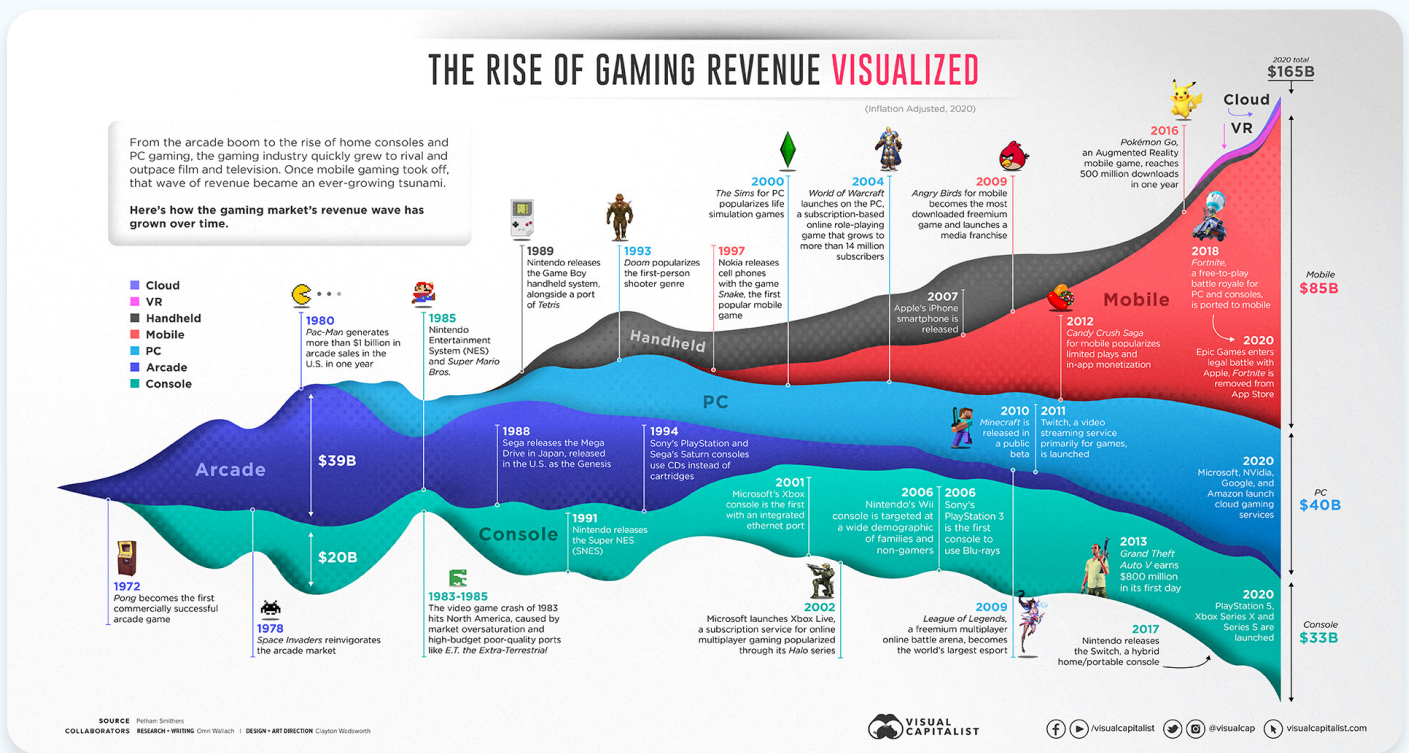
Potentiel commercial du projet

Ice Cubes est un jeu **narratif** à choix avec une composante **d'exploration** et une forte emphase sur **les impacts scénaristiques et visuels des choix** sur le village. On va s'intéresser au marché du jeu d'aventure et se positionner sur le marché du jeu narratif. Dans l'ordre d'importance, ce jeu va pouvoir se revendiquer les tags Steam : *Riche en récits, Choix multiples, Aventure, Émotions, Fins multiples, Simulation de marche, Plateforme, Atmosphère, Jeu solo.*

Marchés cibles

Ice Cubes se positionne sur le marché des jeux d'aventure narratifs. La particularité de ce marché est la faible concurrence entre les jeux qui le composent : ils n'ont pas à se partager le temps de jeu des joueur·euses car le plus souvent celles·eux-ci joueront à plusieurs de ces jeux. Le pricing sera très important toutefois afin de ne pas être édulcoré par le public.

Les jeux d'aventure sur PC/console



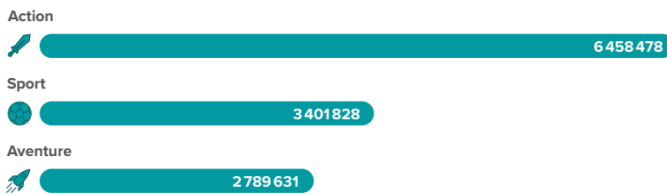
Pelham Smithers (2020)

D'après une étude de Pelham Smithers (2020) on remarque que, si le marché mobile est en croissance rapide depuis les années 2000, le marché PC & console se maintient à des niveaux réguliers (et on observe même un début de croissance rapide depuis 2018). C'est une part de marché qui touche peut-être une proportion moindre de nouveaux joueur·euses que l'industrie mobile, mais qui reste fiable et compte pour presque la moitié du marché total. D'après une typologie proposée par le S.E.L.L., on voit que les joueur·euses PC et console sont aussi les régulier·es et habitué·es, et sont particulièrement amateur·ices de jeux d'aventure (32 à 67% d'entre elles·eux jouent à ce genre de jeux, contre 25% des joueur·euses français). En France, en 2020, les jeux d'aventure se classent dans le top 3 des genres de jeux les plus achetés sur console et sur PC (d'après S.E.L.L. 2021).

Top des genres de jeu les plus achetés en 2020

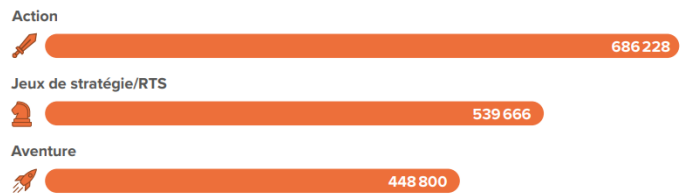
sur console

MARCHÉ PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ EN VOLUME



sur PC

MARCHÉ PHYSIQUE + DÉMATÉRIALISÉ EN VOLUME



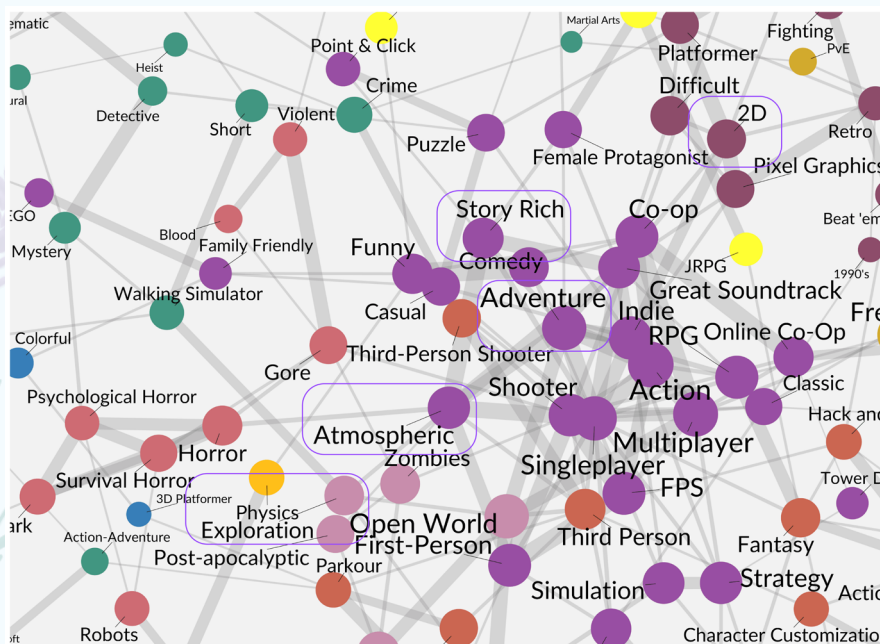
Marché des jeux narratifs

La part de jeux à forte narration dans le marché du jeu vidéo a beaucoup augmenté ces dix dernières années, avec notamment plus de 1.2 milliards de ventes taggées Story Rich sur Steam. Ils sont le plus souvent associés aux tags “walking simulator” ou “visual novel” :

- walking simulator “simulateur de marche” : des jeux en 2D ou 3D avec une forte DA, où l’on se déplace linéairement et où l’on peut souvent interagir avec les éléments du décors pour obtenir des informations de lore.
- visual novel “roman visuel” : des jeux en 2D avec des images fixes, basés majoritairement sur les dialogues, avec plus ou moins de choix de réponses disponibles.

Ce sont également des jeux auxquels on peut reprocher d’être trop linéaires et de ne pas assez prendre assez en compte les particularités des choix dans l’intrigue. **Ice Cubes** a pour ambition de montrer un réel impact des choix sur le village, à travers son organisation, le récit de ses habitant-es et les éléments environnementaux, notamment avec des *Fins multiples*.

De plus, ces deux types de jeux ont souvent un gameplay de type point & click. Un jeu comme *Spiritfarer* s’en démarque par l’utilisation de plateformes. Mais il ne s’agit pas d’un jeu à choix multiples : l’histoire est riche mais la boucle de gameplay utilise des mécaniques de jeux de gestion. Un jeu comme *Lost Words: Beyond the Page* propose des choix multiples en plateforme 2D mais la boucle de gameplay principale utilise plutôt des mécaniques de puzzle et de la dextérité. **Ice Cubes** se démarque avec son gameplay utilisant des plateformes qui favorise l’exploration et l’Aventure, mais sans en faire un challenge. Il est important de mettre en avant cette différence. La volonté de Ice Cubes est de réellement lier le gameplay de platforming à l’impact des choix : les plateformes et les chemins seront amenés à changer en fonction des conséquences des choix.



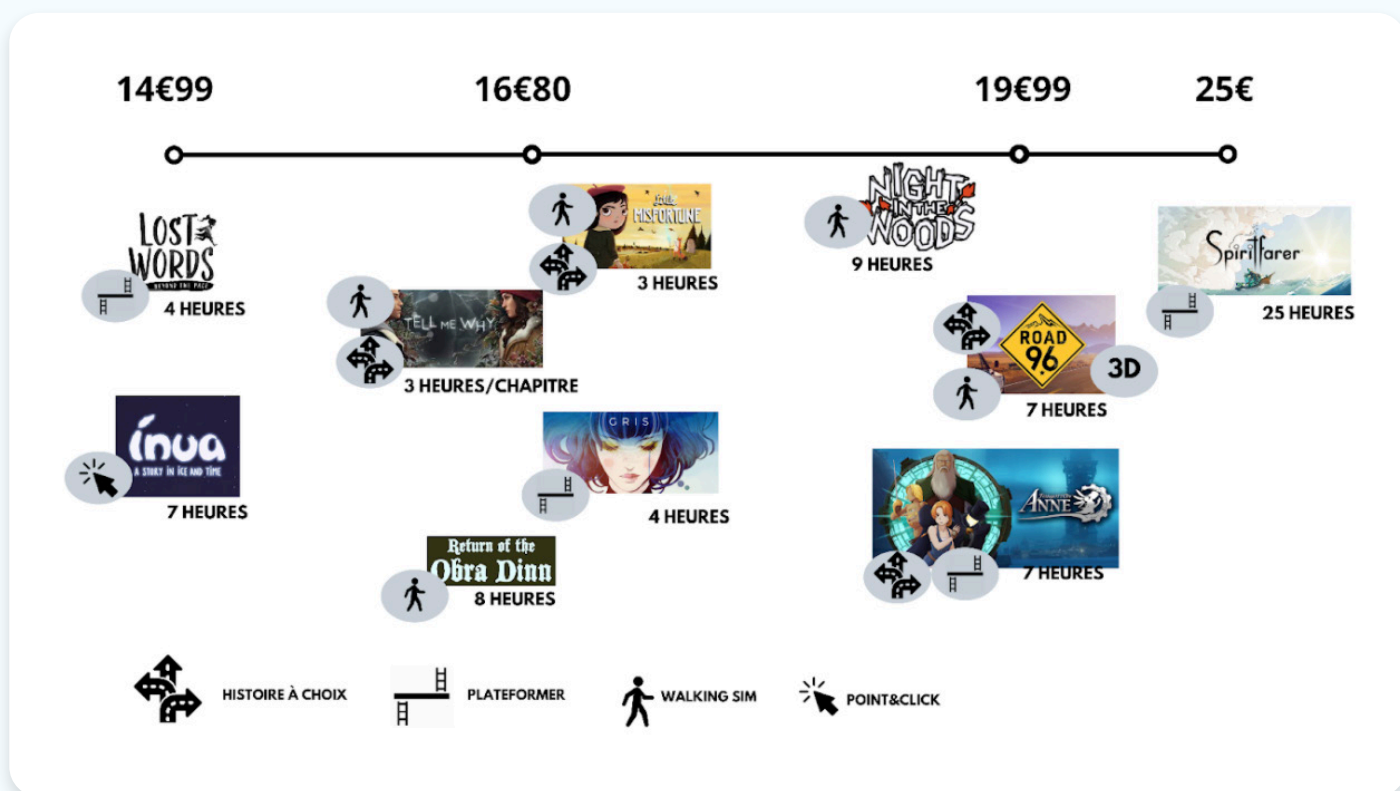
Extrait Quantic Foundry 2018

Quantic Foundry a publié en 2018 une analyse de données sur les liens entre les tags Steam. Sur leur graphique, on s'intéresse aux tags qui peuvent correspondre à **Ice Cubes**. On observe que *Exploration* et *2D*, bien que tous deux reliés au tag « *Adventure* », font partie de clusters non adjacents. On en déduit qu'il y a un risque à proposer un jeu d'exploration en 2D même s'il est possible qu'un tel jeu rencontre son marché. Ce risque est bien identifié et notre système de game design vient y répondre en renforçant les liens entre narration, plateforme 2D et exploration, faisant de ce risque une opportunité.

De plus, les tags *Adventure* et *Story Rich* ne sont pas si souvent directement associés ensemble sur un même jeu, mais tous deux font en revanche partie d'un même cluster et sont très souvent associés au tag *Atmospheric*, ce qui permet de dire qu'il y a à la fois un marché et une opportunité d'originalité pour un jeu rassemblant ces 3 tags. Le tag *Atmospheric* est aussi fortement utilisé par les jeux narratifs pour vendre la promesse des émotions que proposent la narration. Cette promesse est importante car elle permet de vendre le jeu sans spoiler son contenu. En revanche, il est primordial qu'elle soit tenue pour la crédibilité du studio.

Etude du pricing

Les jeux narratifs ont généralement un prix fixe compris entre 15€ et 20€. Les critères de pricing vont être le temps pour finir l'histoire, la rejouabilité et la qualité de l'atmosphère (la qualité de la BO, de la DA, et l'utilisation de 3D vont augmenter le prix du jeu). Certains jeux utilisent une sortie épisodique et vendent chaque épisode, à l'instar de *Tell me why* (qui comprend 3 chapitres de 3h chacun pour environ 16€80). Ce système n'est cependant pas adéquat pour **Ice Cubes**, où le moment fort est la visualisation des conséquences de son choix au niveau suivant.



Ice Cubes peut prétendre à un prix de 16€80 pour une histoire de 3h en proposant une histoire à choix et de la rejouabilité, et une DA et une BO particulièrement soignée. Ayant un objectif de proposer 4 niveaux, un niveau durera entre 30 min et 1h.

Analyse de la concurrence

- **Inua, a Story in Ice and Time**, un jeu d'aventure narratif édité par Arte, sorti en février 2022. On y retrouve les thèmes de l'Histoire, de la glace, et du voyage dans le temps. Le jeu est un point-and-click et n'a pas de gameplay d'exploration. Il coûte 14.99€ et est annoncé à 7h. Il semble lui être reproché un gameplay pauvre et parfois lent, mais peu de critiques sont déjà disponibles à l'heure actuelle.
- **Lost Words: Beyond the Page**, sortie en avril 2021. Le jeu a déjà plus d'un an, mais le type est assez proche : un jeu d'exploration et de platforming avec des puzzles basés sur la narration, littéralement. Il coûte 14.99€ avec 4h de jeu. Il lui est reproché de proposer peu de challenge.
- **Oxenfree II** : la suite de Oxenfree, un jeu narratif qui se vend à hauteur de 5 000 exemplaires par mois. Sortie en 2022. Il propose une fiction interactive à travers une exploration en défilement horizontal. Pas de prix annoncé.
- **Where the stars lie** (@StarsLie sur Twitter) est un jeu narratif écologique avec des choix à faire et un lien avec l'astronomie. Peu d'informations disponibles et pas de date de sortie pour l'instant.

Cibles

Un public de niche autour des jeux narratifs

En généralisant la typologie de joueur·euses français·es du S.E.L.L. (2020), notre cible se trouve parmi deux types de joueur·euses : les « Actifs engagés », et les « Investis technophiles ». Ces populations de joueur·euses ont une plus forte propension à jouer sur PC et sur console que l'ensemble des joueur·euses, mais également une plus grande appétence pour les jeux d'aventure. Iels sont aussi plus souvent abonné·es à des plateformes de gaming, et ont un plus fort sentiment d'appartenance à une communauté. Un jeu d'exploration où les morceaux d'histoire se collectionnent peut être un bon sujet d'échange et de partage pour ces joueur·euses.

Les joueur·euses qui cherchent des univers riches

Ces joueur·euses sont très intéressé·es par l'histoire et n'hésitent pas à rejouer aux jeux pour explorer plusieurs branches et comprendre l'ensemble du lore. Le manque de cohérence et la fausseté de l'impact des choix sera un game breaker pour elle·eux. Porté·es sur la complétion, iels partagent beaucoup leur expérience avec la communauté de fans de jeux narratifs, voire vont compléter des wiki communautaires. Les reviews sur l'intérêt du lore et le fait de pouvoir obtenir des fins différentes sont des incitateurs d'achat très importants pour elles-eux.

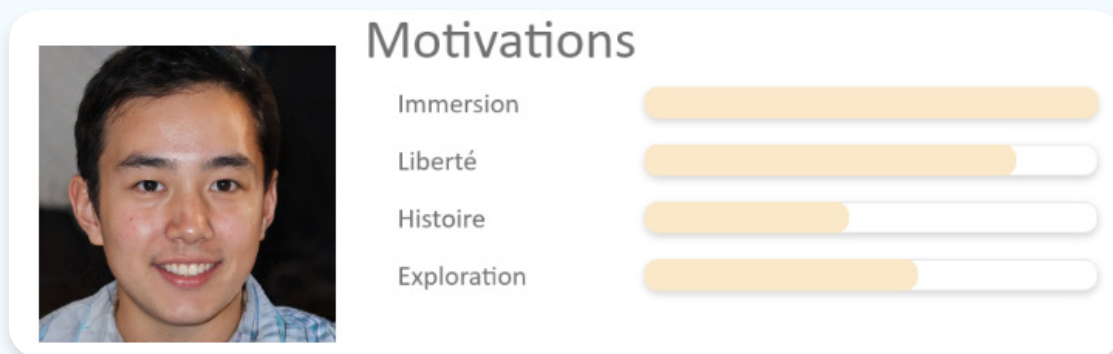


Motivations



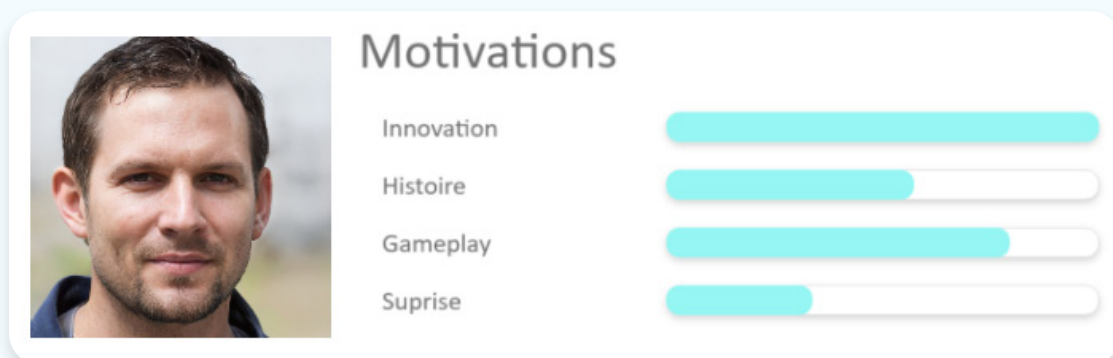
Les joueur·euses qui veulent vivre une histoire unique

Ces joueur·euses joueront une seule fois aux jeux mais chercheront à explorer et créer leur propre histoire au maximum. Les sentiments d'immersion et de liberté sont au cœur de leur expérience de jeu. Les aspects de personnalisation sont un moyen efficace d'influencer leur achat, de même que les publicités ciblées et les promesses d'atmosphères. Cependant, iels seront sensibles à l'essoufflement de l'histoire ou la frustration d'un gameplay qui ralentit leur expérience. A cette communauté est associée des influenceur·euses sur des plateformes comme Twitch et Youtube, qui partagent leur let's play tout en motivant leur public à créer leur propre récit.



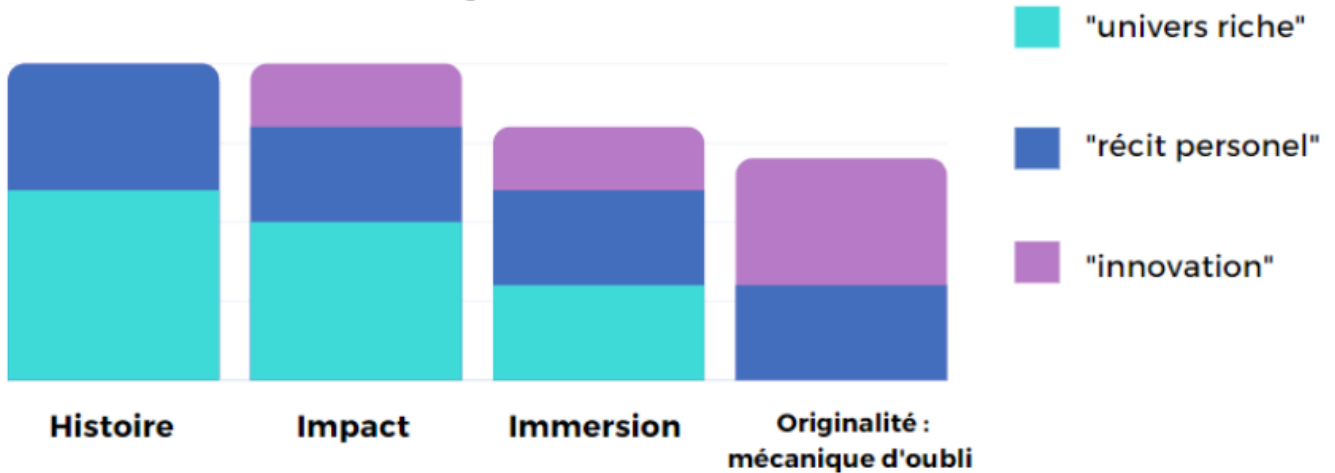
Les joueur·euses intéressé·es par un gameplay narratif innovant

Ces joueur·euses recherchent assez activement des jeux indépendants proposant des mécaniques innovantes. Iels cherchent une stimulation intellectuelle et à être surpris·es. En revanche, iels seront déçus par une idée inachevée ou incohérente. La presse spécialisée et les contenus d'influenceur·euses autour des jeux indépendants les intéressent particulièrement, et iels sont bien plus susceptibles d'acheter une suite qui propose une variation de gameplay qu'un DLC. Leur référence du moment, c'est *Outer Wilds*.



Conclusion

Intérêts principaux des persona



Les intérêts des cibles sont centrés autour d'axes qui sont étroitement liés à nos unique selling points. Cette concordance confirme que **Ice Cubes** peut plaire à la cible identifiée. Enfin, l'immersion ressort de cette étude de marché comme un point important à intégrer dans le jeu. Cela se recoupe avec l'opportunité de donner à **Ice Cubes** le tag Atmospheric, en soignant la DA, la BO, et le game feel. De plus, cela comprend aussi la cohérence de notre histoire, le réalisme des thématiques abordées.

Influences d'achat

Persona	Suite	DLC	Episodes
"Univers riche"	Green	Green	Red
"Récit unique"	Orange	Green	Green
"Innovation"	Green	Red	Red

Nos cibles sont majoritairement peu enclines à acheter des épisodes. En revanche, si elles sont conquises par le premier jeu, il est majoritairement dans leurs habitudes de consommation d'acheter les suites. Le modèle économique est donc fixé sur un jeu premium sans épisodes, avec une opportunité pour proposer des suites, des variabilités de gameplay tout en s'appuyant sur le modèle et la communauté en place.

Pratiques sociales

Persona	Solo	En ligne	Communauté	Ecris des reviews en ligne
"Univers riche"	Green	Red	Green	Red
"Récit unique"	Green	Green	Red	Red
"Innovation"	Green	Green	Green	Green

Finalement, on remarque que ces joueur-euses sont propices à la communication, à travers des influenceur-euses, le partage de reviews et la création de communauté. Cet axe est important à utiliser dans notre stratégie de communication.

Stratégie de communication

Objectifs de communication

Objectifs	Pré-production	Production	Post-production
Financiers	Obtenir le CNC Trouver un éditeur à hauteur de 100 à 200k €	Wishlist Steam : 10k Trouver un éditeur à hauteur de 100 à 200k €	Ventes Steam : 50k en 6 mois (env. 6 600 ventes par mois)
Communauté	Twitter : 2k abonnés Discord : 1k membres	Twitter : 8k abonnés Discord : 3k membres	Twitter : 20k abonnés Discord : 5k membres
Relais médiatique	Articles sur le teaser	Emulsion d'intérêt autour de la démo	Emulsion d'intérêt chez les influenceur.euse.s du milieu

Objectifs financiers

L'objectif premier du studio est de trouver un moyen de financement durable permettant d'aller aussi loin que possible dans la production (localisation EN a minima, marketing, portage switch ...). Nous chercherons à atteindre cet objectif peu avant la sortie du premier teaser, puis, s'il n'est pas atteint, durant toute la durée de production grâce aux nouveaux éléments produits (trailers, démo, communauté ...).

Les objectifs de wishlist, puis de ventes, ont été fixés après un benchmark des ventes créés par d'autres jeux pertinents récents (voir Annexe : *Benchmark - ventes*).

Objectifs communautaires

Les amateur-ices de jeux narratifs sont une communauté de niche, qui partage beaucoup sur leurs expériences. Pour se vendre, il faut se faire connaître de cette communauté et les réunir autour du jeu. Les leviers principaux sont les opé spé avec des influenceur-euses, les réseaux sociaux (Twitter, TikTok, Discord), être présent dans les listes de jeux narratifs (presse et influenceur-euses) et les événements autour des jeux narratifs (salons, émissions sur Twitch).

L'objectif est de créer notre propre communauté sur un serveur Discord, et de l'animer régulièrement en proposant du contenu exclusif. Capitaliser sur la communauté est important et permettra de produire une suite à la franchise. De plus, avoir une communauté est un argument fort dans la recherche d'un éditeur, et peut permettre au besoin de lancer un financement participatif.

Les objectifs ont été fixés après un benchmark des communautés créés par d'autres jeux pertinents (voir Annexe : *Etude de communication*).

Objectifs médiatiques

Tout le long du développement du jeu, les événements marquants s'accompagnent de relais médiatiques (trailer, démo, etc.). Ces objectifs sont considérés comme réussis si des articles sont publiés, mais c'est leur impact sur les objectifs de communauté et financiers qui seront déterminants.

Cibles et messages

Ce jeu contient tout un micro univers à découvrir aussi bien à l'échelle d'un village qu'à l'échelle de chaque personnage

Lore

Impacts des choix

Ambiance



Est ce que vous avez vu ce petit bout d'histoire caché ?

Ce jeu te propose d'avoir une expérience unique grâce à son approche jamais vu


Moi aussi je veux être dans cet univers et faire mes propres choix

Je suis un petit dépositaire de la mémoire !

Oubli

Ambiance


Impacts des choix



Ce jeu se base sur une mécanique d'oubli vraiment spéciale qui change complètement la façon de faire des choix

Oubli

Glaçon



Je ne peux pas passer à côté de ce jeu

Supports de communication



Ice Cubes est un jeu qui propose une histoire riche à choix. De par sa nature, l'intérêt d'un jeu narratif à choix est la découverte de l'histoire et des retournements de situations. Il est difficile d'en faire la promotion sans spoiler le contenu du jeu. Une stratégie courante est alors de baser sa communication sur la DA du jeu. On parle de jeux à atmosphère (tag Atmospheric sur Steam). L'utilisation de l'atmosphère pour transmettre les émotions délivrées par la narration est une promesse faite aux joueur·euses, et un sujet de communication essentiel. De plus, les personnages sont un vecteur fort d'émotions et iels seront intégrés au maximum dans la communication. Cela passe beaucoup par les vidéos (teasers, trailers, publicités ciblées) et les assets (personnages, environnement) partagés. Mais également par des let's play d'influenceur·euses.

Prouver que nos choix ont un impact fort sur un lore dense et cohérent est capital pour convaincre un maximum de joueur·euses potentiel·les. Sur les réseaux, nous allons publier de mini-histoires interactives ; par exemple, sous forme de tweet à suivre ou de vidéos youtube découpées en morceaux d'histoires séparées par des choix. Elles permettront de mettre en scène des anecdotes et des personnages de l'histoire. Proposer différentes versions d'un asset permettra de créer des questionnements sur les choix qui peuvent être faits. Enfin, une fois que les joueur·euses auront le jeu en main, nous les pousserons à publier leurs villages sur Discord et les réseaux sociaux en proposant une fonctionnalité spécifique.



Le glaçon est un élément fort et impactant visuellement. C'est un atout de communication, à la fois pour l'image de marque du jeu mais également comme goodies. En salon, nous distribuerons des boissons chaudes dans lesquelles mettre des glaçons qui leur donneront un goût surprenant. La nourriture gratuite est toujours un levier efficace pour réunir des foules.

Enfin, le studio est composé à 100% de femmes et c'est un aspect rare que nous devons mettre en avant. Il peut également être utile pour promouvoir le jeu à travers des réseaux comme Women In Games, Wings, ou simplement des articles de presse. Il peut aussi être utilisé pour accéder à des conférences sur l'inclusivité ou la présence des femmes dans l'industrie du jeu vidéo.

Réseaux sociaux

Discord permettra de réunir nos joueur·euses au même endroit, de leur permettre d'échanger entre eux et enfin de communiquer directement avec elles-eux. Pour amener nos joueur·euses potentiels sur Discord, nous tiendrons des pages **Twitter**, **Facebook** et **TikTok**, car les personnes actives sur ces réseaux sont généralement différentes. Twitter sera utilisé pour s'introduire dans les réseaux gamer déjà en place sur la plateforme, mais le contenu ne sera pas particulièrement mis en avant par la plateforme elle-même. Au contraire, TikTok permet plus facilement de toucher des personnes inconnues et de générer de la viralité.

Salons et événements



Adventure X
5 et 6 Novembre 2022 - Londres (UK)

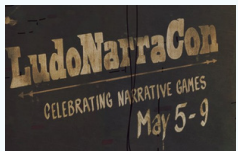
Une convention au Royaume-Uni dédiée aux jeux narratifs. L'occasion de rencontrer d'autres passionné·es de jeux narratifs, des playtesters, des éditeurs indépendants, des voice actors, et autres acteurs du milieu. Ce n'est pas un événement particulièrement connu et pour cette raison, les exposants n'ont pas à payer. *Backbone* et *The Longing* ont notamment fait partie des exposants. En tant qu'exposant nous pourrons présenter notre jeu, se faire des contacts, avoir des retours utilisateur·ices.



PAX Est
Avril 2023 - Boston (USA)

PAX Est est une exposition des meilleurs éditeurs et studios où de nouvelles démos de jeux sont présentées, avec des performances musicales, des tournois et une expérience communautaire unique.

En tant que participant, nous pourrons présenter le teaser de notre jeu, se faire des contacts, et chercher des fonds.



LudoNarraCon
Mai 2023 - Steam (en ligne)

LudoNarraCon est une convention en ligne gratuite sur les jeux narratifs. Elle est organisée par l'éditeur Traveller, qui est un éditeur de jeux narratifs (Hacknet, Suzerain, Paradise Killer). Les participant·es peuvent jouer à des démos, suivre les lives des exposants, ou encore discuter ensemble.

En tant que participant, nous pourrons présenter le trailer, organiser une présentation du développement ou de la DA, ou une session de QA. Il sera nécessaire de proposer une démo durant la durée de l'événement.

C'est une occasion de générer des wishlists. En 2020, les jeux présentés ont gagné 5 000 wishlists en moyenne.



Jeux Made In France
Octobre 2023 - Paris (France)

Jeux Made In France présente les créations indé et AAA de studios français de toutes envergures : ce sont environ vingt studios et une trentaine de jeux chaque année qui font vivre la créativité française à travers Jeux Made in

France, auprès du public, de la presse et des influenceur·euses. C'est une occasion de présenter le jeu et de générer des ventes.

Influenceur·euses identifié.es

Le jeu narratif est peu streamé sur les plateformes comme Twitch : il n'y a pas de catégorie dédiée et une absence de streamers spécialisé·es sur cette niche. Sur Youtube, on peut remarquer des aventures Let's Play mais qui concernent des jeux de grosse envergure.

On viendra alors chercher des streamers plus proches de notre persona “fan de jeux indé innovants”. Plusieurs streamers, d’envergure différente, ont été repéré·es (voir Annexe Benchmark Influenceur·euses). A ces influenceur·euses, nous pourrions essentiellement proposer des clefs pour leur communauté en échange d’un live sponsorisé.

Sur une plateforme comme TikTok, on peut cibler un autre type d’influenceur·euse : iels ne vont pas jouer en live au jeu mais peuvent en faire la promotion, à la fois auprès de leur communauté, et à la fois en utilisant le contenu qu’iels produisent comme publicité sur les réseaux (TikTok mais aussi Instagram, Youtube ...). Les influenceur·euses qui nous intéressent sont proches de la cible “cozy gamer”, qui se recoupe avec les fans d’expériences narratives. A ces influenceur·euses, nous pourrions proposer des clefs, mais une rémunération (à hauteur de quelques centaines d’euros) doit être envisagée si nous souhaitons réutiliser leur contenu.

Milestones de communication

Planning de communication



Innovations techniques et créatives

L’un des principaux axes de développement du projet est de proposer des mécaniques originales de narration interactive.

D’une part, chaque choix effectué par lae joueur·euse influence non seulement l’histoire, mais également l’**architecture du village**, au gré des bâtiments construits ou abandonnés, ou encore de l’arrivée ou du départ des villageois·es. Cette évolution du village suivant les décisions des joueur·euses leur permet de s’approprier l’expérience de jeu, et d’obtenir, à la conclusion du jeu, un village complètement personnalisé qu’iels peuvent par la suite partager et comparer avec les autres joueur·euses.

Cette personnalisation poussée du village se place en contraste de la structure narrative globale. Comme tout jeu narratif, il est impossible de faire diverger l’histoire vécue par les joueur·euses à chaque décision prise, au risque d’obtenir un arbre de scénario de taille exponentielle. L’écriture du scénario a donc dû s’articuler autour de **points de convergence**, qui se concrétisent dans le découpage par niveau et par thématique. Malgré cette trame globale identique pour tous·tes les joueur·euses, l’expérience reste personnalisée grâce à l’évolution du village.

Enfin, la principale innovation réside dans la manière dont sont créés les choix que doivent effectuer les joueur·euses. Contrairement à la plupart des jeux narratifs, lae joueur·euse influence l’histoire non pas en choisissant la manière dont il interagit avec les villageois, mais en **choisissant, pour l’ensemble des villageois, quelle facette de l’histoire est conservée**

et mise en avant, et quelles facettes sont oubliées. La conservation mais aussi l'oubli des facettes, représentées par les souvenirs, permet de résoudre les conflits et de faire évoluer le village.

Cette spécificité a nécessité la création d'un framework encadrant l'écriture de chaque choix. Sachant que c'est la coexistence des souvenirs qui donne lieu à des situations bloquantes, les designers sont amenées à se poser les problématiques suivantes pour que les choix soient cohérents :

- *Aurait-on pu avoir un dénouement lié à un souvenir, sans oublier les autres souvenirs ?*
- *Est-ce que c'est bien l'existence des autres souvenirs qui empêche un certain dénouement ?*
- *Quelles sont les conséquences d'oublier un souvenir plutôt qu'un autre ?*

Cette approche induit un positionnement différent vis-à-vis de ces choix comparativement aux jeux narratifs traditionnels : **les conséquences d'une décision sont plus complexes à prévoir, car la posture adoptée par les joueur-euses est nouvelle.**

Outils et méthodologie

Dans notre équipe, chacune a le lead sur certains domaines. Les autres ont confiance en sa capacité à prendre la meilleure décision finale, mais cela ne doit pas les freiner à s'exprimer, donner leur avis, proposer des idées. De même, chaque lead ne doit pas hésiter à demander l'avis des autres sur ses sujets. Nous challengeons toujours nos idées entre nous avant de les valider. Nous avons été capables de garder la tête froide, de faire de grosses concessions et de remettre en cause l'entièreté de notre pitch pour la clarté et la viabilité du projet. Nous envisageons de nous rapprocher des développeur-euses indépendants pour apprendre de leur expérience.

Méthodologie et gestion de projet

Chacune d'entre nous est en alternance, nous avons donc un rythme de travail alterné 2 semaines / 2 semaines, tant en termes de temps de travail que de méthodologie (présentiel / distanciel, collaboratif / individuel).

Nous avons décidé de fonctionner en utilisant la méthode de Design Agile scrum. Nous définissons un planning global découpé en plusieurs sprints. Chaque sprint a un thème spécifique et comporte des tâches attribuées à chaque membre de l'équipe. Pendant les sprints chaque membre peut suivre les tâches à effectuer sur un logiciel nommé Hack'n'Plan, et des réunions de suivis sont effectuées pour savoir l'avancement, les besoins et les problématiques de chacun.

Lors de chaque sprint, les thèmes importants sont discutés en groupe lors de réunions, de préférence en présentiel.

A la fin de chaque sprint, une rétrospective est effectuée pour mettre à jour le sprint suivant en fonction de notre avancement, de nos tests et de nos impressions. Cela nous permet de voir où en est le jeu et d'avoir le ressenti de chacune, car il est primordial pour nous de travailler dans un bon environnement.

Le fonctionnement en design agile nous permet de rythmer nos phases de travail, mais également d'itérer continuellement en fonction des tests que nous réalisons.

Concernant la gestion du projet, nous avons décidé d'attribuer des leads en fonction des compétences et des appétences de chacune.

Travaillant sur certains points en équipe, nous avons ainsi pu laisser le lead à la personne à charge pour mettre en place l'atelier et en cas de question, ou même de débat, la personne ayant le lead sera la référente pour y répondre.

De ce fait, chaque lead est l'experte de sa partie et on attend d'elle qu'elle se tienne au cou-

rant des autres parties qui peuvent avoir des répercussions sur la sienne (ex. bible narrative VS direction artistique).

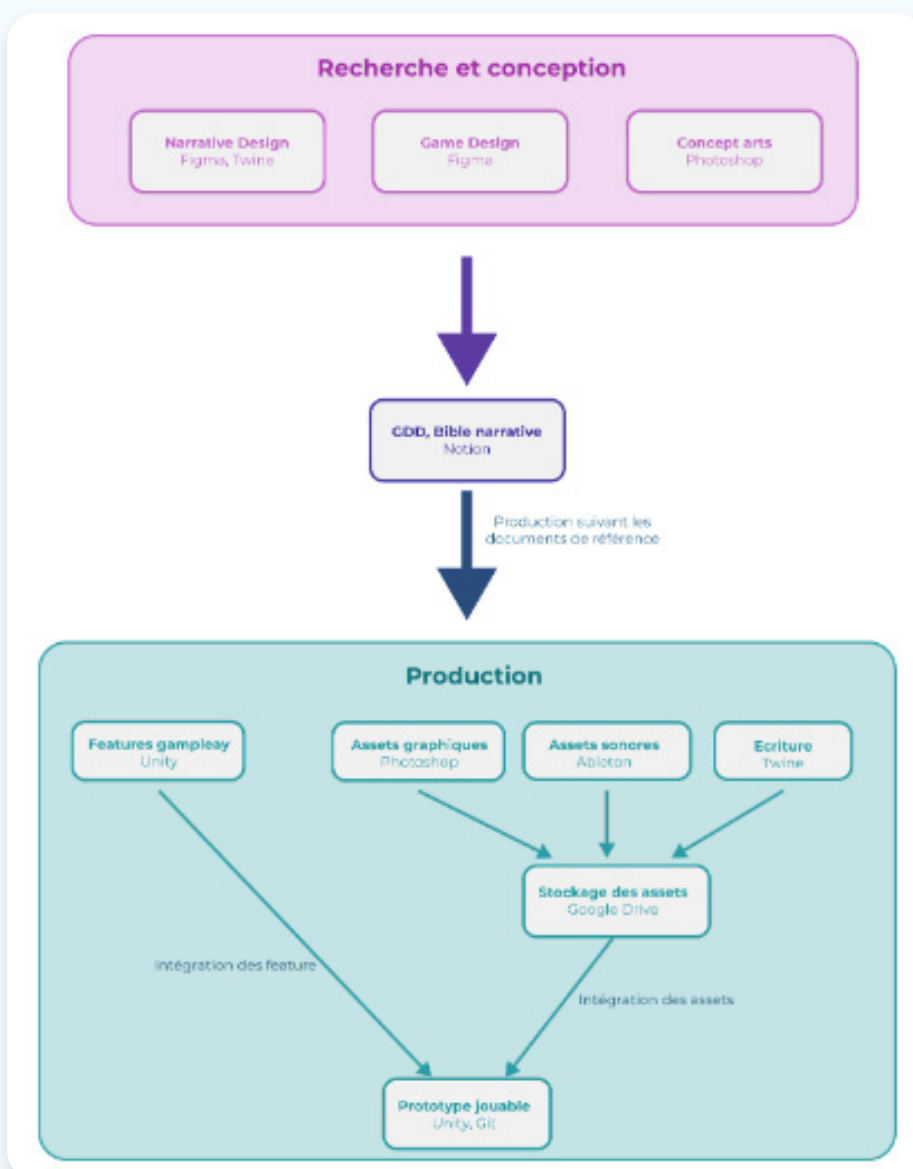
Pipeline

Notre pipeline de production est assez classique, et est adaptée à la taille réduite de l'équipe. La phase de recherche et de conception est réalisée sur des outils favorables à l'idéation tels que Figma, ou à travers des workshop en présentiel. Nous conservons une trace de tout ce qui est produit durant ces phases de conception.

Les solutions retenues sont ensuite détaillées dans le **GDD** et la **bible narrative**. Ces deux éléments cadrent par la suite notre travail de production, il est donc essentiel qu'ils soient clairs et précis.

La phase de production commence par une production des assets et features de chaque département de manière séparée. Les assets graphiques, sonores et narratifs sont pour l'instant réunis sur un Google Drive. Il s'agit pour notre préproduction du choix le plus simple, car nous ne disposons pas d'un grand nombre d'assets. A terme, une autre solution de stockage des assets est à envisager, par exemple une branche Git dédiée.

Les différents éléments produits sont ensuite intégrés au projet existant. Cette phase nécessite la coopération des différents départements, pour assurer la bonne intégration.



A l'issue de cette phase d'intégration, le prototype jouable obtenu est testé afin de valider les features ajoutées.

Pipeline de production d'un prototype jouable

Outils

Nous avons choisi de développer le prototype du jeu sous **Unity**, afin de le développer rapidement. A terme, le jeu sera également développé sous Unity, pour profiter de sa modularité. Le jeu ne possède pas de spécificités techniques qui justifieraient le passage sous Unreal Engine, ou le développement d'un moteur propriétaire.

De plus, utiliser Unity nous permet d'utiliser l'outil **Yarn Spinner**, développé par le studio Secret Lab à l'origine du jeu *Night In The Woods*. Cet outil permet d'implémenter un système de dialogue de manière simple, et est basé sur **Twine**, ce qui nous permet d'intégrer directement les dialogues écrits dans l'éditeur Twine. Twine est utilisé à la fois pour le prototypage et l'écriture des dialogues finaux.

Les assets sonores sont produits sur **Ableton**, et intégrés directement grâce au système audio de Unity.

Les assets graphiques sont produits sur Photoshop, sous forme de spritesheet. Les fonctionnalités de Unity nous permettent par la suite un découpage des spritesheets et une intégration efficace.

Meet the team

Nous sommes un groupe étudiant de 4 personnes :

A light blue business card for Paloma Bry. It features a shovel icon on the left and a wooden signpost with three directional signs on the right. The text includes her name, title, and contact information.

Paloma Bry
Lead narrative design, écriture et sound design
Tel : 06.17.34.49.63
mail : paloma.bry@protonmail.com

Ingénieure Télécom Bretagne
Narrative designer @ Ludogram

- Game & narrative design, écriture, tool design sur Les Mondes d'Aria

A light blue business card for Marie Gibert. It features a lavender sprig icon on the left and another lavender sprig on the right. The text includes her name, title, and contact information.

Marie Gibert
Lead game & level design, UX et gestion de projet
Tel : 07.80.06.51.93
mail : marie.gibert@outlook.com

Ingénieure en cognitive, spécialisée en Game Design et Game User Research
Game & UX designer @ Revolt Games

- QA, Game Design et GUR sur Neopolis

A light blue business card for Camille Huynh. It features a snowman icon on the right. The text includes her name, title, and contact information.

Camille Huynh
Lead programmer
Tel : 06.47.10.61.14
mail : pmcamille.huynh@gmail.com

Ingénieure en infographie
Gameplay programmer @ Lightbulb Crew

- Gameplay programmer & tech artist

A light blue business card for Margot Stevens. It features a snowman icon on the right. The text includes her name, title, and contact information.

Margot Stevens
Directrice artistique, lead artist, UX & motion designer
Tel : 06.85.21.51.09
mail : m.stevens@protonmail.com

Designer d'interaction, UX design et designer graphique
UX designer @ Atos

Planning de production

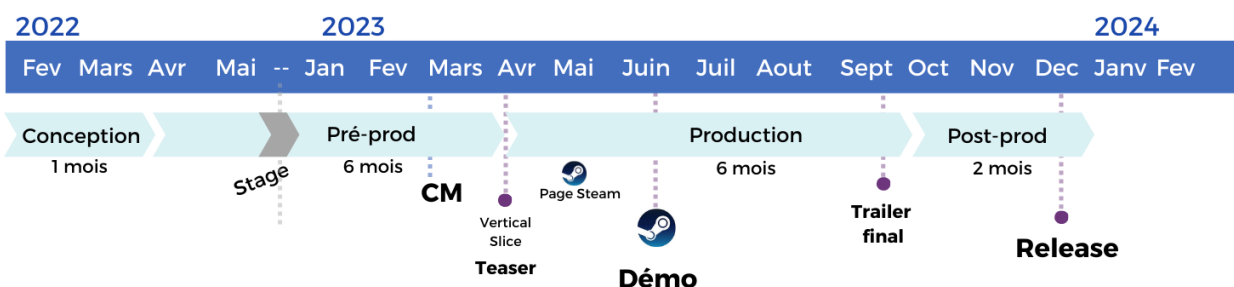
La production dure **15 mois**.

Il est prévu d'avancer dans la pré production du projet lors du stage que les membres de l'équipe effectuent entre Mai et Décembre 2022 : le temps passé sur le projet durant cette période par chacune des membres est estimé à 2 mois. Dès 2023, chacune sera à temps plein sur Ice Cubes. En prenant en compte cette contrainte, la sortie du jeu est prévue pour **Décembre 2023**.

L'équipe de développement sera constituée de l'équipe originelle, qui couvrira durant toute la production les tâches déjà affectées (voir *CV de la société*). Au vu de l'importance du développement de la communauté, un.e Community Manager à mi-temps nous rejoindra dès Mars 2023, afin de préparer la communication autour de la sortie du premier teaser officiel du jeu avant d'entamer la production. En se basant sur un mois/femme de 4 000€, le coût de la production d'Ice Cubes s'élève à **244 000€**, hors marketing et localisation en anglais.

Coût : 244 00€ (développement)

+ 50 000€ (marketing)
+ 25 000€ (localisation EN)



Détails des phases de production

La **phase de conception** a déjà permis d'effectuer la recherche documentaire et de produire une guideline du Game Design. Les principaux axes du worldbuilding ont été définis et la production de prototypes Twine est venue valider ces axes, ainsi que les éléments primaires de game design. La réalisation de concept arts (visuels et sonores) vient cadrer la Direction Artistique du jeu. Enfin, le premier prototype du jeu a permis de valider les 3C.

Mettant en action 4 personnes durant 1 mois, cette phase est estimée de valeur de **16 000€**

Dès la **phase de pré-production**, l'ensemble des éléments visuels constituant le jeu, personnages et environnements, sera pensé et catalogué. En effet, le village dans lequel évolue le joueur.euse est le même pour chaque niveau. Cela demande en conséquence de prendre ce temps dès la pré-production, à la fois pour la rédaction d'une bible de world building et pour la création d'une première version des assets graphiques de ces éléments. Conjointement, le prototype nécessitera d'intégrer ces assets et une pipeline de production robuste sera mise en place. Enfin, la trame principale du scénario sera également détaillée au niveau macro, afin de faciliter la création du jeu niveau par niveau, ce qui permettra au level designer de consolider le système et l'enchaînement des histoires.

Sur la dernière partie de cette phase, pour les mois de Février et Mars, un.e Community manager rejoint l'équipe à mi-temps et se consacre à la mise en place des réseaux sociaux et leur animation afin de préparer la sortie d'un teaser. Ce teaser, ainsi qu'un prototype de démonstration, sont les livrables attendus fin Mars 2023. Ce prototype contiendra une première version complète à 75% du contenu du premier niveau et 100% du gameplay proposé.

Mettant en action 4 personnes durant 6 mois et une personne (lae community manager)

pendant 1 mois, cette phase est estimée à une valeur de **100 000€**. Lors de la reprise du projet en temps plein, en Janvier 2023, la valeur du projet est estimée à 64 000€, qui servira de base pour venir demander des financements auprès du CNC (voir *Plan de financement*).

La **phase de production** est relativement courte en comparaison avec la phase de pré-production. En effet, le travail de design du village et la réutilisation des éléments de jeu de niveau en niveau permet d'avoir un temps d'écriture plutôt court. La production sera alors dédiée à l'intégration de ces éléments, et produira des variations des assets précédents. La mise en place du level design et de l'équilibrage sera la tâche la plus conséquente mais facilitée par le pipeline d'intégration déjà en place.

Enfin, cette phase prévoit le polish graduel du jeu. Le premier niveau est prévu d'être jouable dans une version définitive début Juin 2023 pour permettre de sortir une démo. Par la suite, la mise au point d'un niveau finalisé prendra environ 1 mois (voir Annexe : Unité de production), ce qui amène une première version du jeu pour début Octobre 2023.

Mettant en action 4 personnes durant 6 mois et une personne (lae community manager) pendant 3 mois, cette phase est estimée à une valeur de **108 000€**.

La **phase de post-production** se concentre sur la correction de bugs et le développement de la communication et de la communauté (modération et animation). Sur cette phase, l'équipe sera entièrement à mi-temps afin de minimiser les coûts. Mettant en action 5 personnes durant 1 mois, cette phase est estimée à une valeur de **20 000€**.

Par la suite, et selon le nombre des ventes et des financements obtenus, l'équipe pourra lancer

Conception	Pré-production	Production	Post-production	Total
1 mois	6 mois	6 mois	2 mois	15 mois
4 MW	25 MW	27 MW	5 MW	61 MW
16 000€	100 000€	108 000€	20 000€	244 000€

un portage Switch si il n'a pas déjà été fait, ou se lancer dans le développement d'une suite.

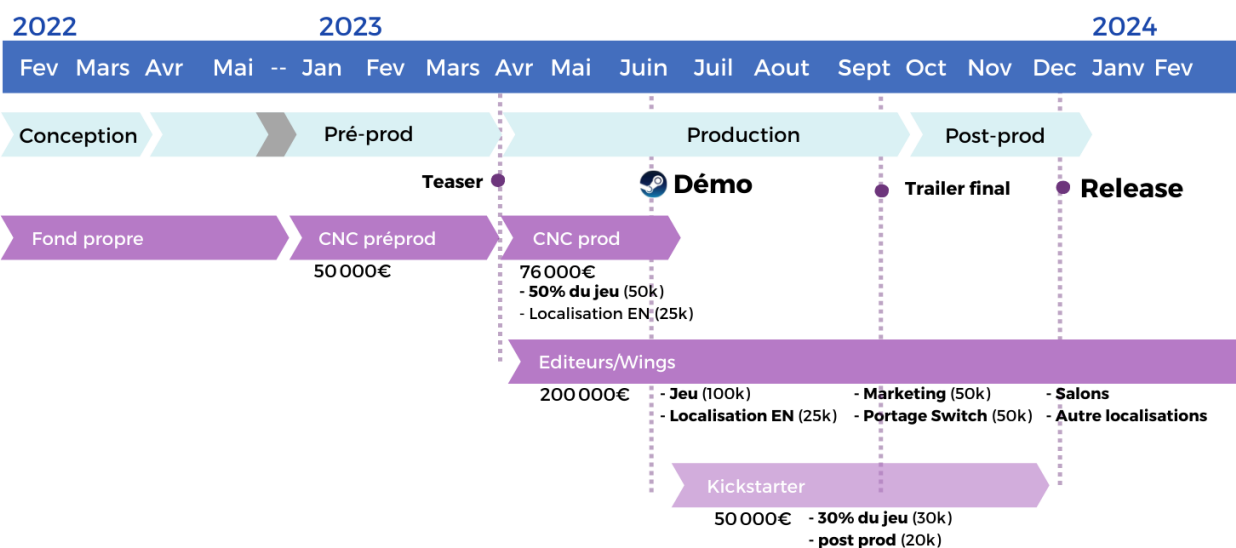
**mois-femmes*

Plan de financement

Développement (avec CM)	Marketing (hors CM)	Localisation EN
244 000€	50 000€	25 000€

Planning de production et financement

244 000€
+75 000€



• Conception et début de pré-production : financement sur fond propre

La conception et le début de pré-production sont intégrés dans notre cursus dans la formation IDE. Durant cette période, l'équipe vit sur ses fonds propres, tout en créant du contenu qui permettra de valoriser le projet par la suite.

• L'aide du CNC pour finir la pré-production

Un dossier CNC pour l'aide à la production sera déposé en Avril 2023. Cette aide vient aider au financement de la phase de production, de la phase de post-production et la localisation en anglais. Le total étant de 153 000€, la demande au CNC sera à la hauteur de 76 500€. Cette aide permet d'assurer la continuité du projet dans l'attente de trouver un éditeur. Elle comprend également le budget nécessaire à la localisation en anglais. Ainsi, nous sommes sûres d'être en mesure de sortir le jeu en anglais quels que soient les autres financements. Cependant, ces aides ne permettent de faire que 50% du jeu et ne prennent pas en compte les frais de marketing. Les assets, trailers et démo produits durant cette période ainsi que la création de la communauté seront des arguments supplémentaires dans la recherche de financement.

• L'aide du CNC

Un dossier CNC pour l'aide à la production sera déposé en avril 2023, à hauteur de 50 000€, soit la moitié des frais de production. Cette aide permet d'assurer la continuité du projet dans l'attente de trouver un éditeur. Cependant, ses frais ne permettent de faire que 50% du jeu et ne prennent pas en compte les frais de marketing. Les assets, trailer, produits durant cette période et a fortiori la démo, seront des arguments supplémentaires dans la recherche de financement.

• Trouver un éditeur pour financer la production

Dès la sortie de la pré-production, l'objectif principal est de signer un contrat avec un éditeur ou autre fonds de financement. Les intérêts sont multiples : assurer la réalisation du jeu et

sa localisation en anglais, mais aussi avoir un budget dédié au marketing, prévoir le portage Switch plus tôt, profiter d'un rayonnement dans divers salons.

C'est pour obtenir le plus rapidement possible un éditeur que la Community Manager est engagée 2 mois avant la fin de la pré-production. Elle pourra animer les réseaux et préparer la sortie du premier trailer, gérer les relations de presse et actionner un maximum de contacts. L'objectif est de générer assez d'intérêt autour du projet pour intéresser les potentiels éditeurs que nous contacterons.

Sans éditeur, le projet continuera de la manière prévue pendant 2 mois. Puis en Juin 2023, avec la sortie de la démo sera préparé un Kickstarter.

• Les fonds de financement envisagés

Pour assurer la finalisation du projet et inclure le marketing et la localisation (a minima), nous



avons besoin d'être financés à hauteur d'au moins **200 000€**. La demande pourra être réévaluée selon l'intérêt du fonds et l'avancement du projet.

Plusieurs éditeurs correspondent au type de jeu que nous proposons.

- **Humble Games** est un éditeur de jeux indépendants qui offre un très fort support marketing : sur l'ensemble de ses jeux sortis depuis 2020, 50% (10 sur 20) ont été vendus sur Steam à plus de 50 000 exemplaires. Ils ont récemment édité *Unpacking*, un jeu basé sur une narration environnementale. Mais cet éditeur est connu et demandé, il sera donc difficile d'obtenir son attention.
- **Annapurna Interactive** (*Outer Wilds*, *Twelves Minutes* ou encore *Edith Finch*). Leurs jeux sont majoritairement des jeux d'aventure et jeux indépendants. Parmi leurs sorties prévues en 2022, trois dernières sorties ont une thématique autour de la mémoire et du souvenir, mais traitent ce sujet plutôt au niveau d'un personnage et sur des thèmes familiaux, ce qui permet à Ice Cubes de s'en différencier et de proposer une valeur ajoutée. Sur l'ensemble de ses jeux sortis depuis 2020, 46% (6 sur 13) ont été vendus sur Steam à plus de 50 000 exemplaires.
- **Fellow Traveller** est un éditeur spécialisé dans le jeu indépendant et narratif. Ils sont à l'initiative de l'événement LucoNarraCon. Sur l'ensemble de ses jeux sortis depuis 2020, 70% (5 sur 7) ont été vendus sur Steam à plus de 50 000 exemplaires. Ils offrent un support marketing et de management après la sortie du jeu. Ils recherchent en particulier des jeux narratifs qui proposent une façon de pensée originale.
- **Application Systems Heidelberg** (*The Longing*, *Unforeseen Incidents*, *Mutropolis*) est un éditeur de : jeux indépendants, d'aventure, narratifs, et notamment de jeux d'enquêtes. Sur l'ensemble de ses jeux sortis depuis 2020, seuls 22% (2 sur 9) ont été vendus sur Steam à plus de 50 000 exemplaires. En effet, cet éditeur ne propose pas de support marketing. Par exemple *Mutropolis*, un jeu qui a reçu un award au LudoNarraCon ne s'est vendu qu'à 6 000 exemplaires en un an. Cependant, en cas de besoin, il permettra a minima de publier notre jeu.
- **Finji** a publié *Chicory* et *Nights in the woods*. C'est un éditeur de jeux indépendants et originaux. Ils publient un unique jeu par an. En 2021 il s'agissait de *Chicory*, qui ne s'est vendu



qu'à 26 000 ventes mais vient de remporter le BAFTA Game Award du meilleur jeu familial. En 2022 il s'agit de Tunic qui atteint 180 000 ventes en 2 mois.

Parallèlement, au vu de notre équipe, le fonds de financement **Wings** est particulièrement adapté. Il s'agit d'un fonds pour les jeux présentant une équipe inclusive. Tous types de jeux peuvent être financés, et ce à hauteur de 500 000€. Contrairement à un éditeur, Wings ne prend pas en charge certaines tâches comme le marketing, la localisation, etc., mais peut nous



mettre en relation avec un réseau de partenaires proposant ces services. Toutefois, ce financement est sous conditions d'un revenue sharing une fois le jeu sorti, mais avec un taux intéressant. De plus, cet argent servira à financer d'autres projets avec des équipes inclusives. Enfin, **Arte** a récemment financé Inua, A story in ice and time. Ce jeu narratif aborde le thème de la mémoire à travers un récit historique. Cette caractéristique leur a probablement permis d'obtenir ce financement. Ice Cubes propose une histoire basée sur des thématiques réelles, rencontrées par les villages ardéchois, et en ce sens il est réaliste de s'intéresser à Arte en tant qu'investisseur. Cependant, ils n'ont pas partagé d'informations quant aux conditions ou apports qu'ils ont apportés au projet. Arte serait un atout fort pour la communication en France.

• **Kickstarter**

Enfin, en juillet 2023 sortira la démo de Ice Cubes, basée sur la version polish du premier niveau. Elle durera une vingtaine de minutes et contiendra entre 50% et 100% du contenu du premier niveau (à déterminer selon le contenu réel et les objectifs de communication mis à jour). Cette démo permettra de générer des wishlists et de construire une communauté.

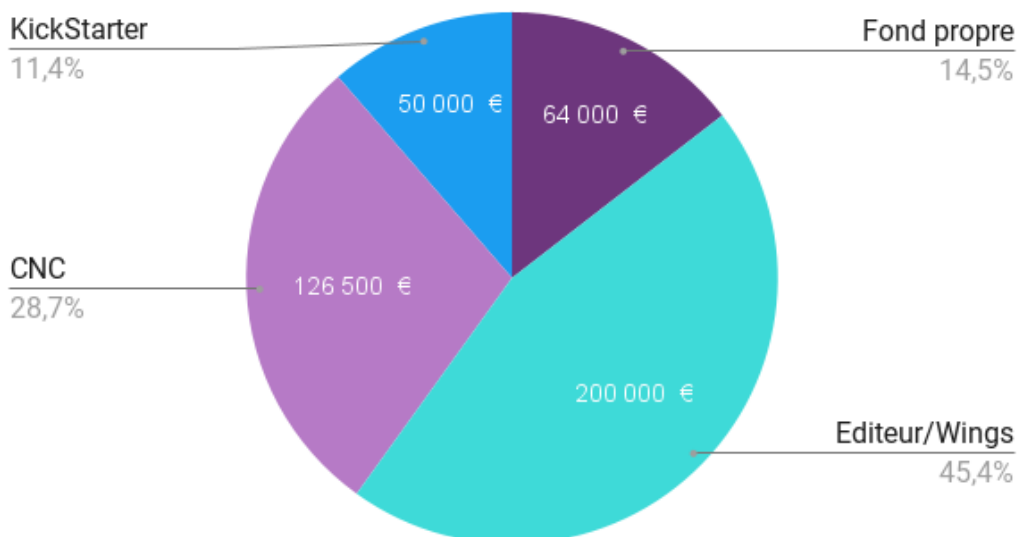
La sortie de la démo sera accompagnée du lancement d'un KickStarter. La création de communauté jusqu'alors est un pilier important pour la réussite de ce KickStarter. Au vu des Kickstarters positionnés sur un marché proche, celui-ci peut espérer demander 50 000€ de budget. De plus, le KickStarter en lui-même est une occasion de générer une plus forte communauté et de se faire connaître.

Dans l'éventualité où aucun financement n'aurait été trouvé à ce moment, ce budget permettra de finaliser le jeu, mais sera insuffisant pour financer le marketing. En revanche, la démo comme le KickStarter pourront servir d'arguments supplémentaires dans la recherche de financements.

Dans le cas où aucun autre fonds de financement n'est trouvé durant cette période ou, dans le pire des cas, le KickStarter ne fonctionne pas, il est prévu de se tourner vers l'Indie Fund pour trouver le financement nécessaire à la sortie d'une version light du jeu. Selon l'avancement, il s'agira de sortir les niveaux 2 à 3 réduit à entre 25% et 50% du contenu prévu (environ 1 heure et demie de contenu au lieu de 3h). Le niveau de polish, éprouvé pour la sortie de la démo, devrait être correct.



Répartition des sources de revenus de l'ensemble du projet



Retombées financières

Coût	
Développement	244 000€
Marketing	50 000€
Localisation EN	25 000€
Portage Switch	50 000€
TOTAL	369 000€
Revenus	
Prix de ventes	16€80
Revenus hors promo*	8€23
Prévisions de ventes	
Sortie du jeu	10 000
Remboursement	45 000
6 mois	50 000
1 an	80 000
Résultats	
Résultats bruts 6 mois	411 600€
Bénéfices à 6 mois	42 600€
Résultats bruts 1 an	823 200€
Bénéfices à 1 an	454 200€

*30% Steam et 30% TVA

En se positionnant par rapport aux jeux indépendants proposant un gameplay innovant et/ou une dimension narrative importante, il est raisonnable de prévoir à la sortie autour de 10 000 ventes (par exemple *TOEM*, *Chicory*) et ce chiffre peut augmenter sensiblement en cas de "micro buzz" parmi notre public cible (par exemple *Unpacking*, 40 000 ventes à la sortie).

Parmi les jeux présents à la LudoNarraCon 2021, plusieurs jeux ont atteint une bonne rentabilité sur 6 mois : *Genesis Noir* a atteint 80 000 ventes, *Cozy Grove* 60 000 ventes et *Lake* 140 000 ventes. Cependant, *Chicory* ne totalise que 20 000 ventes. Mais ce jeu a pu totaliser plus de ventes sur itch.io et sur la plateforme de la Nintendo Switch, qui ne sont pas prises en compte dans nos estimations. De plus, comme indiqué dans la partie Plan de Financement - fonds de financement envisagés, environ la moitié des éditeurs envisagés portent 50% de leurs jeux à plus de 50 000 ventes.

En prenant en compte le coût de développement, la localisation, le marketing et le portage Switch, 45 000 ventes sont nécessaires au remboursement. D'après ces estimations, il est fort probable que le jeu puisse être remboursé en moins de 6 mois. Les estimations sont de 50 000 ventes en 6 mois, ce qui représente 130% du coût total et anticipe un bénéfice d'environ 40 000€ à cette période.

Le portage Switch étant inclus, il sera donc possible de le réaliser au cas où ce n'ait pas été fait avant la sortie.

Rentabilité sur le long terme

Lorsqu'un jeu de ce type arrive à se faire connaître en dépassant la barre des 20 000 premières ventes, il se vend ensuite aux alentours de 3 000 à 5 000 ventes par mois de manière constante. Ce phénomène est visible pour des jeux récents (par exemple, *Little Misfortune*, 2019, *A short Hike*, 2020) comme les jeux anciens ayant fait leurs preuves (par exemple, *Oxenfree*, 2016 et *What Remains of Edith Finch*, 2017, *Night in the Woods*, 2017).

On peut donc estimer un bon taux de rentabilité sur le long terme, d'environ 30 000€ par mois sur plusieurs années. De plus, ces ventes seront impactées positivement par la sortie de suites qui feront grandir la communauté et la renommée de la franchise de jeu *Ad Memoriam*.

Tous les chiffres sont issus de *SteamSpy* et disponibles dans l'annexe *Benchmark*.

La suite : les suites

Ice Cubes est sous-titré **Ad Memoriam**.

Ad Memoriam est le nom de la série de jeu dont *Ice Cubes* est le premier volet. Tous ces jeux proposent une expérience narrative autour de la collecte de souvenirs et de l'oubli de certains d'entre eux, dans le même univers riche. En conservant cette structure et ce core gameplay, chaque jeu explorera un nouveau lieu, avec des thématiques différentes mais toujours complexes et réalistes. De plus, chaque opus se concentrera sur un élément naturel différent qui portera la direction artistique et sonore du jeu : un glaçon, une graine, des braises...



Conserver la même structure et l'univers dans lequel se passe l'action permet de fidéliser les joueur.euses. De plus, sortir une suite permet de capitaliser sur la communauté déjà en place et même de la faire vivre et évoluer.

Capitaliser sur ce qui a déjà été conçu permet de gagner du temps sur la production des suites, tout en offrant suffisamment de marge pour créer de la variabilité.

Ainsi, on peut estimer la création d'un nouvel opus à 180 000€ en coût de développement (voir Annexe : Unité de production). Cela prend en compte lae Community Manager qui passe à temps plein au milieu de la pré-production, afin de se charger désormais des anciens et nouveaux jeux.



Tu me
manques
reviens vite
me voir



Béatrice



Release December 2023

Ice Cubes - Ad Memoriam

Four horizontal lines for an address.



Annexes

Unité de production pour développer un jeu Ad Memoriam

Les éléments suivants ont déjà été faits et ne sont plus à faire :

- Définir l'univers et le world building global
- Définir le gameplay et implémenter tous les systèmes de jeu
- Définir une pipeline et un framework de travail

Les phases de conception et pré-production comprendront :

- Détailler une région de l'univers (géographie, factions, personnages), écrire la trame de base et les impacts des choix principaux
- Définir les éléments de level design et les possibles variations du gameplay
- Revoir la pipeline d'implémentation et implémenter les variations de gameplay
- Définir et produire des assets graphiques pour les personnages et le lieu principal
- Définir et produire des assets sonores qui serviront de base pour plusieurs arrangements musicaux et pour l'atmosphère principale du jeu

A la fin de ces phases, il ne reste plus qu'à scaler sur plusieurs niveaux de jeu (le premier étant normalement déjà prêt à 75%). L'unité de production d'un nouveau niveau est répartie comme telle par semaine pour chaque développeuse :

ND/SD	Artist	GD/UX	Prog
écriture choix			
écriture impact	asset graphique		
polish	asset graphique	LD	intégration
son	asset graphique	LD	intégration
	polish/autre	playtest	QA polish
		playtest	QA polish

Cela correspond à 1 mois et demi mais le process est imbriquable sur plusieurs niveaux. Cela donne la production de 3 niveaux à 3 mois environ. En ajoutant une marge de 30%, on arrive à une production qui durera 4 mois.

Il est possible d'estimer la production d'un jeu Ad Memoriam (hors Ice Cubes, qui est un premier jeu et a donc nécessité plus de temps) :

Conception	1 mois
Pré-production	2 mois
Production	4 mois
Post Production	2 mois
TOTAL	9 mois

Benchmark

• Pricing et tags des jeux narratifs

Name	Date	Durée	Prix	Tags
Fall of Porcupine	soon			2D, beautiful, fiction interactive, linéaire, narration, plateforme, émotions
Verne: The Shape of Fantasy	2022			aventure, enquêtes, exploration, rich story
A Perfect Day	février 2022		16.79€	atmosphérique, aventure, multiple choice, narration, émotions
Inua	février 2022	7h max	14.99€	aventure, clicker, indé, mystery, rich story, stylisé
Strange Horticulture	janvier 2022		13.49€	2D, enquêtes, exploration, management, mystery
The Sundew	octobre 2021		12.49	aventure, clicker, multiple choice, retro, rich story
Road 96	août 2021	7h	19.99	3D, atmosphérique, aventure, multiple choice, narration, rich story
The forgotten city	juillet 2021			aventure, enquêtes, exploration, multiple choice, mystery, rich story
Lost Words: Beyond the Page	avril 2021	4h	14.99	3D, atmosphérique, aventure, multiple choice, plateforme, rich story, émotions
Tell me why	août 2020	3h/chapitre 3 chapitres	16.90€/chapitre (premier gratuit)	3D, aventure, cinématographique, multiple choice, mystery, rich story, walking sim, émotions
Spiritfarer	août 2020	25h	25€	indé, rich story, émotions
Little Misfortune	septembre 2019	3h	16.79	2D, aventure, clicker, horror, indé, mystery, rich story, walking sim, émotions
Gris	décembre 2018	4h	16.99€	2D, BO, atmosphérique, beautiful, indé, plateforme
Return of the Obra Dinn	octobre 2018	8h	16.79€	enquêtes, linéaire
Forgotton Anne	mai 2018	7h	19.99€	2D, atmosphérique, multiple choice, plateforme, rich story, émotions
What remains of Edith Finch	avril 2017	3h	19.99€	3D, atmosphérique, enquêtes, rich story, walking sim
Night in the Wood	février 2017	9h	19.99€	BO, atmosphérique, mystery, rich story
A normal lost phone	janv 2017	1,5h	2.99€	casua, fiction interactive, indé, queer
Her Story	juin 2015	2.5h	8.19€	casua, enquêtes, fiction interactive
Oxenfree	janvier 2016	4,5h	8.19€	2D, atmosphérique, multiple choice, rich story
Qora	octobre 2014	2h	9.99€	atmosphérique, aventure, exploration, indé, pixel, walking sim

Etudes de ventes

Jeux	Prix	Ventes (owners Steam)	Followers Steam
little misfortune	16.9	6/04/2021 : 130K to 04/2022 : 250k → 10k mois	20,335
tell me why	16.9	100k to 430k → +27k/mois	26,186
a perfect day	20	80k première semaine (fin fev) (en solde) +10k le mois suivant (mars)	from 4k to _k le 4 aout From 10k to 18k en mars
night in the woods	19.99	378k actuellement +5,25k/mois l'année passée	59,15
road 96	20	185k en deux jours 765k décembre 2022 (4 mois) → +145k/mois 970k avril 2022 (4 mois plus tard encore) → +51k/mois	44,154
lost words	15	3k premier mois max +1k quand il y a des soldes jusqu'à 8k en avril 2022 → soit 0,4k par mois	3,584
Edith finch	20	576k to 655jk l'an dernier → 6.5k mois	
Oxenfree	10	474K to 520k l'an dernier → 4k mois	
obra dinn	16.80	407k to 496k l'an dernier → 7,5 k mois	
Chicory	16.8	Sortie 06/21 : 6k 04/22 : 21k → 25k en 7 mois c'est pas ouf mais c'est sur itch aussi	9,023
Life is strange True Colors	60	Sortie : 75k 24 nov 2021 : 134k 2 dec 2021 : 164k avril 2022 : 220k	46,273
A short hike	6.59	98k → 158k 5k par mois	14,29
Unpacking	19.99	Sortie : 40k 8/11/21 : 97k (57k en une semaine) avril 2021 : 240k soit env 30k/mois	42,756
TOEM	16.79	Sortie : 10K avril 2022 (7 mois) : 20k +1.5k/mois vraiment pas dingue	5,602

Réseaux sociaux et communautés

Jeu	Twitter	Discord	Facebook	Instagram	Reddit	Youtube	TikTok
Inua	610 Followers (studio thepixelhunt : 6,258 Followers)	x	studio the pixelhunt : 1021	x	x	x	x
Little misfortune (KMG)	5,870 Followers	1726	7212	27k abonnés # : 1k	1200	50,9 k abonnés	138k
Nights in the woods	61K Followers	Finji : 12k	15778	#nightsinthetwoods : 73k	39.3k	3,62 k abonnés	x
tell me why	14.5K Followers (dontnot : 80k)	1200	6563	8 690 https://www.instagram.com/tellmewhygame/followers/abonné	2.1k	dontnod : 7,98 k abonnés	
unpacking	31.9K Follower	7433	436	x		humble game : 4k	207.6K
Nos objectifs :	10k à la sortie 50k après 6 mois	5 k	x	10k	x	x	x

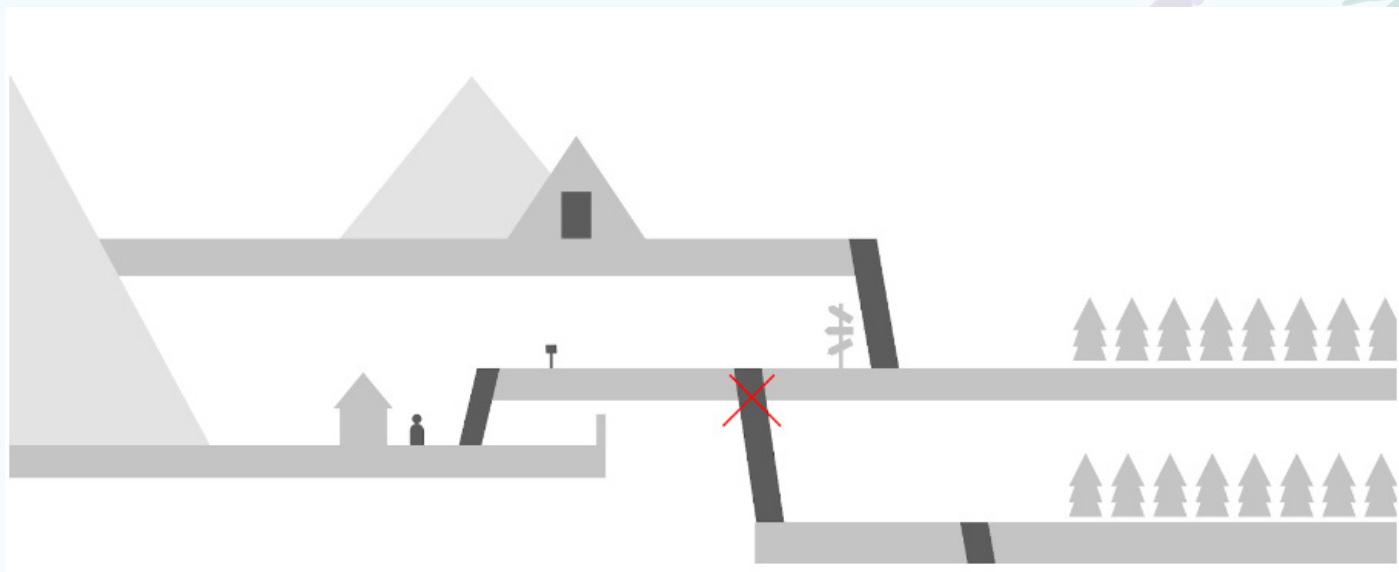
Recherches d'influenceur·euses

Name	Tags	Plateforme	Data	Notes
AtOmium	FR	youtube	162,5 k followers	jeux indés, organise des game jam, aime bien les mécaniques originales, a déjà fait Edith Finch
Ultia	FR	twitch, youtube	236,6 k followers	jeudi stream spécial jeu indé
FoxCinCaid	EN	twitch	8,4 k followers	a l'air d'aimer les jeux indé, aime les jeux challengeant, mais j'avais que lui sous la main
Tuonto	EN	twitch	2000 viewers	A fait OxenFree récemment
Rhyelle	EN	twitch	200 viewers	A fait OxenFree récemment
modiie		twitch	38k followers	jeux indés et prof/chercheuse en sciences politiques : ice cubes pourrait vraiment lui plaire
merry	EN	twitch	20k followers	streameuse de jeux indés, aime le loot et les aventures narratives,
Gautoz	FR	twitch	24,6K followers	streame des jeux indés de temps en temps ; a streamé inua, a streamé Ori
redfanny_	FR	twitch	9k followers	streameuse de jeux indés, elle a notamment streamé disco elysium
andalyss	FR	twitch	1 000 followers	elle streame des jeux ET DE LA PHILO
HistoireEnJeu	FR	twitch	300 abonnés	un prof d'histoire qui streame des jeux, il n'a que 300 abonnés mais c'est bieeeen dans la cible
MielisTepes	FR	twitch	1k followers, 200 viewers	streame professeur layton (autour de 200 viewers), inua et return of the obra dinn
@hercozygaming Wendy	EN	tiktok	15,2k abonnés	
@laelindria	EN	tiktok	154,9K abonnés	
@chickwoodgames	EN	tiktok	21K abonnés	

Level design

Lors de la création des assets nous avons dû fonctionner en plusieurs étapes, tout d'abord nous avons défini les assets obligatoire pour le jeu.

La zone de playtest ayant été choisie, une première proposition de level design a été proposée pour définir les assets nécessaires pour le réaliser.

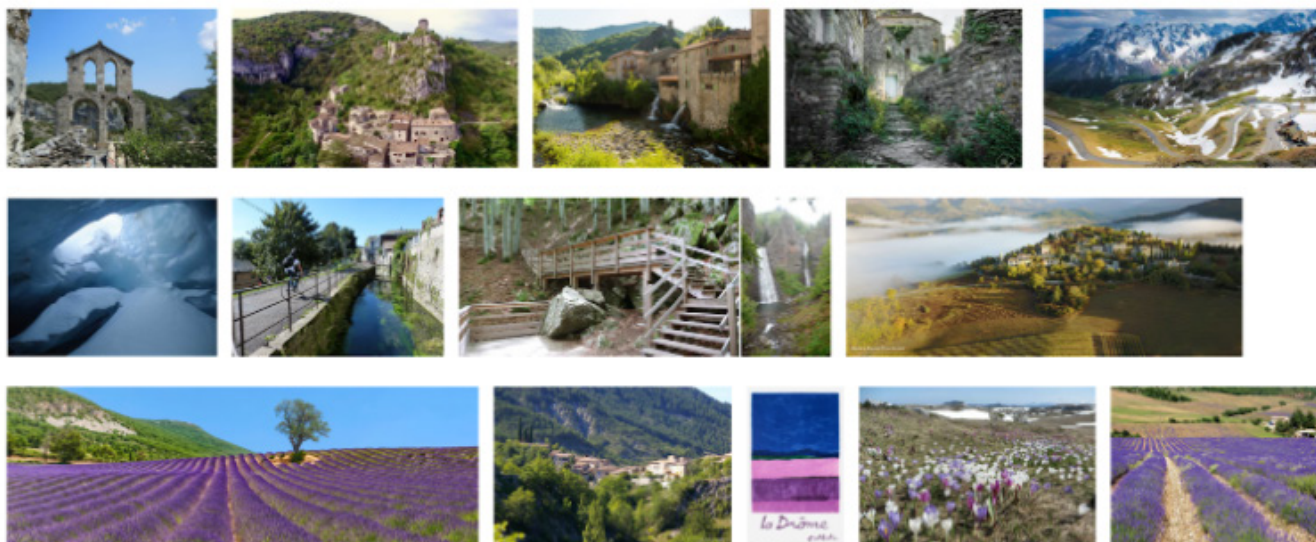


Nous pouvons ensuite partager les assets en plusieurs parties :

- Les **assets évolutifs** : qui peuvent évoluer en fonction des choix réalisés par les joueur-euses (ex. lors du choix d'un glaçon)
- Les **assets avec plusieurs états** : assets comprenant un signe et/ou un feedback visuel
- Les **assets animés** : sous forme de sprite, pour créer une animation (ex. déplacement)
- Les **assets fixes** : assets souvent décoratif et/ou d'environnement

Lors de la création des assets il faut également prendre en compte pour certains son niveau dans la verticalité, en effet étant dans un jeu à fleurs de montagne, la végétation, la lumière, les couleurs et donc les assets vont évoluer en fonction de la hauteur dans le jeu.

Moodboard Graphique





Jirō Taniguchi : Le sommet des dieux - atmosphère



Michiel Schrijver - style graphique



Sky : the children of light - Character design / animation / atmosphère



Gris - animation / transformation / character design / camera

Bible narrative

Contexte

Nature et topologie

Similaires à celles que l'on connaît, sinon un peu plus extrêmes : par exemple, on pourra avoir sur une montagne un dégradé de la neige vers la végétation beaucoup plus rapide que dans le monde que l'on connaît ; on pourra voir une zone de montagne jouxter sans trop de transition une zone de plaines...

La faune est également celle que l'on connaît sauf pour quelques créatures mythologiques (les fées par exemple), qui ressemblent tout de même de très près à des créatures "normales" (par exemple, les fées peuvent être perçues comme des papillons). L'idée ici est de montrer que la limite entre l'existant et la superstition ou la croyance est très fine, et que la mythologie prend toute son inspiration dans le réel.

Physique et magie

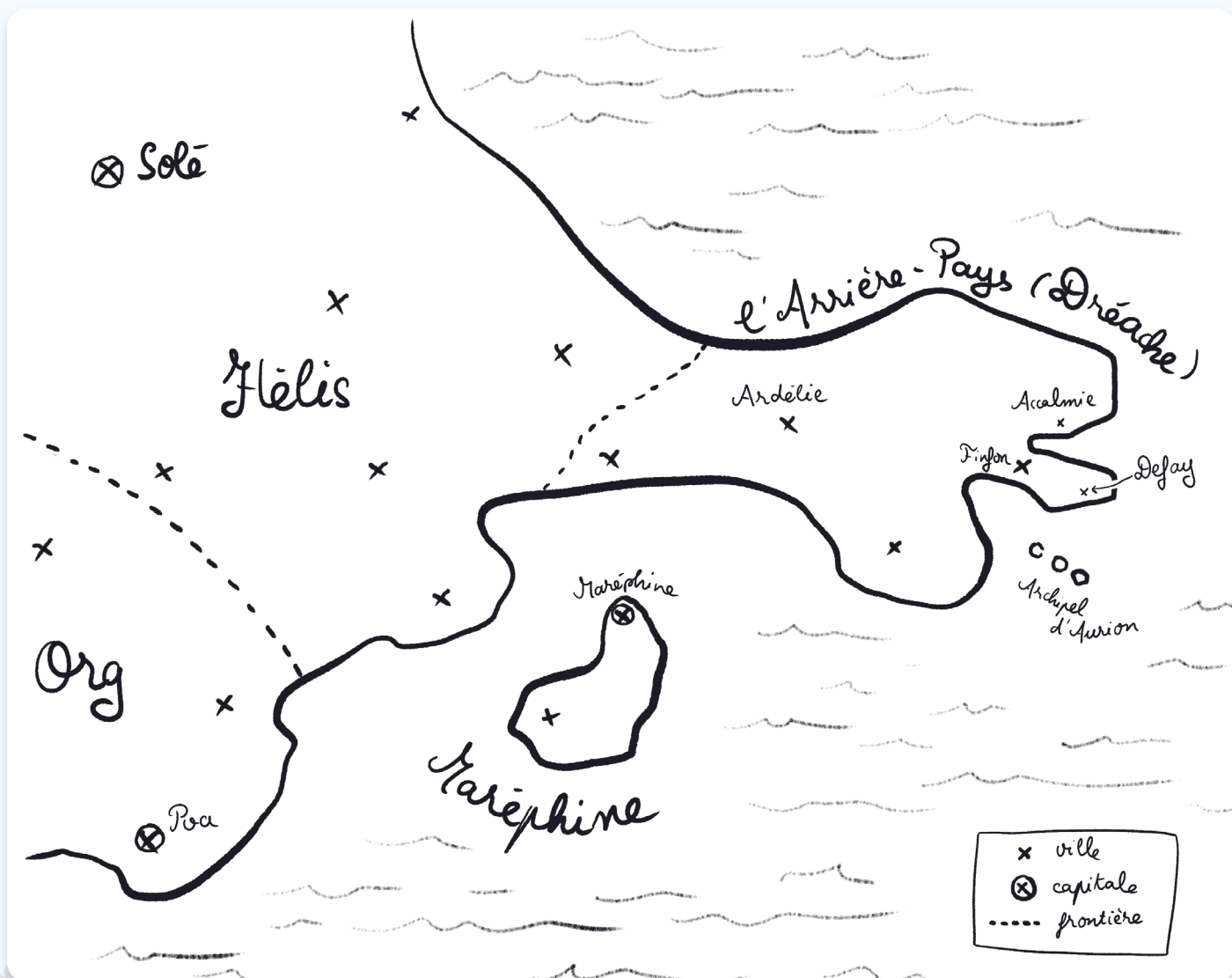
La physique est également celle que l'on connaît. Ce qui a été inventé :

- L'électricité, avec éoliennes et hydroliennes, panneaux solaires, barrages hydrauliques. Les centrales à charbon sont en cours de développement, car les zones boisées n'ont été atteintes par le processus d'industrialisation que récemment.
- Pour le chauffage, dans la région de Dréaches c'est habituellement le poêle et la cheminée. Les plus grandes villes disposent d'un réseau d'eau chauffée qui circule sous les habitations et dans les murs. De leur côté, en l'absence de ressources hydrauliques et boisées abon-

dantes, les Héliens ont mis au point un système de chauffage électrique à énergie solaire.

- Les télécommunications sont filaires. Il y a le fax, le télégramme et, de manière un peu moins répandue (surtout dans les communes rurales), le téléphone fixe.
- Le système de courrier postal est très bien développé et efficace, grâce à des tubes à air et des poulies électriques. Il y a également de nombreux postier-es.
- Dans la culture Hélienne, il n'y a pas de boîtes aux lettres individuelles sur les maisons : elles sont situées dans des boîtes postales communes aux quartiers. Ni Finfon ni Defay n'ont mis en place ce système pour le moment.

Pour la magie, il est communément admis qu'elle n'existe pas en-dehors de manifestations superstitieuses et divines, pour celle-eux qui y croient : esprits, fées, déesse-soleil et dieu-vent, déesse-histoire...

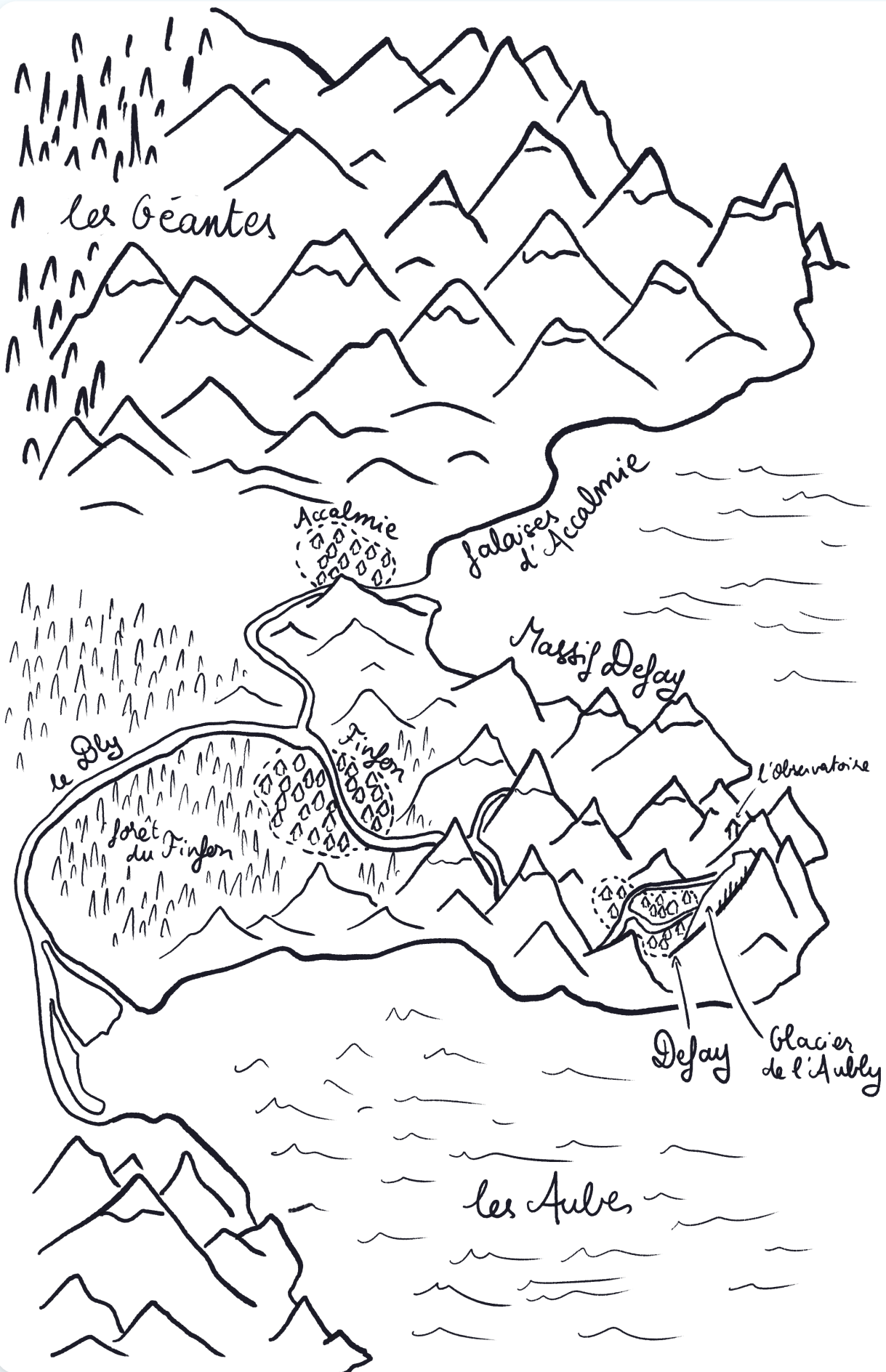


Géographie

On précise entre parenthèses l'orthographe hélienne de certains noms, lorsque celle-ci existe.

L'Arrière-pays d'Hélie (ou région de Drehas, anciennement Pays de Dréache)

Un petit pays boisé, peu densément peuplé, avec un littoral montagneux. Les habitant-es de l'arrière-pays sont appelés dréachois (drehasiens).



Le village : Defay

Enclavé entre les montagnes, au coeur d'un massif montagneux imposant, c'est un endroit difficilement accessible. Le climat y est frais, brumeux.

Le village est adossé à une montagne qui supporte un grand glacier : l'Aubly. Au sommet de cette montagne se trouve l'Observatoire d'astrologie local. Le fleuve Bly prend sa source dans ce massif montagneux, il est en partie alimenté par la fonte saisonnière de l'Aubly (d'où son nom).

Beaucoup de petit torrents passent dans le village, ruisselant depuis les hauteurs. Les habitant-es de Defay s'appellent les defayards.

Ville voisine : Finfon (Finhfo)

Adossée au massif Defay, entourée de forêt, Finfon a longtemps été une petite ville. Elle est aujourd'hui en pleine expansion et industrialisation en raison des ressources forestières (forêt de Finfon), hydrauliques (le Bly) et éoliennes (falaises d'Accalmie) qu'elle propose, mais également pour son attrait touristique auprès des héliasiens de l'ouest adeptes de dépaysement.

Ancienne capitale de Dréache : Ardélie (Ardélis)

Capitale est un bien grand mot : l'ancien Pays de Dréache était géré de manière très locale. Ardélie a pourtant été reconnue internationalement comme la capitale administrative de Dréache avant sa colonisation par Hélis. Maintenant que Dréache est devenu l'Arrière-Pays, Ardélie a perdu son statut : la région dépend maintenant directement de Solé.

Solé, la capitale d'Hélis

Le centre de l'empire compte beaucoup de champs et de plaines, qui s'assèchent peu peu pour finir en désert à l'ouest. Peu d'ombre, beaucoup de soleil, beaucoup de vent : c'est dans ce climat que se trouve Solé, très grande ville connue pour les champs d'éoliennes qui l'entourent et ses toits brillants de panneaux solaires. Les habitant-es de Solé sont les soléans.

Maréphine (Marefinh)

Destination touristique d'Hélis et d'Org, cette île a une certaine proximité culturelle avec l'ancien Dréache. Elle est cependant plus urbanisée, et a bien plus d'ouverture culturelle. Les relations avec Hélis se sont refroidies après la colonisation de Dréache, qui n'a pas été vue d'un bon oeil par l'opinion publique maréphinoise.

Créatures dréachaises mystiques

Les fées

Ces créatures mystiques sont des papillons de type morosphinx munis de bras et de jambes. Pour qui ne sait pas l'interpréter, leur comportement paraît chaotique. Selon les dréachois, leur comportement est en fait lié au mouvement des étoiles : elles apparaissent près des endroits et des objets qui ont une importance forte dans la trame du destin. Pour les héliasiens, les fées sont simplement une espèce de papillons.

Les esprits

Pour les dréachois, les esprits sont des créatures totalement immatérielles qui incarnent l'essence et la volonté propre d'un élément naturel : une rivière, un champ, une forêt, un glacier... Ce ne sont pas des créatures que l'on peut espérer contrôler. En revanche, si l'on en prend soin, on peut espérer que les esprits apportent des avantages en retour : un esprit bien portant signifie une bonne récolte, une faune abondante, un courant pas trop violent, etc. Les héliasiens ne croient pas à l'existence des esprits.





Le dépositaire de la mémoire

Le Dépositaire n'a pas de visage, mais son apparence juvénile et son aura inspirent immédiatement confiance à ses interlocuteur·ices. Ce n'est pas une divinité ou créature connue des dréachois ni des hélisiens. Deux interprétations sont possibles à son existence :

- Interprétation dréachoise : le dépositaire de la mémoire est une manifestation de l'esprit du glacier, qui vient pour rétablir l'identité et l'unité du village qu'il protège.
- Interprétation hélisienne : le dépositaire de la mémoire est une manifestation de la déesse de l'Histoire, qui est symbolisée par la glace (dont Hélis connaît depuis longtemps les propriétés chimiques de conservation).

Temporalité

Le calendrier dréachois précolonial se basait sur le mouvement des étoiles. Le calendrier postcolonial, qui est le calendrier hélisien, se base sur le mouvement du soleil et est proche du calendrier grégorien.

Construction de l'observatoire : il y a 132 ans.

- Le pays de Dréache a été colonisé par Hélis il y a 120 ans.
- Les villes et villages dréachois sont rebaptisés administrativement : il y a 119 ans.
- Refonte générale des programmes scolaires (ajout obligatoire de la langue hélisienne, des sciences de l'ingénierie, de l'histoire, culture, religion et éducation civique hélisienne) : il y a 119 ans.
- Interdiction d'enseigner l'astrologie à l'école publique : il y a 115 ans.
- "Recyclage" des livres d'histoire dréachois : il y a 110 ans.
- Interdiction d'enseigner la langue dréachoise : il y a 100 ans.
- Décès de l'astrologue Ugot : il y a 100 ans. Ses travaux de recherche ont été enterrés.
- Uniformisation générale des programmes scolaires : l'enseignement dans l'Arrière-pays devient le même que partout en Hélis : il y a 80 ans.
- Grosse période de vide pendant laquelle on laisse les dréachois tranquilles (Solé est occupé avec d'autres soucis à l'ouest).
- Décès de la médecin-homéopathe Ema : il y a 70 ans. Ses travaux de recherche ont été enterrés.
- Début de l'industrialisation de Finfon : il y a 50 ans.
- Début de la construction du barrage hydraulique sur le Bly, près de Finfon : il y a 5 ans.

Peuples

La culture du peuple dréachois : "connais ce qui t'entoure"

- Peuple avancé en sciences naturelles : biologie, médecine, astronomie mais également astrologie (iels pratiquent l'astrologie de manière scientifique et arrivent vraiment à prévoir certaines choses de manière fiable).
- Peuple porté également sur l'artisanat et les arts. Une tradition particulièrement tenace : les tapisseries familiales suspendues aux portes des maisons. Ce sont des tapisseries auxquelles chaque membre de la famille participe et qui se transmettent de génération en génération selon des règles strictes.
- Austères, bourrus, bruts, c'est un peuple qui croit au faire et pas au paraître. Pas particulièrement accueillants avec les étrangers, et même froids de prime abord, iels ne sont pas facilement communicatifs, n'aiment pas la rhétorique et les débats. C'est pour cette raison qu'il est très important pour eux de respecter les règles établies.
- Ce peuple ne vénère aucun dieu, mais croit aux esprits et aux fées (associé·es aux astres et aux éléments naturels). Par exemple, certain·es habitant·es de Defay veillent à honorer l'esprit du glacier qui surplombe leur village.
- Le respect des anciens est fortement ancré dans cette culture.

La culture du peuple hélisien : “on n’arrête pas le progrès”

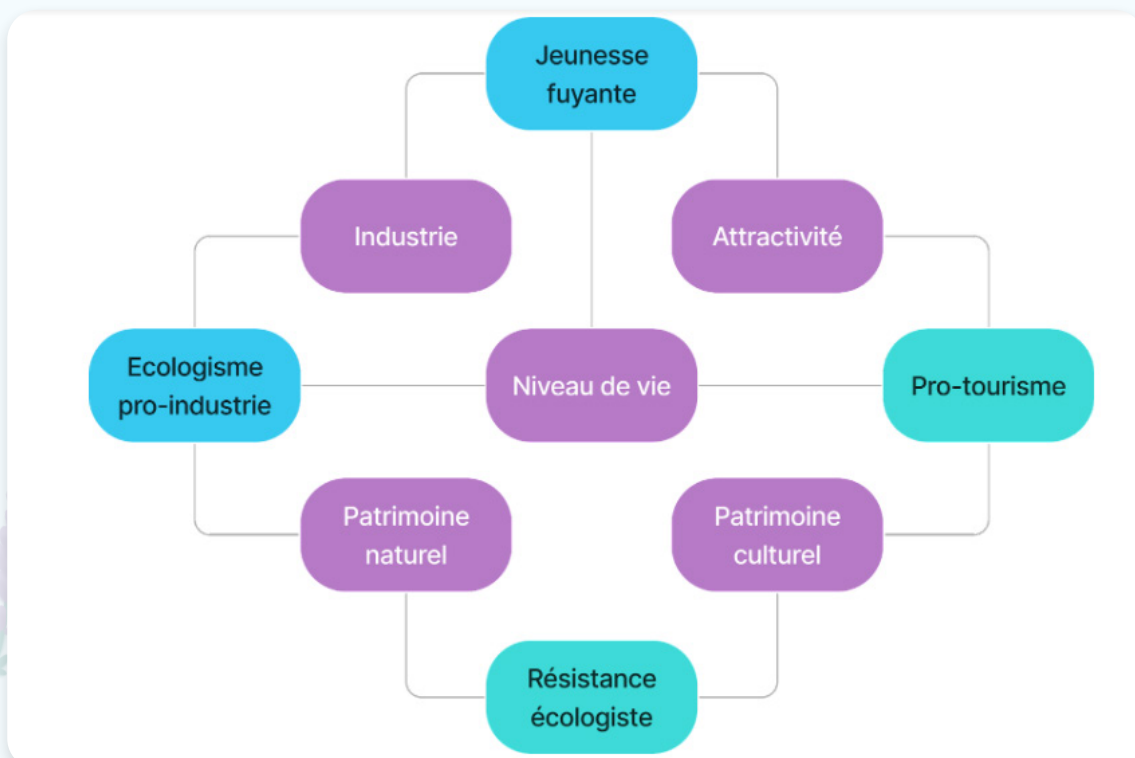
- Peuple plus avancé militairement et industriellement, porté sur les sciences techniques : chimie (non biologique), mécanique, architecture... Iels ont rapidement mis au point des dispositifs à énergie solaire et éolienne, et des moyens de télécommunication. Depuis qu’iels ont colonisé Dréache, iels ont travaillé sur le développement de l’énergie hydraulique, et construit les premières centrales à charbon. Pour ce qui est de la médecine, les hélisiens misent énormément sur l’homéopathie. L’homéopathie, comme le placebo, sont des techniques qui fonctionnent plutôt bien chez eux.
- Iels ont colonisé Dréache pour leurs ressources boisées et hydrauliques, et ont à cœur de partager et de diffuser leur culture au reste du monde.
- Peuple de culture très sociale, basée sur la confiance en l’autre. Les câlins et les bises sont courantes en guise de salutations. Pour les hélisiens, les apparences et les convenances sont très importantes. Iels ont le sens du service et de l’accueil, sont très partageurs, adorent parler, débattre et jouer avec les mots.
- Iels ont un sens de la ponctualité et une notion du temps très relatives et détestent se presser.
- Iels vénèrent la déesse-soleil (qui les observe très attentivement au quotidien et leur fournit la précieuse énergie solaire) et le dieu-vent (instable, peu fiable, on ne sait jamais quand il se manifesterait et s’il causerait bienfaits ou carnage).
- Leur culture se caractérise également par le culte de la jeunesse.

Les defayards

A Defay, les gens sont plus attachés à la culture dréachoise traditionnelle qu’ailleurs en Dréache. Les vagues culturelles diffusant la culture hélisienne ne leur sont parvenues que tard, et la jeunesse defayarde y est légèrement plus sensible. De plus en plus, les jeunes quittent le village pour construire leur vie ailleurs. Certains reviennent pourtant régulièrement visiter leur famille et retrouver leurs racines. Quelques touristes et pèlerins arrivent parfois à Defay, mais cela reste rare.

Déséquilibre et conflit

- Un équilibre à trouver entre changement et tradition
- Un équilibre à trouver entre tradition hélisienne et tradition dréachoise
- Un exode préoccupant de la jeunesse vers les villes, et notamment Finfon



Factions

La vision traditionaliste

Les traditionalistes veulent à tout prix préserver le patrimoine dréachois du village, et s'attachent à rester culturellement proche du pays pré-colonial. Iels ne sont pas impressionnés par les prouesses technologiques récentes, et trouvent que c'est une fuite en avant qui ne respecte pas le patrimoine naturel. Iels pensent qu'il vaut mieux se contenter d'évoluer dans les sciences les plus proches de la nature et de l'humain : la médecine continue de progresser sans ces technologies, quel besoin a-t-on de soumettre les forces de la nature ?

Pro-tourisme

Symboles : astres

Ce sont des gens convaincus qu'il n'y a pas besoin de développer l'industrie pour faire revivre le village. Iels souhaitent simplifier et rendre accessible la culture locale afin de le faire rayonner en développant le tourisme.

Résistance écologiste

Symboles : animaux, plantes, astres

Ces gens s'opposent à l'industrie comme au tourisme et soutiennent un développement entièrement local. Iels refusent de dénaturer la culture ou de mettre en danger l'écosystème.

La vision progressiste

Symboles solaires

Les progressistes pensent que la culture ancienne est bonne pour les contes et les inspirations artistiques, mais que l'on ne peut pas continuer à vivre dans le passé quand la qualité de vie promise par les innovations des colons est bien supérieure. Selon ell-eux, on ne peut pas aller contre son temps, et isoler le village du reste du monde est contre-productif. Il faut s'aligner sur cette nouvelle culture, ou le village deviendra fantôme.

Ecologisme pro-industrie

Pour ces gens plutôt technophiles, le moindre mal est d'installer des panneaux solaires car cela reste une énergie renouvelable. Iels sont convaincu·es que le village doit se positionner pour les panneaux solaires et contre la nouvelle énergie au charbon qui est entrain de prendre son essor à Finfon.

Jeunesse fuyante

Ce sont surtout les jeunes : au fond, iels aiment bien ce village mais il ne s'y passe rien. Il n'y a pas de perspectives, pas de travail... Si Defay ne crée pas de l'emploi rapidement, ces gens quitteront simplement le village.

Liste de personnages

Ema : la médecin (décédée il y a 70 ans)

Une defayarde un peu bourrue, assez fermée d'apparence. Elle est connue à Defay pour avoir révolutionné la médecine biologique de tradition dréachoise en y intégrant la science homéopathique d'Hélis. Malgré des résultats impressionnants et prometteurs, ses travaux de recherche n'ont jamais été reconnus. Elle a toujours dénigré l'astrologie qui, selon elle, n'a aucune valeur scientifique.



Alanne : la nouvelle médecin

Une grande defayarde de 27 ans que certains considèrent un peu excentrique. Elle entretenait une relation romantique avec Béatrilie avant de partir étudier la médecine à Finfon, et elle n'est revenue exercer au village que des années plus tard. Elle a découvert les travaux d'Ema récemment, et elle veut reprendre son flambeau. Comme Ema, elle dénigre l'astrologie et aujourd'hui, elle promeut l'idée de faire de Defay un berceau de la médecine hybride.

Léandre : l'encadrant de thèse d'Alanne

C'est un finfonnais sympathique mais prétentieux, il a 39 ans. Alanne lui a fait part de ses découvertes, et il a accepté de venir avec elle à Defay pour la voir en action. Un peu sceptique de base sur les méthodes de tradition dréaçoises, il changera d'avis en voyant les excellents résultats. Il a une forte tendance à s'appropriier les travaux d'Alanne, tout en la soutenant dans sa démarche pour promouvoir la médecine hybride.

Quentain : le malade chronique

Un maraîcher defayard de 62 ans aux traits tirés mais à l'air jovial. Il est malade chronique. En l'absence de médecin à Defay, il allait régulièrement se faire soigner par un homéopathe à Finfon. Quand Alanne est arrivée il n'avait pas vraiment confiance en ses "nouvelles méthodes". Il a fini par accepter de se faire examiner par elle et il est maintenant convaincu par ses méthodes, qui le soulagent mieux que la médecine purement homéopathique.

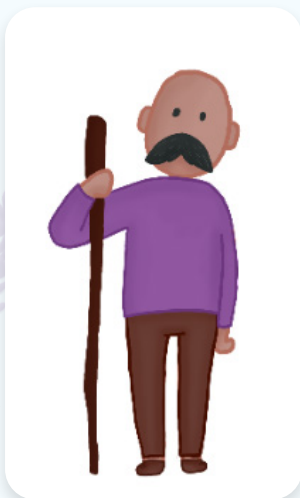


Ugot : l'astrologue (décédé il y a 100 ans)

Un defayard complètement loufoque mais très sûr de lui, et l'éternel rival d'Emma. Il est connu comme l'un des plus grands astrologues de l'ancien Dréache. C'est d'ailleurs lui qui a fait construire l'observatoire, et certaines de ses prédictions sont précieusement surveillées par les defayards de génération en génération. Il a notamment prédit la chute du glacier (qui aurait dû avoir lieu il y a 10 ans et que les scientifiques héliens discréditent vigoureusement), et l'adoption imminente de la culture hélienne.

Béatrice : la nouvelle astrologue

Une defayarde de 25 ans, un peu réservée mais non moins déterminée. Elle a une formation solide en mathématiques et se revendique astrologue, bien que le métier ne soit plus reconnu à Hélios aujourd'hui. Sa mère est bibliothécaire, ce qui lui a permis d'avoir accès à de nombreux documents anciens. Elle entretenait une relation romantique avec Alanne. C'est après le départ de celle-ci qu'elle a déterré les travaux d'Ugot et y a trouvé une erreur de calcul qui permet d'expliquer l'erreur du vieil astrologue sur la chute du glacier. Elle pointe du doigt le danger de disparition où se trouve l'astrologie, et soutient qu'il faut de toute urgence la remettre au goût du jour.



Nicolas : l'ermite savant étranger

Un hélien pure souche de 54 ans qui a emménagé à Defay pour fuir la civilisation. C'est le père de Marcel, avec qui il est arrivé à Defay lorsque celui-ci avait 7 ans. Il se passionne pour l'astrologie et c'est un grand admirateur des travaux d'Ugot. Il occupe aujourd'hui l'ancienne maison du vieil astrologue, après l'avoir remise en l'état.

C'est une personne aux idées très arrêtées et radicales, il est têtu et, pour un ermite, il occupe quand même beaucoup d'espace. Il avait de fortes tendances à être un père-poule. Maintenant que son fils s'émancipe, il vit assez mal leurs divergences d'opinions.

Il connaît mieux la culture dréaçoise traditionnelle que les locaux, ce qui est source de fortes tensions entre lui et les autres defayards : ceux-ci le voient comme un usurpateur et un donneur de leçons qui s'approprie les traditions dréaçoises. Il n'a jamais été tout à fait accepté à Defay.



Narcel : un jeune pris entre deux cultures

Un jeune de 22 ans, d'origine héliasienne, à l'air un peu incertain. Il a récemment quitté la maison de son père, Nicolis, suite à un différend avec celui-ci. C'est un ami proche de Ghiselle.

Narcel a déjà fait 3 ans d'études dans le social à Finfon avant de rentrer au village pour "se chercher". Aujourd'hui, comme de nombreux jeunes du village avant lui, il part chercher un travail à Finfon en tant qu'hôte pour les maisons d'accueil (établissements combinant garderie d'enfants et accompagnement aux personnes âgées, typiques de la culture héliasienne).

Sa relation avec son père est tendue ; il a grandi un peu à l'écart des autres enfants du village et il a bien ressenti l'animosité de certains villageois pour son père. Cela l'amène à remettre vivement en question le mode de vie de celui-ci et à l'attaquer sur sa personnalité.

Si Narcel s'identifie plus à la culture héliasienne qu'à la culture dréachoise, il conserve un certain attachement au village et à ses traditions. Il a le sentiment d'être en conflit d'identité par rapport aux deux cultures : il se sent rejeté par la culture dréachoise à cause des relations de son père avec le reste du village, mais il ne se sent pas non plus totalement en phase avec la culture héliasienne, qui ne recouvre pas toute son identité. Il est pourtant prêt à renoncer à la culture dréachoise qui, pour lui, appartient au souvenir et à la nostalgie de son enfance. Il ne projette pas du tout son avenir dans cet environnement.

Ghiselle : la pro-tourisme enthousiaste

Une defayarde de 25 ans, très positive et pleine d'énergie. Elle veut donner une impulsion touristique à Defay, et n'est pas convaincue par l'idée de développer l'industrie. Sur le sujet de l'astrologie, elle est mitigée. Elle trouve que la culture traditionnelle de l'ancien Dréache est poussiéreuse, trop "coincée", presque arriérée. Pour autant, elle conserve une passion pour la culture dréachoise, qu'elle veut partager au plus grand nombre - même si cela implique parfois de la trahir un peu ou de la désigner comme une culture inférieure.

Odeth : la résistante écologiste farouche

Une femme de la trentaine, au rire facile et à la moue encore plus facile. Elle travaille en tant que postière entre Defay et Finfon. Farouchement opposée au tourisme et à l'industrie, elle est très attachée aux traditions locales. Pour elle, l'impulsion du village doit passer par le développement de l'astrologie comme par celui de la médecine hybride car ce sont deux disciplines qui entretiennent une proximité avec la nature, dont la mise en valeur reste sa principale passion.

Le maire Joséphin : un politicien carriériste

Un defayard pure souche de 31 ans. C'est une personne qui n'a en tête que la façon dont il paraît, l'image qu'il donne. En général, il se range à l'avis majoritaire ou du plus influent. C'est un donneur de leçons pour qui le problème du village est lié au manque de responsabilité et de bon sens des villageois-es. Il n'hésite pas à s'approprier tout événement positif, même si c'est indépendant de ses actions.

Playtests

Panel

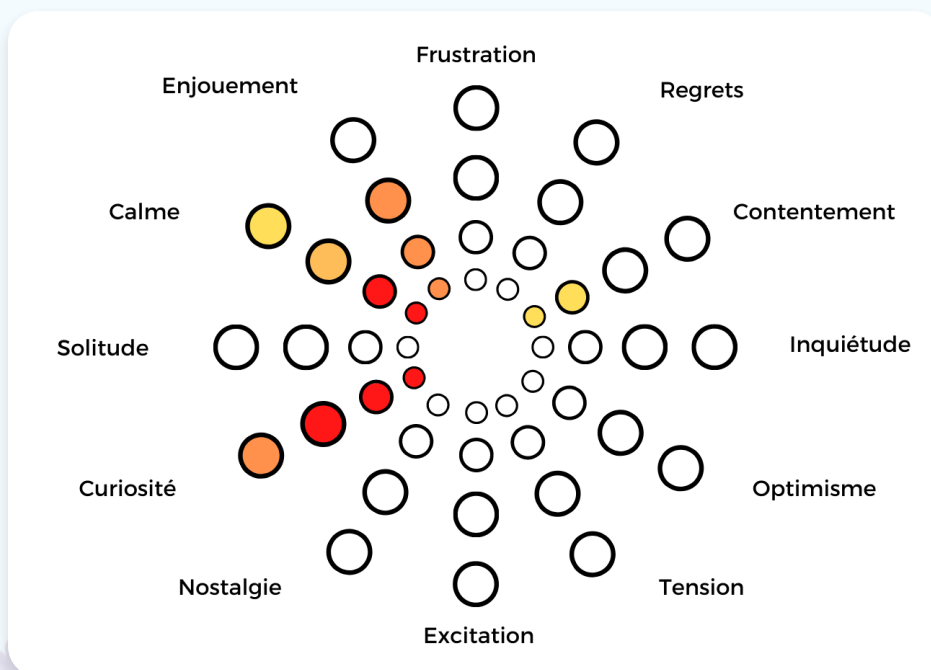
5 testeur·euses ont joué 5 minutes au prototype qui contient le début du jeu, équipé·es d'un système d'eye tracking. Iels ont répondu à un questionnaire de pré-test pour positionner leur profil de joueur·euse. Après la session de jeu, iels ont répondu à un questionnaire post-test quantitatif et à des questions ouvertes au cours d'un entretien d'une dizaine de minutes. Les participant·es sont des connaissances, ce qui implique des biais d'appréciation et de maximisation du positif. L'objectif du test était d'évaluer l'immersion des joueur·euses dans l'univers et les problématiques d'Ice Cubes.

Résultats interprétés

Les motivations dans les jeux de nos playtesters ainsi que leur temps de jeu moyen correspondent à la cible à 80%.

Les thématiques du jeu (à la fois les souvenirs mais aussi la philosophie autour de sa représentation par le glaçon) sont très bien comprises. De plus, l'histoire présentée dans cet extrait contient bien la nuance que l'on cherche à proposer.

Cependant, les testeur·euses ont rencontré des problèmes d'utilisabilité et d'identification des buts, en passant à côté de l'histoire à choix. En conséquence, iels comprennent très mal l'impact de leur choix, bien qu'iels en aient conscience à travers le récit du glacier. La figure du glacier est un élément qui sera repris pour venir expliciter les points d'incompréhensions.



Les émotions reportées après la session de jeu sont clairement orientées vers 3 émotions : curiosité, calme et enjouement. La roue des émotions utilisée s'inspire de la roue de Genève, en identifiant les émotions pertinentes. Cette sélection peut entraîner un biais, identifié. Itérer sur les émotions sélectionnées au besoin, et poser des questions ouvertes lors de l'entretien permet de maîtriser ce biais. De plus, 80% ont cité la direction artistique comme point fort du jeu (musique et/ou sound design). 80% ont également cité "l'univers", "l'ambiance"

ou «l'atmosphère» comme point fort. Un testeur a cité "la neige qui tombe" comme élément important alors même que cela n'avait pas été implémenté dans le jeu.

Le prototype a prouvé que les intentions d'atmosphère étaient bien transmises. Les émotions suscitées par le game feel, le scénario et la direction artistique correspondent aux émotions attendues de manière unanime. La plupart des composantes de l'immersion identifiées ont de bons résultats. Cela permet de valider le potentiel immersif du jeu. Le playtest a également permis d'identifier les axes d'améliorations autour de l'appropriation de l'objectif principal. Une seconde batterie de tests viendra naturellement évaluer cette seconde version du prototype.

Personas



Angèle

31 ans

Femme

Prof de lettres classiques

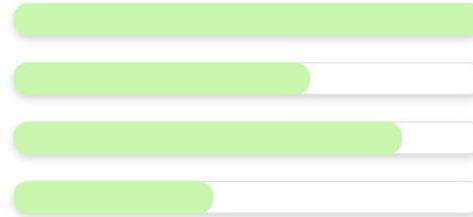
Motivations

Histoire

Cohérence

Complétion

Impact



Tueurs de fun

Difficultés techniques

Pas de fins différentes

Incohérences

Besoin

Un univers riche

Pratiques sociales

Jouer seule

A le sentiment d'appartenir à une communauté

Pratiques de jeu

5 à 10h par semaine
2 à 3 sessions par semaine

Narratif, RPG



Unpacking, Night in the woods, Little Misfortune

Influences d'achat

1 jeu par semaine

20€ en moyenne

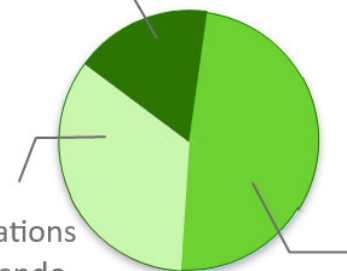
IAP : non

Achète les DLC et les suites
N'achète pas les épisodes

Youtube

Recommandations
Steam/Nintendo

Reddit
Twitter
Discord





Edouard

29 ans

Homme

Bibliothécaire

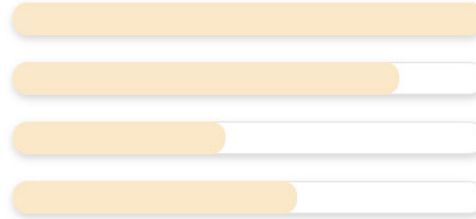
Motivations

Immersion

Liberté

Histoire

Exploration



Tueurs de fun

Pouvoir mourir

Répétitif

Gameplay trop complexe

Besoins

Impression que son histoire est unique

Pratiques sociales

Jouer seul

Jouer en ligne

Pratiques de jeu

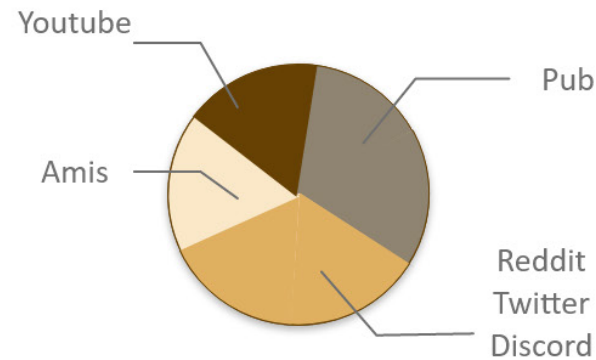
1 à 10h semaine
(pic lors d'un nouvel achat)
longues sessions



A short Hike, Road 96

RPG, Narration, simulation

Influences d'achat



2 à 3 achats/mois

20€ à 50€

IAP : 20% susceptible

Achète les épisodes et DLC



Frédéric

36 ans

Homme

Data scientist

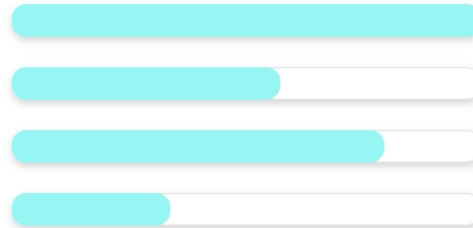
Motivations

Innovation

Histoire

Gameplay

Suprise



Tueurs de fun

Gameplay qui s'essouffle

Incohérence dans le gameplay

Besoins

Être titillé intellectuellement

Pratiques sociales

Jouer seul

Jouer en ligne

A le sentiment d'appartenir à une communauté

Ecrire des reviews en ligne

Pratiques de jeu

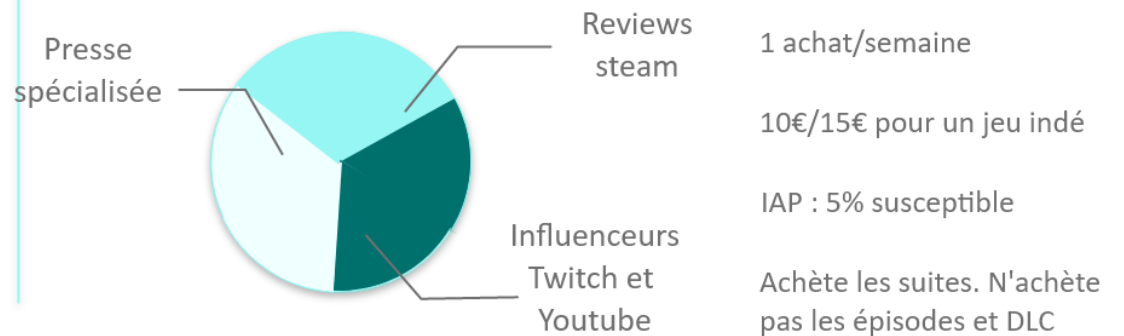
8 à 10h semaine
4 à 6 sessions par semaine

Jeu indé innovants



Obra Dinn, Hollow Night, Outer Wilds

Influences d'achat



1 achat/semaine

10€/15€ pour un jeu indé

IAP : 5% susceptible

Achète les suites. N'achète pas les épisodes et DLC





Paloma Bry
Marie Gibert
Camille Huyn
Margot Stevens

le **cnam**
Enjmin

