



Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur

Gilles Brougère, Nathalie Roucous, Ruddy Ardouin, Majda As, Delphine Boulegue, Jennifer Charbonneau, Michael Freudenthal, Gwendolyn Garan, Audre Guerin, Marine Monnier, et al.

► To cite this version:

Gilles Brougère, Nathalie Roucous, Ruddy Ardouin, Majda As, Delphine Boulegue, et al.. Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur : Rapport d'une recherche réalisée par les étudiants du Master de Sciences du jeu de la promotion 2019-2020. [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020. hal-03324923

HAL Id: hal-03324923

<https://sorbonne-paris-nord.hal.science/hal-03324923>

Submitted on 24 Aug 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Master Sciences du jeu

**Dispositifs et publics
des jeux d'exploration guidée
Jeux de piste, chasses au trésor
et autres jeux d'extérieur**

Sous la direction de Gilles Brougère et Nathalie Roucous

Université Sorbonne Paris Nord
Villetaneuse - Décembre 2020

Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée

Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur

Rapport d'une recherche réalisée par les étudiants du Master de
Sciences du jeu de la promotion 2019-2020

Ruddy ARDOUIN
Majda AS
Delphine BOULEGUE
Jennifer CHARBONNEAU
Michael FREUDENTHAL
Gwendolyn GARAN
Audre GUERIN
Marine MONNIER
Esther SALAZAR ORSI

Sommaire

	pages
Introduction	4
Chapitre 1 : <i>Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes</i>	6
Chapitre 2 : Les Missions Anniv'	23
Chapitre 3 : <i>The Live Thriller</i>	39
Chapitre 4 : Synthèse de trois autres cas de dispositifs ludiques	66
1. <i>Atlantide</i>	66
2. <i>Qui veut Marais T. ?</i>	75
3. <i>Sous les passages couverts de Paris</i>	85
Chapitre 5 : Pister le jeu dans les dispositifs ludiques d'exploration	91
Bibliographie	105
Annexes	107

Chaque année, les étudiants du Master 2 en Sciences du jeu sont invités à étudier un aspect de l'univers du jeu et de la culture ludique à travers une recherche collective. Encadré par des enseignants-chercheurs du laboratoire EXPERICE, ce travail vise, d'une part, à former les étudiants à l'exercice d'une recherche scientifique et, d'autre part, à produire collectivement de nouvelles connaissances sur le jeu.

La recherche réalisée en 2019-2020 portait sur ce que l'on a dénommé les dispositifs ludiques d'exploration (ou de découverte) guidée. Cela renvoie à ce qu'il est convenu d'appeler : jeux de piste, chasses au trésor, rallye, courses d'orientation thématique, jeux d'évasion en extérieur et grande nature, applications mobiles touristiques à dimension ludique, ...

Il s'agit donc d'étudier des dispositifs ou des activités qui répondent aux critères suivants : 1/ Ils se présentent comme ludiques ou se définissent comme un jeu ; 2/ ils supposent un déplacement dans l'espace physique réel et non pas dans l'espace virtuel ou numérique ; 3/ ils s'appuient sur un guidage direct (accompagnateur, guide, maître du jeu) ou indirect (support papier ou numérique).

Cette recherche s'est volontairement limitée aux activités qui se développent partiellement ou en totalité dans l'espace extérieur, en particulier pour n'être pas redondante avec la recherche de l'année précédente qui portait sur les *escape rooms* (Berry, Zabban, 2019)

Le projet consistait à analyser à la fois les dispositifs (aussi bien dans leur présentation que dans leur mise en œuvre) et leur réalisation à partir de la prise en compte de l'expérience des publics. Il s'agit d'un domaine peu ou pas étudié, mais dont la recherche a montré le développement récent important. Il se fait à certains égards à l'ombre des *escape games* ou jeux d'évasion tout en profitant de leur succès voire de leur aura. Si la promotion peut mettre l'accent, nous le verrons, sur le fait qu'il s'agirait d'*escape games*, il est clair que pour nous ce n'est pas le cas car se développant à l'extérieur, le but n'est jamais de s'évader d'une pièce, ce qui fait l'unité du genre « jeu d'évasion ». Il n'en demeure pas moins qu'ils peuvent partager des traits communs avec ces derniers, de même qu'avec les jeux développés dans les musées.

Nos questions de départ étaient les suivantes :

- En quoi ces dispositifs relèvent-ils du jeu ? Sont-ils perçus par tous les acteurs (concepteurs, animateurs, usagers) comme des jeux ? et pourquoi ?
- S'agit-il de « gamifier » une expérience ou de proposer un véritable jeu ?
- Quelles relations entretiennent-ils avec les logiques de visite, d'excursion ou de tourisme ?
- Quelle place pour la dimension d'apprentissage ?
- Quelles relations peut-on établir avec d'autres formes de jeu (jeux vidéo, jeux d'évasion type *escape rooms*, activités ludiques au sein des musées ou monuments, etc.) ?

Ces questions sont nourries par des références théoriques partagées au sein du master et qui concernent les questions relatives à l'usage du terme « jeu » et la réflexion sur ce qui fait jeu (Henriot, 1989 ; Brougère, 2005), aux relations entre jeu et apprentissage (Brougère, 2005), à la gamification (Brougère, 2021, Nassisi *et al.*, 2017), aux relations entre tourisme et apprentissage (Brougère, 2015, 2019 ; Brougère et Fabbiano, 2014).

La recherche s'est développée selon les étapes suivantes : tout d'abord il s'est agi de repérer les dispositifs, qui se sont avérés nombreux, entrant dans la définition proposée ci-dessus. Sur cette base a pu être construit un échantillon de 6 dispositifs (marqués par la diversité et non la représentativité) qui a été l'objet d'une étude plus approfondie. Il s'agissait, autant que

possible, pour chaque dispositif d'en analyser le discours d'accompagnement et de promotion, de procéder à des entretiens avec les concepteurs et les animateurs, de pratiquer une observation participante de chacun d'entre eux et de réaliser des entretiens individuels ou collectifs avec des participants si possible observés précédemment.

La crise sanitaire n'a pas permis de suivre intégralement le protocole de recherche pour les six dispositifs : les limitations d'activité ont conduit à l'arrêt de cette activité au moment même où certains dispositifs n'avaient pas encore pu être observés et ont rendu les entretiens plus difficiles à organiser. C'est pourquoi les trois premiers chapitres présentent chacun un dispositif qui a pu être étudié de façon approfondie, le quatrième chapitre présente trois autres dispositifs dont l'analyse est moins approfondie mais qui permettent d'élargir le nombre de cas et de saisir la diversité du champ étudié. Enfin un dernier chapitre propose une analyse transversale des dispositifs et tente de répondre aux questions que nous nous sommes posées.

Chapitre 1 : *Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes*¹

Présentation de la recherche et du dispositif

Les entretiens et l'observation

Pour ce travail de recherche, nous avons étudié un des dispositifs proposés par l'entreprise Onirium située à Nantes, *Opération Mindfall des Machines de l'île*, en réalisant deux entretiens et une observation. Un premier entretien nous a permis de questionner deux professionnelles sur le fonctionnement du dispositif et sur leurs pratiques. Une observation et un entretien auprès d'un groupe de participants au dispositif choisi sont venus compléter l'étude. Ces échanges nous ont permis d'accéder au regard des joueurs tant sur leur appréciation du jeu que sur les ressentis générés par l'expérience.

L'entretien avec l'entreprise Onirium a été réalisé avec une gérante (Virginie) et la responsable communication de l'entreprise (Sarah). Chaque employé de la société joue aussi le rôle de Game master ; toute l'équipe est donc formée en interne à l'accueil et à l'organisation du jeu.

L'équipe de joueurs avec qui nous nous sommes entretenus se compose de quatre hommes dans la trentaine :

- Anthony, 33 ans, est célibataire sans enfant et titulaire d'un Bac + 6 en architecture. Il a une sœur, plus jeune que lui ; son père est retraité du secteur bancaire et sa mère assistante de direction.
- Julien, 35 ans, est pacsé sans enfant. Avec son Bac + 5, il est chargé d'études en environnement. Il a une sœur plus âgée ; son père est retraité France télécom et sa mère retraitée de la poste.
- Thibault, 31 ans, est pacsé et a un jeune enfant. Responsable sécurité/environnement (Bac + 5), il a une sœur jumelle et ses parents sont instituteurs.
- Gauthier, 32 ans, est célibataire sans enfant. Egalement titulaire d'un Bac + 5 en sécurité/environnement, il est responsable sécurité. Il a une sœur plus âgée ; son père travaille dans le secteur bancaire et sa mère est garde d'enfants à domicile.

L'entretien a été réalisé quelques minutes après le jeu. Durant 30 minutes, les joueurs ont répondu à nos questions et ont partagé leur ressenti concernant l'expérience.

L'entreprise à l'origine du dispositif

Installée à Nantes depuis trois ans, l'entreprise Onirium propose trois dispositifs en intérieur : deux « *escape games* » à l'intérieur de leur local et un « *escape game* aquatique » dans les locaux d'une piscine de la ville. En ce qui concerne les dispositifs en extérieur, il y a également trois propositions présentées en ces termes : une « Course contre la montre dans la ville » (*Opération Mindfall*), « une chasse pour les enfants » (*Le Portail Magique*) et l'« *Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes* »².

Les propriétaires actuels ne sont pas les développeurs originaux du concept dans la mesure où ils ont repris l'entreprise qui était en difficulté. Passionnés d'*escape game*, ils y ont vu l'opportunité de créer leur propre entreprise.

¹ La recherche et la rédaction de ce chapitre ont été assurées par Ruddy Ardouin et Jennifer Charbonneau

² Site Entreprise Onirium, <https://onirium.com/escape-game-exterieur-nantes/>

L'offre actuelle s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels. En élaborant des partenariats avec des entreprises nantaises, l'entreprise propose ainsi des combinaisons d'activités pour des anniversaires, des enterrements de vie de garçon (EVG) ou de jeune fille (EVJF), des journées professionnelles, etc. Ainsi, en complément d'un de ses dispositifs de jeu, les joueurs peuvent, par exemple, bénéficier d'une activité de bien-être du type spa, prendre des cours d'œnologie, de mixologie (ou création de cocktails), de magie ou de théâtre d'improvisation. Sur le site internet, l'entreprise se présente comme « à l'écoute de toutes vos demandes et suggestions ».

Comme le nom de la société le présuppose, sa communication est orientée vers l'univers du rêve : « Notre fonction ? La conception, la gestion et la distribution des rêves mondiaux »³. Cependant, l'univers présenté dans la communication des deux dispositifs *Opération Mindfall* est moins onirique en renvoyant au monde de l'espionnage et du terrorisme.

Le dispositif Opération Mindfall

Avant de présenter plus spécifiquement *Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes*, il convient de présenter le dispositif *Opération Mindfall* qui est une franchise émanant d'une société allemande, Cluetivity. Celle-ci se présente comme une société « combinant les meilleurs éléments classiques que sont la chasse au trésor, la localisation GPS et l'*escape game* avec la technologie de réalité augmentée⁴ pour proposer un nouveau type de jeu d'extérieur par équipe »⁵. Des dispositifs de la franchise *Mindfall* sont proposés dans plusieurs villes françaises. Chaque déclinaison locale s'appuie sur le même scénario de départ qui renvoie à une thématique de science-fiction contemporaine : la cellule W.I.S.E envoie en mission les participants pour lutter contre l'organisation Spider Tech et la propagation d'un virus.

C'est un dispositif conçu principalement pour être proposé dans un espace extérieur car il nécessite la géolocalisation pour accéder aux énigmes. Il est cependant possible de réaliser des parcours sans utiliser le positionnement GPS et ainsi de proposer des animations en intérieur.

L'entreprise nantaise Onirium dispose de la licence d'exploitation du dispositif et en propose deux déclinaisons dans deux quartiers différents de la ville (Machines de l'île, Radisson/centre-ville). Les deux déclinaisons *Mindfall* ont chacune un public cible spécifique. Celle que nous avons étudié, Les Machines de l'Île, est destinée aux familles et aux enfants à partir de 9 ans ; la déclinaison se déroulant dans le centre-ville de Nantes vise un public sensiblement plus âgé, à partir de 12 ans.

Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes

La durée du dispositif est d'une heure et trente minutes et correspond à un parcours d'environ 2,4 km. Pour y participer, il faut constituer une équipe de 4 à 15 joueurs. Il est accessible pour les particuliers et les entreprises. « Savant mélange combinant l'*escape game*, le géocaching et la réalité augmentée »⁶, le dispositif propose aux participants de se déplacer sur des points géolocalisés, de découvrir des informations sur ces lieux et d'y résoudre des énigmes plus ou moins difficiles.

Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes s'appuie sur un des principaux lieux touristiques de la ville. Situés aux abords des neufs des anciens chantiers navals, Le Grand Éléphant et Le Carrousel des Mondes Marins sont des « machines extraordinaires » placées

³ Site Entreprise Onirium, <https://lonirium.com/>

⁴ La réalité augmentée est la superposition de la réalité et d'éléments (sons, images 2D, 3D, vidéos, etc.) calculés par un système informatique en temps réel.

⁵ Site Entreprise Cluetivity, Traduction page accueil, <https://www.cluetivity.com/>

⁶ Site Entreprise Onirium, <https://lonirium.com/operation-mindfall-lesmachines-nantes/>

dans l'espace public. Cet équipement touristique et culturel a été installé en 2003 sur la pointe ouest de l'île de Nantes pour dynamiser l'espace urbain. Ce projet a été mené par l'association *Les Machines* qui produit des décors de théâtre, des manèges et des machines pour des spectacles. Les Machines de l'île de Nantes, c'est aussi une galerie des machines, une terrasse de l'atelier, une boutique librairie et un café. La galerie propose de découvrir des machines faites de métal et de bois, pouvant se déplacer avec l'aide de pilotes humains. La terrasse de l'atelier est constituée d'énormes branches, réalisées à partir de morceaux de bois et de métal, dans laquelle les visiteurs peuvent se mouvoir.

Le dispositif étudié invite les joueurs à se déplacer depuis l'atelier des machines jusqu'au ponton des Chantiers. Durant le parcours, ils auront l'occasion de croiser plusieurs espaces identifiés comme touristiques que nous pouvons voir sur le plan suivant⁷.



Les Machines de l'île de Nantes

L'affiche promotionnelle du dispositif met en avant les deux machines emblématiques du lieu. Le nom de la franchise « *Opération Mindfall* » est entouré à gauche du logo de l'entreprise Onirium et à droite, du logo des Machines de l'île de Nantes, mentionnant ainsi un partenariat entre les deux entreprises qui a été confirmé lors de l'entretien avec l'Onirium.



Affiche promotionnelle pour Opération Mindfall

⁷ Le parcours tracé est un des parcours de visite touristique et non celui du dispositif

L'objectif du jeu mis en avant sur le site est de défendre ce lieu touristique et culturel de Nantes contre l'organisation Spider Tech en « contrecarrant leurs plans » pour « sauver l'éléphant mythique de l'Île de Nantes »⁸.

Les informations sur le dispositif, le tarif et la réservation se trouvent en ligne, sur le site internet de l'Onirium. Il est possible d'avoir plus d'informations en contactant l'entreprise grâce au numéro de téléphone disponible sur le site. Une fois la réservation réalisée, un email de confirmation est envoyé contenant la validation du paiement ainsi que la date et l'horaire de la session de jeu. Quelques jours avant la session, un nouvel email avec les données nécessaires à la participation telles que le lieu de rendez-vous ou le matériel à prévoir, permet de préparer en amont les joueurs à la mission qu'ils vont devoir mener. A noter que, pour notre part, nous n'avons reçu aucun email avec les informations pour le démarrage de la mission et avons dû contacter l'entreprise pour avoir les informations et les communiquer aux participants.

Le départ du dispositif a lieu à quelques kilomètres des bureaux de l'entreprise, le lieu de rencontre étant sous les neufs des Machines de l'île. Le point de départ et le point d'arrivée sont les mêmes, ce qui n'est pas le cas dans toutes les missions *Mindfall*.

Une explication est présentée au départ et un débriefing est réalisé à l'arrivée. Les équipes partent seules mais sont accompagnées pour les deux premières énigmes par le *gamemaster* qui peut les guider, entre autres, sur l'utilisation de la tablette. Une fois l'explication réalisée, le *gamemaster* retourne dans l'entreprise située dans le centre de Nantes. Il peut suivre l'avancée du groupe grâce à la géolocalisation et revient au moment de la dernière énigme.

Si elles rencontrent un problème concernant les énigmes, les équipes ont à disposition via l'interface une assistante virtuelle nommée « Laura ». En cas d'autres problèmes, un numéro de téléphone permet d'appeler le *gamemaster* directement. L'assistance concernant les énigmes est donc assurée par la tablette sur demande des équipes et l'assistance technique par le *gamemaster*.

Présentation détaillée du dispositif

Le dispositif peut être perçu comme une course contre la montre qui se compose de 13 énigmes qu'il faut résoudre en moins d'une heure trente. Les joueurs partent en mission avec un sac à dos contenant des éléments nécessaires à la résolution des énigmes, un fascicule mentionnant des informations historiques succinctes sur les lieux visités, et une tablette proposant de la réalité augmentée qui est le support central du dispositif. Le sac à dos contient : 1 carnet et 1 crayon, 1 coffre cadenassé contenant 4 petites fioles, 1 paire de jumelles, 1 livret, 1 carte avec une énigme, 1 lampe UV, 1 carte secrète (utilisable avec la lampe UV), des bonbons, 1 jeu de cartes (issues du jeu de société *Mysterium*⁹), 1 fiche explicative de la tablette et 3 holopad (fiches avec QR code).

La tablette assure une fonction d'animation via les aides que les joueurs peuvent obtenir sur demande, une fonction de guidage à travers la géolocalisation et les icônes sur la carte représentant des lieux où se situent les énigmes. Par sa caméra et son écran, la tablette est aussi l'interface de jeu qui permet de profiter de la réalité augmentée. A l'aide de fiches munies de QR codes et nommées holopad, les joueurs découvrent la réalité augmentée dans le cadre d'un jeu en extérieur.

Les énigmes sont réparties sur l'ensemble du site ; elles s'organisent selon un parcours par proximité spatiale, mais rien n'impose dans le dispositif de les résoudre dans un ordre précis. Lors de notre observation, il semble que les joueurs suivent le parcours proposé en allant à l'énigme la plus proche du point où ils se trouvent.

⁸ Site Entreprise Onirium, <https://onirium.com/operation-mindfall-lesmachines-nantes/>

⁹ *Mysterium* est un jeu d'ambiance dans lequel le joueur incarne un médium ou un fantôme. Il revisite les jeux d'enquête et de coopération. URL <https://www.libellud.com/mysterium/>

Voici une présentation des énigmes et du déroulement du dispositif :

	Type	Supports	Contenu
1 ^{ère}	Manipulation	Holopad / QR code	Dans cette première énigme, les joueurs découvrent le fonctionnement de l'holopad et la réalité augmentée. En passant la fiche avec le QR code devant la caméra, ils découvrent l'assistante, Laura, qui les guidera pendant les énigmes suivantes
2 ^e	Logique	Cartes <i>Mysterium</i> + journal	Les joueurs ont à disposition un carnet contenant un texte ainsi que des cartes de <i>Mysterium</i> . En lisant le texte, ils vont identifier des mots correspondant aux cartes et ils pourront ainsi mettre les cartes dans l'ordre du texte afin de faire apparaître un mot en les retournant. Ce mot est le code de résolution de la première énigme à rentrer dans la tablette.
3 ^e	Calcul Equation 2 nd degré		Les joueurs voient une image contenant des symboles ainsi que des valeurs numériques mises sous forme d'équation.
4 ^e	Observation de l'environnement ; jeu des différences		Les joueurs doivent se diriger vers le carrousel sur la structure extérieure duquel on trouve des affiches. A l'aide d'images qu'ils ont sur la tablette, ils identifient les affiches présentes. A partir de celles qui manquent, ils trouvent un code à rentrer pour continuer
5 ^e	Observation de l'environnement ; association image/valeur	Holopad / QR code	Il s'agit d'associer les images visibles à l'aide de l'holopad avec ce qui est visible dans la réalité. Les nombres présents dans la réalité doivent être utilisés pour remplacer les symboles sur l'holopad, permettant ainsi d'identifier à nouveau un code.
6 ^e	Observation de l'environnement ; jeu des différences		Le code précédent permet l'ouverture du coffre cadenassé pour récupérer des jumelles. Il s'agit d'observer la ville de Nantes depuis les quais et de trouver ce qui est différent entre une image figurant sur la tablette et la réalité observée.
7 ^e	Logique / Calcul		Il s'agit d'une énigme de logique qui permet d'identifier des pièces contenues dans une bourse. Les joueurs possèdent quelques informations sur la somme, les types de pièces possibles, la présence ou non de certaines pièces. A l'aide d'un petit calcul et d'un peu de logique, il est possible de retrouver le nombre de pièces ainsi que le type de pièces composant la bourse.
8 ^e	Photo collective		Les joueurs doivent prouver à l'aide d'une photo prise via la tablette qu'ils sont bien à un endroit précis indiqué par l'application. La photo peut aussi servir à l'Onirium sur Facebook pour présenter les groupes et promouvoir le jeu.

	Type	Supports	Contenu
9°	Logique		Il s'agit d'une énigme assez classique qui doit aider à faire le choix entre des portes à ouvrir. Derrière l'une des portes, se trouve une situation dangereuse généralement liée à des animaux type léopards, scorpions, etc. Les joueurs doivent choisir la bonne porte à ouvrir à l'aide des indices fournis par l'énigme.
10°	Rébus Observation de l'environnement		Il s'agit d'un rébus conduisant à une question dont la réponse se trouve dans l'environnement extérieur entourant les joueurs.
11°	Logique ; association	Coffre avec les 4 fioles ; Messenger /facebook	Les joueurs sont à la recherche de l'antivirus. Pour le trouver, ils ont à disposition des compositions chimiques associées à des couleurs. Ils doivent aussi utiliser le contenu du petit coffre cadenassé contenant les fioles de colorants alimentaires, qu'ils pourront mélanger pour obtenir la couleur souhaitée qui correspond à l'antidote. Pour savoir comment obtenir l'antidote, les joueurs vont se servir de Messenger (outil de communication de Facebook) pour tchater avec un bot représentant un indic (robot programmé pour répondre à des questions automatiquement) et essayer d'obtenir les informations nécessaires.
12°	Logique ; déduction	Holopad / QR code	Les joueurs doivent trouver un code de quatre chiffres en devinant les chiffres le composant comme dans le jeu Mastermind. Sur la tablette, ils disposent des plans d'une tour en 3D avec 10 salles (zones cliquables), 9 renvoient vers des vidéos (espace dortoir, salle repas, trois vidéos humoristiques d'internet,...) et une vers la salle des serveurs à pirater. La tour tourne sur l'écran rendant la sélection de la salle plus compliquée.
13°	Manipulation	Carte secrète ; Lampe UV	Les joueurs doivent se servir de la dernière carte non utilisée ainsi que de la lampe UV pour résoudre l'énigme.

A la fin du temps imparti, les joueurs obtiendront le titre de sauveur de l'humanité pour avoir déjoué une tentative d'attentat chimique lancée par la société Spider Tech à l'encontre de la population locale.

Conception et développement du dispositif

Un dispositif sous licence : entre contraintes et adaptations

L'*Opération Mindfall* est un dispositif dont le développement n'appartient pas totalement à l'entreprise qui le propose. L'Onirium a fait le choix de passer par un jeu sous licence, propriété de la société allemande Cluetivity. En échange d'une rémunération basée sur plusieurs facteurs tels que le nombre d'habitants, la taille de la région ou encore le PIB, Cluetivity propose un jeu quasiment clé en main qui utilise la réalité augmentée. L'entreprise allemande assure une exclusivité locale à ses clients et s'interdit de vendre le dispositif à

d'autres sociétés exerçant dans la même ville sous réserve de quelques conditions (taille de la ville entre autres) succinctement évoquées dans leur présentation internet.

Le fonctionnement sous licence suppose « des points à respecter » d'après Sarah. Cela concerne entre autres : le nombre d'énigmes, le temps de jeu ou encore le nombre de kilomètres à parcourir suivant le public visé. Ainsi, lors de l'entretien avec l'équipe d'Onirium, il nous est précisé que le dispositif doit avoir entre « 12 [et] 15 énigmes » qui doivent s'articuler autour « d'un temps de jeu » d'une durée d'une heure trente maximum. A cela, s'ajoute un nombre de kilomètres qu'il est conseillé de respecter en fonction du public, « 2,4 km pour l'*Opération Mindfall* et 1,4 km pour les enfants ». A partir de ces recommandations, l'équipe va choisir et construire le parcours qui sera géolocalisé. *L'Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes* respecte les contraintes indiquées.

En dehors du cadre général du dispositif, l'équipe a la possibilité de « changer l'énigme pour trouver, découvrir le code » mais elle ne peut pas « faire n'importe quel scénario non plus ». Une des responsables nous explique par exemple : « Il y a des coffres qui utilisent la réalité virtuelle et là par contre c'est un code bien précis et on ne peut pas le modifier ». Le travail de conception consiste alors à adapter l'énigme pour intégrer la réponse attendue avec le code. Par exemple, si le code d'un coffre virtuel est 1234 dans l'application, il faudra que l'énigme proposée amène les joueurs à cette combinaison. Certaines résolutions d'énigmes déclenchent aussi des séquences vidéo, qui ne peuvent être changées. Il est donc nécessaire d'adapter le scénario de l'enquête pour qu'il soit en adéquation avec les vidéos présentées dans les énigmes.

L'observation a permis de constater la limite des possibilités de modifications. Les participants se sont par exemple rendus compte qu'un des codes découverts n'avait pas été utilisé pour résoudre une énigme dans la suite du parcours et ils ont posé la question à la personne présente lors du débriefing. Celle-ci a expliqué que c'était une fausse information pour induire en erreur, tout en mentionnant simultanément que c'est une énigme qui ne peut pas être supprimée.

La matrice permet à l'équipe de travailler dans un cadre défini – nombre d'énigmes, durée et distance du parcours – tout en disposant des nouvelles technologies que sont la géolocalisation et la réalité augmentée. Grâce à cette matrice, l'Onirium développe rapidement des jeux à destination de publics différents et/ou pour des événements variés. Il suffit de choisir les énigmes et le parcours qui composeront le jeu. Le travail est facilité par le fait que l'équipe « commence à avoir un petit package » d'énigmes créées à partir des différents parcours qu'ils ont développés et qui sont référencées dans « un catalogue d'énigmes » qu'ils réutilisent.

Le parcours étudié utilise des éléments de l'environnement, des questions de culture générale et de logique. Sur les 13 énigmes, trois font appel à l'environnement, incitant les joueurs à observer autour d'eux l'espace dans lequel ils se déplacent. Quatre énigmes ne peuvent pas être changées car elles impliquent l'utilisation de l'holopad, l'activation des vidéos et de la réalité augmentée.

Une équipe au service du dispositif

L'équipe se compose de deux gérants et deux employés ainsi que deux personnes en contrat d'apprentissage.

La création du parcours et des énigmes dans ce dispositif est portée essentiellement par Sarah, une salariée de l'entreprise « qui s'est formée un peu sur le tas mais qui s'est bien formée quand même »¹⁰. En effet, Sarah, avec qui nous avons échangé tout au long de l'enquête, a eu une formation de *gamemaster* réalisée en interne par un ancien employé de la société présent avant le rachat. Elle nous explique qu'une partie des compétences des différents salariés est

¹⁰ Extrait de l'entretien avec deux membres de l'équipe d'Onirium

acquise par l'expérience et à l'intérieur même de l'entreprise, avec « des formations qui se font en interne »¹¹. Cependant, les « rituels de formation »¹² évoqués semblent indiquer qu'il s'agit principalement de former à l'accueil et à l'encadrement du public sans aller vers une formation au jeu.

L'activité de Sarah est ainsi principalement centrée sur la communication et le développement de l'activité auprès du public et des professionnels, ce que confirme son titre en signature des emails : « Chargée de développement commercial ». Mais, elle est aussi chargée d'adapter les différents dispositifs et de créer des énigmes.

Il semble qu'une certaine polyvalence et une formation par l'expérience soient présentes dans cette entreprise comme dans le monde des *escapes rooms* où les « professionnels, [...] sont en réalité très souvent polyvalents, [...] à la fois Game Designer, fabricant et Game Master » (Berry et Zabban, 2019, p. 21).

En s'intéressant plus globalement aux formations du reste de l'équipe de l'entreprise, on découvre qu'une personne est en contrat d'apprentissage dans le tourisme et une autre en contrat de professionnalisation dans le numérique et le marketing. La présence de ce contrat d'apprentissage dans le tourisme est un marqueur de l'intérêt touristique du dispositif. Il en est de même pour le côté numérique, fortement lié à l'utilisation de cet outil marketing que peut être la réalité augmentée dans un dispositif de ce type.

La promotion du dispositif

L'entreprise s'adresse autant aux particuliers qu'aux professionnels. Elle utilise principalement les réseaux sociaux et le bouche à oreille pour se faire connaître. Via des « jeux concours », elle peut inviter des personnes à partager des messages et en identifier pour leur offrir des places gratuites. La présence sur les réseaux peut encourager de futurs joueurs à réserver une mission. Les avis sur internet sont aussi très importants du point de vue de nos interlocutrices. Comme avec le bouche à oreille, « la validation du jeu par d'autres joueurs »¹³ permet de rassurer les personnes sur l'intérêt ludique de la mission. L'expérience n'étant pas accessible à tous les publics du fait de son coût assez élevé, les commentaires de joueurs ayant vécu l'expérience permettent aux futurs joueurs d'évaluer si le dispositif peut correspondre à leurs attentes. Comme nous avons pu l'observer, la communication passe aussi par la diffusion, dès l'entrée dans l'espace d'attente, d'une petite vidéo avec « un speech pour expliquer les autres missions ». Des flyers sont aussi disponibles dans cette salle ou distribués aux joueurs directement à la fin du débriefing lors des missions en extérieur.

L'Onirium utilise aussi ses contacts professionnels pour faire connaître les activités proposées. Via des partenariats avec les comités d'(inter)entreprises, ils offrent des « bons plans, des réductions »¹⁴ permettant aux employés des sociétés concernées de découvrir les différentes animations proposées à des prix attractifs. Les partenariats avec les entreprises qui utilisent ces missions pour faire du « *team building* » servent aussi de réseau de diffusion directe auprès de publics initialement captifs mais qui reviennent ensuite par goût : « Y'a des gens de 50 ans qui connaissaient pas et qui se retrouvent dans un *escape game* [avec leur entreprise]. Et puis ben après ils reviennent... ils font découvrir... ils viennent en famille du coup. »¹⁵

Grâce à des partenariats avec d'autres sociétés proposant des activités récréatives, ils peuvent aussi offrir des ensembles complets pour des événements spécifiques tels que les EVG et EVJF. L'objectif est de mutualiser la clientèle des deux entreprises pour que chacune d'elles

¹¹ *Ibid*

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ *Ibid*

puisse se faire connaître auprès des clients de l'autre. Les partenariats professionnels apparaissent donc comme une source importante de recrutement de nouveaux joueurs.

Le divertissement et le fun comme thème de la communication

Même si les missions sont différentes, la règle d'or est de « faire passer un bon moment au client »¹⁶ pour s'assurer que les joueurs auront envie de venir découvrir d'autres missions. L'amusement est l'argument principal pour assurer la promotion du jeu : « c'est plus pour le fun, le divertissement que pour les contenus culturels ou éducatifs ». Bien que l'entreprise propose de faire découvrir des lieux insolites, qu'elle donne quelques informations historiques via un fascicule, le dispositif n'a pas de vocation pédagogique. « En soi, les questions ne sont pas sur l'historique ». Selon les responsables, « c'est la clientèle qui demande du divertissement ». Certains professionnels partenaires sont, par contre, demandeurs d'*escape game* de formation. Au moment de l'entretien, l'Onirium travaillait justement en partenariat avec une école locale afin de développer un dispositif à destination des élèves.

Un dispositif ludique familial

Durant les différents entretiens, le mot « familial » a régulièrement été utilisé pour qualifier le dispositif. Les responsables comme les joueurs s'accordent ainsi pour dire que le jeu est à destination des familles. Anthony projette à partir de son expérience en disant qu'il « se voit bien faire ça en famille », que « c'est vachement adapté »¹⁷. Les propos de Julien vont dans le même sens : « ça reste quelque chose de très familial... entre adultes on s'ennuie un petit peu »¹⁸. Ainsi, l'expérience vécue, le conduit à formuler un bémol sur l'adaptation à un public strictement adulte.

Les ressorts ludiques du dispositif

La tablette, objet indispensable du dispositif

- Un support pour la géolocalisation

Lors de l'observation, nous nous sommes aperçus que la géolocalisation permet aux joueurs d'identifier les lieux des prochaines énigmes et d'activer celles-ci une fois arrivés sur la zone. Ce procédé semble donc s'apparenter à un jeu de piste consistant à aller d'un point A vers un point B et à résoudre le problème posé sur chaque zone. Ici, obtenir la bonne réponse à l'énigme ne permet pas d'avoir un indice pour trouver le lieu de la prochaine mais directement de faire apparaître sur la carte de la tablette les prochaines zones disposant d'énigmes à résoudre. Les joueurs regardent donc la tablette, identifient le chemin à prendre pour accéder au lieu défini sur le plan et s'y rendent. Une fois sur place, l'énigme s'affiche automatiquement sur la tablette avec les informations nécessaires à sa résolution. Une fois l'énigme résolue, les joueurs entrent la réponse dans la tablette. Si celle-ci est correcte, le plan et les prochains lieux disposant d'énigmes à résoudre s'affichent. Et ainsi de suite jusqu'à la fin de l'enquête.

- Un support pour la réalité augmentée

L'utilisation de la réalité augmentée apparaît comme un « avantage » pour l'entreprise. Cette « technologie exclusive » et « dans l'air du temps » est pour elle un argument promotionnel et une façon de se démarquer des autres propositions nantaises. Même si cette technologie est utilisée uniquement trois fois durant l'*Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes*, au

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ Extrait de l'entretien avec les participants sur le dispositif étudié

regard des impressions des joueurs, elle incite à un engagement plus profond dans le jeu. En effet, Gauthier indique que c'est « bien fait », Julien trouve que « c'est marrant » et pour Anthony « c'est assez drôle ».

- Une assistance sur demande

L'utilisation de la tablette permet aussi de ne pas avoir besoin d'animateur durant la session de jeu. Via Laura, l'assistante, les joueurs ont à disposition une aide sur demande. Ils deviennent autonomes et maître de leur jeu et accèdent à cette nouvelle responsabilité qui n'est généralement pas offerte dans les autres jeux de ce type.

Similarités avec l'escape game

Comme nous l'avons mentionné au fil des pages précédentes, les références aux *escape games* sont fréquentes dans la présentation en ligne du dispositif : « combinaison de *escape games* et ... », mélange de « la réflexion de l'*escape game* et ... »¹⁹, « associe ... et *escape game* »²⁰, etc.

Lors de l'entretien avec les deux responsables, ces expressions ont aussi été régulièrement utilisées. Le terme le plus récurrent dans la discussion est « missions en extérieur ». Il en ressort clairement qu'*Opération Mindfall* s'appuie sur différents dispositifs déjà existants en particulier, celui qui est à l'origine de l'entreprise Onirium, l'*escape game*. Les ressemblances avec la structure de ce dernier renvoient en particulier à l'objectif de réussite d'une mission donnée dans un temps imparti. La responsable argumente ce point en précisant que son collègue « appelle ça comme un *escape game* dans le sens où dans tous les cas faut s'échapper, il faut sortir de la mission ».

- Le thème abordé et l'immersion

Comme vu précédemment, ce dispositif dispose d'un thème fort. On retrouve chez Onirium un des thèmes phare des *escapes games*, la science fiction. D'après Berry et Zabban (2019), c'est une des particularités des *escape game* que de réussir à créer une ambiance permettant aux joueurs de se sentir happés par la diégèse. Sur le site internet, la thématique de science fiction est effectivement mise en avant par l'entreprise Onirium. Sur leur page internet, elle se présente comme une agence spéciale basée à Nantes qui vous emmène dans le beau monde des songes et des rêves. Cependant, plusieurs dysfonctionnements compromettent la bonne diffusion de ces rêves, devenant ainsi des cauchemars auxquels nos rêveurs ne peuvent échapper.

L'Onirium cherche aussi à se placer dans un espace-temps réel en justifiant son existence en lien avec un contexte fictionnel. L'Onirium est une cellule secrète autrefois rattachée à la Société des Nations, et la dissolution de celle-ci en 1946 obligea à mettre en œuvre des opérations de façon clandestine : « Notre fonction ? La conception, la gestion et la distribution des rêves mondiaux ».

Elle s'appuie également sur les désirs d'enfance :

Qui, enfant, n'a jamais rêvé de se glisser dans la peau d'un espion, sorcier, aventurier ou autres personnages fascinants ? Votre mission, en vous glissant dans l'une de ces peaux, est de s'évader d'une pièce dans un temps limité, et ce grâce à l'intellect plutôt que par la force. C'est l'aventure que vous propose de vivre l'Onirium, votre *escape game* à Nantes²¹.

¹⁹ Site Entreprise Cluetivity, Traduction page accueil, URL <https://www.cluetivity.com/>

²⁰ Plaquette fournie aux joueurs, consultée lors de l'observation

²¹ Site Entreprise Onirium, <https://onirium.com/>

Dans le cas d'*Opération Mindfall*, c'est la tablette qui permet de retrouver cette notion d'immersion et de thème. Les professionnelles rencontrées constatent que les joueurs « ont quand même une tablette ; on retrouve le côté immersif... [...] C'est un peu comme dans les salles sauf que là en fait, le côté immersif, on le retrouve sur la tablette ». La tablette sert donc d'intermédiaire pour la transmission de l'ambiance du jeu auprès des joueurs. L'histoire est dévoilée par des vidéos au fil de l'expérience et l'équipe a pu constater que celles-ci, surtout celle qui sert au démarrage de l'aventure, permettent aux joueurs de s'immerger dans l'histoire proposée. En discutant autour de l'usage de la tablette, la responsable nous explique :

C'est quand même une histoire puisque c'est... les plans de Spider Tech [qu'il] faut contrecarrer... Les gens tout de suite dès la vidéo, parce qu'en fait lors du brief on leur lance une vidéo de lancement. Déjà, vu que dans la vidéo, on dit que c'est eux qui ont été choisis, du coup ils sont plutôt contents, ils disent : « ah c'est nous, on a une grosse mission ».

Grâce au matériel et aux vidéos, le thème de l'espionnage est introduit et la tablette remplace donc la salle en tant qu'interprète de la diégèse.

Ce constat est confirmé par l'entretien avec les participants. Lors du visionnage de la première vidéo, Anthony s'est dit « waouh ça va déboiter quoi » en nous indiquant que « la vidéo est bien ». Gauthier, quant à lui, trouve l'histoire « bien faite », « bien montée » et « bien construite ». On peut associer cette sensation à l'effet « Wahoo » (Berry et Zabban, 2019). Le mix entre nouvelle technologie et présentation vidéo apporte un effet de nouveauté pouvant impressionner les joueurs. Il semble ainsi que c'est la mise en route de la vidéo sur la tablette par la *gamemaster* au lancement de la mission qui permet de faire entrer les joueurs dans le jeu. Thibaut explique « qu'au début on savait pas le contexte et l'histoire » et Gauthier ajoute que la vidéo leur « dit qu'[ils sont] des agents secrets ».

Malgré toutes ces impressions positives autour de la thématique et de sa présentation, en demandant aux joueurs s'ils avaient eu la sensation de contrecarrer les plans de Spider Tech pour sauver le Grand Éléphant, on comprend que l'immersion des joueurs est de courte durée. En ce qui concerne l'histoire, Thibaut constate qu'il « l'oublie vite » et Gauthier précise qu'ils ne sont pas du tout rentrés dans l'histoire, « t'es pas d'dans en fait ». Pour Julien, l'histoire est « presque secondaire ». En comparant cette expérience de jeu à d'autres qu'il a eues, Thibaut ne s'est pas senti « comme dans d'autres *escape games*, agent secret ».

Ici, il apparaît nettement que la combinaison du matériel technologique et des contenus vidéos crée un espace immersif limité pour les joueurs.

- Une course contre la montre

Comme dans les *escape games*, nous retrouvons la mécanique consistant à réussir la mission en un temps donné. Sarah définit d'ailleurs le dispositif comme une « course contre la montre ». Une fois le temps écoulé, la mission est terminée et le jeu s'arrête parce que le dispositif sur la tablette s'interrompt. Au bout d'une heure trente, « ça coupe » et « la mission ... s'arrête » (Sarah).

Pour aider les joueurs, au lancement, l'animatrice leur recommande de prendre un indice s'ils passent plus de cinq minutes sur une énigme. La décision de demander un indice est laissée aux joueurs mais le conseil leur est donné afin de les aider à choisir le moment venu. Les joueurs observés n'ont pas eu besoin de faire appel à un indice. Ils ont hésité uniquement sur une question, dépassant ainsi légèrement ce délai des cinq minutes conseillé, pour finalement trouver la solution quelques instants après.

Les participants confirment dans leurs témoignages l'importance du rapport au temps. Ainsi Anthony nous explique : « à un moment donné on se disait : “mais on est à quel stade du jeu ?” T'sais, à un moment donné, on s'est dit : “euh... est-ce qu'on est au milieu ? est-ce

qu'on est à la moitié ?” ». Il évoque l’incertitude qu’il a eu durant l’expérience et montre que celle-ci est liée à ce rapport au temps. Gauthier réagit à cette remarque en indiquant que « dans les *escape games* tu sais pas non plus si tu t’approches de la fin ou pas ». En faisant le lien avec la mécanique présente dans les *escape games*, il confirme que cette mécanique de course contre la montre apparaît comme une similarité entre les deux types de dispositifs.

- Une proximité dans l’animation

Les *escape games* se caractérisent en partie par la présence d’un *gamemaster* qui accompagne les joueurs au fil du jeu. Il est présent pour expliquer les règles au démarrage et donner le contexte et le scénario, pour débriefer en fin de jeu, pour aider les joueurs en cas de problème et leur assurer une expérience optimale durant le jeu.

L’observation nous a permis de constater que le temps de briefing et de débriefing d’*Opération Mindfall* est très similaire à celui d’un *escape game*. Comme indiqué dans la présentation du dispositif, le *gamemaster* invite les participants à le rejoindre à un point de rendez-vous donné sous les neufs des Machines de l’île de Nantes pour un briefing pré-jeu. Le déroulement de ce temps s’organise de la même manière que dans un *escape game*.

À l’arrivée des participants sur le lieu de rendez-vous, l’animatrice les accueille. Après s’être présentée, elle donne les conditions du jeu en fournissant le matériel : le sac à dos et la tablette. Puis, elle présente le contenu du sac à dos. Enfin, elle donne des explications sur l’utilisation de la tablette : le fonctionnement de la géolocalisation, de la boussole et à quoi correspondent les différents symboles sur la tablette (retour au début d’une énigme, temps, indices ou solutions). Cette présentation est appréciée des joueurs qui la trouvent « bien expliquée », « très sympathique », « sympa ». Les joueurs font explicitement le rapprochement avec les *escapes games* : « c’est des explications comme dans tous les *escape* où il y a l’explication de comment ça fonctionne. On vous met dans une salle ça ferme et il y a un écran, vous entendez une voix [...] là j’ai trouvé que c’était le même déroulé. » (Gauthier). Ce premier temps d’accueil et de présentation des aspects techniques du jeu est suivi d’un second qui vise la mise en immersion dans l’univers du jeu avec le visionnage de la vidéo comme vu précédemment. On retrouve donc la même organisation du briefing en deux étapes qui se fait dans un *escape game*.

On peut aussi observer cette similarité à la fin du jeu avec le temps de débriefing où l’animatrice vient échanger avec les joueurs sur leurs expériences de jeu et répondre à leurs éventuelles questions. Dans notre cas, ils discuteront de leurs sensations durant le jeu et de détails techniques sur certaines énigmes ayant posé problème.

Une prise de distance avec l’escape game

- Un éloignement de la posture du *gamemaster*

Un des points différenciant ce dispositif en extérieur de l’*escape game* réside dans la posture du *gamemaster*. Bien qu’il y ait des similarités, ici l’animateur accompagne les joueurs uniquement au démarrage (briefing) et à la fin du jeu (débriefing), et non pendant l’activité. Pendant le jeu, c’est Laura, l’assistante virtuelle de la tablette qui les accompagne et est à leur disposition.

Les joueurs sont de fait maîtres de leur expérience de jeu et c’est à eux de savoir quand ils ont besoin d’aide. Quant à l’animateur, il suit le groupe depuis les locaux de l’entreprise grâce au dispositif de géolocalisation, la distance ne permettant pas de s’insérer dans l’expérience de jeu du groupe comme cela a pu être observé pour les *gamemasters* dans les *escape rooms* (Berry et Zabban, 2019). En effet, dans la plupart des *escape games*, l’expérience de jeu est guidée par un professionnel, souvent désigné par le terme *gamemaster*, qui observe et peut donner des informations selon son bon vouloir, en direct, afin d’aider les joueurs à s’orienter et à avancer dans leur aventure ludique. Dans *Opération Mindfall*, l’éloignement du

professionnel conduit à une posture d'animation différente de celle constatée dans les *escape rooms*. Lors de l'entretien, les responsables ont encore souligné cette différence en insistant sur, et en valorisant ce guidage par leur équipe lors des *escape games* en intérieur et l'importance de prendre du plaisir à animer. Par contraste, l'animateur apparaît quelque peu absent dans ce dispositif basé sur une tablette.

- Une dimension matérielle très réduite

Dans les *escape games* en intérieur, le matériel et le décor sont des éléments essentiels du dispositif car c'est en partie à travers eux que les joueurs vont ressentir l'ambiance du jeu et vivre les énigmes. Ainsi, en visitant ses locaux, on peut comprendre que l'entreprise Onirium met un point d'honneur à travailler la décoration pour permettre une immersion dès l'entrée du public venu pour les *escape games*. On retrouve des boules polystyrènes peintes représentant les rêves s'écoulant dans des tuyaux dorés vers des espaces hors de la salle d'accueil. De fait, cet espace de transition permettant ainsi de passer du réel à cet espace de rêve où se déroule le jeu n'est pas présent dans le dispositif extérieur. L'espace public ne permet pas de mettre en place ce décorum et cette ambiance qui guident vers l'univers du jeu. Par ailleurs, même si sur le site internet de l'Onirium, le dispositif est présenté comme un *escape game* avec une activité de « fouille, manipulation, résolution », le matériel disponible dans *Opération Mindfall* est très réduit par rapport aux supports souvent fixes qui jalonnent les pièces des *escape rooms*. En dehors de la tablette, tous les supports sont fournis dans le sac à dos et restent donc réduits en nombre et en volume. Contrairement aux *escape games* où la majorité des ressorts ludiques proposés renvoient à la manipulation d'objets, dans *Opération Mindfall* l'accent est mis sur les énigmes plus que sur l'utilisation de supports matériels.

Si la dimension matérielle tente d'être préservée avec le sac à dos, le rôle des objets reste marginal voire facultatif. De fait, seules 8 des 13 énigmes supposent d'utiliser ces supports, mais trois d'entre elles peuvent être résolues sans y avoir recours.

De plus, les observations révèlent que les éléments du sac à dos n'ont que peu été utilisés, manifestement par défaut de connaissance de son contenu qui a pourtant été présenté lors du briefing. Sur l'énigme n°3, les joueurs ont oublié la présence du carnet et du crayon pour le calcul qu'ils ont fait de tête tout en se disant qu'ils auraient bien aimé avoir de quoi noter. Pour l'énigme n°6 qui nécessite de voir au loin des différences entre une photo et la réalité, les joueurs ont trouvé la solution sans utiliser les jumelles.

Même s'ils semblent avoir apprécié l'utilisation de la tablette et des cartes permettant d'activer la réalité augmentée, les participants partagent l'avis qu'il n'y a « pas de manipulation » (Gauthier) et qu'il manque les activités de fouille et de recherche d'objets auxquelles ils pouvaient s'attendre. En discutant au sujet de leur impression sur le manque de manipulation, en faisant la comparaison avec l'*escape game* Anthony constate : « dans une salle en fait tu cherches partout [...] Tu cherches à droite à gauche alors que [...] là en fait, on était guidé tout le temps. » Gauthier, lui, n'a pas eu l'impression « de fouiller, de déplacer ». Ces témoignages démontrent que la manipulation, qu'ils apprécient dans les *escape games*, ne se retrouve pas dans ce dispositif. Lors de l'entretien, Thibaut souligne aussi une incohérence entre le matériel et le scénario proposé :

Pour le petit sac à dos alors c'est pratique pour aller te balader mais je sais pas, moi, [pour un] agent secret, on t'amène une valise, un attaché-case noir quoi. Enfin c'est bête, mais pas un petit sac à dos que tu prends en bandoulière « hop je vais me promener quoi »... Dans le contexte, pour se sentir agent secret,... Un sac à dos, toi t'en as un tous les jours.

Ces observations nous indiquent qu'avoir un sac à dos ne correspond pas, pour lui, à l'image qu'il a d'un agent secret qui doit sauver le monde d'un virus. Si on peut faire l'hypothèse d'un

aspect pratique du sac à dos, le manque de cohérence entre le scénario et le matériel, sonne comme une fausse note qui va à l'encontre de l'immersion recherchée.

Ce même participant évoque également l'apparence du matériel qui n'est pas compatible avec l'univers recherché :

La petite boîte avec le cadenas qui s'ouvre déjà au $\frac{3}{4}$, avec le cadenas un peu lâche... Et puis euh, tu mets... je sais pas j'ai déjà vu dans des *escape games* euh la belle boîte et puis quand tu l'ouvres ça en jette un peu. [Là] ça s'ouvre bizarrement, ça fait un peu gadget agent secret 007 pour le coup

On comprend ici toute l'importance d'avoir un matériel en adéquation avec l'univers pour favoriser l'immersion des participants, et ce d'autant plus que l'expérience se déroule dans un environnement naturel qui reste immuable.

- Des différences essentielles du point de vue des joueurs

Contrairement aux professionnelles, les joueurs sont beaucoup plus circonspects (ou réservés) sur la proximité de ce dispositif avec les « vrais *escape games* ». Pour l'un d'eux, « l'*escape game* la définition c'est de sortir d'un lieu ». « Une vraie salle fermée », dans laquelle les joueurs se déplacent afin de trouver la sortie apparaît comme un des principes fondamentaux de l'*escape game*. Un autre joueur aurait aimé pouvoir « trouver la petite pièce secrète... sortir du sentier battu ». Le jeu leur paraît trop linéaire et répétitif ; il s'agit « d'un fil que tu suis », « point A point B » sans avoir de recherche à effectuer. On ne « peut pas partir dans tous les sens [...] et remanier le truc ». Les libertés de mouvement et de décision paraissent faibles comparées à l'espace dans lequel les joueurs se déplacent et aux possibilités que cet espace pourrait offrir.

On a déjà fait des *escapes games*, donc on a retrouvé des principes et tout ça mais je pense que si une personne qui n'a jamais fait d'*escape game* commence par ça [...] Après, ils vont complètement être perdus. [...] Ça va pas donner une vraie première expérience d'un *escape game* si c'est le premier que tu fais.

On sent bien que leur expérience ne ressemble pas à celles qu'ils ont pu connaître dans les *escape games* auxquels ils ont joué antérieurement.

Similarités avec d'autres dispositifs ludiques

Dès le début de l'entretien, les joueurs font référence à plusieurs dispositifs ludiques connus. La première comparaison évoque le dispositif comme « un jeu de découvertes dans la ville virtuelle ». Cet avis est relayé par un autre joueur qui estime qu'il s'agit d'un « parcours d'énigmes ». La seconde comparaison renvoie au *geocaching*, lorsqu'ils s'interrogent sur la dénomination de « la recherche d'indices en ville [...] avec des petites capsules ».

De fait, *Opération Mindfall* reprend le principe de localisation GPS et en partie celui d'identification de lieux qui sont présents dans les jeux de *geocaching*. Il faut se déplacer jusqu'à un point localisé sur la tablette par un positionnement GPS, puis, si l'énigme le nécessite, y retrouver les informations nécessaires à sa résolution dans l'environnement proche. Il semble cependant que le côté recherche et fouille présent dans la plupart des *geocaching* ne soit pas présent dans ce dispositif. Ici, il n'est pas nécessaire de retrouver un objet caché dans la nature ni d'y laisser une empreinte prouvant qu'on a atteint l'objectif.

Même si l'appellation n'a été utilisée ni par les professionnelles ni par les joueurs, *Opération Mindfall* semble avoir quelques proximités avec le jeu de piste. Les deux s'appuient sur un parcours et des indices, mais en inversant le principe. Dans le jeu de piste le principe est de se déplacer d'un point à un autre à partir d'indices qui permettent d'identifier le point suivant vers lequel se déplacer. Dans le dispositif étudié, dès la résolution des énigmes, le point

les nouvelles constructions et autres travaux fréquents dans les grandes villes. Bien que l'entreprise essaie de se maintenir à jour à ce sujet, elle ne souhaite pas avoir à vérifier avant chaque mission que les pièces qui composent le jeu sont toujours présentes, ni risquer de devoir changer des énigmes en cas d'imprévu. L'utilisation de grands bâtiments réputés leur facilite la veille ; difficile de ne pas se rendre compte de la disparition/mise en travaux de la tour de Bretagne ou encore du carrousel des mondes marins.

- **Parcours et guidage**

Comme on l'a vu précédemment avec le sentiment récurrent des joueurs d'être « guidés », « cadrés », *Opération Mindfall* se caractérise par un guidage important qu'on retrouve aussi dans l'utilisation répétitive du mot « guide »²² par les professionnelles et lors de l'observation. Les joueurs disposent de fait d'une liberté de choisir entre trois énigmes pour se déplacer. Cependant, ce choix n'est pas possible à toutes les étapes et les distances de déplacement incitent très fortement les joueurs à réaliser les énigmes dans un certain ordre pour réduire les temps de parcours. L'utilisation de la géolocalisation et le principe d'un parcours prédéterminé conduisent ainsi à contrôler le déplacement des participants limitant par là-même leur prise de décision qui favoriserait la dimension d'exploration de l'environnement.

La dimension touristique

Durant les 2,4 km du parcours, les joueurs découvrent plusieurs lieux mythiques de Nantes, lieux qui participent à sa reconnaissance touristique internationale. *Opération Mindfall* est en effet organisé sur le parcours touristique « Le voyage à Nantes » qui permet de découvrir des lieux ainsi que des monuments et activités culturelles de la ville en « suivant la ligne verte » :

Le Voyage à Nantes, c'est une offre permanente : un « monument dispersé » s'étirant sur plus de 20 kilomètres. Une ligne verte tracée au sol conduit toute l'année d'une œuvre signée par un grand artiste d'aujourd'hui à un élément remarquable du patrimoine, des « incontournables » de la destination à des trésors méconnus, d'une ruelle historique à une architecture contemporaine, d'un point de vue étonnant sur la ville à un incroyable coucher de soleil sur l'estuaire.²³

L'espace choisi apparaît d'emblée comme un indicateur de la volonté de l'entreprise de s'appuyer sur le tourisme. L'espace des machines de l'île est un lieu considéré comme touristique, comme en témoigne sa forte présence dans le programme du voyage à Nantes mais aussi son histoire. Le parcours proposé par l'Onirium donne l'occasion de voir 9 des 62 points mis en avant dans le programme. La mise à disposition d'un fascicule touristique produit par l'entreprise est un autre indicateur de ce souci d'inscrire le dispositif dans une dimension touristique. De plus, le dispositif semble viser les publics de visiteurs étrangers puisqu'il est disponible en plusieurs langues ; pour l'instant proposé en anglais, celui-ci devrait voir arriver aussi l'espagnol et l'italien.

Cependant, si on les analyse en détail, on s'aperçoit que peu d'énigmes invitent vraiment à la contemplation des différents espaces et aménagements. Si certains d'entre eux sont utilisés dans les énigmes, tel le carrousel des mondes marins, l'ensemble est globalement observable uniquement à distance. Ces éléments confortent la prédominance du fun sur le culturel ou l'éducatif qui a été évoquée par les professionnelles précédemment.

L'observation montre que les joueurs ne sont que très peu engagés dans l'observation de l'environnement. Davantage absorbés par les énigmes, ils suivent le parcours indiqué et se rendent sur les points pour résoudre les énigmes sans spécialement profiter des espaces dans lesquels ils se déplacent. Même entre les énigmes, les joueurs se motivent pour se déplacer

²² Extrait de l'entretien avec deux membres de l'équipe d'Onirium

²³ Site Le voyage à Nantes, <https://www.levoyageanantes.fr/le-voyage-a-nantes/>

plus vite, cherchant comme par défi à terminer l'enquête le plus rapidement possible. Les quelques dialogues échangés par les joueurs entre les énigmes nous montrent bien l'importance du temps dans le déroulé de la mission. Deux d'entre eux ont ainsi pris le parti de motiver les deux autres à aller plus vite, à se déplacer plus rapidement entre les points. Durant l'entretien des joueurs, on retrouve cette opposition entre celui qui pense que « ça servait à rien de se presser... on a fini avec vingt minutes d'avance » et un autre pour qui « c'était le but de se donner (physiquement) ».

Ainsi les logiques de l'*escape game* et la présence d'un chronomètre incitent les joueurs à effectuer le jeu le plus rapidement possible. Ne disposant pas d'indicateurs sur leur avancée dans le jeu ni d'une vue d'ensemble du parcours, ils traitent les énigmes le plus rapidement possible, par crainte de ne pas finir dans les temps.

Conclusion

Au travers de cette étude, nous pouvons constater que ce dispositif en extérieur s'articule autour de différentes mécaniques de jeu. Celles-ci s'appuient sur des dispositifs déjà existants tels que l'*escape game*, mais aussi le jeu de piste, la géolocalisation. Les technologies présentes avec la réalité augmentée et la tablette, sont fortement mises en avant pour faire la promotion du dispositif.

La relation limitée entre ce dispositif ludique et son environnement met en lumière une certaine ambiguïté. L'environnement qui fait l'objet par ailleurs d'une valorisation touristique semble n'être qu'un contexte de jeu. Le parcours est conçu pour faire le tour d'un site connu et réputé, mais il ne semble pas y avoir une réelle volonté de l'entreprise de faire découvrir le lieu ; il s'agit plutôt de s'appuyer sur sa notoriété pour faire la promotion de ce que l'entreprise nomme un *escape game en extérieur* et pour cibler un public familial.

Chapitre 2 : Les Missions Anniv'²⁴

Cette monographie présente et analyse un jeu de piste proposé dans le cadre des *Missions Anniv'* développées par le réseau C14²⁵.

Le réseau C14 est une association de comédiens, danseurs et étudiants qui vont accompagner pendant une heure trente un groupe d'enfants (de 4 à 12 ans) dans des musées ou bâtiments (Opéra Garnier, Louvre, etc.) ou en extérieur dans des quartiers de Paris (Montmartre, jardin du Luxembourg ou La Butte aux Cailles...) afin de résoudre des enquêtes. L'équipe de professionnels est constituée de guides qui, lorsqu'ils sont sur le terrain auprès des enfants, prennent un rôle ; le temps du jeu, ce sont des agents secrets et non de simples guides. Ils se présentent comme membres d'une agence « fondée à l'époque du Sac de Rome à la Renaissance, qui a pour vocation de protéger les œuvres d'art et qui au fur et à mesure s'est spécialisée dans l'investigation sur les œuvres d'art disparues ». (Judith). Les groupes d'enfants inscrits reçoivent un courrier chez eux et sont accueillis comme des personnes « sélectionnées » :

On envoie toujours un courrier au préalable avec les enfants qu'on va recevoir, donc ils vont recevoir un courrier chez eux. Du coup on leur explique qu'ils sont sélectionnés, qu'on a des infos sur eux ; quand on peut on récupère les infos à l'aide des parents. On a des infos sur les enfants, et le courrier leur dit qu'on a rendez-vous avec eux, tel jour à telle heure et qu'on a un signe distinctif donc c'est toujours le parapluie et eux ont un mot de passe qui permet d'aller au rendez-vous. Ils retrouvent la personne au parapluie et donnent le mot de passe et du coup on sait que c'est eux. (Judith)

Parmi les jeux de piste proposés, nous avons choisi le jeu en extérieur intitulé « Mission anniversaire : *En quête de Street Art à Montmartre* »²⁶ en partie pour caractère touristique du quartier. Cependant, du fait du confinement, il n'a pas été possible d'observer le déroulement du jeu avec un groupe d'enfants, comme prévu initialement. Nous avons pu en revanche réaliser deux entretiens : l'un avec Judith, qui a conçu tous les scénarios des jeux de piste du réseau C14 et les a animés pendant plusieurs années ; l'autre avec Léo qui a repris récemment la responsabilité de ce secteur d'activité et est devenu le concepteur et l'animateur de ces jeux de piste. On trouvera chaque fois entre parenthèse le prénom de la personne interrogée. Les éléments factuels sur le dispositif et le déroulement de l'animation ont donc été extraits de ces entretiens et de la présentation du jeu sur le site en ligne, et sont donc moins précis que ne l'aurait permis une observation de terrain.

Description du jeu

Pour ce jeu qui se déroule dans le 18^e arrondissement de Paris, les agents secrets ont eu pour mission de recruter des personnes âgées de 6 à 12 ans avec deux adultes maximum pour répondre à la commande d'un artiste fictif : « Contactée par un mystérieux artiste de rue,

²⁴ La recherche et la rédaction de ce chapitre ont été assurées par Delphine Boulègue et Esther Salazar Orsi

²⁵ Site de l'association <https://www.lereseauc14.com/missionanniversairepourlesenfants>

²⁶ Page de présentation des jeux <https://www.lereseauc14.com/anniversairedanslesruesparis>

notre agence secrète se donne comme mission de le retrouver, de l'identifier et de récupérer son œuvre »²⁷.

A partir des œuvres de *Street Art* ou art urbain²⁸ présentes dans le quartier de Montmartre, les professionnels ont installé des indices afin que les enfants puissent répondre à la commande :

On est parti sur ce principe pour qu'en posant des choses dans différents endroits et en les marquant sur une carte, on arrive à retracer un symbole [Space Invaders] et après on a mixé ça avec JR²⁹ qui lui a vraiment travaillé sur des espèces d'anamorphoses, travaillant sur une unité de portraits qui pourrait donner un portrait. Et donc on a un peu mélangé les deux procédés [Space Invaders et JR] en disant qu'il y avait un artiste qui avait une commande, et la commande c'était de faire le portrait typique du parisien. (Judith).

Judith s'est inspirée d'un jeu qui consiste à « chasser » des Space Invaders (issus du jeu vidéo) réalisés en mosaïque par l'artiste Invader³⁰ dans les rues d'une ville. Lorsque le joueur trouve un Space Invaders il va faire un point sur une carte de la ville puis lorsqu'il les aura tous trouvés, il pourra joindre tous les points sur sa carte ce qui dessinera un Space Invaders. Dans le dispositif *En quête de Street Art à Montmartre* le premier objectif sera de relier les points pour savoir où se rendre. Après cinq énigmes les enfants arrivent dans un photomaton où il est indiqué « L'œuvre d'art c'est nous. Nous faisons donc les photos et allons ensuite les coller à l'endroit indiqué » (Judith). Les enfants vont ensuite devoir identifier l'endroit où coller leur œuvre en résolvant cinq autres énigmes. Ainsi le dispositif se déroule en deux parties : « on doit d'abord dans un premier temps retrouver [l'endroit où créer] l'œuvre [à partir du photomaton], dans un deuxième temps la coller quelque part » (Judith).

Les comédiens sont présents pour rythmer, guider le parcours et plonger les enfants dans l'univers des agents secrets. Cet univers est développé à la fois par la mission confiée aux enfants, par la narration et par la posture du guide. Il s'appuie aussi sur des objets disposés dans l'environnement tels que les QR codes, et d'autres qui sont donnés aux enfants tels qu'un plan afin de se repérer et savoir où se diriger, des lampes à UV etc.

L'espace public est utilisé pour y déposer différents indices : des QR codes, des numéros de téléphone notés à l'encre invisible ou encore des rubans adhésifs pour indiquer le chemin. Ainsi les enfants vont cheminer d'indices en indices pour résoudre l'enquête. Ces indices vont leur permettre de découvrir des œuvres d'art urbain à Montmartre tels les poteaux peints par CyKlop³¹ ou l'œuvre de Gregos³².

Les enfants n'ont besoin que de « deux jambes et deux yeux » (Léo) pour participer à l'expérience proposée et « se divertir tout en apprenant ». Les enfants vont donc être sensibilisés au *Street Art* à partir d'informations données par les guides et les énigmes.

Le tarif est de 150 euros pour un groupe de 8 enfants. Ainsi ce sont des familles plutôt aisées qui participent à ce dispositif, comme le souligne Judith : « c'est quand même des gens qui sont déjà en catégorie moyen-plus. [...] Même si on a des tarifs qui sont bien en dessous de la plupart de nos concurrents ». Cependant, passer par de grandes plateformes de réservations d'activités et d'anniversaires leur permet d'être visibles d'un large public, notamment ceux qui ont moins de moyens. Ils proposent aussi des jeux de piste pour les scolaires à des tarifs plus réduits, afin d'atteindre un public plus large. Les parents dont l'enfant fête son

²⁷ Plateforme de réservation Funbooker, <https://www.funbooker.com/fr/annonce/anniversaire-énigmes-street-art-7-12-ans-a-montmartre-75018/voir>

²⁸ Voir par exemple https://fr.wikipedia.org/wiki/Art_urbain

²⁹ Pour une présentation de cet artiste qui utilise la photographie et dont certaines œuvres s'appuient sur la réalisation de portraits individuels disposés ensemble voir [https://fr.wikipedia.org/wiki/JR_\(artiste\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/JR_(artiste))

³⁰ Pour une présentation de cet artiste voir [https://fr.wikipedia.org/wiki/Invader_\(artiste\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Invader_(artiste))

³¹ Voir à ce sujet : <http://lecyklop.blogspot.com/>

³² <http://www.gregosart.com/STREETART/Fr/ACCUEIL.html>

anniversaire peuvent accompagner le groupe, sinon ils doivent rester joignables et à proximité.

Conception et développement du dispositif

Origine et sources du dispositif, modifications depuis sa création

Pendant sept ans c'est Judith qui a pris en charge les Missions Anniv' anciennement Visit' Anniv, le dispositif se nommant alors *Les visites de Judith*. Elle a créé des visites tant pour les jeunes enfants que pour les adultes, sous forme de jeu de piste ou de visites guidées, en extérieur ou intérieur.

Judith a une expérience professionnelle variée. Elle est professeur de danse et travaille sur des spectacles et des projets pédagogiques autour de la danse et de la musique. Elle a également une expérience dans le domaine de l'éducation populaire en tant qu'animatrice et directrice d'accueil de loisirs et de colonies de vacances. A partir de ces deux domaines où elle utilisait déjà le jeu, elle a souhaité développer les jeux de pistes : « Ayant travaillé dans l'animation et été en formation avec l'éducation nationale, j'ai eu l'envie voilà, de mélanger les deux : faire des jeux de piste en milieu muséal ou patrimonial donc en extérieur ». D'ailleurs en parallèle elle écrit des pièces de théâtre pour enfants ; « la scénarisation d'un thème, la théâtralisation du jeu à travers une véritable histoire c'était hyper important ». Ces expériences et formations, comme nous le verrons, ont eu une influence sur la mise en œuvre du dispositif.

La demande des jeux de piste s'étant rapidement développée, Judith s'est trouvée alors « à cheval entre visite guidée et parcours de piste ». Elle s'occupait de la gestion d'équipe, de préparer le matériel et de l'administratif tout en étant professeur de danse.

Judith souligne une « évolution obligatoire par rapport à l'explosion du volume ». En effet le public étant plus important, l'association a dû modifier son dispositif. Par exemple au niveau du matériel, il a fallu trouver des objets qui ne soient pas trop lourds afin que les guides puissent les transporter. Cela a permis de diminuer le temps d'installation des supports entre les différentes séances de jeux. Ils ont également modifié des supports tels que les clés USB cimentées. Ils étaient inspirés d'un mouvement (« *dead drop* »³³) où les personnes laissaient des clés dans les murs afin que chacun puisse y prendre de la musique ou des films. Mais du fait des problèmes de virus informatiques, ils ont préféré utiliser les QR codes.

En juin 2019, tout le matériel a été détruit dans l'incendie des locaux de l'association, mettant à mal l'activité. Quelques membres de l'équipe ne souhaitaient plus continuer. Cependant Léo était intéressé et c'est lui, à présent, qui est chargé des Mission Anniv'. Aujourd'hui Judith s'occupe du « public institutionnel et scolaire ». Elle a délégué à Léo tous les projets de parcours qu'elle a construits pour les Visit' Anniv. Ils ont alors décidé de scinder l'association en deux. Judith est la présidente de l'association *Culturamat* en charge des visites guidées et parcours jeu pour les écoles et entreprises. Et Léo préside le *Réseau C14* et dirige les Missions Anniv' pour les particuliers. Judith nous explique que le « C » est celui de Culturamat et 14 le nombre de membres au départ, lorsque les deux associations étaient unies sous le nom de *Les visites de Judith*. Le « C » représente pour les enfants le Carbone et renvoie à la datation par le Carbone 14 comme un clin d'œil aux enquêtes.

Modèle économique, partenariat et stratégie de communication

Aujourd'hui le Réseau C14 est une association qui prend une autre direction par rapport aux *Visites de Judith* en s'orientant vers une forme de compagnie théâtrale. Léo nous explique qu'il souhaite s'éloigner du culturel et du tourisme que développait Judith, afin de renforcer le jeu et l'implication des joueurs :

³³ Voir <http://deaddrops.com>

En gros, Judith elle était concentrée plus sur ses contacts, ses amis, et puis ça lui paraissait logique, qui étaient plus des guides conférenciers et du coup elle était plus en visites culturelles voilà. Et en nourrissant la fiction, moi je me suis dit : « Mais ça me saoule d'appeler ça visite en fait » parce que ça casse un truc (Léo).

Comme le souligne le changement de dénomination, il souhaite mettre en avant la « mission » plutôt que la « visite ». Ainsi, le côté guide et visite en lien avec le tourisme serait amoindri au profit du développement de la fiction :

[...] moi je suis comédien j'ai des potes comédiens, j'ai envie de mettre plus de jeu, plus de fiction. Donc on va changer la structure et on va faire autre chose ; on va la transformer en association de spectacles géants en fait (Léo).

Concernant les modalités de réservation Judith et Léo ont essayé plusieurs plateformes : Family in Paris, Atelier d'enfants, Kids Planer. Aujourd'hui Léo travaille avec Funbooker qui est une plateforme de réservation d'« activités fun, pour toutes vos occasions » tant pour les enfants que les adultes. Une collaboration a été mise en place, les parents passant d'abord par la plateforme. De cette manière, l'association n'a plus besoin de s'occuper de « la gestion des factures, des paiements et de la relation au client ».

Ce qui fait [qu'on a] un peu perdu quand même en relation. Mais on a beaucoup travaillé avec leur... je ne sais pas quel est son poste, mais cette fille qui a le rôle d'être en relation avec les clients, à leur expliquer tous les parcours, voilà les endroits ; on a pris vraiment du temps, tout démonter en matériel etc. Voilà et donc elle est devenue presque un membre de l'équipe. (Judith).

On saisit ici, le souci de communication de l'association qui vise à informer, et sans doute rassurer, les parents qui souhaitent trouver une activité pour l'anniversaire de leur enfant.

Si ces plates-formes servent en partie à la communication, les réseaux sociaux sont aussi un moyen pour l'association de se faire connaître. Le réseau C14 et l'association Culturamat ont une page Facebook, même si cela ne semble pas être le moyen le plus utilisé puisque ni Léo ni Judith ne l'ont évoqué lors des entretiens. Les deux professionnels constatent par contre l'importance du bouche à oreille et de la transmission entre pairs qui ont apprécié l'expérience en tant qu'invité et qui veulent la refaire en tant qu'invitant.

On peut remarquer que dans cette communication, l'anniversaire n'est pas mis en avant ni par un temps de goûter, ni par un temps de cadeaux qui sont pourtant les temps forts des fêtes d'anniversaire copinal (Sirota, 1998, 2004). Il reste un « prétexte » (Léo) qui permet d'accueillir des groupes d'enfants déjà constitués par affinité. Léo nous explique : « C'est juste parce que bah à Paris y'a plein d'enfants qui fêtent leurs anniv' et qui ne savent pas quoi faire et qui ont envie d'un contenu un peu plus culturel que ce qui est proposé. Et du coup on va cibler ces gens-là [...] ».

Le profil des équipes de conception et d'animation

L'équipe est aujourd'hui constituée de trois guides conférenciers, six étudiants en histoire de l'art ou philosophie, trois comédiens et une danseuse. Si les professionnels restent très « pluriels » (Judith), on perçoit la cohabitation entre l'univers du musée et celui du spectacle. Les appellations de « guide » et d'« accompagnateur » parfois d'« animateur » sont d'ailleurs utilisées de façon distincte par nos deux interlocuteurs. Par contre, ils se rejoignent pour souligner que le déroulement du jeu va être en grande partie influencé par l'accompagnement qui sera proposé par le professionnel. Ainsi chacun, selon son domaine ou son expérience,

aura plus ou moins de facilité à jouer un personnage, à théâtraliser la visite, et fera un accompagnement différent.

Quel que soit leur profil, les professionnels jouent souvent entre eux, lorsqu'ils sont entre amis ou en famille en créant des jeux de piste. « On va faire des *escape games*, parce qu'on aime jouer. Pas en formation. Et après souvent on a pu se faire des jeux de piste les uns pour les autres [...] C'est drôle ; on joue en fait, on joue à faire des jeux de piste » (Judith). D'ailleurs elle évoque le fait qu'ils aiment bien prendre des risques dans la phase de préparation de certains jeux. Lorsqu'ils cachent des objets dans les musées, ou qu'ils écrivent « à l'encre invisible sur les cartels du Louvre », ils jouent en quelque sorte au chat et à la souris avec les gardiens. Judith nous explique aussi, comme c'est de tradition au théâtre, que la dernière visite de l'année (ou de la période dense du mois de juin) donne l'occasion aux comédiens « de se pourrir » entre eux, de s'embêter :

Donc [au théâtre] on change les accessoires de place, et donc c'est un truc qu'on a remis là. Donc les derniers jours des visites, on se fait des blagues entre nous et on a intérêt à être solide. On peut intervenir en plein milieu d'une visite de quelqu'un [...] et être un membre de l'agence et complètement faire switcher le scénario. Et à la personne de se débrouiller avec ça. Et on peut enlever les trésors et mettre un mot à place : « Et bah débrouille toi, va trouver ce que tu as à faire » (Judith).

Ces nombreuses pratiques montrent un intérêt fort de l'équipe pour le jeu avec une sensibilité très affirmée pour le fun, voire le flow des expériences de jeu entre adultes : « on joue vraiment pour s'amuser ». La suite va montrer que ces plaisirs vont aussi marquer les pratiques avec les enfants.

Dimension ludique du dispositif

Dénomination du dispositif

Les Missions Anniv' sont parfois présentées comme des jeux de piste, des parcours de piste, des parcours de jeux. Léo nous explique qu'il définit le dispositif « surtout au regard de ce que les gens cherchent [...] je sais que les gens cherchent souvent jeu de piste, lié aux enfants ». Ainsi il se réfère plutôt aux termes que les parents vont rechercher sur internet lorsqu'ils souhaitent trouver une activité pour leur enfant. Il emploie des termes ordinaires pour faciliter les recherches et être visible.

En reprenant les analyses de Levret (2012), le dispositif tendrait vers un jeu de piste au sens où « dans cette catégorie la découverte du cheminement à suivre fait partie du jeu » (p. 39). Cependant, l'expression « jeu de piste » est peu utilisée dans le discours des deux professionnels. Léo utilise plusieurs fois le terme de « visite » pour parler des jeux de piste qu'il guide : « Et du coup toute la visite est basée sur des images, des contes et de la manipulation » ; « donc en gros les visites... ». Judith utilise aussi le terme de « visite » mais associé aux « parcours de piste » : « Moi j'étais à cheval entre visite guidée et parcours de piste [...] »..

Ainsi il n'est pas simple de donner un seul nom à ce dispositif qui se cherche encore. Sur le site de réservation Funbooker, Judith explique : « Il s'agit d'un concept à mi-chemin entre l'*escape game* et le théâtre immersif »³⁴.

³⁴ Céline, 5 questions à Judith des Visit'Anniv, 26 mars 2019, Site de réservation Funbooker, <https://blog.funbooker.com/2019/03/questions-a-judith-des-visitanniv/>

En quoi est-ce un jeu ?

Au-delà de ces dénominations multiples, Judith nous explique : « on est dans le jeu parce que du coup on a plein d'indices. [...] Donc c'est tout un tas de ressorts de jeu et le schéma c'est un vrai jeu de piste, qui amène à A, qui amène à B, qui amène à C. » (Judith). Nous allons tenter, malgré l'absence d'observation, d'analyser ces mécaniques ludiques afin de comprendre la vision des interlocuteurs vis-à-vis de leur dispositif. Caroline Ugolini Hamelin et Bruno Flieller (2012) ont développé l'intérêt de réfléchir sur la mise en ludisme autour du territoire. Ils ont repéré une grande diversité de mécaniques ludiques auxquelles nous allons nous référer pour développer cette partie.

- Les mécaniques

Lorsque Judith nous présente le jeu de piste *Street Art à Montmartre*, elle évoque un « enchaînement d'indices » qui permet aux joueurs d'avancer dans l'enquête. Chaque fois que les enfants se trouvent dans un lieu, ils doivent trouver un indice qui leur permettra d'en identifier un autre dans un autre lieu. Par exemple, comme nous l'avons évoqué ci-dessus les enfants ont un plan avec une croix, ils doivent se rendre dans « la rue de Piémontési, une rue avec des poteaux peints par Cyklop ». Une fois arrivés, ils vont identifier un QR code. Le texte leur explique qu'il faut associer quatre dates aux œuvres peintes sur les poteaux (en référence à Matisse, Duchamp...). Sur le plan il y a quatre dates qu'il faut alors relier ce qui permet de dessiner une autre croix. Lorsqu'ils se sont déplacés jusqu'à la deuxième croix, ils trouvent un nouveau QR code leur indiquant qu'il faut utiliser la lampe à UV sur une œuvre de Gregos où un numéro de téléphone va apparaître. Puis il faut appeler ce numéro pour connaître la suite. Cet enchaînement d'actions leur permettra de trouver l'œuvre cherchée.

A travers cet enchaînement nous pouvons identifier un « jeu d'enquête avec résolution d'énigme » (Ugolini Hamelin et Flieller, 2012, p. 15). Pour trouver les indices, les enfants vont jouer à chercher en observant : c'est un « jeu d'observation » des indices (p. 15) dans le quartier, la rue, sur les murs, les poteaux... Ils vont devoir comprendre ces indices afin de découvrir la prochaine étape pour élucider l'énigme finale : retrouver l'œuvre du mystérieux artiste.

Les indices sont cachés de différentes manières. Certains le sont sous forme de QR codes simplement à flasher. D'autres se présentent comme des questions à choix multiples afin de trouver les numéros d'un code pour ouvrir un cadenas, « 1^{ère} question ça va être la réponse 2, 2^e question ça va être la réponse 3 etc. et puis avec les 4 chiffres on va ouvrir une boîte et dedans on va trouver une lampe à UV. » (Léo). D'autres encore sont sous une forme de « jeu d'association » (Ugolini Hamelin et Flieller, 2012, p. 15) lorsque les enfants doivent associer des dates à des peintures pour dessiner une croix sur le plan. Pour Léo, les ressorts « jouent beaucoup sur des riens du tout ». Ces énigmes simples qui ont quelques similitudes avec certains jeux de la presse enfantine, peuvent apparaître comme des micro ressorts ludiques qui sont mis bout-à-bout pour constituer le jeu de piste dans son ensemble.

- La narration

Il convient de regarder également du côté de la fiction qui rend possible un « jeu de rôle » (Ugolini Hamelin et Flieller, 2012, p. 15). A partir de nos échanges avec Judith et Léo nous constatons que la fiction est un élément essentiel pour créer un jeu. Les guides sont attentifs à l'entrée des enfants dans le second degré (Brogère, 2005). Ils vont alors développer des pratiques qui favorisent l'immersion. Comme nous l'avons relevé lors de la présentation du dispositif, la mise en scène est pensée pour que les enfants entrent dans le jeu. Le lieu étant bien réel, afin de développer la dimension de l'imaginaire les concepteurs vont « proposer une lecture thématique » (Levret, 2012, p. 38) du *Street Art* autour d'une agence secrète spécialisée dans les œuvres d'art.

Le cadre et le thème sont ainsi présentés dès le départ, pour une immersion des enfants qui apparaît fondamentale et incontournable pour Judith : « S'ils ont accepté d'être là, c'est qu'ils ont accepté de prendre le risque que ça arrive, d'être contactés. [...] Ils sont obligés maintenant qu'ils ont accepté [...] » Nous pourrions identifier cela comme un contrat ; les enfants décident de jouer, d'entrer dans le jeu, ce qui peut renvoyer à l'importance de la décision dans le sentiment de jouer (Brougère, 2005). En effet cela permet de commencer le jeu en distribuant les rôles d'agent. D'ailleurs si un enfant n'y croit pas, les guides appellent un collègue :

« Eh j'ai un public d'enfants là ! C'est une blague ou quoi ?! Il est hors de question que je travaille avec des enfants. Vous vous moquez de moi là, c'est quoi cette équipe ?! je ne suis pas d'accord, c'est quelque chose de sérieux. » Et là ils adhèrent complètement en disant : « mais si, si, je peux faire ! Enfant pas enfant, je suis capable ». (Judith)

La narration est continue durant toute la séance car pour les guides il est important de préserver la parenthèse du jeu. Par exemple, ils ne vont pas proposer de goûter d'anniversaire « parce que rester le temps du goûter c'était casser tout [leur] imaginaire » (Judith). Cette dimension fictionnelle se poursuit également lors des déplacements car « il n'y a rien de pire qu'un déplacement où il ne se passe rien » (Léo). Ainsi, Léo veille à rendre les déplacements plutôt ludiques en lançant « “Vous suivez les scotchs de la couleur de telle œuvre”, hop “c'est bon il y en a un là !”, puis ensuite on fait un parcours. Ça, ça permet de meubler clairement, plus que de meubler... Non en fait les enfants ils sont à donf ». Le guide ne casse pas la dynamique du jeu en proposant de marcher mais au contraire la renforce en instaurant un défi qui permet en même temps de gérer les frustrations entre enfants.

Bon alors on risque de trouver plein de scotch rouge, du coup ce qu'on va faire on va tester vos capacités à tous ! Vous allez vous mettre par deux et puis les deux premiers, ceux de derrière vous dites rien, les deux premiers vous trouvez le prochain scotch. Et dès que vous le trouvez, vous le montrez et puis ensuite vous passez derrière. Et c'est au deuxième groupe de le faire. (Léo)

De cette manière, le jeu permet d'entretenir la fiction et vice versa y compris au moment des déplacements. Par conséquent, comme l'évoquent Ugoli Hamelin et Flieller (2012, p. 14) le ludisme se trouve enrichi par l'association entre les mécaniques ludiques et le thème. De plus, Léo a souvent développé l'idée que les objets peuvent être aussi un frein à l'entrée en jeu. « Le problème c'est que cette chose va faire fake la plupart du temps, parce que c'est plastifié, parce qu'il faut que ça dure longtemps et parce que c'est relié, etc. ». Son souci est de faciliter l'immersion des enfants dans le rôle d'agent secret. Pour lui, il faut que les supports du jeu produisant le second degré soient aussi vrais que nature. Les plans et les lampes à UV sont des objets qui vont permettre aux enfants d'avoir des – véritables – outils d'enquêteur. Il s'agit ici de faciliter l'entrée dans la fiction qui permet l'activité ludique. « Pour assurer le caractère ludique du circuit, la visite prend la forme d'une fiction, d'une aventure que vont suivre les participants à travers une enquête [...] » ainsi que l'évoque Hourcastagné (2012, p.45) à propos d'un dispositif multimédia intitulé *3x et Broussaille*.

- Les guides

Dans ce dispositif, le guide a une place importante avec une double fonction : il va tout à la fois alimenter la narration et guider les joueurs. Il n'est pas extérieur au groupe, mais au contraire il participe à la mission. Le guide joue un rôle qui a été réfléchi pour s'inscrire dans la narration mais aussi pour permettre le guidage. Le personnage incarné est doté d'un caractère spécifique en relation avec la place des enfants telle qu'elle est pensée dans la narration :

D'ailleurs souvent on joue le rôle de l'agent un peu raté quoi, à qui on a collé l'équipe dans les pattes parce que vraiment c'est l'espèce de boulet qui a énormément de savoir théorique, ce qui justifie qu'on soit un peu Wikipédia et toujours capable d'élaborer un savoir mais qu'on n'a pas de savoir pratique et ce qui fait souvent... ça contrebalance souvent. Donc les enfants vont nous offrir un savoir : leur capacité d'analyse, d'observation etc. et nous on va être dans une espèce de surenchère d'informations. Souvent d'ailleurs, ils nous demandent de nous taire : « mais vite on n'a pas le temps ! » « mais c'est bon on a compris ! », « est-ce que tu sais toi qu'en 1512 il s'est passé ça, tu le savais alors ? parce que c'est très intéressant, ça me fait penser d'ailleurs à... » et ça les rend fou, mais ça permet de justifier qu'ils sont là [...] (Judith)

Cette posture complexe a été affinée au fil des années. Partant de son expérience, dans les débuts le guide s'inspirait essentiellement des formes d'intervention de l'animation : « Au départ on était dans le ton de l'animateur, au début. Et on se rendait compte que ça ne marchait pas [...]. Ils accrochaient, ils étaient contents mais ils n'y croyaient pas. » (Judith). La volonté était de ne pas « être dans l'animation [...] Et moi je voulais vraiment qu'ils y croient pour de vrai. C'était mon objectif » (Judith). Il fallait convaincre les enfants de réussir la mission et non gagner le jeu. Un travail autour de leur personnage a ainsi été entrepris. C'est en sortant de sa fonction de guide pour endosser son rôle que l'adulte va pouvoir développer l'histoire et captiver les enfants pour qu'à leur tour ils endossent leur rôle d'agents secrets. Mais la frontière entre jeu et réalité est parfois étroite et l'équilibre difficile à construire.

C'est toujours un peu compliqué de trouver la, le juste milieu hein. Parce qu'au début, quand on a complètement changé notre personnage, on avait des enfants qui pleuraient dès les dix premières minutes. Et là, c'était loin pour pouvoir continuer. [...] On s'est rendu compte qu'on faisait un peu trop de trash en fait. [...] Mais voilà, il a fallu trouver le bon dosage. (Judith)

On voit ici à quel point le jeu passe par la fiction, fiction dans laquelle le guide doit d'abord rentrer pour aider ou inciter les enfants à le suivre – dans le premier et second degré. La dimension de faire-semblant, ou de jeu de rôle se révèle ainsi au cœur de ce dispositif sans que rien de tel n'apparaisse dans les dénominations qui mettent d'abord en avant le parcours. « Le jeu de piste est vachement relié au scénario » (Léo). Il aurait d'ailleurs été particulièrement intéressant d'avoir le point de vue des enfants sur cette double valence entre immersion et jeu de piste que le dispositif cherche à associer.

Pour pouvoir développer cette dimension narrative, les guides doivent « nourri[r] [leur] univers et [leur] personnage » (Judith). A plusieurs reprises Léo va nous expliquer que finalement le dispositif repose sur le jeu du professionnel, qu'il nomme parfois « comédien ». La plupart ont une expérience professionnelle dans le théâtre (comédiens) ou le spectacle (danseuses). Cependant l'équipe continue à se former sur la thématique « Comment jouer vraiment ? Comment théâtraliser son moment, faire en sorte que le public y croit vraiment ? Comment improviser ? Comme[nt] savoir rebondir ? » (Judith). Des documents, des guides – papier – ont été conçus par Judith pour offrir un support aux professionnels. Ils sont « séquencés sous forme de questions, parce qu'on utilise beaucoup la fausse question, la question rhétorique [avec les enfants] » (Judith) pour ne pas se limiter à une narration linéaire. Le principe est de laisser « une totale liberté » au guide d'utiliser ou non le contenu, pourvu que les enfants rentrent dans le jeu. Ainsi les professionnels sont très souvent dans une forme d'improvisation, une dimension partagée avec une partie de l'activité théâtrale. De plus Judith et Léo développent un univers pour leur équipe et pas seulement les joueurs. Cela leur permet d'endosser leur personnage.

J'essaye de créer pour nous, accompagnateurs, aussi des images. Voilà on est une agence d'agents secrets, on a un logo, on a un blason carrément, on a des codes entre nous, on a tout ça,

hop plein d'éléments qui font que la fiction devient vraiment réelle pour tous les comédiens et du coup ça permet d'emporter les [participants les] plus difficiles (Léo).

Ces pratiques montrent l'importance de la dimension d'immersion pour les joueurs mais aussi pour les professionnels qui deviennent aussi des joueurs au-delà de leur fonction de guide ou d'animateur. On peut voir une proximité avec certains aspects des jeux de rôles grandeur nature avec les costumes et accessoires, le fait de jouer un personnage dans une narration avec d'autres personnages (Kapp, 2015), ici les enfants-agents. Cependant, même si le guide joue avec les enfants, il reste dans une posture de meneur du jeu et du groupe, voire de garant de la sécurité. Les enfants suivent le guide (qui connaît la fin) et n'ont pas réellement d'emprise sur le déroulement de la partie.

La place du guide est donc importante. D'autant plus que, comme nous l'avons relevé, le dispositif peut être différent en fonction du jeu du professionnel. Leurs compétences liées à la théâtralisation sont importantes : « Il faut énormément de talent d'improvisation pour rendre le truc vivant ». (Léo). Cette importance conférée au guide et à ses talents de comédien conduit d'ailleurs à reléguer en second plan les mécaniques du jeu comme le souligne Léo.

Parce qu'en fait, il y a peu de ressort de jeu en soi. Ils dépendent beaucoup de la narration et beaucoup de la façon dont c'est amené. Et d'ailleurs il y a plusieurs fois où on s'est rendu compte qu'une même visite peut être géniale comme nulle en fonction du guide. Parce que les ressorts de jeu sont proches de zéro, et du coup tout repose sur le jeu du guide, du comédien. (Léo)

En reposant ainsi essentiellement sur le talent de comédien des guides, le dispositif présente une certaine fragilité.

Donc ce qui est très compliqué c'est que pour l'instant les [jeux] 6-12, 7-12 sont très pauvres en ressorts de jeu, et du coup on se base beaucoup sur le jeu des comédiens et c'est pas totalement solide [...] Il suffit qu'ils [les groupes] tombent sur quelqu'un [le professionnel] qui est en baisse d'énergie un jour, sur quelqu'un qui s'attendait pas à un groupe comme ça, ou sur quelqu'un qui... globalement ça dépend beaucoup des accompagnateurs, ou sur quelqu'un qui n'a pas l'habitude qui vient d'être formé qui a fait 3 visites dans sa vie. (Léo)

Le discours laisse supposer que c'est par l'expérience que le jeu des comédiens peut s'enrichir, permettant ainsi au guide d'être plus à l'aise pour entraîner les enfants dans la Mission Anniv'. Mais ce jeu des comédiens n'est pas fiable de manière absolue, d'où l'importance pour Léo de développer les ressorts des jeux dans l'avenir.

Similitudes et différences avec d'autres dispositifs

Ce dispositif a donc des ressemblances avec d'autres jeux proposés dans d'autres contextes. En effet Judith s'est inspirée d'outils, de procédés qu'elle « avai[t] croisés dans l'animation. C'était beaucoup de codes alphanumériques, ça vient du scoutisme en fait ».

A plusieurs reprises, Judith et Léo ont évoqué les *escape games*, qui pourraient avoir des ressemblances en particulier au niveau des mécaniques ludiques, ou des objets utilisés qui en sont inspirés comme l'encre thermosensible invisible, les codes, ou les numéros de téléphone. Même si la comparaison n'est pas faite directement par nos interlocuteurs, la question de la rejouabilité se pose aussi dans ces deux types de jeux. La difficulté apparaît lorsque certains parents demandent s'il est possible que leur enfant participe plusieurs fois :

« c'est pas grave s'il connaît », « bah un petit peu quand même », c'est un peu comme voir deux fois le même film en deux jours et tu t'en souviens super bien, c'est un peu ça, bon [...] Après comme les ressorts de jeux sont tous les mêmes à chaque visite et qu'il y en a pas beaucoup, ça pêche un peu pour ces gens-là.

La nature du ressort ludique « à usage unique » renvoie également aux *escape games* ainsi qu'à d'autres formes de jeu sans doute comme les devinettes ou les chasses au trésor.

Cependant, lorsque Léo cherche sous quelle catégorie faire apparaître leur dispositif sur les sites de réservation, il tranche : « *Escape game*, ça n'a rien à voir ». En l'absence d'explicitation de nos interlocuteurs, on peut évoquer deux différences importantes. Bien qu'il soit peu mis en avant dans les discours, le caractère de parcours apparaît comme essentiel puisque le déroulement en extérieur permet et favorise cette dimension par rapport aux *escape games* dont l'espace est généralement limité à une ou deux pièces. Ce caractère est d'ailleurs maintenu dans les jeux de piste développés en intérieur (musées ou bâtiments) par Judith et Léo ; l'activité s'organise à partir d'un cheminement qui permet d'inviter le public à découvrir l'espace dans lequel se déroule le jeu. Une seconde différence renvoie à l'importance que prend la narration dans ces jeux de piste. Si « l'histoire que raconte une *escape* est souvent reléguée au second plan, en raison des contraintes du format et du temps, et au profit du *gameplay* » (Berry et Zabban, 2019, p.33), ces dispositifs inversent les priorités. La narration prend une place centrale, au détriment peut-être du *gameplay*.

Ainsi, en se référant à la catégorisation de Levret (2012) à propos des « types de jeux permettant la découverte du territoire », le dispositif *En quête de Street Art à Montmartre* se rapprocherait de la catégorie de la « chasse au trésor ». Il est intéressant de noter que l'auteur situe la chasse au trésor et le jeu de piste dans la même catégorie. Si leur caractéristique commune renvoie au fait que « la découverte du cheminement à suivre fait partie du jeu. » (Levret, 2012, p. 39), leur distinction n'est pas évoquée. On peut émettre l'hypothèse que la chasse au trésor se construit autour de la quête d'un objet contrairement au jeu de piste. Cependant *En quête de Street art à Montmartre* rejoint aussi la catégorie du « parcours de découverte » comme on va le voir maintenant avec les dimensions touristiques et éducatives.

Territoire et éducation

L'articulation entre le dispositif et l'espace

Les guides des Missions Anniv' s'appuient sur le lieu pour développer une histoire, un univers en lien avec la fiction tout en s'appuyant sur des faits réels. Les scénarios s'inspirent chacun d'une histoire sociale qui s'est déroulée dans les lieux en question. L'espace devient le décor du jeu de piste. Dans le cas d'*En quête de Street Art à Montmartre*, les poteaux de la rue Piémontési, le sol (pour le ruban adhésif), les murs... seront des supports pour développer les mécaniques ludiques et l'histoire. Ainsi le lieu est intégré dans le jeu. Les guides s'en inspirent pour la conception de celui-ci. De plus, certains supports utilisés dans le jeu comme les QR codes ou les clés USB sont intégrés dans l'espace et disposés sur les gouttières, canalisations, poteaux, murs etc. D'ailleurs comme nous l'avons évoqué ci-dessus, les concepteurs se sont inspirés d'œuvres existantes de *Street Art* pour développer leur dispositif : « Le Street Art on est parti sur le projet de Space Invaders au début, au tout début les premières invasions qui permettaient de retracer le Space Invaders sur une carte » (Judith).

Les guides ont également pour but de valoriser le patrimoine et sa protection auprès des enfants, comme l'explique Judith : « Puisque tout ce qu'on transmet quand même aux enfants c'est : "ok ce qu'on fait c'est illégal mais on le fait dans une logique de préserver le patrimoine qui a tendance à être détruit" ». En s'adressant ainsi aux agents, on retrouve ici cette forme du second degré qui se superpose au premier degré du message ; on préserve pour de vrai et pour de faux.

Dans cette même logique de protection, les guides cherchent à ne pas envahir l'espace public avec les visites. Ils considèrent que les lieux ne leur appartiennent pas, et laissent donc uniquement des traces qui ne sont pas visibles.

Alors il y a des choses qu'on laisse comme des marqueurs qui sont des marqueurs qu'on a, ou des cadenas avec de la peinture ou des scotchs etc. [...] et ce qui est scotch d'ailleurs on a pris le parti après de les enlever et de pas trop marquer l'espace public aussi. C'est-à-dire que, ce qu'on a, ce qu'on laisse dans l'espace public c'est quelque chose qui n'est pas visible. A partir du moment où c'est des choses qui sont collées aux murs, voilà on enlève (Judith).

Les QR codes sont également enlevés. Le marquage peut être présent mais avec un dispositif à l'encre invisible et en réduisant la taille au maximum. Si les marquages sont trop voyants, ils sont installés lors de la préparation pour une séance mais ne restent pas en permanence. Trop marquer l'espace public serait en contradiction avec ce que les guides transmettent aux enfants en matière de protection du patrimoine : « c'était complètement a contrario de ce qu'on avait envie de leur transmettre » (Judith).

Dimension éducative du dispositif

« Le jeu peut être une composante de la valorisation du territoire [...] Le jeu est un exemple d'expérience vécue dans le cadre de la découverte d'un lieu ou de la volonté de découvrir certains lieux ». (Levet, 2012, p.13). Ainsi le jeu permet des découvertes, le visiteur est acteur et le territoire devient décor de jeu.

Les Mission Anniv' proposent plusieurs parcours en extérieur qui semblent sélectionnés pour favoriser la découverte du patrimoine parisien : *Le trésor des templiers* dans l'île de la cité, *En quête de Street Art* à la Butte-aux-caillies et à Montmartre, *Le secret du jardin* au jardin du Luxembourg, *Le mystère du passe muraille* à Montmartre. S'ils se déroulent tous dans des quartiers emblématiques, certains jeux de piste sont moins basés sur des faits historiques que d'autres : « Le Street Art c'est un peu moins anecdotique » (Judith). Le dispositif met davantage en avant le patrimoine contemporain du lieu que son passé en faisant découvrir les œuvres d'artistes du *Street Art*.

Cette dimension de découverte conduit les concepteurs à penser que le dispositif vise plutôt des familles éloignées du quartier : « Quelqu'un qui va habiter le quartier il va pas se dire : "on va faire un jeu en bas de chez moi" parce qu'il va plutôt choisir un endroit à découvrir ; il a l'impression qu'il n'a rien à apprendre en bas de chez lui » (Judith). Cependant la nécessité de disposer d'un groupe constitué pour un anniversaire en fait une activité éloignée des logiques touristiques si ce n'est pour des locaux.

Pour construire un jeu de piste, les guides cherchent de nombreuses informations sur le quartier. « On va au bout du bout de ce que l'on peut faire en termes de recherche sur un quartier et ensuite on va utiliser tous ces matériaux-là, à la fois anecdotiques, historiques, architecturaux pour pouvoir construire une histoire qui a une cohérence » (Judith). Les guides, s'appuient donc sur des faits réels. Lorsque les guides animent le jeu de piste auprès des enfants, ces données historiques ou artistiques sont noyées dans les informations : « c'est-à-dire que les informations leur permettent d'avancer, ils sont obligés et on noie l'information dans beaucoup d'autres qu'on a envie de leur transmettre et arrive l'information dont ils ont besoin à la fin » (Judith). Ainsi les informations dont les enfants ont besoin pour avancer dans le jeu sont-elles instillées de façon stratégique après avoir diffusé celles qui visent davantage une transmission de connaissances. Le procédé permet également de ne pas résoudre trop vite l'énigme tout en suscitant leur curiosité et de faire en sorte que les enfants participent en faisant durer le suspens.

Cette dimension de transmission qui traverse ainsi la conception et le déroulement du jeu, est aussi plus directement formulée. Comme souvent dès qu'il est question d'enfants, la dimension pédagogique apparaît dans le propos de Judith sous sa forme classique : « Et j'ai développé tout un projet pédagogique ». Cependant pour elle, cet aspect peut rester secondaire et les enfants peuvent ne pas apprendre : « Et s'ils acquièrent des connaissances,

c'est super, s'ils n'en acquièrent pas, c'est pas grave. Le but c'était au départ qu'ils identifient le milieu patrimonial, muséal, comme un univers ludique ». L'essentiel est que les enfants s'amuse et qu'ils appréhendent les musées ou le patrimoine comme un monde accessible au travers du jeu.

Léo développe davantage le volet pédagogique, mais avec des propos plus nuancés. Comme Judith, il affirme que le but est que les enfants acquièrent des connaissances sans s'en rendre compte et il utilise la métaphore de la toile de fond : « Ah bah ouais, clairement, le but, c'est qu'ils apprennent un max sans s'en rendre compte. Ça c'est vraiment tout le temps le tissu de fond ». Il insiste ainsi sur le fait que les informations sont « vraies » :

On base tout sur l'histoire, sur l'art, sur l'histoire de l'art, voilà sur tout ce qui est culturel quoi. Y'a aucun... à part la fiction mais en général même la fiction, même l'intrigue est basée sur un fait historique véridique, donc vraiment le but c'est qu'en une heure trente ils apprennent des trucs quoi.

Mais, l'angle d'approche spécifique apparaît dans ses propos lorsqu'il précise les contenus et les connaissances qui sont visés.

Ça va être porté [focalisé] sur des histoires qui parlent, à image en fait. Et tout ce qui est dates, lieux, on s'en fiche en général. C'est juste mettre un maximum d'anecdotes intéressantes dans leur tête, si ça peut leur permettre en plus de comprendre des mouvements d'artistes ou des époques, bien c'est tant mieux, ou des coutumes, mythologies.

Le contenu et les informations diffusées au fil du jeu sont donc adaptés en fonction de ce qui semble le plus pertinent pour les enfants, ce qu'ils apprécient. Mais en même temps, on comprend que les apprentissages restent incertains parce que soumis à ce qu'en feront les enfants. La mise en jeu du territoire permettrait prioritairement de séduire les enfants, tout en apportant de manière incidente des connaissances qui valoriseraient le patrimoine (Levret, 2012).

Adressage et prise en compte du destinataire

A qui et comment le jeu est-il adressé ?

Les Missions Anniv' dans leur diversité s'adressent à un public d'enfants à partir de 4 ans jusqu'à 12 ans. Les jeux de piste sont répartis en trois tranches d'âge : 4-6 ans, 6-12 ans et 7-12 ans. La distinction entre les deux dernières tient seulement à la difficulté physique du parcours :

Il y a trois visites, trois tranches d'âges ; il y a 6-12, 7-12 parce qu'il y a certaines visites qui sont un peu limites pour les 6 ans qui demandent de trop marcher, par exemple à Montmartre, on a énormément de dénivelés et c'est galère, pour les enfants de 6 ans c'est impossible. Au Louvre, il y a énormément de marches donc pour avant 6 ans c'est impossible. Voilà donc 6 ans, 6-12 euh ; quand il y a beaucoup de marches 7-12 ; et puis il y a une visite pour les 4-6. (Léo)

Il n'y a pas besoin de compétences particulières pour jouer si ce n'est avoir « deux jambes, deux yeux et c'est tout » (Léo). Sans le vouloir cette formulation conduit à se poser la question de l'accès des enfants en situation de handicap. Tout en le regrettant, les concepteurs reconnaissent qu'ils n'ont « pas transposé [de parcours] pour s'adresser particulièrement à un public handicapé » (Judith), mais qu'ils en accueillent très souvent dans les groupes qui viennent, sans même qu'ils soient prévenus parfois d'ailleurs. Si les guides sont amenés à animer un jeu de piste avec ce type de public, ils vont chercher à s'adapter au mieux par

exemple en faisant attention aux déplacements pour éviter les escaliers en cas de difficulté de déplacement ou en se positionnant face aux enfants sourds et en articulant.

On fait en sorte d'être inclusif, dans la mesure de ce qu'on peut. Sans que tout d'un coup le handicap devienne quelque chose de lourd. On essaie de le gommer complètement et de faire en sorte que ça ne ralentisse pas le groupe mais que ça devienne un plus. (Judith)

Les guides vont souvent au-delà en essayant d'intégrer le handicap au jeu de piste, et en valorisant l'enfant qui est concerné. Un enfant en fauteuil roulant va pas exemple être chargé de tous les objets suspects au moment de passer les portillons de la sécurité « parce que ça, ça sonne c'est sur, [...] on va pouvoir tout mettre [dans son fauteuil] » (Judith).

Le jeu s'adresse à un groupe d'enfants. Comme nous l'avons évoqué, l'anniversaire est un prétexte, le moyen de réunir un tel groupe. Ainsi ce dispositif affiche une certaine distance avec des prestations de type McDonald's ou autres qui sont plutôt des propositions de « consommation ». Judith l'explique par ses observations.

Il y a eu un basculement il y a 2/3 ans dans l'anniversaire et c'est devenu un véritable enjeu social, dans la sociabilisation de l'enfant [...] Si l'enfant dans sa classe a été l'enfant qui a proposé la meilleure offre pour son anniversaire alors il va gagner en points de sociabilisation. (Judith)

Ainsi, elle évoque le fait que lors de certaines Missions Anniv', il pouvait y avoir toute la classe (20 enfants). En revanche, les guides veulent éviter qu'il y ait une « Star de la journée. C'est vraiment un groupe. On ne veut pas singulariser un enfant, on ne peut pas faire des autres enfants invités des spectateurs de la journée de l'enfant » (Judith). Par conséquent, l'anniversaire n'est présent que pour des raisons commerciales. Il permet une visibilité et de disposer d'un groupe de pairs constitué en amont comme pour les prestations adultes (enterrement de vie de garçon ou de fille), ce qui est sans doute nécessaire à la dimension coopérative du dispositif.

Prise en compte des destinataires

Plusieurs aspects montrent que les destinataires sont de fait pris en compte dans la conception même du dispositif. Les concepteurs mentionnent à différentes reprises une attention aux capacités et compétences des enfants. Judith souligne par exemple que les enfants sont curieux mais aussi parfois difficiles à intéresser. C'est ce qui l'a conduit à adopter une stratégie pour capter leur attention en mettant l'essentiel des contenus informatifs au début du jeu car « c'est là où ils ont leur capacité de concentration la plus importante. Au bout d'une demi-heure, on sait que c'est plus la peine. » Léo constate que les guides vont utiliser des ressorts de jeux très simples, « parce qu'en fait, sinon on les perd les enfants. »

Cette adaptation, cette prise en compte du public se retrouve dans différents dispositifs comme dans le dispositif *Les aventures de 3X et Broussaille* :

Le degré de difficulté des énigmes est adapté à cette tranche d'âge. Le but n'est pas de créer un sentiment de frustration de l'enfant, ni de le mettre en position d'échec. Pour autant des énigmes trop simples risqueraient de provoquer de l'ennui et le désintérêt des participants. [...] [Les professionnels] veillent donc au meilleur équilibre possible tant dans les contenus narratifs que dans la construction des énigmes pour satisfaire le plus grand nombre de participants. (Hourcastagné, 2012, pp. 45-46).

Cette adaptation est particulièrement lisible pour les Missions Anniv' destinées aux plus jeunes que Léo présente ainsi :

En gros le principe est très simple : on cherche une œuvre ; on a l'image de cette œuvre ; on cherche cette œuvre ; on oriente bien bien bien pour où aller ; on trouve l'œuvre : « Ah ça me rappelle une histoire ». On raconte une histoire ; on s'assoit on raconte une histoire ; donc [quand] on a fini, on sort notre petite trousse magique, on fait une petite manipulation, on met un objet dans un sac, mais on dit une petite formule magique ; on a une image et on repart pour la suivante.

Léo défend le fait que les enfants de moins de 6 ans ont besoin d'images et d'action :

Et eux [les 4-6 ans] ils peuvent pas s'en passer quoi. S'ils ont pas d'images, ils s'ennuient [...] Là il faut leur donner les images sans qu'ils voient rien du tout. Donc on va s'axer sur les contes... quand ils ont pas d'images, faut qu'ils fassent un truc donc, entre les contes on va marcher.

En effet, les images ont plusieurs fonctions auprès des enfants : « l'image peut guider la recherche d'un objet caché (Suddendorf, 2003) et fournit des modèles d'action que l'enfant est capable de reproduire ». (Simcock, Garrity & Barr, 2011 cité dans Guillain et Pry, 2016, § 69). Les images permettent aux enfants de retrouver l'œuvre plus facilement. Ces Missions Anniv' pour les 4-6 ans proposent ainsi une association forte entre images et narration en passant par les contes et des moments de lecture d'histoire. La dimension jeu de piste reste présente avec les déplacements d'un point à un autre mais, compte tenu de l'âge des enfants, avec un guidage important qui limite fortement le principe même de ce type de jeu. Et ce d'autant plus que la participation des enfants qui tient à la dimension d'enquête semble ici très réduite ; elle est remplacée par la magie de formules reprises collectivement.

Léo évoque aussi une évolution des goûts et des attentes des enfants du fait que « petit à petit la réalité et la fiction se rejoignent vers 6 ans ». En effet les plus jeunes vont croire plus facilement aux contes, mais les plus grands vont avoir besoin de « moins d'histoires, moins de fables, un petit peu plus de réel, un peu plus d'histoires réelles [...] typiquement les 6 ans ça marche. *A l'opéra* il y a un mélange entre la fiction, le fantôme de l'opéra, qui va éveiller pleins d'émotions ». Inversement, il s'est rendu compte que les enfants âgés de 11 à 12 ans entrent difficilement dans l'histoire, « ils n'y croient pas ». Entre 7 et 12 ans, les concepteurs adaptent donc les jeux en jouant sur les curseurs : « on augmente le contenu culturel, on diminue la fiction, on diminue les histoires ». Dans ce processus d'adaptation aux enfants, la dimension énigme est importante « pour les 7-12 ans, le côté ressort de jeu devient hyper important [...] les énigmes prennent le dessus, les histoires passent un petit peu en dessous ». Se pose alors à nouveau le problème de l'adaptation des énigmes à l'âge : « peut-être [qu'elles] sont pour les 6, 6-7 ans et que du coup les 11-12 ans s'ennuient un peu ». Ce travail d'adaptation va guider les prochaines conceptions en ciblant les plus âgés quitte à aider les plus jeunes.

Enfin, les concepteurs soulignent que la forme de l'accompagnement du guide est aussi adaptée en fonction de l'âge des enfants.

Donc en gros les visites vont demander énormément de cocooning pour les 4-5, un peu moins pour les 6, encore moins pour les 7, encore moins pour les 8, pour les 9, 7-8-9 c'est très facile à faire. Et 10, 11, 12 comme leur niveau de croyance diminue, et bah il faut re-réussir à être encore plus en empathie avec eux [...] A 4 ans on est très proche d'eux, on est avec eux, totalement avec eux. On est dans la même équipe tout le temps de 4 à 12, mais c'est encore plus fort dans les 4 ans. Parce qu'à 4 ans il faut pouvoir les consoler, faut pouvoir bah les contrôler en fait. (Léo)

Les guides sont donc particulièrement à l'écoute des émotions des plus jeunes. A l'inverse avec les plus âgés, les guides renforcent leur rôle d'enquêteur.

Tout d'un coup on n'est plus des adultes. Alors ils ont pas peur de nous, mais on n'est plus les adultes bienveillants avec qui ils vont pouvoir tester les limites et créer leur cadre. On devient un peu une espèce de personnage sombre, très excitant. Ils ont envie d'être avec nous parce qu'ils sentent qu'avec nous ils vont faire des trucs qui peuvent être un peu tentants, un peu interdits. (Judith)

Le scénario et la narration mais aussi le jeu des comédiens permettent de rentrer dans un second degré dans lequel les statuts d'enfant et d'adulte s'effacent ou presque y compris pour gérer les aspects de sécurité qui sont intégrés au jeu. C'est sur ce mécanisme que les guides s'appuient parfois face à des enfants qui résistent à entrer dans la narration comme on l'a vu précédemment.

Si ces adaptations montrent une réelle attention aux publics auxquels sont adressées les Missions Anniv', Léo estime qu'il est difficile de se situer du point de vue de l'enfant pour concevoir les jeux.

Euh franchement c'est dur de se retrouver dans la tête d'un enfant. Bah l'enfant il kiffe, après je ne sais pas si ça correspond à ce qu'ils imaginaient et les parents non plus. Je sais pas trop. Je crois que les parents sont assez surpris en général, ils s'attendent pas trop à ça [...] non non les gens ne s'attendent pas à ça mais en bien en général. (Léo)

Ce sont en fait les retours très largement favorables qui les confortent dans leur production, tout en permettant de la faire évoluer.

Je vous présente vraiment un peu notre idéal de projet, c'est-à-dire le fait que les enfants apprennent toujours et que les lieux soient extrêmement fouillés, que le ressort de jeu corresponde parfaitement au sujet. C'est l'idéal, c'est ce qui est présent dans 80%, 90% des cas. [...] Et il y a quelques ratés quoi entre ce qui est vrai et ce qu'on aimerait, mais bon ça fonctionne plutôt ; quand même on est proche de ce qu'on aimerait qu'il soit. (Léo)

Les satisfactions des enfants semblent se situer sur deux registres. D'une part, le plaisir ou la joie d'avoir réussi et la confiance en soi que cela permet.

Ils se sont dépassés, ils ont dépassé leurs peurs, ils ont fait quelque chose qu'ils pensaient être réellement dangereux, véritablement difficile et ils gagnent en confiance en soi de façon assez impressionnante. Et les parents nous le disent ensuite, il y a un vrai avant/après. Aujourd'hui ils sont capables de faire tout et n'importe quoi maintenant qu'ils ont volé une œuvre d'art dans un musée, fait quelque chose d'illégal, réussi quelque chose dans l'immédiat pour les adultes. (Judith)

D'autre part, un sentiment de s'être enrichi et d'avoir découvert un lieu comme on peut le faire en situation touristique. Si les joueurs « au départ pensent que ça va être juste un jeu qui survole et ensuite, ils nous disent : “c'est fou j'ai appris plein de trucs” » (Judith)

Conclusion

Ce jeu de piste se démarque dans le paysage de ce type de dispositif car il vise un public d'enfants ce qui conduit à une posture originale de la part des professionnels. Le dispositif se situe au carrefour du jeu et de la narration. En effet dès le premier entretien, Judith précise que : « La scénarisation d'un thème, la théâtralisation du jeu à travers une véritable histoire c'était hyper important ». Finalement, la fiction, plus que les mécaniques ludiques qui sont

assez simples, font que ce jeu de piste est un jeu. Ainsi, le jeu est présent à travers le jeu de rôle, le faire semblant, particulièrement adapté aux jeunes enfants et d'après Léo, un peu moins adapté aux 11-12 ans. A travers la scénarisation et par le jeu des guides-comédiens, les participants sont immergés dans un univers fictionnel. La dimension proprement « jeu de piste » repose sur des mécaniques assez simples et limitées, relevant du simple prétexte à une visite, afin de découvrir un territoire ou encore le patrimoine.

Différents termes sont utilisés pour nommer les professionnels : guides, comédiens, accompagnateurs, ce qui nous informe sur la posture complexe du professionnel. Il peut aussi exister un lien avec la dénomination actuelle du dispositif, Mission Anniv', qui indique également aux participants l'objectif du jeu. De ce fait, le guide tout au long du parcours a une place essentielle. Lors des déplacements pendant les jeux de piste, les enfants sont amenés à le suivre, il a toujours un regard sur ceux-ci, ne serait-ce que par mesure de sécurité. Mais, surtout, il oriente les enfants dans la résolution des énigmes quand cela semble difficile pour eux, notamment auprès des plus petits. En rentrant dans un personnage, et à travers une histoire, il va essayer de capter l'attention des enfants toujours dans le but de les immerger dans l'activité, par son jeu de comédien.

L'équipe semble très investie dans ce projet et souhaite qu'il évolue, notamment en travaillant leur posture auprès des enfants. En effet, Léo voudrait aider les professionnels à enrichir leur jeu d'acteur, ce qui semble encore une fois renforcer l'idée que la fiction est centrale. Pour Léo, les ressorts de jeux « dépendent beaucoup de la narration et beaucoup de la façon dont c'est amené. Et d'ailleurs il y a plusieurs fois où on s'est rendu compte qu'une même visite peut être géniale comme nulle en fonction du guide ». Cela laisse supposer que la fiction produit et rend possible le jeu à travers le scénario engendrant une tension possible entre une logique linéaire de l'histoire puisque celle-ci a été pensée du début à la fin, associée à des micro-ressorts qui permettent le jeu, et une incertitude car les enfants ne savent pas s'ils vont réussir à trouver l'œuvre. Le jeu de faire-semblant va ainsi dépendre du comédien.

En analysant le rapport avec la fiction des enfants, Guillaïn et Pry (2016, § 4) précisent que « les jeux de fiction qui apparaissent dans le courant de la seconde année pourraient témoigner d'une aptitude précoce à distinguer le réel et l'imaginaire ». D'une façon plus large, Currie (1995) souligne que « les fictions engagent non pas les croyances des lecteurs ou des spectateurs, mais leurs capacités à faire semblant et à imaginer, et constituent autant de guides ou d'"aides externes" pour leurs imaginations. » (cité dans Pelletier, 2008, p.132). L'auteur soutient que les fictions sont des accessoires (*props*) que nous utilisons dans des jeux de faire semblant. Ainsi, « lorsque nous lisons ou voyons une fiction et sommes pris par le récit, nous ne croyons pas en sa réalité mais imaginons sa réalité : les fictions ne sont pas sources d'illusions ou de croyances fausses mais des "déclencheurs" d'imagination et de faire semblant » (cité dans Pelletier, 2008, p.132).

Les concepteurs des Missions Anniv' visent précisément cet entre-deux du vrai faux-semblant dans lequel ils parviennent manifestement à faire entrer les enfants. Les expériences relatées laissent à penser qu'il s'agit vraisemblablement d'une fausse croyance. Les enfants acceptent ce dispositif, cette simulation mais aussi de faire semblant de croire, ce qui est propre au jeu de faire-semblant. Ils s'imaginent eux-mêmes dans la situation de tel ou tel personnage. Il semble que les enfants aient une certaine capacité à se laisser emporter par l'histoire. Cela renvoie également à la suspension consentie de l'incrédulité théorisée par le poète anglais Coleridge en 1817. Dans le cas du dispositif analysé, les joueurs semblent accepter de croire des faits qui ne sont pas totalement crédibles afin de poursuivre le jeu. Afin d'avoir davantage de précisions et approfondir l'analyse, il aurait été intéressant de questionner les enfants, ce qui n'a pas été possible.

Chapitre 3 : *The Live Thriller*³⁵

The Live Thriller est une expérience d'engagement dans la fiction d'un *thriller* policier pour des groupes de deux à six personnes, qui dure deux heures et quart, et a lieu à Paris. Cette expérience se déroule sous la forme de scènes semi-improvisées avec des comédiens, de moments d'orientation en extérieur où les participant·e·s sont autonomes mais guidé·e·s, et d'exploration d'espaces intérieurs décorés.

Pour analyser ce dispositif nous avons réalisé deux entretiens, l'un avec un concepteur, l'autre avec des participants, par visioconférence du fait de la crise sanitaire. Nous n'avons pu réaliser, comme il était prévu, une observation participante et un entretien avec des comédiens. Cela implique que toutes les informations présentes dans cette recherche dépendent du témoignage de Joris Aufray, concepteur du dispositif et dirigeant de l'entreprise qui le produit, et de celui des trois participants interrogés qui ont participé au dispositif il y a plusieurs années. Il y a donc des éléments qui ne sont pas précisés car non mentionnés.

Nous avons contacté Joris Aufray³⁶, le président de la société Borderlive Concepts qui a conçu et produit le dispositif *The Live Thriller*, par e-mail. L'entretien a été réalisé trois mois après la prise de contact et il a duré une heure environ. Joris Aufray est un homme de 28 ans, célibataire sans enfant, dirigeant d'entreprise, ayant un BAC+5 en école de commerce, cadet de son frère Rémi qui travaille également dans la société. Ses parents sont retraités, auparavant professeurs.

Les trois joueurs interrogés pratiquent le jeu de rôle grandeur nature (GN), mais ne se connaissaient pas avant l'entretien, et font partie de communautés de jeu différentes. L'entretien a été réalisé après celui du concepteur et il a duré environ deux heures. Gabriel est un homme de 36 ans, pacsé sans enfant, habitant les Hauts-de-Seine et travaillant dans la cyber sécurité avec un BAC+2. Ses parents travaillent l'un en tant que RH d'un supermarché, l'autre est secrétaire médicale à l'hôpital. Il a participé à *The Live Thriller* en 2018 au sein d'un groupe de taille inconnue. Hugo est un homme de 39 ans, marié, deux enfants, habitant dans le Pas-de-Calais, il est superviseur d'un plateau informatique à la SNCF. Il a participé à *The Live Thriller* en 2018 au sein d'un groupe de trois personnes. Noah est un homme de 37 ans, divorcé sans enfant, habitant Paris. Conseiller privé en banque avec un BAC+3, il suit un master en management. Ses parents sont professeur des écoles et cadre technique dans une entreprise d'assainissement. Il a participé à *The Live Thriller* en 2018 au sein d'un groupe de six personnes.

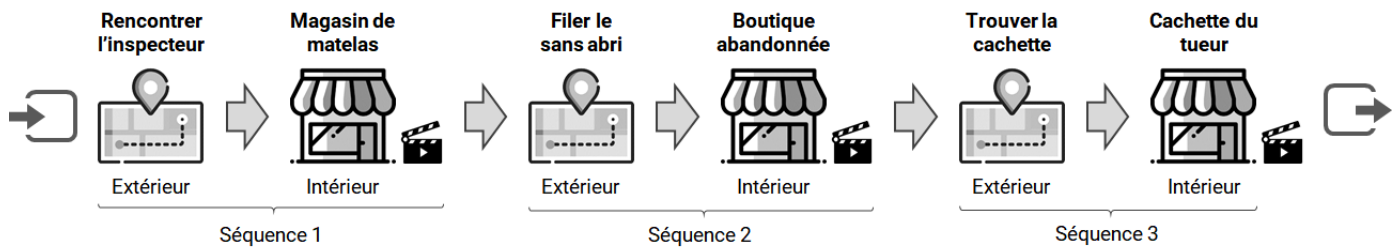
Déroulé du dispositif

Le schéma ci-dessous permet d'avoir une vision synthétique du déroulé du dispositif.

- Chaque « séquence » se termine par une pause dans la tension constante du dispositif, pendant laquelle les participant·e·s sont assis·e·s face à une séquence cinématique.
- Chaque « séquence » a lieu dans deux espaces : un déplacement dans la rue (extérieur), et une scène dans l'un des locaux thématiques (intérieur).

³⁵ La recherche et la rédaction de ce chapitre ont été assurées par Michael Freudenthal et Marine Monnier

³⁶ Son nom n'est pas anonymisé en raison de ses prises de parole publique pour l'entreprise, contrairement aux trois joueurs dont les prénoms ont été modifiés



Le déroulé suivant se fonde uniquement sur les entretiens. Il peut comporter des erreurs, omissions involontaires, ou rapporter des interprétations.

Entrée

L'inscription à *The Live Thriller* se fait en ligne, par l'achat d'un billet de groupe. La personne qui achète le billet reçoit la veille de l'expérience un e-mail contenant des éléments de la fiction, des consignes de rendez-vous, et des consignes pratiques.

Le message est signé « Paul Gambale, inspecteur-adjoint » « en charge de l'Affaire des Mannequins ». Il indique être le collègue de « Nils », protagoniste du roman interactif introductif à l'Affaire des Mannequins, accessible librement sur le site³⁷. Nils n'apparaîtra pas dans l'expérience.

L'inspecteur Gambale donne les consignes du rendez-vous : il attendra les participant·e·s « au croisement de la rue de Trétaigne et de la rue Duc » et il sera reconnaissable en étant vêtu intégralement de noir. L'e-mail indique aussi des conseils pratiques comme le métro le plus proche, être à l'heure, prévoir des vêtements confortables, et « d'y aller mollo sur la boisson » (ce qui correspond à la fois à un stéréotype de l'univers fictionnel proposé et à un risque réel qu'ont affronté les organisateurs).

Séquence 1

- Espace extérieur : Rencontrer l'inspecteur

Les participant·e·s se rendent au point de rendez-vous, dans une rue qui, selon l'horaire, peut être fréquentée, où il faut reconnaître le comédien avec l'indication donnée par e-mail, et l'aborder. Le comédien joue déjà son personnage et ne le quitte sous aucun prétexte. Son personnage est peu aimable. Une fois leur identité vérifiée, il les guide non loin, jusqu'à une boutique dont la devanture laisse penser que c'est une boutique de matelas abandonnée.

- Espace intérieur : Magasin de matelas

Le premier décor à l'intérieur de la boutique est celui du bureau de l'inspecteur. Il est très chargé visuellement, avec des objets liés au travail d'enquête, et des informations sur l'enquête en cours. L'inspecteur leur indique qu'il a repris L'Affaire des Mannequins, discrètement parce que personne ne doit savoir qu'il enquête dessus, et que les participant·e·s sont là pour lui prêter main forte.

Il leur tend un questionnaire à remplir, au sujet de l'enquête, et prétexte un appel pour laisser les participant·e·s seul·e·s dans le bureau, libres de le fouiller, manipuler le décor, lire les dossiers et les tableaux d'enquête pour trouver les réponses au questionnaire (« énigme » n°1). L'inspecteur revient rapidement et discute rudement leurs réponses.

Il leur confie leur équipement : un talkie-walkie, un sac à dos, une carte du quartier, une ou deux lampes torches selon la taille du groupe. Il s'assure qu'une personne se sente responsable du talkie-walkie, et la désigne comme « chef·fe » du groupe. Il lui montre

³⁷ <https://borderliveconcepts.com/thelivethriller-chapitre-1/> Ce roman interactif à travers de courts textes, des photographies et des extraits de journaux contribue à la création de l'ambiance propre au dispositif.

comment il fonctionne, et lui demande de lui raconter tout ce que son groupe fait au fur et à mesure de l'enquête.

Finalement, il prétexte devoir s'absenter à nouveau, et place les participant·e·s devant un écran sur lequel passe une vidéo de journal télévisé extrêmement crédible. Quand il n'est plus là, le journal télévisé laisse brusquement place à une séquence cinématique introductive qui donne des informations sur la situation initiale du récit, en présentant l'inspecteur comme obnubilé par l'enquête (sans jamais présenter son visage, puisque différents comédiens se succèdent pour l'incarner). Elle poursuit avec des consignes de sécurité, notamment qu'il est interdit de toucher les comédiens, que l'utilisation des téléphones est prohibée, qu'il y a toujours quelqu'un qui les regarde et qui interviendra s'il y a le moindre problème, et qu'ils peuvent demander à sortir du dispositif en utilisant le talkie-walkie.

Après la fin de la séquence cinématique, il y a un appel sur le talkie-walkie : les participant·e·s sont justement dans le quartier où a été repéré un suspect. On leur indique un croisement de deux rues où ils peuvent le trouver. Au même moment, l'avis de recherche concernant le suspect sort de l'imprimante du bureau. Le talkie-walkie les enjoint à sortir rapidement du bureau.

Séquence 2

- Espace extérieur : Filer le sans-abri

Les participant·e·s sont autonomes pour repérer comment se rendre au croisement en utilisant la carte. Il s'agit de repérer la personne qui correspond à la description physique du suspect sur l'avis de recherche. Elle est le stéréotype d'une personne sans-abri (fouiller les poubelles, vomir), incarnée par le second comédien. Le talkie-walkie s'assure qu'ils suivent la bonne personne et insiste même au point de leur en faire douter.

Le personnage de « clochard » entre au bout de 15 à 20 minutes de filature dans une boutique abandonnée, à la vitrine fermée par des planches de bois.

- Espace intérieur : La boutique abandonnée

Quand les participant·e·s entrent dans la boutique abandonnée le « clochard » n'est plus visible. Celle-ci est inquiétante et glauque. Elle est décorée comme une vieille boutique de jouets. Ceux-ci sont répandus partout, à tel point que les participant·e·s doivent marcher dessus pour avancer, le tout éclairé par des guirlandes de Noël lumineuses.

Derrière une étagère de jouets, les participant·e·s doivent trouver un passage exigü difficile à repérer, dans lequel il faudra marcher sur une planche instable, puis descendre des escaliers. Dans le sous-sol, il y a une partie vestiaire, une partie archives pleine d'étagères et de boîtes, et une porte verrouillée. Dans la partie vestiaire, il y a les affaires d'un gardien, ainsi que son classeur de notes, dont la dernière entrée indique le code de la porte verrouillée. Derrière la porte verrouillée, il y a un mannequin pendu au plafond, et du sang sur le mannequin.

Peu après l'entrée des participant·e·s dans la pièce verrouillée, l'inspecteur arrive, peu aimable, et leur donne une valise de « prélèvement sanguin » pour déterminer qui est la personne à qui appartient le sang. Il faut associer des ingrédients dans des tubes à essai (« énigme » n°2). Selon les couleurs obtenues, cela permet de déterminer le nom de la personne à qui appartient le sang : une psychologue.

Au moment où les participant·e·s ont réussi à trouver le nom de la victime présumée, il y a une course poursuite bruyante dans le couloir entre l'inspecteur et le « clochard », qui se retrouve menotté à un tuyau dans la salle des archives. L'inspecteur l'accuse alors d'être le tueur en série, de manière violente, sortant même son arme à feu. Les participant·e·s participent à l'interrogatoire et peuvent intervenir pour aider l'inspecteur à régler la méprise et faire parler le « clochard ».

Celui-ci indique finalement avoir vu passer un individu masqué et l'avoir suivi. Il donne oralement des points de repères dans le quartier (coin de rue, en face d'une église). L'inspecteur quitte la scène sous un prétexte plausible.

En retournant au rez-de-chaussée, une porte qui était fermée à l'arrivée est maintenant ouverte et de la musique en sort. Les participant·e·s découvrent une nouvelle pièce, dont les murs sont couverts de dessins d'enfants et où sont disposées uniquement des chaises basses pour enfants. Une séquence cinématique est projetée qui évoque l'enfance du tueur en série, son premier meurtre, et son emprisonnement pendant des dizaines d'années. Une psychologue le traite en prison : c'est celle dont les participant·e·s ont identifié le sang dans le sous-sol. À la fin de la séquence cinématique, le talkie-walkie les encourage à sortir pour aller vérifier l'endroit qui a été indiqué par le « clochard ».

Séquence 3

- Espace extérieur : Trouver la cachette

L'indication de l'église amène les participant·e·s à regarder sur la carte (à moins de connaître le quartier). Il s'agit d'abord de trouver l'église, puis le bâtiment à un angle de rue, un bâtiment Haussmannien. Une porte battante permet de pénétrer dans un décor de boutique de mannequins de vitrine, immédiatement perçu comme glauque et horrible.

- Espace intérieur : Cachette du tueur

La présence des mannequins confirme aux participant·e·s qu'il·elle·s sont au bon endroit. C'est un appartement avec différentes pièces : une chambre, un salon, une buanderie... Il est sombre, plein d'objets, et perçu comme sale.

Dans la première pièce, il y a de nombreux mannequins, et quand des participant·e·s s'en approchent, l'un des mannequins se met à courir au dernier moment : c'est le tueur qui porte un masque de mannequin. Il s'enfuit derrière une porte qui se ferme derrière lui.

Un disjoncteur fait un bruit très fort, et il faut changer des fusibles pour rétablir l'électricité et ouvrir la porte. Les prises sont réparties dans l'appartement et les participant·e·s doivent donc trouver une rallonge et relier les points électriques répartis dans l'appartement (« énigme » n°3).

La porte donne sur un sous-sol. En bas de l'escalier, il y a une table de dissection, extrêmement sale. Derrière, une nouvelle porte fermée, d'où une personne semble appeler à l'aide. En plus de matériel chirurgical sale, il y a dans la pièce une jarre pleine d'un contenu opaque ressemblant à du sang et des bouts de viande. Il faudra y récupérer la clé de la porte avec la main, ou un outil (« énigme » n°4).

Une fois la nouvelle porte ouverte, les participant·e·s s'aperçoivent qu'il n'y a personne qui appelle à l'aide, la voix provient d'une sorte de régie avec de nombreux écrans d'ordinateurs, qui montrent la psychologue enlevée captive dans une pièce.

L'inspecteur appelle pour dire qu'il est dans l'immeuble où elle est prisonnière et qu'il a besoin que les participant·e·s lui donnent des indications pour trouver la pièce où elle est captive. Il s'agit de donner les bonnes informations (« énigme » n°5, l'échec est possible sur celle-ci : elle peut être sauvée, ou non).

L'inspecteur alerte les participant·e·s que quelqu'un est entré dans leur bâtiment. La seule cachette de la pièce est un paravent ou drap tendu. Le tueur entre dans la pièce avec fracas, portant son masque de mannequin, il cherche les participant·e·s dans la pièce... Puis il s'enfuit soudainement quand il entend des sirènes de police, mais alors qu'il disparaît, il y a le son d'une rafale de fusils. Le comédien de l'inspecteur entre dans la pièce en déclarant que c'est la fin.

Sortie

Les comédiens discutent avec les participant·e·s de façon décontractée dans ce dernier décor. Ils font un débriefing en leur indiquant la fin parmi les quatre possibles (sauver la psychologue ou non, capturer le tueur ou non), et les actions qui la justifient. Ils leur font également un retour sur leurs actions en les comparant aux actions les plus habituelles, et répondent à leurs questions. Finalement, les comédiens indiquent qu'il est possible de refaire *The Live Thriller* en tant que complice : la personne qui a déjà participé sera emmenée par l'inspecteur à la fin de la Séquence 2, elle sera attachée à la table de dissection de la Séquence 3, et si elle fournit des photos d'elle, elles seront affichées dans l'appartement.

Description du dispositif

Fiction

La thématique, ou fiction, de *The Live Thriller* est celle du *thriller* policier, de l'enquête policière qui se passe mal, où il faut prendre des décisions à la moralité grise.

L'univers de *The Live Thriller* se situe dans la lignée des thrillers américains des années 90 (*Seven*, *Le Silence des Agneaux*, *Bone Collector*) et plus récemment de jeux vidéos tels que *Heavy Rain* ou *Condemned*. Il en reprend les codes : une atmosphère sombre et urbaine, des lieux désaffectés, un tueur en série énigmatique, des personnages torturés et une enquête qui piétine. (dossier de presse)

Le scénario est celui d'une enquête qui vise à attraper un tueur en série qui sévit dans le 18^e arrondissement de Paris, qui a échappé à la police jusqu'à ce jour, « la journée où tout va basculer » (dossier de presse).

Bien que le site utilise une direction artistique sombre, glauque, et angoissante, et fasse appel à un champ sémantique correspondant, il n'est jamais fait mention explicitement « d'horreur » ou de « peur » : « Au menu : exploration de sous-sol abandonnés, analyse de scène de crime, interrogatoire musclé ou encore filature en pleine rue. » (site web)

Mécaniques de jeu

The Live Thriller s'inscrit explicitement dans la lignée de ce que le dossier de presse nomme les « divertissements grandeur nature », définis ainsi : « Permanents ou événementiels, ces concepts se distinguent par une ou plusieurs des caractéristiques suivantes : une durée supérieure à une heure, la présence de comédiens, un cadre insolite ou une véritable mise en scène. » (dossier de presse)

Les mécaniques ludiques sont surtout le jeu de rôle, c'est à dire les interactions parlées avec les comédiens, avec en complément de la fouille et des énigmes simples qui nécessitent surtout de la manipulation : « Il y a des énigmes, enfin ce qu'on appelle énigme. » (Joris) Le rythme soutenu, sans chronométrage, fait partie des mécaniques ludiques du dispositif. De plus, la dimension d'orientation rapproche la mécanique ludique de celle d'un jeu de piste.

Objectifs

Le dossier de presse semble s'appuyer sur la rhétorique de l'immersion (Bonnenfant et Philippette, 2018), c'est-à-dire la notion d'un engagement total, marqué par le sentiment d'être vraiment « dedans » la fiction, de manière réaliste. Le mot « immersion » n'est utilisé qu'une fois, pour désigner les séquences cinématiques : « Parce que l'immersion passe aussi par du contenu travaillé, 30 minutes de séquences cinématiques sont diffusées aux moments-clés de l'aventure, afin d'en faire progresser le scénario » Cependant la rhétorique de l'immersion est présente dans la description de l'expérience : « Transposer les émotions que

l'on peut vivre devant un écran dans le monde réel, en y ajoutant la dose d'adrénaline impossible à ressentir depuis son canapé [...] En proposant une expérience totale et non un simple divertissement. » (dossier de presse)

Les objectifs sont donc au niveau émotionnel, de faire vivre une expérience fictionnelle, des scènes dont les participant·e·s se souviendront toujours. Cela correspond au retour des participants interrogés, qui se souviennent de l'expérience en détail deux ans après.

Il y a une phrase qui conclut la vidéo, que j'avais trouvée très forte et qui correspond bien à l'expérience qu'il y a derrière, qui était : « le seul risque que vous avez, c'est d'y croire ». Et je trouve que ça colle très bien à l'expérience qu'ils proposent, c'est très immersif et il y a une volonté de rendre ça très réaliste, en fait, de ne pas sortir du jeu. (Gabriel)

Supports

Le dispositif s'appuie principalement sur les deux comédiens, le décor, et les trois séquences cinématiques. Les participant·e·s se voient remettre un matériel rudimentaire (sac, carte, lampe, talkie-walkie). Le talkie-walkie permet un échange constant avec l'inspecteur Gambale qui demande à être tenu au courant de tout. Cet outil permet aux comédiens de savoir où se situent les participant·e·s dans la rue, de les guider si besoin, de les pousser à avancer plus rapidement ou moins rapidement, et parfois de leur rappeler les consignes : « Moi je regarde mon téléphone, dans les 5 à 10 secondes qui ont suivi, on a eu un rappel tout de suite au talkie : "je vous rappelle que les téléphones sont prohibés."... » (Hugo)

Il y a également une ou plusieurs lampes de poche, défectueuses selon les participants interrogés. Nous ignorons si elles le sont, si elles ont été trafiquées, ou si elles sont contrôlées par la régie³⁸. Pour Gabriel, cela a installé une partie importante de l'ambiance :

Et des lampes qui marchent pas ! Alors je sais pas si c'était volontaire mais ça joue énormément sur l'ambiance de la suite. (Gabriel)

Hugo : Donc moi j'aime bien cette scène-là, ça fait vraiment... Côté technico-scientifique, *Les Experts* [série télévisée]...

Gabriel : ... mais avec des lampes qui marchent pas ! (rires) Ça a son importance. (échange Hugo, Gabriel)

Finalement, il y a un sac à dos, et une carte qui est utilisée pour trouver les localisations extérieures des séquences 2 et 3 (le premier rendez-vous est donné par une adresse dans l'e-mail).

En coulisses, la régie utilise un logiciel qui permet aux comédiens de surveiller les participant·e·s à l'aide des caméras cachées dans les lieux intérieurs, de lancer les séquences cinématiques, de lancer les bruitages et musiques, et globalement de s'assurer que tout se déroule convenablement. Le logiciel vient de l'expérience dans l'audiovisuel d'un des trois concepteurs, Joris indique qu'il n'est habituellement pas utilisé pour du spectacle : « C'est un logiciel qui existe, mais qui n'est pas un logiciel qui est fait pour ça. C'est pas un logiciel d'*escape game*. » (Joris)

Lieu et temps

L'action se déroule dans le 18^e arrondissement de Paris, près du métro Jules Joffrin. Elle se passera tour à tour en extérieur dans la rue passante, puis en intérieur dans des locaux décorés d'une superficie totale de 250 m² selon le dossier de presse.

Le dispositif dure 2h15, et il peut être suivi d'un débriefing informel qui n'est pas inclus dans cette durée.

³⁸ Il existe des lampes dont le clignotement est commandé à distance, telles celles utilisées dans l'expérience immersive américaine *The Nest* : <http://www.thenestshow.com/>

Conception et développement du dispositif

La conception du dispositif

- Le profil des concepteurs

Joris a fait des études en école de commerce dans le but de faire ce projet : « une école de commerce tout à fait classique, mais j'avais déjà le projet en tête » (Joris). Il a travaillé à mi-temps comme *gamemaster* d'*escape games* pendant le développement du projet. Aujourd'hui il est président de Borderlive Concepts, mais ses tâches principales sont créatives :

Là je fais pas mal d'administration parce que petit à petit on est en train de déléguer mais petit à petit. D'embaucher, etc. Mais la plupart du temps je fais de la création, je fais de l'écriture de script, je fais de l'écriture de documents minute par minute, qui est immense, qui est énorme, je fais du décor, je fais de la conception de machines etc. je fais vraiment de la création. (Joris)

Rémi, musicien, a fait « école de musique, conservatoire de musique, fac de musique » (Joris) puis a bifurqué vers une école de commerce. Maintenant, il est l'un des deux directeurs généraux de Borderlive Concepts et « [il] se fait la déco, majoritairement la déco ».

Félix est compositeur, il a fait une école de musique avec Rémi, mais a continué avec « un master de composition de musique de film et de jeu vidéo ». Maintenant, il est directeur général. Il a apporté sa connaissance en audiovisuel, et il s'est auto-formé en électronique pendant un an pour la nouvelle production de la société (*The Live Holdup*), et pour de potentielles améliorations futures de *The Live Thriller*.

- Inspiration et culture des concepteurs

« The Live Thriller, c'est à la fois le projet de 3 amis et de 3 passionnés de musique, de cinéma, de jeu-vidéo, et d'art en général. » (dossier de presse)

Les références données par Joris sont les mêmes que celles que l'on peut retrouver dans le dossier de presse. Il s'agit de références cinématographiques et vidéoludiques qui appartiennent au genre des *thrillers* policiers américains des années 1990, et dans lesquelles il est question d'un tueur en série.

Dans le film *Seven*, on peut retrouver le stéréotype du policier près de la retraite, et obnubilé par un tueur en série inattrapable, comme le personnage de Nils dans *The Live Thriller*. Dans *Le Silence des Agneaux*, on retrouve la relation obsessionnelle entre une psychologue et un tueur en série. C'est ce qui est présenté dans la séquence cinématique concluant la séquence 2, la psychologue du tueur en série devient même une potentielle victime à sauver à la fin de la séquence 3. Dans le jeu vidéo *Heavy Rain*, un tueur en série laisse une signature : des origamis sur ses victimes, ce qui lui donne le surnom de « tueur aux origamis ». Dans *Condemned*, on retrouve l'exploration d'immeubles abandonnés, et les mannequins de vitrine, une référence que Joris assume explicitement : « on les a chopés là-dedans » (Joris). Avec le jeu vidéo en général, le lien est explicité au niveau de l'arborescence de choix : « une progression inspirée des jeux vidéos » (dossier de presse), et on retrouve du vocabulaire vidéoludique, comme les « séquences cinématiques » (dossier de presse).

Les références cinématographiques et vidéoludiques sont explicites, et Joris souligne le travail d'adaptation que cela nécessite : « Ça nous fait énormément de contraintes, beaucoup plus qu'un film ou qu'un jeu vidéo. » (Joris) Tout au long de l'entretien, Joris mentionne également des exemples de mauvais *escape games*, comme contre-exemples qui illustrent ce qu'il souhaite éviter absolument.

- Histoire de la conception

Joris est à l'origine du projet, dont il a eu l'idée dès 2010. Il implique son frère, Rémi, qui implique son ami de longue date Félix. Les trois concepteurs de Borderlive Concepts se complètent et s'écoulent : « S'il y a un de nous trois qui dit qu'il sent pas un truc, même si ça paraît être une bonne idée, s'il le sent pas on dit "non". » (Joris)

La vision initiale était centrée autour de scènes cinématographiques à vivre et dont se souvenir : « C'est d'abord l'ambiance. C'est marrant parce que pendant longtemps, après un an et demi, deux ans, on avait l'ambiance, on avait à peu près les décors et l'atmosphère, mais on savait pas vraiment ce qu'ils allaient y faire. » (Joris)

Le projet est développé à partir de novembre 2015. Ils sont amenés à faire des compromis dans le cadre d'une stratégie commerciale. « La version de base, de base de base, y'en avait cinq [locaux] mais ça se trouvait impossible et tout, ça aurait duré quatre heures, cinq heures et le prix ça aurait été cent-cinquante euros et puis c'était impossible. » (Joris)

En mai 2016, ils font appel à des étudiant·e·s pour réaliser les trois séquences cinématiques, mais le résultat leur déplaît et ils repartent de zéro. Cette expérience les décide à ne plus déléguer l'aspect artistique.

A partir de juin 2017 ils se mettent à chercher des locaux dont ils disposent en décembre 2017. À ce moment, ils ne savaient pas encore en quoi allait consister l'expérience, tout au plus avaient ils une idée générale des scènes.

Pour les travaux, ils font appel à une entreprise pour le gros œuvre. Tout le reste a été fait par les trois concepteurs : les décors, l'audiovisuel, l'écriture du script, la création du site web, de la fiction interactive, la formation des comédiens, pour ne citer que les travaux qui ont été mentionnés durant l'entretien : « On a fini complètement au bord du burn-out mais voilà ça s'est bien passé finalement, rétrospectivement. » (Joris). L'ouverture a eu lieu le 7 mai 2018.

- Modifications depuis la conception

D'après notre entretien, il n'y a pas eu de modifications de fond de *The Live Thriller* depuis son lancement, mais des apprentissages sur le terrain menant à une amélioration constante, tout particulièrement de l'animation par les comédiens. En revanche, ils prévoient de retravailler le dispositif après l'ouverture de la deuxième production : « On va essayer de faire une V2 un petit peu plus poussée parce que en plus techniquement on a énormément progressé avec le deuxième qui va sortir. » (Joris)

Les évolutions de *The Live Thriller* concernent davantage l'organisation interne de Borderlive Concepts. Le travail de production quotidien a été progressivement délégué, aux comédiens qui travaillent sur le dispositif depuis le début :

Et puis il y a quelques comédiens « référents » entre guillemets qui s'assurent que tout va bien, qui font la transition histoire qu'on prenne pas toutes les petites remarques, les petits trucs au jour le jour qui arrivent tout le temps. C'est eux qui gèrent, c'est pas nous. On le gère plus, on l'a géré très longtemps mais ça sert à rien, il faut qu'on se concentre sur le développement. (Joris)

De plus, la société Borderlive Concepts a également embauché une personne pour gérer la partie administrative, logistique et commerciale.

- Le choix du quartier

Dès le début du projet, l'ambition était de faire vivre un récit au sein d'un quartier pris comme décor. Le quartier n'a pas été choisi spécifiquement, c'est l'opportunité de locaux convenables à 10 minutes à pied les uns des autres qui a décidé de sa sélection. Le quartier convenait par son apparence, sa fréquentation et sa sécurité (liée à sa fréquentation) : « Il fait

pas totalement Paris, quoi. C'est bien. » ; « À quelques rues près, on n'y serait pas allés » (Joris)

Le quartier et ses rues servent ainsi de décor, même à travers leur fréquentation par des personnes non-participantes. Cette perspective sur un décor total rappelle également l'idée de « narration environnementale » utilisée en conception de jeux vidéo, l'idée de faire passer une partie du récit par le décor. Ici ce serait un classique du *thriller* : la vie continue alors que des meurtres sordides ont lieu à quelques mètres seulement.

La météo contribue aussi au décor et paradoxalement le mauvais temps est plutôt favorable à l'ambiance : « [...] le meilleur moment pour le faire c'est en plein mois de novembre, quand il pleut un peu, à minuit. » (Joris)

- Spécificités de la conception selon le concepteur

Dans le discours sur le processus de conception, il est possible de lire une ambition élevée, celle d'avoir un résultat final qui corresponde à la qualité perçue des références cinématographiques et vidéoludiques mentionnées. Il s'agit d'une ambition de « réalisme » qui s'oppose à la « facilité » du « décor en carton-pâte ».

Joris : Et ouais c'est qu'en termes de vision, je sais pas trop l'expliquer, c'est qu'on avait un résultat final mais on savait pas comment on y arrivait. Pas du tout pas du tout. Et même l'histoire de changer pour faire quelque chose de plus sombre ou parce que, je sais pas... on se laisse vite embarquer dans un truc facile... facile.

E1 : Facile sur quoi, esthétiquement, logistiquement ?

Joris : Ouais c'est ça ou bien même les sujets, c'est des petits sujets, des sujets un peu plus... [inaudible]... Un peu plus série TV en fait, plus série TV, TF1...

Joris utilise très souvent le pronom « on » pour parler de l'expérience du groupe des trois concepteurs. Il ressent de la fierté d'avoir affronté seuls la conception difficile et risquée de *The Live Thriller* : « C'est nous qui avons tout fait : toute la déco, aller chercher un fourgon, les récup, les machins, les trucs, donc voilà ça a été compliqué (rires), très fatigant. On était.. J'ai fini au bord du burn-out. » (Joris) Mis à part les travaux, rien n'aurait été délégué, notamment après la mauvaise expérience des séquences cinématiques.

Alors ça s'est mal passé parce que je pense qu'ils étaient pas prêts et puis nous non plus on n'était pas prêts dans ce qu'on disait, dans nos directives, donc le résultat final était pas bon. Alors on s'est dit "on s'y remet, on remet la main à la pâte" et puis ça a pris le temps que ça a pris. (Joris)

Cela leur a apparemment permis d'obtenir le résultat escompté comme le souligne un joueur : « Ces vidéos sont très quali, c'est du visuel de cinéma, on voit que c'est de l'éclairage et de la prise de vue de qualité cinéma, ça rend super bien, c'est pas de la vidéo d'intro d'*escape game* avec un mec sur fond vert qui vous parle, quoi. » (Gabriel)

Le travail de production aurait majoritairement été réalisé par les trois concepteurs, qui ont fait appel à leurs réseaux, trouvé des façons de contourner leurs difficultés et passé leur temps à s'auto-former ou improviser et apprendre de l'expérience.

Et puis en fait, on invente un peu nos propres modèles, on n'a pas de références. Quand il faut faire notre document minute par minute, il n'y a personne qui nous dit comment faire. On apprend comment le faire et comment faire passer le message aux comédiens pour les former le plus rapidement possible, le plus efficacement possible, et ça marche plutôt bien. (Joris)

Cette ambition élevée les a amenés à vouloir s'éloigner des dispositifs proches : « Ce qu'on veut c'est créer un truc à nous. » (Joris)

Mise en œuvre du jeu

- Profil des animateur·trice·s

Les concepteurs ont, au début, tenu le rôle des comédiens eux-mêmes avant de déléguer certaines tâches au profit du travail « plus créatif ». Chaque animation de *The Live Thriller* est assurée, par rotation, par deux acteurs qui jouent les trois personnages masculins et tiennent la régie.

Le profil des comédiens professionnels que les concepteurs recrutent importe moins que leurs capacités « d'adaptation ». Il est également demandé une certaine « souplesse » dans leur planning. Ils sont formés par les concepteurs, avec autant d'exigence que pour le reste : « On les voit individuellement On les recrute nous-mêmes. On passe beaucoup de temps à les former. On veut qu'ils soient au top. Au top. » (Joris)

Le besoin de diversification des rôles pour les comédiens est pris en considération. Les rotations entre *The Live Thriller* et *The Live Holdup*, « ça leur permet de respirer, de pas tout le temps faire le même personnage. Et quand ils reviennent ils ont plus d'énergie. » (Joris)

Comme le veut leur métier, les comédiens apprennent un script. Celui de *The Live Thriller* donne cependant différentes réactions possibles : « Le script de base avec des répliques à connaître par cœur et des répliques à connaître moins par cœur et puis les adaptations et puis après il y a de la formation. » (Joris). Un second document cadre l'autonomie relative qu'ont les comédiens pour s'adapter aux actions des participant·e·s : « Il y a un document complet qui détaille minute par minute l'expérience. Minute par minute avec les embranchements. Ce que chaque comédien doit faire, à la fois face client et quand les clients voient pas. » (Joris)

L'apprentissage est continu, par l'animation du dispositif. Il y a également des mises au point régulières : « Et puis on essaye, on fait des reformatations régulières. Tous les six mois, tous les ans, pour se rafraîchir le script ou rafraîchir les intentions de jeu. » (Joris)

- Le rôle des comédiens, selon le concepteur

Le rôle des comédiens dans *The Live Thriller* est central. Les groupes de participant·e·s sont constamment guidés par les comédiens, en face à face, par talkie-walkie ou à l'aide des caméras. Dans le discours de Joris, ce que les comédiens apportent surtout, c'est de « l'adaptabilité », de l'improvisation guidée.

S'il n'y a pas [d'adaptabilité], on n'a plus le côté humain finalement ça reste assez mécanique et on n'est pas, comment dire, on n'y croit moins quoi. Et je pense que là ouais c'est que, en fait, les comédiens s'adaptent. (Joris)

S'il est incapable de rebondir, s'il bafouille, "nan nan nan je sais pas trop", bah nan ça marche pas. Donc ouais c'est l'improvisation. (Joris)

Cette improvisation guidée renvoie à la capacité à rebondir quoi que fassent les participant·e·s, en restant toujours dans son rôle et dans les « intentions de jeu », tout en s'appuyant sur les « situations » et les « répliques » prévues. « De coller au script parce que s'ils collent pas au script, bah c'est con mais la qualité des répliques va se faire ressentir. » ; « Ils connaissent par cœur les situations » (Joris).

Si cette improvisation est guidée pour le comédien, elle doit également être guidante pour les participant·e·s. Comme pour les dispositifs similaires, il s'agit de leur montrer progressivement les règles des interactions. Par exemple, lors du rendez-vous de la séquence 1, l'inspecteur Gambale a montré au groupe de Hugo son mécontentement de n'avoir pas su entrer dans la fiction : « Il nous demande notre matricule, je crois, ou notre pédigrée, je sais plus trop, notre nom et on n'a pas trop compris, on balbutie et tout, et il s'est barré. » (Hugo)

Il s'agit également de gérer l'aspect horrifique du dispositif. Les termes « horreur » et « flipper » ont respectivement 9 et 7 occurrences dans le discours de Gabriel. Il s'agit alors

encore une fois pour le comédien de s'adapter, dans son rôle, en rassurant, en motivant, en accompagnant, et dans les cas extrêmes, en prenant la personne avec eux en régie.

On les rassure, on peut leur mettre une petite caresse pour les faire revenir dans le jeu. (Joris)
S'ils sont toujours tout seuls dans un lieu et qu'ils ont peur bah l'inspecteur peut y aller et puis il le fait avec eux en fait et ça passe très bien. (Joris)

Que ce soit en raison du niveau d'ambition élevé ou de la formation qu'il donne, Joris tire une fierté de la compétence des comédiens : « Y'a pas mal de gens qui sont surpris de voir à quel point ils s'adaptent. Les gens qui poussent un peu ils voient ouais qu'ils ont [de la] réponse. » (Joris)

Stratégie

- Dénomination

Comment Borderlive Concepts appelle *The Live Thriller* ? Nous avons effectué une analyse comparative du nombre d'occurrences des termes utilisés pour décrire le dispositif dans le dossier de presse et au cours de l'entretien avec Joris. Nous avons également noté les termes qui nous semblaient particulièrement intéressants ou originaux.

	Dossier de presse	Entretien
<i>Expérience</i>	5	13
<i>Aventure</i>	7	0
<i>Enquête</i>	5	1
<i>Jeu</i>	1	3
<i>Divertissement grandeur nature</i>	2	0

Le terme le plus global qui présente le dispositif dans le dossier de presse est « expérience ». C'est également le plus utilisé en entretien par le concepteur pour désigner son dispositif comme ceux de ses concurrents directs. Le dossier de presse utilise aussi la formulation encore plus générale de « divertissement grandeur nature », sans doute du fait qu'il est à destination de journalistes et de blogueurs.

L'expression « enquête criminelle grandeur nature » a également un sens global, mais en orientant davantage vers la fictionnalité du dispositif. Elle semble être l'expression qui sert de slogan à *The Live Thriller*, celle qui crée des attentes chez les prospects.

Le terme « aventure » est utilisé dans le dossier de presse et pour la méta-description du code du site. Il désigne le récit qui sera vécu (« au cœur de l'aventure », « dans l'aventure »), ce que représente l'expérience à vivre. Le récit qui sera vécu par les participant·e·s au sein du dispositif est une « enquête criminelle ».

The Live Thriller - L'enquête criminelle à vivre au cœur de Paris

Une aventure, quatre fins. Contrairement à un film ou une pièce de théâtre, *The Live Thriller* est une expérience 100% interactive. Cette fois vous serez | plongés au cœur de l'action, et devrez faire face à des choix déterminants qui vous mèneront vers l'une des quatre fins possibles. Veuillez noter que nous ne garantissons pas le happy-ending.

De leur côté, les participants utilisent 71 fois le terme « jeu » pour décrire le dispositif. Sur TripAdvisor, *The Live Thriller* est également classé dans la catégorie « Jeux ». Cependant, aussi bien la communication de Borderlive Concepts que Joris utilise peu le terme de « jeu » pour décrire le dispositif. Le site EscapeGame.fr semble le considérer comme un *escape game* à part puisqu'il n'en fait pas la chronique et ne lui donne pas de note mais lui consacre tout de même un article de blog³⁹.

- Modèle économique

La société Borderlive Concepts emploie pour *The Live Thriller* les trois concepteurs du dispositif, qui sont également directeurs, ainsi que les comédiens nécessaires pour couvrir tous les créneaux proposés. Une administratrice a été embauchée, et certains comédiens ont récemment reçu la responsabilité de gérer la production au quotidien.

La motivation première de Joris serait de créer une situation où il leur est possible de continuer à créer les dispositifs qu'ils souhaitent, dans une démarche artistique.

Et le but c'est juste d'être rentable, sans parler de gagner incroyablement notre vie, c'est juste être rentable. (Joris)

On fait pas ça pour l'argent, si on avait voulu faire ça pour l'argent, on aurait fait beaucoup plus simple... (Joris)

L'objectif déclaré pour *The Live Thriller* est une stratégie de développement lente et sûre d'un produit auto-suffisant pour rentrer progressivement dans les frais engagés, ce qui passe par deux points d'attention. D'une part, la solidité du dispositif, commune aux *escape games* comme Berry et Zabban (2019) le montrent, puisqu'une casse ou un bug oblige à fermer la salle pour réparer un élément essentiel. D'autre part, c'est atteindre le niveau d'exigence de la vision créative des concepteurs, pour en faire une expérience qui satisfasse ses clients et qui soit recommandée de bouche à oreille ainsi que sur les sites comme TripAdvisor : « On a raison, de pas aller trop vite. De pas se surendetter pour vouloir aller trop vite, de vouloir faire de la qualité parce qu'en fait, une fois qu'on a fait de la qualité, c'est moins dur derrière. » (Joris)

Il s'agit aussi d'avoir des investissements durables et de rationaliser l'achat des consommables :

[...] une fois que c'est lancé, on renouvelle les équipements, on renouvelle les consommables, on travaille pas mal avec Amazon, hein [soupirs amusés]. On a deux-trois fournisseurs spécifiques pour des trucs qu'on trouve pas dans le commerce facilement. La phase où on travaille avec des boîtes c'est surtout avant, c'est surtout pendant le développement, c'est là ce qu'on a fait pendant six mois [pour préparer *The Live Holdup*], on achète des quantités astronomiques ; il y a des milliers de lignes d'équipement, de décors, de matériel, de consommables à acheter. Mais une fois que c'est lancé, non ça va, on est quasiment autonomes. (Joris)

La stratégie repose également sur une forte autonomie, voire une indépendance de Borderlive Concepts par rapport à des organisations. Il existe pourtant de nombreuses aides nationales, régionales, et municipales pour l'industrie artistique et culturelle, auxquelles *The Live Thriller* aurait pu prétendre lors de son développement, voire encore aujourd'hui. Pourtant, si l'idée a été considérée par les concepteurs, elle a été rejetée pour conserver une indépendance, cette fois artistique, en relation avec leur vision créative. Les compromis pourraient, selon Joris, nuire à la qualité du dispositif ou ajouter des contraintes.

³⁹ « [TEST] The Live Thriller Paris, en immersion dans un polar grandeur nature » par Mélanie Vivès pour EscapeGame.fr (16/05/2018) : <https://www.escapegame.fr/blog/avis-the-live-thriller-paris/>

On n'est pas subventionnés, on n'est pas du tout subventionnés, on n'a rien, on n'a aucune aide. Franchement... C'est même une volonté, on va pas les chercher... C'est un truc qu'on fait à trois, on est une boîte familiale, on sait que ça a ses avantages et ses inconvénients... On va moins vite que ce qu'on pourrait faire mais on va pas sacrifier de qualité. On n'a pas d'aide, on n'a pas de subvention, et puis on veut pas. On veut pas, on veut rester indépendants complètement. Parce que dès qu'on commence à aller chercher des trucs, on pourrait peut-être avoir des subventions, ou des aides, être affiliés – je sais pas – à tel syndicat, ou à tel... tourisme, *escape game*, théâtre, je sais pas. Mais non, on veut pas, on veut être indépendants, c'est la priorité avant tout. (Joris)

Cela rejoint la volonté d'assumer un parcours original, indépendant de toute influence, de tout compromis sauf budgétaire, tant au niveau du dispositif global qu'au niveau du modèle économique.

The Live Thriller a indexé ses tarifs sur le tarif horaire moyen des *escape games* : « Le prix, on a fait une technique classique. C'est con mais un *escape*, ça dure une heure, c'est 25-30 euros, ben nous ça dure 2h15... » (Joris) Il faut acheter des places pour un groupe entier, et plus un groupe est grand, plus le tarif individuel est bas. Il est possible de participer une seconde fois au dispositif, avec une remise de 10%.

Joris évoque également le souhait de développer des expériences plus longues et plus chères :

Dans le futur, peut-être, peut-être qu'il y en aura beaucoup, et que ça marche, et même pour nous, si on fait deux expériences à nous qu'ils ont adorées, peut-être que pour la troisième on peut leur offrir un peu plus et ça va se payer un peu plus cher. Nous on adorerait faire des expériences de quatre heures, cinq heures, six heures, on a plein d'idées, mais en termes de prix, on pourrait pas se permettre de mettre cent-cinquante euros aux personnes qui viendraient. (Joris)

- Cible

Environ 75% des ventes concernent des client·e·s individuel·le·s, autant de femmes que d'hommes, français·e·s, de 25 à 40 ans, ayant fait des études supérieures, de milieu ou revenus aisés, qui achètent une place sans raison particulière ou pour fêter une occasion : « On repose plus sur les particuliers que sur les entreprises. » (Joris) Seulement 15% des ventes concernent des entreprises, ce qui se rapproche des 19% indiqués en 2016 par le rapport de Nicholson (2016) sur les *escape games*. Environ 10% sont des touristes anglophones qui viennent en raison de la proximité avec Montmartre, bien que le prix puisse dissuader les touristes individuels. Ce public de touristes est perçu comme un complément économiquement intéressant : « Mine de rien c'est important parce que ça remplit des créneaux qui seraient pas forcément remplis. » (Joris)

- Communication

Le site et le dossier de presse de Borderlive Concepts⁴⁰ proposent plusieurs éléments de communication qui visent à faire venir le public, mais aussi à être partagés et à suggérer l'ambiance :

- *The Live Thriller : L'Affaire*, un « roman photo interactif »⁴¹
- Une bande annonce vidéo⁴²

⁴⁰ « Dossier de presse The Live Thriller » par Borderlive Concepts (mars 2019) :

https://borderliveconcepts.com/wp-content/uploads/2019/03/dossier_presse_the_live_thriller_20190326.pdf

⁴¹ « The Live Thriller : L'Affaire » par Borderlive Concepts (date inconnue) :

<https://borderliveconcepts.com/thelivethriller-chapitre-1/>

⁴² « The Live Thriller - Trailer (with English subtitles) » par Borderlive (3 janvier 2018) :

<https://youtu.be/Hw9G7jD3qFw>

- Une bande originale audio⁴³

Nous, on connaissait pas forcément le contenu de l'aventure, si ce n'est par effectivement les critiques qu'on avait pu lire sur internet et le teaser aussi vidéo qu'ils proposent qui donne une bonne ambiance de ce qu'on peut retrouver dans le jeu. (Gabriel)

Les présences en ligne de Borderlive Concepts au 15 juin 2020 (ces comptes étaient appelés *The Live Thriller* tant que la société n'avait pas de deuxième production) sont les suivantes :

- Une page Facebook de 7 735 fans⁴⁴
- Un compte Instagram de 1 110 abonné·e·s⁴⁵
- Un compte Twitter de 110 abonné·e·s⁴⁶

À notre connaissance, *The Live Thriller* semble faire peu de communication. Cela correspondrait à l'idée défendue par Joris que la qualité du dispositif parle d'elle-même :

On a l'avantage que pour l'instant ça vient plutôt à nous que l'inverse donc euh... continuons c'est ce qu'on se dit, plus on va faire de la qualité moins on va avoir besoin de se faire chier en communication, d'aller faire chier le public... (Joris)

La plupart des gens c'est parce que des amis sont venus jouer, leur en ont parlé. (Joris)

Nous avons essayé d'avoir un ordre d'idée des retombées en ligne au sujet de *The Live Thriller*. Une comparaison montre que *The Live Thriller* donne environ deux fois plus de résultats que les *escape games* comparables⁴⁷. La page TripAdvisor compte 797 avis (dont 1 horrible, 1 moyen, 6 très bien, et 789 excellent) et le dispositif est noté « N° 1 sur 337 Jeux et divertissements à Paris » (au 31 juillet 2020⁴⁸).

• Concurrence

Joris ne considère pas *The Live Thriller* sur le même créneau économique que les *escape games* en raison de sa faible rejouabilité. « Non en fait c'est pas vraiment des gros concurrents, franchement non. » ; « Une fois qu'on a fait le *Thriller* une fois, bon bah "allez faire des *escape games*, y'en a qui sont très bien." » (Joris) C'est également visible par le fait qu'ils valorisent la clientèle qui a déjà fait des *escape games* puisqu'ils estiment qu'elle appréciera d'autant plus *The Live Thriller*. Les concurrents seraient les « divertissements grandeur nature » mentionnés dans le dossier de presse, qui sont encore rares à Paris : « Mais ouais non non non, les concurrents pour l'instant, les concurrences ça va, y'a pas de concurrence. » (Joris)

⁴³ « The Live Thriller - Official Soundtrack » par Felix Carcone (5 septembre 2017) :

<https://soundcloud.com/felix-carcone/sets/the-live-thriller-official>

⁴⁴ « Borderlive » : <https://www.facebook.com/borderliveconcepts/>

⁴⁵ « @borderliveconcepts » : <https://www.instagram.com/borderliveconcepts/>

⁴⁶ « Borderlive » : <https://twitter.com/borderlivecpts>

⁴⁷ Au 15/06/2020, sur Google, l'expression exacte donne 7 840 résultats. En comparaison, parmi les meilleurs *escape games* parisiens selon EscapeGame.fr qui ont ouvert en même temps et ont un nom suffisamment spécifique pour être recherché, « *Lock Academy : L.A. Confidential* » obtient 3 560 résultats, et « *One Hour : L'abattoir* » obtient 4 330 résultats. Ces deux *escape games* font partie d'une franchise, ce qui peut expliquer une plus faible communication spécifique à leur salle.

⁴⁸ « The Live Thriller » : https://www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g187147-d14011991-Reviews-The_Live_Thriller-Paris_Ile_de_France.html

Le cadre ludique

Peut-on parler de jeu ?

Comme nous l'avons vu ci-dessus, Borderlive Concepts évite le mot « jeu » dans sa communication, et Joris l'utilise très peu durant l'entretien. Du côté des participants interrogés, rien qu'au travers des citations déjà mentionnées, il est possible de sentir un engagement dans les mécaniques du jeu, que ce soit le jeu de rôle, les énigmes, ou la fouille, ainsi que dans sa fiction. S'ils utilisent collectivement 71 fois le terme « jeu » pour désigner *The Live Thriller*, ils s'accordent cependant pour dire que le dispositif est différent de tout ce qu'ils connaissent : « Je pense que c'est vraiment une expérience qui pourrait avoir son propre nom. » (Noah)

Si l'on se réfère à la perspective de Brougère (2005) sur l'activité ludique, on peut rechercher dans l'expérience des participants interrogés deux caractéristiques principales et trois secondaires qui permettent d'observer et d'analyser ce qui relève du jeu en tant qu'activité. Ces caractéristiques sont le second degré, auquel est liée la frivolité, et la décision, à laquelle sont liées l'incertitude et les règles.

Second degré

Il y a un second degré, dans le sens d'un espace fictif et symbolique, dans *The Live Thriller*. Cette caractéristique varie au travers du déplacement entre espaces intérieurs décorés et espaces extérieurs fréquentés par des personnes non joueuses. L'ambition élevée de « réalisme » du dispositif permet de faire passer cette variation déstabilisante plus facilement : c'est le cadre symbolique d'une enquête policière contemporaine « comme si on y était ».

En relation avec le second degré, le dispositif semble porter une certaine frivolité. Il s'agit d'un dispositif événementiel avec un horaire de début et de fin, ainsi qu'un cadre informatif explicite sur ses limites du côté des participant·e·s. En ceci, le dispositif permet d'en sortir sans que l'expérience ne porte une quelconque atteinte à leur vie quotidienne mis à part des souvenirs et des émotions encore présents. Les conséquences externes au dispositif sont minimisées, les conséquences internes ne seront que narratives, par exemple se faire rabrouer par l'inspecteur Gambale.

La frivolité peut être questionnée pour les participant·e·s qui ne savent à quoi s'attendre : « C'était pour l'anniversaire d'un ami. C'est sa femme qui avait organisé ça et donc qui lui avait fait la surprise. [...] Mais lui il savait pas du tout à quoi s'attendre. Sachant que c'est quelqu'un qui est un peu flippette. » (Gabriel) Il est possible que cela crée un conflit tant au niveau de la frivolité, qu'au niveau de la décision si c'est la pression sociale du groupe qui les fait continuer de participer au dispositif : « Un autre cas où ça peut arriver, c'est des gens qui ont pas réservé eux-mêmes, qui se font embarquer par untel ou untel et qui s'attendaient pas du tout à ça. [...] Des touristes qui sont partis au bout de 10 minutes. » (Joris)

Décision

La décision, la seconde caractéristique importante à observer dans l'activité ludique selon la perspective de Brougère (2005), est marquée par de fortes nuances dans *The Live Thriller*. Comme le dispositif est original et mystérieux, même les participant·e·s averti·e·s (par le site ou le bouche à oreille) n'ont qu'une idée vague de ce qui les attend concrètement. Le manque d'information pourrait diminuer leur autonomie à prendre la décision de participer, mais selon Joris, il est rare qu'un groupe abandonne en cours d'expérience, bien que l'option soit explicitement proposée au début du dispositif.

La décision dans une activité ludique est cadrée par des mécanismes, ou règles. Dans *The Live Thriller*, certaines sont explicites (les règles de sécurité), d'autres sont découvertes à travers

l'interaction avec les comédiens. Ces dernières relèvent surtout de la mécanique du jeu de rôle, ce qui les fait ressembler plus à une posture ou attitude à adopter, qu'à des règles strictes : il s'agit de respecter l'univers de *thriller* policier, jouer à prendre ce qu'il se passe au sérieux, jouer à avoir peur comme si c'était vrai.

La décision a une valeur plus forte lorsque l'activité ludique est incertaine. Le flou sur la nature concrète de l'expérience y contribue, ainsi que la déstabilisation constante des participant·e·s :

« Là on y est, ça joue pas, on est tout seuls dans le décor, on sait pas où on va, on a des lampes torches, il fait sombre, on sait pas ce qu'il y a là-dedans, on sait pas quelle taille il fait, ce décor, on progresse là-dedans et puis ça pue et puis il fait sombre et il y a plein de trucs, ça semble vraiment abandonné, il y a vraiment de la poussière... » (Joris, qui se met à la place d'un·e participant·e)

Un petit peu d'inconnu, découverte. C'est qu'ils s'attendent pas à ça. (Joris)

Les embranchements et différentes fins permettent aussi une relative incertitude même pour ceux ou celles ayant déjà participé au dispositif, comme en ce qui concerne la rejouabilité d'un jeu vidéo. Les actions sont toutefois fortement guidées par les comédiens, et tous les embranchements possibles sont (théoriquement) prévus. Par exemple, lors de la dernière scène, les participant·e·s doivent se cacher, le tueur arrive, ce qui les incite à le faire, et s'ils ne l'avaient pas fait, un message dans le talkie-walkie leur rappellerait immédiatement. Il est possible que des participant·e·s puissent ressentir un paradoxe entre cette impression de décision, et les injonctions constantes à continuer à suivre une direction établie. C'est une illusion de choix, terme repris du jeu vidéo dans le dossier de presse :

Toutes les actions des participant·e·s et leur influence sur le scénario ont été préalablement anticipées et matérialisées dans un arbre de décision. (dossier de presse)

The Live Thriller leur donne ainsi l'illusion du choix dans un monde ouvert, alors qu'ils évoluent évidemment dans un circuit clos et balisé. (dossier de presse)

Ce faux semblant de choix peut conduire des participant·e·s à considérer qu'ils ne prennent pas de réelle décision :

Cette aventure qui se veut hors du commun n'est en rien participative. On ne fait rien. Absolument rien. Un semblant de fouille et un semblant d'énigme pour nous faire croire qu'on est acteur de la situation. Sauf qu'encore une fois il n'en est rien. On ne fait rien par nous-mêmes. Ou du moins on ne décide de rien. (Commentaire de MSpistache sur TripAdvisor en septembre 2019, consulté le 15/06/2020)

Ainsi *The Live Thriller* peut être considéré comme un jeu, puisque les participant·e·s peuvent ressentir la présence des cinq critères d'une activité ludique même si cela peut relever de l'illusion en ce qui concerne la décision et l'incertitude. Cependant, Borderlive concepts le présente comme une expérience plutôt que comme un jeu, que ce soit pour créer des attentes adaptées au dispositif ou parce que celui-ci est particulièrement original, ce qui peut être ressenti par les participants interrogés :

E2 : Est-ce que vous avez trouvé ça difficile ou facile comme jeu ? [...]

Gabriel : La question m'a un peu perturbée parce que le cœur de l'expérience c'est plus l'ambiance que le jeu donc au final...

Hugo : C'est peut-être pas comme dans un *escape game* où tu vois le temps que tu as fait, t'as réussi ou pas et si t'as réussi, quel chrono t'as fait. Là sur *Live Thriller* tu t'en fiches un peu, t'as vécu tout le truc et c'est ça qui est important. (échange E2, Hugo)

Le réalisme du *Live thriller*

On ne voit pas les coulisses

L'ambition élevée des concepteurs porte sur une recherche du réalisme holistique, centrale dans la vision créative des concepteurs, « On voulait que tout soit réel, réaliste. » (Joris) Ceci nous permet de mieux comprendre la relation du dispositif au second degré.

Leur notion de réalisme implique d'amener les participant·e·s à s'engager dans la fiction originale, qui reprend l'ambiance d'un *thriller* policier américain des années 1990 : « Une atmosphère sombre et urbaine, des lieux désaffectés, un tueur en série énigmatique et une enquête qui piétine. » (site web) Le nom du dispositif lui-même le montre : *The Live Thriller*, ce qui pourrait être traduit par « le *thriller* grandeur nature » ou « le *thriller* en direct ». L'idée de *live*, c'est l'idée de vivre un *thriller*, de prendre le « risque d'y croire » pour reprendre la phrase qui conclut la séquence vidéo de la séquence 1 : « [On veut] qu'ils soient un peu excités, qu'ils se disent "on est vraiment dans un film". » (Joris)

Il s'agit donc de faire appel à la suspension consentie d'incrédulité⁴⁹, c'est-à-dire la posture mentale qui consiste à accepter que la fiction d'une œuvre est réelle. Bien sûr, cette réalité est relativisée, comme l'illustre le terme « consentie » : il faut décider d'entrer et rester dans cette acceptation du second degré. Cependant, au même titre que pour la métaphore de l'immersion utilisée régulièrement dans le jeu vidéo, on n'oublie jamais vraiment que l'on est en train de jouer (Salen, Zimmerman, 2004).

Le réalisme passe également par une invisibilisation de tout ce qui pourrait sortir de la fiction. Le second degré, est maintenu à partir du premier e-mail, avec une variation lors des séquences cinématiques, et c'est le comédien dans le rôle de l'inspecteur Gambale qui y met fin en déclarant que « c'est fini ».

C'est assez ouf parce que vous rencontrez plusieurs personnages, que ce soit par téléphone, par radio, croisés dans la rue et ce genre de choses et au final ils sont que deux à faire tout ça et c'est totalement transparent. Moi j'ai été bluffé quand j'ai appris qu'ils étaient que deux, je pensais qu'il y avait vraiment beaucoup plus d'acteurs... (Gabriel)

Cela implique le choix de ne donner aucune accroche qui rappelle aux participant·e·s que c'est un billet acheté à une société qui leur permet de vivre l'expérience : « C'était un des trucs principaux parce que justement le but c'était de faire quelque chose de réaliste, qu'on puisse y croire, où il y ait pas de devanture, pas d'accueil. Du coup s'il y avait pas la rue, on perdrait un truc. » (Joris)

Les comédiens participent à ce réalisme holistique, ils restent dans leur rôle quoi qu'il arrive : « C'est rarissime que les gars doivent s'interrompre, sortir du personnage pour leur dire "calmez-vous" et on n'a jamais interrompu de session, c'est jamais arrivé. » (Joris) Rester dans son rôle peut pourtant être compliqué car les participant·e·s peuvent avoir des comportements inappropriés. Par exemple dans le cas de *The Live Thriller* : les états d'ébriété, et la casse. Les difficultés rencontrées ont été résolues sans que l'on voit le comédien derrière le personnage, ce qu'on peut appeler « les coulisses ».

On ne voit pas un décor

Joris utilise le mot « réalisme » au premier degré également. Le monde du *thriller* policier est inspiré de notre réalité quotidienne, ou plus spécifiquement des affaires les plus sordides qui peuvent arriver dans notre réalité quotidienne. Ainsi, les hangars désaffectés des *thrillers* existent réellement, bien qu'ils soient sans doute plus vides que ceux de *The Live Thriller*. Il s'agit donc de prendre des éléments réels, de les présenter sous l'angle cinématographique du

⁴⁹ Convention au théâtre définie en 1817 par le poète Coleridge.

thriller, en exagérant ce qui chez eux provoque l'inquiétude et le glauque, et cela se traduit ici notamment par l'accumulation, la surcharge des décors :

Plus c'est dégueulasse mieux c'est, on s'est vraiment lâchés quand on est allé chercher les choses, on récupérait des camions entiers de récup et le truc c'est : plus il y en a, mieux c'est, plus ça va être réaliste. [...] Là on avait l'avantage que comme c'est sensé se passer dans des lieux désaffectés, on se lâche, quoi. Plus on en met, mieux c'est. (Joris)

Cette surcharge des décors c'est aussi un regard sur cet univers cinématographique avec une perspective artistique. C'est le réel plus réel que le réel, le décor devient hyperréel, presque symboliste, pour montrer qu'on est dans la fiction (Siegel, Levet, 2019), comme dans un parc d'attraction. Ainsi même la poussière a été fabriquée ne serait-ce que pour des raisons sanitaires : « C'est de la poussière de spectacle » (Joris). Les participant·e·s ressentent également fortement ce rapport entre la surcharge des décors et le réalisme, l'engagement dans la fiction du *thriller* : « Si on devait le faire une deuxième fois, on trouverait des choses qu'on aurait pu voir au départ et qu'on a pas vues parce qu'il y avait trop d'éléments. Ça nous plonge vraiment dans cette histoire au maximum. » (Noah)

La recherche de réalisme est holistique, elle est également présente dans les espaces extérieurs : tout le quartier devient décor de l'expérience. L'utilisation de la rue est une partie fondamentale de cette recherche du réalisme par les concepteurs :

E2 : Vous avez envisagé de tout faire en un seul endroit, un seul intérieur par exemple ?

Joris : En fait c'était la solution de dernier, dernier, dernier recours. C'était au moment où on s'est dit, si on n'y arrive pas au bout de six mois, on va être obligé de faire avec un seul grand local, qu'on va diviser et puis on va faire quelque chose de beaucoup plus théâtral, où on va devoir dire aux gens... On sort du réalisme mais bon... Faites comme si vous y croyez. Mais non, c'était incontournable pour nous, la phase d'exploration dans la rue, si on l'a pas, on perd 20%, 25% du truc.

Avec cette notion de réalisme qui concerne à la fois des univers fabriqués et l'usage du monde ordinaire, tout devient décor, que ce soit dans les espaces intérieurs, ou à l'extérieur : la rue, la météo, les passant·e·s font partie du décor : on peut appeler ça un « décor total ».

Maintien du second degré

Avec le décor total et le flou de l'expérience, le dispositif encourage les participant·e·s à entrer dans une forme de second degré avant même la première rencontre avec l'inspecteur Gambale :

On attend, on dévisage quasiment chaque passant (rires) dans la rue, en se disant : « ah bah non, lui il est pas habillé en noir, non lui c'est une fille donc ça le fait pas », et à un moment donné on voit un type, on se dit « tain ça colle et tout » du coup on s'approche (souplesse amusée) et faut quand même situer le contexte : on est en plein Paris, en pleine rue. (Hugo)

On pourrait penser que le côté inhabituel d'adopter une attitude ludique dans un espace public ferait ressentir les variations dans le second degré, voire en sortir complètement. Chez les participants interrogés, ce n'est pas le cas : « On essaie d'être discrets... A posteriori, je me dis on est quand même cinq gars dans la rue qui suivent un gars, il y a rien de plus flag' [flagrant], mais t'es dans l'ambiance quoi. » (Gabriel)

La volonté de garder les participant·e·s constamment impliqué·e·s dans le récit, même dans le cadre social « normal » de la rue, peut toutefois amener à des moments de fragilité du cadre d'engagement, notamment en cas d'interaction avec une personne qui ne partage pas le cadre ludique :

Et pendant qu'on hésite, il y a un mec qui arrive en scooter, qui se gare juste devant le magasin – il devait être 23h facile – et donc il se gare juste devant nous, il nous regarde, il retire son casque, et il nous dit bonsoir et tout. Et là on se dit « merde, il se passe quoi ? Est-ce qu'il fait partie du jeu, est-ce que... » A nouveau, on est complètement déstabilisés, et le mec il entre dans l'entrée de l'immeuble, mais pas juste devant le magasin, dans l'entrée de l'immeuble à côté. (Hugo)

Le fait que les participant·e·s soient en groupe, et le soutien de la fiction par un comédien sur le talkie-walkie permet de maintenir le cadre malgré tout. En revanche, chez deux des participants interrogés, ce qui a rendu difficile le maintien du cadre semble avoir été les séquences cinématiques :

Noah : Moi si y'a un truc qui m'a en même temps sorti du jeu, c'est la deuxième vidéo, dans l'espèce de pièce de jeu d'enfant, parce que finalement elle arrive un petit peu comme un cheveu sur la soupe, ça fait une coupure dans l'enquête, [...] mais que je trouve qui coupe sur l'expérience de jeu malgré tout.

Gabriel : Moi je l'ai pas ressenti comme ça. C'est méta mais j'ai trouvé ça très cool et très dans l'ambiance pour donner...

Hugo : À posteriori c'est vrai que je te rejoins, ça reste un petit côté artificiel.

Maintien de la tension

Ces pauses dans une expérience au rythme très soutenu permettent de souffler, tout en conservant une tension constante, afin d'être capable de redémarrer :

Ça fait un petit moment qu'on est en jeu, on a pris de la tension donc on est un peu fatigués, donc on s'assoit, il y a que des petites chaises minuscules qui font 15 centimètres de haut pour s'asseoir dessus donc ça met encore plus dans une situation hyper inconfort. (Noah)

La tension de *The Live Thriller* est maintenue par la déstabilisation des participant·e·s, qui sont conscient·e·s que cela fait partie du cadre de la participation, que ce sont les mécanismes du *thriller* : mouvements soudains, violence, aspect glauque, surprises... Comme pour n'importe quelle narration, il y a une attente de surprise, que le récit de genre ne se fonde pas seulement sur des lieux communs mais propose des choses nouvelles. Pour *The Live Thriller*, la volonté est explicitement décrite : « Tout a été conçu pour vous sortir de votre zone de confort, au point qu'il vous sera impossible de deviner ce qu'il se passera dans la demi-heure suivante. » (site web)

Et cela commence dès l'accueil, avec l'imposition d'un rythme soutenu qu'il faudra suivre : « J'étais plutôt gêné aussi, déstabilisé au début parce que ça démarre tellement à cent à l'heure. » (Hugo) A la différence d'un *escape game* qui commence par une vérification de la réservation, par la proposition de vestiaires, et une introduction intra ou extra diégétique, avant d'entrer dans la salle, *The Live Thriller* projette directement les participant·e·s dans le jeu de rôle, montrant ainsi qu'il n'y aura pas de répit, pas de coulisses, mais un décor total : « Y'a personne pour leur dire bienvenue, ça commence tout de suite. L'inspecteur est pas foncièrement sympathique. Y'a pas de temps mort. Y'a rien pour partir de la réalité. » (Joris) Cette pression du temps, ce ressenti de vitesse et d'accélération, l'inconfort permanent et l'effet de surprise participent à la mise en place de l'ambiance voulue par les concepteurs : déstabiliser les participant·e·s par leurs propres émotions en les plaçant dans une situation où il est compliqué de reprendre son souffle, à la manière des protagonistes d'un *thriller* policier. L'expérience surprend et les participant·e·s se surprennent eux-mêmes.

Comparaison avec des dispositifs similaires

Afin de mieux saisir *The Live Thriller*, peut-on lui trouver une ressemblance de famille, pour reprendre le concept de Wittgenstein (1961), avec d'autres dispositifs ?

Au niveau de ses mécaniques, *The Live Thriller* utilise la fouille qui est constante dans les *escape games*. Les espaces intérieurs sont extrêmement chargés en décor et objets, on peut y trouver des informations et des objets nécessaires pour progresser (code, fusibles, clé...). Les énigmes sont peu nombreuses et sont volontairement simples. Dans son discours, Joris défend pourtant l'idée que l'expérience *The Live Thriller* ne ressemble pas à celle des *escape games* : « c'est plus fouillé » (Joris). Il définit même la vision créative du dispositif comme étant à l'opposé d'un *escape game*. Ce qui est critiqué notamment dans les *escape games* c'est la difficulté des énigmes, ou leur exigence de réflexion, qui « bloque » : « On n'aime pas particulièrement les énigmes, on n'aime pas quand c'est difficile, on n'aime pas quand on reste bloqué, quand on doit réfléchir forcément ; du coup, là on voulait que ce soit le plus fluide possible et puis voilà raconter une histoire, quoi ». (Joris)

Le second reproche de Joris aux *escape games* est ce qu'on appelle dans l'industrie du jeu vidéo la « dissonance ludo-narrative », le sentiment de friction ou d'incohérence entre mécaniques ludiques et narration :

Ce qu'on n'aime pas dans un *escape*, c'est quand [...] une énigme n'a absolument rien à voir et ils mettent ça en plein milieu, tu te demandes pourquoi. (Joris)

Que ça soit pas, par exemple, dans un temple Maya, qu'il faut tout à coup faire un sudoku et on comprend pas pourquoi il faut faire ça. (Joris)

Même si la nouvelle production (*The Live Holdup*) comporte des éléments classiques, en particulier « de l'électronique comme tous les *escape* en font », les éléments typiques de ces jeux ne sont pas particulièrement appréciés par les concepteurs ; les « portes à ouvrir » auraient par exemple été développées en dernier.

Les participants interrogés remarquent cette différence et soulignent qu'elle porte sur le caractère « immersif » de l'expérience :

Très accessible. Comme on disait, les énigmes sont pas compliquées. Après tu peux ou pas arriver à trouver la bonne caméra à la fin etc. Mais toutes les énigmes en elles-mêmes ne sont pas compliquées. C'est juste l'immersion et l'ambiance qu'il y a autour qui, je pense, font marcher ton cerveau de façon différente et t'es beaucoup moins concentré, beaucoup moins logique dans tes démarches, donc ça rend, du coup, l'énigme plus compliquée. En soi elles sont vraiment simples les énigmes. (Noah)

C'est peut-être pas comme dans un *escape game* où tu vois le temps que tu as fait, t'as réussi ou pas et si t'as réussi, quel chrono t'as fait. (Hugo)

Le dossier de presse compare *The Live Thriller* à des dispositifs comme *Sleep No More*⁵⁰, *Prison Escape*⁵¹, et *Secret Cinema*⁵². Ces dispositifs sont plus proches des mondes du spectacle et de l'audiovisuel que de ceux du jeu vidéo ou de l'*escape game*. Ils font partie de la catégorie large de nouveaux divertissements grande nature qui sont appelés « expériences immersives⁵³ ». Ils mettent l'accent sur l'engagement dans la fiction, où les comédiens et

⁵⁰ *Sleep No More* (<https://mckittrickhotel.com/>) et les performances artistiques de la compagnie Punchdrunk ont fait l'objet d'analyse de la part de Joséphine Machon (2013) ou Deborah Prudhon (2018)

⁵¹ *Prison Escape* : <https://prisonescape.nl/enter/>

⁵² *Secret Cinema* : <https://www.secretcinema.org/>

⁵³ Voir No Proscenium, média spécifiquement dédié à la critique et à la théorie sur ce genre de dispositifs : <https://noproscenium.com/the-no-proscenium-glossary-for-audiences-c1597d510268>

le décor ont une place centrale. Cela leur vaut souvent une comparaison aux parcs d'attractions ou aux restaurants thématiques.

Les expériences immersives, comme *The Live Thriller*, misent beaucoup sur la surprise, voire sur l'horreur pour les nombreuses maisons hantées⁵⁴. Tout comme pour *The Live Thriller*, il est commun que ces expériences soient déstabilisantes et que la progression se fasse à un rythme soutenu. Ce qui fait qu'un dispositif entre ou non dans la catégorie « expérience immersive » reste encore débattu. Depuis l'écriture du dossier de presse, plusieurs expériences immersives ont vu le jour à Paris. Joris mentionne spécifiquement le *Bureau des Légendes*⁵⁵, qui se dit au croisement de l'*escape game* et du théâtre immersif ; *Casa de Papel*⁵⁶ qui se décrit comme une « expérience immersive » ; et *Geekopolis*⁵⁷ qui se décrit comme mélangeant « *escape game*, théâtre immersif et *laser game VR* ». Cette dernière, conçue par des joueurs de jeux de rôle grandeur nature, est mentionnée par les participants interrogés, ce qui peut montrer un rapprochement en termes d'expérience :

Noah : *Geekopolis* ! Voilà exactement, c'est ça. Donc si y'en a qui l'ont fait, pour vous ça serait p'tet bien de regarder pour voir si c'est un truc qui se rapproche en termes d'expériences mais je sais pas, je l'ai pas fait moi.

Gabriel : Alors c'est quelque chose du même acabit mais en beaucoup moins quali en termes de décorum, de visuels et tout ça, même si le jeu est très agréable...

Joris distingue *The Live Thriller* de ces trois dispositifs aussi bien niveau de leur fiction qu'au niveau du modèle économique : « On n'a pas vraiment la même approche. C'est les franchises de série et tout ; nous on veut absolument pas faire ça parce qu'en fait, ça ne nous intéresse pas. » (Joris)

La mécanique du jeu de rôle de *The Live Thriller*, constante du fait de l'interaction avec les comédiens et la prise de décisions diégétique, pourrait rapprocher le dispositif des jeux de rôle grandeur nature (GN). La différence réside dans la notion de rôle ; le rôle donné aux participant·e·s est celui, générique, d'enquêteur·trice·s qui suivent une enquête, et non une incarnation de personnage avec ses propres motivations :

Gabriel : Ouais mais dans le GN je garde quand même une partie ludique et je sais que je suis dans un cadre ludique. Là y a une volonté de mimer un jeu sans que je maîtrise mon environnement et je suis spectateur de ce qui se passe. Je joue pas un rôle en fait dans *Live Thriller*. Je suis plus spectateur de ce que je joue en fait. C'est là où ça me rappelle plus du théâtre interactif que du jeu de rôle.

Hugo : Moi je te rejoins pas du tout. Moi j'ai du mal à rapprocher du théâtre parce que pour moi le théâtre justement on est trop dans le flou. Y a du décor, c'est du décor de carton-pâte, et le théâtre, sauf pour des formes de théâtre très particulières, par défaut le théâtre t'es hyper spectateur de la chose, t'es pas acteur comme tu l'es ici. C'est pour ça que moi à cause de tout ça j'ai du mal à rapprocher du théâtre. Et ça reste [aussi] un peu loin du GN dans une certaine façon ; du côté tu vas pas incarner un personnage en tant que tel, tu [te] joues toi-même quelque part.

Finalement, une catégorie à laquelle *The Live Thriller* peut être rapproché est celle très large des « jeux pervasifs », c'est-à-dire des dispositifs ludiques qui jouent sur la porosité entre jeu et non jeu :

⁵⁴ Voir Why Immersive Theater Matters, What it is, & How to Get Involved January 2, 2017 By Taylor

Winters : <https://www.haunting.net/immersive-theater-matters/>

⁵⁵ *Le Bureau des Légendes* : <https://souslegende.com/>

⁵⁶ *Casa de Papel* : <https://lacasadepapelexperience.com/fr/>

⁵⁷ Article sur *Geekopolis* :

<https://www.sortiraparis.com/arts-culture/balades/articles/188752-mutations-l-escape-game-de-geekopolis-video-et-code-promo>

La nature d'un jeu pervasif [...] est de faire du « cercle magique » du jeu non pas une barrière, mais une membrane ; de laisser le jeu et la vie se mélanger, pour que le jeu devienne lourd de la réalité de la vie, et la vie soit chargée du sens du jeu. (Préface de Sean Stewart de Montola, Stenros, Waern, 2009, notre trad.)

Les jeux pervasifs sont par exemple les jeux d'assassinats (*Killer*), les jeux à réalité alternée (ARG), les chasses au trésor, les applications récentes comme *Ingress* ou *Pokemon Go*, ou encore les performances artistiques et ludiques en extérieur (*happenings*). Comme *The Live Thriller*, les jeux pervasifs amènent à une implication de la vie quotidienne dans le dispositif, voire une réappropriation de l'espace public, avec un aspect localisé important.

Au final, ranger *The Live Thriller* dans une catégorie semble difficile dans la mesure où il s'agit d'un dispositif hybride. Il intègre des mécaniques propres aux *escape games* et aux jeux de rôle grandeur nature, mais il se rapproche surtout des expériences immersives auxquelles Borderlive Concepts le compare, et entre dans la définition des jeux pervasifs.

Le rapport aux espaces extérieurs

Déplacement en extérieur

- Ambiance

Qu'apporte l'utilisation des espaces extérieurs à *The Live Thriller* en terme d'expérience ?

Le quartier n'a pas été sélectionné spécifiquement, c'était une opportunité, bien que ses caractéristiques ont convenu aux concepteurs : son apparence, sa fréquentation, et sa sécurité, dans un dispositif où la météo et l'horaire jouent également un rôle. Plus que de décor, le quartier sert l'ambiance qui peut changer au fur et à mesure de la journée :

Le mieux c'est forcément de le faire la nuit. Au début il y a un peu d'atmosphère dans la rue, il y a un peu de monde, et au fur et à mesure qu'on progresse, surtout si on est [...] entre 20h et 23h, au début on va être à Paris et à la fin en fait on est tout seul dans la rue et on pénètre tout seul dans le lieu, y'a rien d'autre autour, à part qu'en face y'a une église, y'a pas un chat, y'a pas de commerce, y'a rien. (Joris)

- Guidage

Il y a une progression dans la façon dont le dispositif amène les participant·e·s à se déplacer dans l'espace extérieur. Pendant la séquence 1, c'est l'inspecteur Gambale qui les guide ; pour la séquence 2, le talkie-walkie leur indique un croisement de rue qui doit être retrouvé sur la carte ; lors de la séquence 3, le « clochard » leur donne une indication imprécise qui doit être interprétée avant d'utiliser la carte. S'il y a une mécompréhension, une réponse arrive vite grâce au talkie-walkie :

Talkie-walkie. Talkie. Pas de géoloc. C'est très cadré. Quand ils vont dans la rue, ils savent quoi faire, on leur dit pas d'aller chercher dans un périmètre de 500 mètres, ils savent à peu près où ils doivent se rendre et puis après, ils sont *leadés*. Il y a très peu de problème, pas besoin de géolocalisation, même si dans la V2 qu'on va faire prochainement, peut-être qu'on l'inclura, question de confort pour les comédiens. Mais ça fait quasiment deux ans que ça tourne, il n'y a pas de problème. (Joris)

Le max qu'ils aient fait c'est partir à 300 mètres dans la mauvaise direction quoi. (Joris)

Si les participant·e·s sont surveillé·e·s à tout moment, en extérieur c'est seulement par talkie-walkie : « Et il nous demande du coup de lui transmettre toutes les infos au fur et à mesure de ce qu'il va se passer [...] tous les indices qu'on va trouver au fur et à mesure par le talkie. »

(Noah) Si les participant·e·s commencent à aller dans la mauvaise direction en extérieur, le talkie-walkie lance un rappel à l'ordre. Le comédien s'adapte aux groupes et peut même donner de fausses pistes par moments. L'un des participants relate : « Et le flic au talkie à chaque fois : “mais t'es sûr ? c'est lui, t'es sûr ? T'es sûr, tu t'es pas trompé ?”, toi tu te fais “putain, merde...” » (Gabriel)

Chacun de ces moments en extérieur prend en moyenne une vingtaine de minutes selon les participant·e·s. Même si les lieux ne sont pas trop éloignés les uns des autres (10 minutes, selon Joris), il faut tout de même s'orienter, rechercher une personne ou un point de repère :

Noah : C'était assez rigolo parce qu'on le suit quand même pendant bien 500 mètres, quoi...

Gabriel : Ah ouais je pense qu'il y a bien 20 minutes de filature.

Hugo : Il y a un bon quart d'heure de filature je pense...

Cela donne une impression d'autonomie qui rappelle l'illusion de choix déjà évoquée : « Quand tu regardes le truc au global, t'es beaucoup en autonomie. » (Noah) En réalité, c'est un calcul précis des ressources en termes de main d'œuvre qui conditionne cette autonomie. Il n'y a que deux comédiens pour toute une session avec le même groupe de participant·e·s, deux comédiens qui se partagent les différents rôles, et qui surveillent les participant·e·s par caméra lorsqu'ils sont en intérieur et par talkie-walkie en extérieur : « Nous quand on réfléchit à la création, on réfléchit tout de suite au système : est-ce que c'est possible de faire ça à deux ? Parce que si c'est pas possible, on abandonne l'idée... » (Joris)

Vigilance et curiosité

- **Vigilance**

The Live Thriller n'a pas été conçu dans un but touristique et le dispositif n'a pas de dimension touristique. Selon Joris, il n'est pas possible de s'arrêter pour regarder les alentours : « Quand on est concentré dans le truc, on s'en fout un peu de ce qu'il y a autour. » (Joris) Toutefois, l'expérience proposée par le dispositif peut avoir des analogies avec l'expérience touristique.

Les indications d'orientation, ainsi que la recherche du suspect et sa filature pour la séquence 2, amènent les participant·e·s à adopter une posture de vigilance dans la rue. Cette hausse de l'attention est volontaire, elle sert l'ambiance de *thriller* policier. Comme certaines citations précédentes l'ont montré, tout est observé par les participant·e·s : chaque vitrine pourrait être une planque, chaque passant·e pourrait être un·e comédien·e, et cela peut être ludique de tenter de deviner. Après deux ans, Gabriel se remet facilement dans cette posture : « OK on a repéré un suspect, le mec il ressemble à ça, il a un sac à dos, il a une casquette, il est dans votre quartier entre tel endroit et tel endroit. » (Gabriel) C'est donc par cette nouvelle acuité que les participant·e·s accomplissent leurs différentes missions mais c'est aussi grâce à elle que leur expérience n'en est que plus profonde.

Cette forme d'attention aiguisée des alentours peut rappeler la posture de découverte ou de visite touristique. On peut considérer que si les objectifs de trouver un croisement de rue, un individu, ou un immeuble d'angle face à une église ne sont pas touristiques, des dispositifs comme des jeux de piste avec des objectifs touristiques ou éducatifs font appel à la même posture de vigilance.

Les participants interrogés ne parlent pas de tourisme, mais font souvent référence au fait d'être dans Paris :

Mais en fait, c'est là, on le disait tout à l'heure, le décorum, il est tellement ouf : d'être en plein Paris, sur plusieurs lieux différents, moi j'avais du mal à y croire parce que c'est juste... c'est à peine croyable le truc. (Hugo, à propos de son hésitation à entrer dans la boutique abandonnée)

Durant *The Live Thriller*, si le quartier n'est pas découvert ou visité, l'expérience de déplacement dans un quartier spécifique avec une grande vigilance encourage tout de même une posture de curiosité.

- **Curiosité**

Le dispositif ravive une curiosité pour un lieu auparavant perçu comme commun, ce qui rappelle celle des jeux de pistes et jeux pervasifs (eux-mêmes intimement liés à la réappropriation de l'espace urbain, qui plus est en tant qu'adultes, pour jouer). Les souvenirs que laisse *The Live Thriller* aux participants interrogés en témoignent. Il est frappant que deux ans après, les participant·e·s se souviennent avec précisions des détails des décors, des tenues des comédiens, et des séquences de la rue, et il est encore plus frappant de découvrir que l'expérience les a amenés à conserver cette posture de vigilance curieuse après la fin du dispositif :

Moi c'est pas très loin de chez moi, il y a le côté pratique aussi (rires) du coup puisque je suis dans le nord du 18°. Après je dirais pas que j'ai découvert, enfin si je dirais que j'ai découvert les lieux parce que c'est pas le côté du quartier où je vais régulièrement mais par contre ça m'a donné envie et souvent maintenant j'ai un peu plus le réflexe de regarder les vieilles boutiques, en me posant des questions pour savoir si y'a... (rires)... parce que pour le coup c'est hyper déconcertant quand ça m'est arrivé de repasser devant, vraiment de l'extérieur tu ne peux pas dire que c'est un truc qui est de ce genre d'expérience-là. (Noah)

Cette posture n'amène pas le participant à agir en touriste pendant, ni après le dispositif, mais elle semble avoir des aspects en commun avec l'expérience touristique.

Adressage et prise en compte du destinataire

Le public de The Live Thriller

Au vu de la proximité de *The Live Thriller* avec d'autres dispositifs artistiques, audiovisuels, vidéo ludiques, culturels, à qui s'adresse le dispositif ?

Comme nous l'avons vu ci-dessus, les concepteurs de *The Live Thriller* ont élaboré un dispositif centré sur des scènes cinématographiques à vivre et dont se souvenir. Leur public cible serait des personnes ayant une envie de vivre une expérience surprenante, inspirée de l'ambiance du *thriller* policier, dans un quartier parisien, pour une somme individuelle allant de 49 à 95 euros selon la taille du groupe.

Ce type d'expérience s'adresse très peu aux entreprises, qui recherchent souvent des formats plus adaptés à leur marque et leurs valeurs, avec une demande plus pédagogique, a minima tournée autour du *team building*. L'ambiance de *The Live Thriller* s'adresse donc plutôt à des particuliers.

Nous, contrairement à beaucoup d'*escape*, on repose plus sur les particuliers que sur les entreprises. [...] Le client, il pense qu'il y a une petite dose de peur, du coup ça rebute quelques personnes, notamment pour les boîtes qui veulent peut-être un truc plus consensuel. (Joris)

Le prix ayant été indexé sur celui des *escape games* mais en l'adaptant à la durée, on pourrait penser que le dispositif s'adresse au même public. Cependant le prix étant plus élevé, il semble naturel que leur public cible soit plutôt des particuliers venant en groupe qui sont en mesure d'accepter le prix proposé : « C'est des gens qui ont des revenus assez élevés en général. » (Joris) Le rapport entre coût et bénéfice a été évoqué par deux des participants

interrogés : « J'ai pas regretté une seconde d'avoir lâché 50 balles pour faire deux heures et demi dans Paris ». (Noah) ; « Ça les vaut largement. » (Gabriel)

La clientèle est constituée plutôt d'ami·e·s que de familles ou de couples. En effet, l'ambiance *thriller* et glauque proposée peut ne pas convenir aux enfants, même si certaines familles envisagent de participer :

Utilisatrice : Bonjour, Est-ce que c'est faisable avec deux jeunes ado de 12 et 13 ans ? Mariel G, Paris

Joris : Bonjour, Nous déconseillons aux - de 16 ans accompagnés d'un adulte de participer. Le niveau de violence est à peu près équivalent à la plupart des films du genre Thriller, qui sont souvent classés en - 16 ans. Cette violence étant toutefois ancrée dans le monde réel, elle est potentiellement plus. Quoiqu'il arrive, cela dépend de votre appréciation en considérant ces éléments. Joris A., Cofondateur de The Live Thriller (échange sur TripAdvisor)

Malgré ces conseils et l'atmosphère du site certaines familles souhaitent participer et les concepteurs l'acceptent :

Après, malgré le fait qu'on déconseille, il y a beaucoup de parents qui ramènent leurs enfants qui ont treize, quatorze ans, douze ans, parfois huit, neuf ans, et ouais là c'est compliqué parce qu'il faut les gérer, la plupart du temps ils ont peur. Mais on n'aime pas interdire l'accès, on n'aime pas dire à la personne qui a payé, même si on avertit sur le site, c'est leur responsabilité. Et après si le gamin a peur, voilà on le fait arrêter et on le met en régie. (Joris)

Les possibilités d'accès de *The Live Thriller* aux publics en situation de handicap sont très limitées car il n'a pas été conçu avec cette exigence. Il exclut les personnes qui ne peuvent pas rester debout ou marcher longtemps ; il repose énormément sur la vue ; il fait appel à des allusions implicites pour cadrer le comportement à avoir, bien qu'il soit possible que les comédiens s'adaptent au niveau d'explicitation dont auraient besoin les personnes neuro-atypiques. Ainsi, bien que ce soit contraire aux réglementations pour les établissements accueillant du public, *The Live Thriller* ne peut pas accueillir certaines personnes en situation de handicap :

Fauteuil roulant c'est pas possible. Les lieux sont pas faits pour, à la base, on peut rien faire même avec la meilleure volonté du monde. [...] Quelqu'un qui a une béquille, on le fait c'est déjà arrivé une fois, il n'y a pas de problèmes... [...] Une personne cardiaque, on déconseille ; femmes enceintes, on déconseille aussi. (Joris)

En somme, le profil type de celui qui vient participer à *The Live Thriller*, est un·e habitant·e de la région, sans distinction de genre, qui a une certaine affinité avec l'expérience proposée, qui n'est ni un enfant, ni un senior, avec des ami·e·s : « C'est vraiment le parisien lambda [...] plutôt entre 25-35, 25-40. Assez éduqué. Bobo typique [...] c'est le mec qui a le pouvoir d'achat, qui fait plein de trucs. » (Joris)

Adressage aux participant·e·s

Dans les articles de presse, ou sur les plateformes comme TripAdvisor, *The Live Thriller* est proche des *escape games*, sans doute faute d'une autre catégorie connue et répandue. Sur ce même site, il est cependant classé dans les sous-rubriques « Jeux de logique » et « Chasses au trésor ».

Le truc qui m'avait un peu marqué, c'est que c'était la seule attraction parisienne qui avait plus de 250 avis sur TripAdvisor et les 250 avis étaient à 5 sur 5. C'est-à-dire que sur 250 personnes, ils avaient pas trouvé une personne qui pouvait mettre en dessous de 5, quoi. Donc

j'avoue que de voir ce truc-là, ça titille un peu. En plus j'étais pas mal versé *escape game*, vu que c'est forcément un peu apparenté au GN. (Hugo)

Ce rapprochement avec les *escape games* correspond au parcours de l'un des participants interrogés : « C'était un article du *Huffington Post* qui parlait de ce nouveau, entre guillemets, "*escape game* parisien" [...] Et c'est là qu'on s'est décidés avec un couple d'amis parisiens. » (Hugo)

Les personnes habituées à des loisirs ludiques ne sont pas les publics recherchés par Borderlive Concepts : « Mais non, les geeks c'est carrément pas le cœur de cible. Il y en a, mais c'est pas eux qu'on vise. » (Joris).

On peut cependant découvrir un recoupement avec le public des jeux de rôle grandeur nature qui, bien qu'habitué à un loisir associatif, peut voir dans *The Live Thriller* l'opportunité d'une expérience commerciale proche de ses pratiques

Moi j'ai fait vraiment beaucoup beaucoup beaucoup de GNs donc j'ai quand même pas mal d'expérience dans ce milieu-là et l'expérience que je recherchais dès le départ je l'ai trouvée avec ce qu'ils [ce qui] promettaient dans le teaser. (Noah)

Cela permet d'expliquer une mécompréhension de Hugo : « Même nous, le rendez-vous s'est au début pas très très bien passé, parce qu'en fait on pensait incarner un personnage, sauf qu'on avait pas eu les infos en amont. » (Hugo)

Ainsi, la présence de personnes habituées à des loisirs ludiques ne fait aucun doute, et elle est même remarquée :

Le mec il arrive il dit "hey votre groupe mais c'est pas possible vous êtes soit fans d'*escape games* soit GNistes" je lui dis "bah je fais les deux". Donc en fait il nous a dit que ça se voyait par rapport à notre façon de jouer le rôle et puis de fouiller, de chercher les énigmes, de chercher les indices, etc. (Hugo, concernant le débriefing après la séquence 3)

En plus des similarités abordées avec des dispositifs comme des *escape games*, il est possible de considérer que le dispositif plait, tout simplement, à un public amateur de loisirs ludiques comme le met en évidence l'importance du bouche à oreille dans le recrutement des participant·e·s.

Dans l'ensemble, les participants interrogés sont (très) satisfaits de l'expérience vécue qui les a surpris positivement. Le fait d'ignorer en quoi elle consistera, où s'arrêtent les cadres, a pu gêner au début mais n'altère pas la satisfaction, puisque la surprise fait partie intégrante de la découverte d'une narration, qui plus est un *thriller*.

Ouais si vraiment je devais trouver une critique, et c'est pour dire j'en ai trouvé une. Je disais c'est un peu ce début de jeu où c'est compliqué de se dire "attends, on joue on joue pas ?". [...] Au début je savais pas trop sur quel pied danser parce que aussi je savais pas trop à quoi m'attendre et je sentais pas trop les limites dans tout ce qui est jeu. (Hugo)

Pour des joueur·euse·s de jeux de rôle grandeur nature et d'*escape games*, l'expérience semble répondre à leurs attentes. À noter cependant que ce qui est vraiment apprécié c'est l'immersion de *The Live Thriller* et le réalisme, rendus possible par les décors et le rôle des comédiens, auxquels ils sont particulièrement sensibles.

Pour d'autres publics, davantage intéressés par l'enquête, le manque de complexité dans les énigmes peut perturber, comme nous l'avons vu ci-dessus dans le commentaire TripAdvisor de MSpistache. Si la simplicité des énigmes a été faite pour privilégier l'expérience cinématographique, cela ne plaît donc pas à tous les publics qui s'y rendent. Certains critiquent l'usage du terme « enquête » car les énigmes sont trop simples pour présenter un

réel défi. Les participants rapportent pourtant avoir adopté une attitude non seulement ludique mais vidéoludique pendant l'expérience, avec satisfaction plutôt que frustration :

Y'a mon instinct de *gamer* qui a repris le dessus. On est rentré là-dedans on a besoin d'une clé, je vois un aquarium dégueulasse avec des bouts de bidoche, je me dis « ok bon c'est là-dedans qu'il faut aller », donc je m'y colle et je récupère la clé en deux-deux. (Gabriel)

Conclusion

Si le terme de « jeu » est évité par les concepteurs, au profit d'une volonté de « réalisme » propre à la vision créative ambitieuse de *The Live Thriller*, leur modèle économique tire profit de la parenté avec des *escape games* dont il est un concurrent indirect.

Il est possible de l'envisager comme un jeu dans la mesure où l'analyse montre qu'il mobilise les critères d'une activité ludique et du fait que les participants interrogés ont bien eu le sentiment de jouer. Il permet un engagement fort dans la fiction qui est constamment renforcée, ainsi qu'un grand degré d'autonomie. Ces deux caractéristiques fluctuent au fil du temps, du fait de l'inactivité propres aux séquences cinématiques, et lors des moments en extérieur qui permettent parfois à des éléments hors-jeu de s'infiltrer dans l'expérience.

Les déplacements en extérieur font partie intégrante du dispositif. Ils utilisent des mécanismes classiques d'orientation dans l'espace, similaires à ceux des jeux de piste et chasses au trésor. Mais ils permettent également au groupe d'adopter un cadre ludique tandis qu'ils se déplacent dans la rue du quotidien au milieu de personnes qui ne sont pas dans ce cadre. Cela contribue à rapprocher *The Live Thriller* des jeux pervasifs en brouillant les frontières entre jeu et hors jeu.

The Live Thriller n'a aucune intention touristique ou éducative, et les participants n'en sortent pas avec de nouvelles connaissances. Cependant, le dispositif amène à vivre une expérience éveillant une vigilance constante, ce qui conduit à porter un regard sur l'espace extérieur et à adopter une posture de curiosité qui fait écho à l'expérience touristique.

À en croire les avis en ligne et les participants, *The Live Thriller* a touché son public, malgré un parti pris risqué dans la communication et la stratégie commerciale, fondée sur le bouche à oreille.

Finalement, on peut s'interroger une dernière fois sur ce qu'est *The Live Thriller*. Cette étude nous a permis d'explorer la conception et la réception d'un dispositif dont le caractère ludique ne fait pas plus de doute que l'aspect cinématographique et théâtral. Cette hybridation ne semble toutefois pas être la seule de son genre, rejoignant une catégorie plus large mais encore peu étudiée, celle des divertissements grandeur nature appelés expériences immersives.

Chapitre 4 : Synthèse de trois autres cas de dispositifs ludiques

La crise sanitaire a eu un effet sur la possibilité de réunir toutes les données nécessaires à l'étude de cas. Ce chapitre présente des cas qui sont moins approfondis que les trois qui précèdent et permet de saisir la diversité de l'offre en matière de jeux de piste ou dispositifs de même type.

1. *Atlantide*⁵⁸

*Atlantide Agent*⁵⁹ est présenté sur le site officiel comme un « jeu mobile géolocalisé de découverte de l'histoire » :

Dans *Atlantide Agent*, vous devez arpenter les rues pour mener à bien une enquête basée sur l'Histoire du lieu en question. S'appuyant sur des faits historiques et intégrant des documents d'archives numérisés, c'est une solution unique pour découvrir un lieu en s'amusant.

Atlantide est un jeu éducatif en extérieur, basé sur l'Histoire et le Patrimoine, où vous devez arpenter les rues pour mener à bien votre mission. S'appuyant sur des faits historiques et intégrant des documents d'archives numérisés, Atlantide est une solution unique pour en savoir plus sur l'Histoire...

Description et déroulement du jeu

Au moment de la recherche, il y avait plus de 22 missions disponibles sur l'application, réparties entre Paris (4), le sud de la France (16), la Roumanie (1) et la Bulgarie (1). De nouvelles sont apparues depuis. Les joueurs sont invités à télécharger celle qu'ils comptent faire avant d'être à l'extérieur pour la réaliser.

Le jeu a été testé sur une des missions (une de celles concernant Montpellier) dans le cadre d'un usage solitaire. Un entretien a été réalisé avec un des deux co-concepteurs, Romain Aymard, après cette expérience.

Le jeu propose aux joueurs de vivre un moment ludique à travers la résolution d'énigmes en lien avec l'Histoire, tout en se promenant dans une ville. Le cadre fictionnel donne un rôle au joueur qui doit, en résolvant les énigmes, réparer les impairs délibérément introduits par des « pirates » et qui perturbent le cours du temps et de l'histoire. Le site présente ainsi la fiction :

Depuis la création de la première machine à voyager dans le temps en 2124, les chercheurs et historiens ont réalisé de formidables avancées dans la compréhension de l'Histoire. Malheureusement, cette avancée technologique a été détournée par des « Pirates du Temps » qui n'hésitent pas à modifier le passé pour en tirer profit. Vous faites partie d'une unité spéciale dont la mission est de protéger l'Histoire des actes malveillants : ATLANTIDE.⁶⁰

⁵⁸ Cette section s'appuie sur le travail de Gwendolyn Garan

⁵⁹ <https://atlantide.io/>. (consulté le 13 septembre 2020) Le jeu semble avoir changé son intitulé récemment de *Atlantide.io* en *Atlantide agent*. Nous utilisons le premier nom pour tout ce qui concerne les données recueillies et le nouveau terme quand nous citons le site.

⁶⁰ <https://agent.atlantide.io/#first-feature> consulté le 13 septembre 2020

Incarnant un « agent secret voyageur temporel », les joueurs doivent rétablir l'Histoire car les Pirates du Temps en ont changé le cours. Pour y parvenir, les joueurs doivent se déplacer physiquement de lieux en lieux dans la ville mais aussi éventuellement d'époques en époques, à travers l'interface du jeu mobile. Le « présent » du joueur dans le jeu – situé en 2138 – apparaît avec une interface bleue, alors que le passé – quelle que soit la date – est marqué par une interface jaune. A chaque mission et en fonction des impératifs de celle-ci, après un temps en 2138, le joueur peut « voyager » à différentes époques.

Les créateurs d'*Atlantide.io* conseillent le jeu à partir de huit ans et invitent les joueurs à jouer en groupe de 3 à 5 joueurs en choisissant le niveau de difficulté afin d'expérimenter au mieux le dispositif.

Les missions sont conçues aussi bien pour un public averti que familial, chaque mission indique la complexité des énigmes et l'âge minimum recommandé afin de tirer un maximum de l'aventure⁶¹

L'idée ou l'intention des créateurs est de rassembler plusieurs personnes, famille ou amis, autour d'un seul téléphone afin de vivre une expérience conviviale et immersive et de discuter du jeu afin de trouver des solutions collectivement : « Un vrai moment de partage et d'échange ! Même si l'expérience peut se jouer tout seul... nous encourageons de jouer à plusieurs ! »⁶² Jouer à plusieurs permet de résoudre plus facilement les énigmes en partageant les connaissances de chacun. De fait, il n'est pas utile ni nécessaire d'avoir plus d'un téléphone pour réaliser une des missions proposées sur *Atlantide.io.*, même s'il est conseillé de ne pas être plus de 3 ou 4 par appareil.

Le principe du jeu consiste en effet à associer la technologie du téléphone qui permet, à travers le GPS, de guider les joueurs et de proposer des énigmes au fil d'un parcours dans le monde réel qui doit fournir les réponses aux énigmes.

Une fois la mission démarrée, celle-ci demandera à l'utilisateur d'activer la géolocalisation. Cette fonction sert à repérer les joueurs sur le territoire du jeu pour leur en signaler les limites en cas d'égarement et pour permettre les interactions avec les joueurs aux endroits ad-hoc pour le recueil des indices.

Le joueur est ensuite localisé dans le temps et l'espace de jeu par le dispositif qui lui précise dans quelle temporalité et lieu virtuel il se trouve à l'aide d'un écran contenant ces informations, comme ci-dessous.



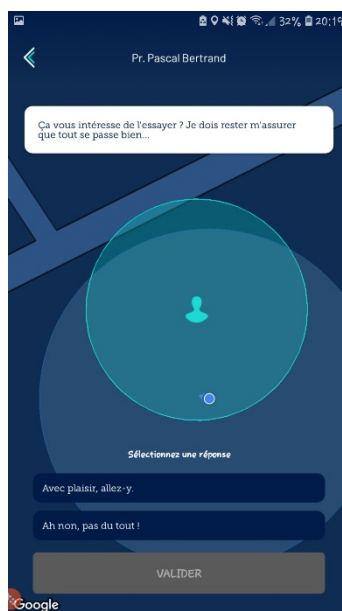
⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

Ensuite et selon les scénarios, les joueurs sont amenés de différentes façons au cœur d'*Atlantide.io* c'est-à-dire un jeu constitué d'énigmes. Cela peut se faire par la rencontre et un dialogue interactif avec un personnage non joueur comme Lucas, par une note explicative issue du dispositif ou bien en allant directement dans l'inventaire du dispositif qui rassemble l'ensemble des indices.



Le téléphone permet d'afficher le plan du périmètre dans lequel se déroule le jeu mais sans jamais afficher le parcours à suivre. Seuls des points apparaissent parfois pour donner quelques indications sur la localisation des indices à collecter afin de trouver les solutions aux énigmes.



Ces indices trouvés dans l'environnement physique sont à combiner avec d'autres indices disponibles sur le dispositif pour soutenir la résolution d'énigmes :

Au cours de vos enquêtes, vous collecterez des objets [virtuels] dont certains peuvent être bloqués par un code... Comment les ouvrir ? Il faudra faire preuve d'observation et de réflexion. Mais n'oubliez surtout pas que les réponses sont rarement sur votre téléphone !⁶³

En se déplaçant physiquement dans la ville, les joueurs sont amenés à faire apparaître sur l'écran plusieurs personnages non joueurs qui leur délivreront quêtes, énigmes et indices. Toutes les informations données aux joueurs sur ceux-ci sont incluses dans la narration, les dialogues ou les énigmes : « Vous devrez parfois échanger avec des personnages d'époque, plus ou moins connus. Toujours est-il que certains ne seront pas très loquaces... Votre talent d'agent sera mis à l'épreuve dans ses interrogatoires. »⁶⁴ Les personnages non joueurs peuvent se trouver sur les lieux découverts lors des énigmes ou apparaître au gré des pérégrinations des joueurs. Leur détection est une autre fonction du GPS qui s'ajoute à celle de maintenir ceux-ci dans le périmètre pré-établi mais non affiché du jeu.

Les ressources à disposition dans l'inventaire sont essentiellement visuelles. Il s'agit de cartes, de photographies, de cartes postales, d'illustrations, le plus souvent accompagnées d'une note explicative. Les joueurs peuvent cliquer dessus afin d'agrandir l'illustration pour mieux comprendre de quoi il retourne et observer les détails qui peuvent fournir de précieux indices. Certaines énigmes sont à tiroirs, en ce sens que des objets sont bloqués par des codes qu'il faudra débloquent en résolvant d'autres énigmes. D'autres indices sont à trouver dans l'environnement réel du joueur, sur des bâtiments. A l'aide de la caméra du téléphone portable, un dispositif de réalité augmentée permet d'avoir des informations réelles sur les monuments. Il est intégré dans la fiction sous le terme AMS : « Directement sorti des laboratoires de l'agence Atlantide, l'A.M.S. est un système qui vous permettra d'en savoir plus sur les monuments autour de vous lors de vos missions. »

La mission se déroule ainsi avec une alternance de déplacements de lieux en lieux, d'interactions avec des personnages non joueurs et de consultation des ressources disponibles dans l'inventaire en vue de résoudre des énigmes. Cependant, les créateurs d'*Atlantide.io* souhaitent minimiser l'usage du téléphone afin que les joueurs se concentrent davantage sur les interactions nécessaires à la résolution d'énigmes grâce à la collaboration afin de favoriser l'émulation. L'immersion est supposée passer par le collectif ; elle repose sur l'échange et l'entraide amenant les joueurs à résoudre des énigmes, en misant sur la collaboration de toutes les parties.

Dans son rôle de game designer, Romain Aymard a fait le choix de miser sur les apprentissages préexistants des joueurs afin de réduire les détails de son interface. Ainsi, pour faciliter la prise en main et se familiariser avec le dispositif et le va-et-vient dans le temps et l'espace à venir, les joueurs ont à disposition deux tutoriels nommés « missions d'apprentissage ». Ces tutoriels permettent de comprendre le dispositif, le fonctionnement des échanges avec les personnages non joueurs, les déplacements dans le temps et les soutiens à la résolution des énigmes à l'aide des ressources disponibles. Mais l'expérience montre que ces deux essais sont loin de permettre à tous les joueurs de pouvoir décoder l'ensemble des « allant-de soi » techniques.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

Conception

Atlantide.io est un jeu qui a été créé par une start-up Montpelliéraine regroupant quatre associés, à la suite d'expériences de jeu personnelles de son directeur. Depuis l'enfance, Romain Aymard est un passionné d'histoire – et de jeux – mais il explique ne pas avoir apprécié le système éducatif où l'apprentissage lui paraissait difficile et ennuyeux. Adulte, il est par ailleurs surpris de constater lors d'un voyage au Portugal, que ses amis en apprennent davantage sur l'Histoire lorsqu'ils sont « enfermés » dans un *escape game* que lorsqu'ils visitent la ville. Par la suite, il participe à un jeu de piste « grandeur nature » dont il perçoit les limites. Il observe que le caractère « ouvert », le fait d'être sans contrainte contrairement à un *escape game*, semble nuire au jeu car les joueurs – comme lui-même – finissent par manquer d'encadrement et de soutien dans leur expérience de jeu et abandonnent pour faire autre chose en ville. Avec *Atlantide.io*, il essaie de tirer bénéfice de ces deux expériences en cherchant à combiner la liberté de mouvement du joueur en extérieur et l'intérêt d'utiliser le jeu pour découvrir l'histoire d'une ville en l'associant à des mécaniques propres aux *escape games*.

La question du jeu : les dimensions ludiques et fictionnelles

Si le dispositif apparaît bien comme un jeu et est désigné comme tel sur le site et l'application, on voit cependant apparaître en sous-titre une seconde dimension avec les mentions « jeux de piste » et « ballades ludiques ». De la même façon, dans les médias, le dispositif est tour à tour présenté comme un « jeu mobile », un « *escape game* », ou encore un « *historical outdoor game* », mais aussi comme une « application touristique » ou « une découverte ludique du patrimoine » « à destination de joueurs curieux de l'Histoire et des touristes ». Le créateur explique avoir conscience que ce dispositif qu'il définit comme un « jeu » est peut-être mal présenté auprès des joueurs, en partie par manque de temps pour mettre à jour et standardiser la dénomination sur les différents supports. Mais il reconnaît aussi que ces multiples appellations recouvrent un aspect plus positif en renvoyant au champ du tourisme qui est plus favorable que le terme jeu pour obtenir des aides financières. « D'un point de vue business ça peut être intéressant. (...) Va expliquer à ces gens là que ce que tu fais, c'est du jeu, ça marche pas ! Faut appuyer sur les bons mots clés. »

Comme le montrent les sources d'inspiration du concepteur, la dimension ludique du dispositif était donc présente dès le début de la conception, en cherchant plus précisément à « proposer un cadre narratif et immersif » qui semblait avoir fait défaut dans l'expérience vécue du jeu de piste dans la ville. « Ce n'était que des énigmes, par association d'idées, de logique ou de réflexion ». Le concepteur cherche ainsi à « toujours garder le fil conducteur tout au long de l'expérience » en s'appuyant sur « un ressort scénaristique ». « On sait maintenant que ce qu'on doit produire c'est majoritairement des énigmes guidées [par une narration]. C'est avec ça que les joueurs se marrent le plus ».

« On veut faire un jeu déjà et se rapprocher d'une *escape* avec le versant immersif. » La proximité avec les *escape games* apparaît ici puisque les joueurs doivent résoudre des énigmes proposées par l'intrigue et collaborer entre eux à l'aide de leurs connaissances, compétences et des ressources à disposition. Mais, l'appellation ne semble pas totalement convenir. « Au début on parlait beaucoup d'*escape game* quand on parlait de *Atlantide.io*, mais on a vite arrêté car on n'en est tout simplement pas un. C'est plus marketing qu'autre chose. »

Une première différence tient à l'espace. Contrairement à l'*escape game* qui cadre le jeu dans des limites spatiales, dans *Atlantide.io* les joueurs ne sont pas dans un espace intérieur et restreint mais bien face à un espace extérieur sans limites. L'environnement physique

immédiat apparaît ainsi comme un terrain de jeu, de la même façon que pour une chasse au trésor ou un jeu de piste. Les joueurs trouveront dans celui-ci des indices qui complèteront ceux qui sont donnés par le dispositif. Mais, cette absence de limites constitue en fait une des difficultés pour le concepteur comme il en a fait l'expérience dans des jeux. « On a testé des jeux concurrents et on s'est perdu, ça provoque du stress, on est allé beaucoup trop loin physiquement. Alors que nous voilà, on permet de rassurer les gens et d'aller vers les joueurs. » Il s'agit de trouver des moyens pour baliser le cheminement ou au moins le périmètre dans lequel le jeu se déroule pour éviter que les joueurs ne se perdent. « Ainsi, tu vas avoir une intervention de la part du jeu qui va t'indiquer si tu t'écarter du bon chemin, ou qui peut provoquer aussi des twists dans le scénario en te disant de plutôt emprunter un autre chemin. » A l'inverse, le risque est de trop guider les joueurs, « ne pas faire "tu es là, tu vas là-bas" sans se poser plus de question ». Sur ce point, le développement de missions localisées dans des espaces restreints comme le parc d'un château rend la conception plus facile.

Le rapport au temps est aussi différent puisqu'il n'y a pas non plus de limite temporelle ni de chronométrage du jeu « On veut aussi pouvoir laisser à certaines personnes le temps de se balader et pas [de] les noter sur ça ; pour qu'elles s'approprient l'expérience, qu'elles jouent mais prennent le temps. » Ainsi, les joueurs peuvent à tout moment stopper leur progression et revenir sur celle-ci quand ils le souhaitent.

Enfin, la différence avec les *escape games* apparaît aussi au niveau du guidage direct des joueurs pour le déroulement du jeu lui-même. Là aussi c'est en soulignant les défauts de guidage de *Atlantide.io* que le concepteur souligne cette différence majeure ; « dans un *escape game*, l'aide du *gamemaster* est précieuse ; quand il le fait au bon moment, ça fait tout. » Le dispositif numérique se doit donc de trouver des moyens pour remplacer ces interventions en temps réel : « Notre travail, au fond, c'est de parvenir à ne pas rater certains coches, à distribuer les billes aux bons endroits et bons moments afin d'apporter cette expérience aux joueurs, d'apporter de la stabilité et de la cohérence tout au long de cette expérience ». Il s'agit de ne pas offrir « un panel de choix au joueur sans lui donner de clé sur la meilleure décision à prendre », de l'aider à trouver les indices pertinents au bon endroit au bon moment. Cependant, comme le concepteur le reconnaît explicitement, les interfaces du jeu ne sont pas forcément compréhensibles et accessibles à tous. « Notre aide de jeu est pourrave ; personne pour t'aider. Mais on le sait ; faut qu'on améliore ça énormément. » De fait, il n'y a pas véritablement d'aides disponibles ; il existe parfois une aide à la résolution d'énigmes – pas toujours limpide – mais le dispositif ne comporte pas de légendes explicites et ne propose que peu d'assistance au fil du jeu. Contrairement aux intentions, les joueurs peuvent donc vite être perdus à la fois dans l'espace réel et dans le jeu.

La dimension touristique

Afin d'améliorer au mieux l'expérience et l'immersion des joueurs, le concepteur fait régulièrement appel aux professionnels du tourisme en particulier les offices de tourisme :

On a également des retours très intéressants de la part de personnes dont le métier est lié à la visite touristique : des petits détails qu'on a, nous, appris sur le terrain et qu'ils ont pu nous confirmer/infirmes, comme par exemple l'importance de où débiter et terminer le jeu et du parcours à faire emprunter aux joueurs.

Les connaissances de terrain des acteurs du secteur touristique sont aussi intégrées pour optimiser les parcours parfois sur des aspects très pragmatiques tels que éviter de traverser des zones trop fréquentées ou prévoir des parcours moins exposés au soleil en été. Les

collaborations avec le monde du tourisme permettent aussi de faciliter l'accès à des potentiels joueurs, voire de soutenir économiquement la société productrice. En effet, certaines missions *Atlantide.io* sont financées par des offices de tourisme ou directement des lieux touristiques. Les partenariats sont constitués autour de projets initiés par les communes ou institutions qui cherchent à améliorer les expériences de découverte des lieux visités. Il s'agit alors d'une prestation versée à la société productrice pour mettre à disposition une offre gratuite. Dans d'autres cas, le partenariat consiste à proposer aux visiteurs d'un monument l'achat du jeu conçu pour compléter la visite classique comme dans le cas du château de Bran (Dracula, Roumanie). L'intérêt de la société est ici double : d'une part disposer d'un public captif qui peut à moindre frais ajouter une dimension ludique à la visite, d'autre part, assurer le marketing et la diffusion du jeu auprès d'un large public qui se compte en millions de visiteurs dans le cas du château de Bran. Un partenariat avec la Fondation du Patrimoine vient aussi compléter cet ancrage dans le monde du tourisme à la fois sur un plan économique (versement et subvention) et sur le plan marketing (sensibilisation, diffusion). Ces nombreux partenariats sont à l'origine de la visibilité du dispositif *Atlantide.io* au côté d'applications touristiques comme *Louvre Chatbot Guide* ou des applications de « balade-énigmes » comme *Paris Enigmes*. Si le concepteur y trouve un intérêt stratégique comme on l'a vu plus haut, il tient fortement à ce que ses utilisateurs puissent différencier son dispositif de celles-ci. Par les mécaniques de *gameplay*, il espère se détacher des parcours touristiques traditionnels qui se présentent généralement comme des parcours commentés sans dimension ludique ou fictionnelle.

Ce qui différencie justement un jeu vis-à-vis par exemple d'une application de balade, c'est que l'on va prioriser – en tout cas c'est notre état d'esprit et envie je pense – l'immersion et l'expérience du jeu et du joueur, plutôt que la quantité de contenu. [...] Alors que tu vois, une application touristique va plutôt te dire « on a toutes les informations formidables, on a un parcours qui vous montrera les points clés de la ville »

L'immersion qui fait converger *Atlantide.io* avec les *escape games* est en même temps ce qui en fait la spécificité par rapport à des dispositifs de visite plus classiques qu'ils soient ou non numériques. Pour des raisons de marketing, le concepteur cherche ainsi à collaborer avec le monde du tourisme mais tout en conservant un support qui rompt, selon lui, avec les formes touristiques habituelles. Il s'agit de prendre ses distances avec le parcours, la balade ou même le jeu de piste, et d'intégrer le support numérique sous une forme différente de celle du guide traditionnel.

Dimensions historique et éducative

C'est sans doute cette nuance qui fait dire au concepteur qu'*Atlantide.io* n'est « pas du tout un jeu de tourisme [même s'il] peut être utilisé par les touristes ». Si « une base un peu touristique » reste, l'intention première a rapidement évolué vers « la découverte de lieux et d'appréhender l'histoire d'un lieu en s'amusant ». Il s'agit bien d'apprendre en se promenant dans les lieux et monuments de la ville tout en faisant « en sorte que l'histoire perde le côté un peu mystique, chiant et poussiéreux pour en faire un truc fun ». Cette dimension apprentissage apparaît très clairement dès les premiers écrans d'*Atlantide.io* mais aussi sur les différentes plateformes où est mentionné le dispositif.⁶⁵

⁶⁵ Le site refait depuis l'enquête met encore plus explicitement en avant ce souci de la dimension historique au travers du sous-titre « L'Histoire doit redevenir accessible à tous »

Si *Atlantide.io* est « vraiment pensé comme un “jeu pour apprendre l’histoire en s’amusant” », la volonté du concepteur est de pouvoir proposer, à l’aide du numérique et de la dimension immersive, ce qu’il appelle du « contenu ludique de qualité ». Pour ce faire, la société a établi un partenariat avec l’Ecole du Louvre Junior Conseil⁶⁶ pour assurer la pertinence historique des contenus du jeu.

On leur dit qu’on a besoin de doc[umentation] sur Lyon contemporain ou la Croix Rousse, qu’on a besoin de cinq lieux, trois personnages historiques, et le détail/placement des informations sur une carte, et ils nous font un gros dossier exhaustif dessus avec ce cahier des charges.

C’est sur la base de ces éléments historiques que la société va construire son jeu en termes de *game design* mais aussi intégrer « de réels documents d’archives ».

Toute la difficulté réside dans ce transfert de l’information pour passer d’une dizaine de pages à quelques lignes ou indices dans le jeu « On extrait vraiment des micro-trucs, c’est chirurgical [...] La difficulté réside dans la gestion du texte : déjà tout seul à la maison, trop de texte ça “tue” l’expérience [de jeu], mais alors là, en extérieur et sur ton téléphone, ton ratio, tu divises tout par quatre ! » C’est une des raisons qui conduit les concepteurs à intégrer des contenus complémentaires facultatifs qui apparaissent en pointant la caméra sur des points de l’environnement et qui apparaît dans le jeu sous le nom d’ASM comme indiqué ci-dessus. La combinaison entre dimension ludique et dimension éducative et historique constitue ainsi un défi pour « parvenir à faire passer du contenu d’information, dans un temps limité, avec le moins de texte possible, en le rendant immersif... Le ratio est très dur à trouver. »

La dimension éducative est ainsi présentée comme une intention forte qui a pris le pas sur la dimension touristique. « On a souvent trainé ce côté touristique. Là on est plus dans un virage où on assume à fond l’EdTech comme je t’en parlais au début, sur l’aspect éducatif ». Les ressources et les appuis concernant les contenus permettent aussi au concepteur de parler « du contenu EdTech » pour désigner un des points forts de leur production. L’objectif d’obtenir le label EdTech⁶⁷ a manifestement été atteint puisque le logo figure sur la nouvelle version du site d’*Atlantide.io*.

Adressage et prise en compte du destinataire

En ce qui concerne les joueurs eux-mêmes, la société dispose de peu de données sur les profils des participants puisqu’elles proviennent uniquement des métriques des téléphones des joueurs et des commentaires laissés en ligne sur Google Play Store par exemple. Il apparaît ainsi que « 51% sont de joueuses » ou plus exactement que 51% des téléphones utilisés appartiennent à des femmes. Mais ces données ne disent rien du public réel qui joue du fait que le dispositif prévoit un fonctionnement par groupe autour d’un seul téléphone. En complément, les commentaires déposés montrent une forte présence de familles parmi les utilisateurs qui ont apprécié les missions d’*Atlantide.io* et leur aspect ludique.

En ce qui concerne l’accessibilité, si le site montre une sensibilité à cette dimension, dans les faits les personnes porteuses de handicap n’apparaissent pas. « Toute l’équipe est sensible aux

⁶⁶ Selon la présentation sur son site (<https://ecoledulouvrejuniorconseil.com/>), « l’École du Louvre Junior Conseil a été fondée en 2012 au sein de l’École du Louvre. Première Junior-Entreprise du secteur culturel, elle propose aux étudiants des missions rémunérées mettant en pratique les enseignements dispensés à l’École. » Consulté le 13 septembre 2020.

⁶⁷ EdTech est une association qui fédère les entrepreneurs français qui ont décidé de rendre la technologie et l’innovation utiles à l’éducation, à l’enseignement supérieur et à la formation tout au long de la vie <https://edtechfrance.fr/> Consulté le 13 septembre 2020

problématiques d'accessibilité et s'efforce de rendre nos expériences compatibles aux personnes à mobilité réduite. Si le terrain de jeu ne le permet vraiment pas, c'est indiqué dans l'application. »⁶⁸ Mais, le concepteur concède que cet affichage « est marketing [car] en fait on ne l'est pas du tout. » La société a cependant entrepris des démarches pour améliorer l'adressage à ces publics en obtenant une sorte de certification des parcours d'*Atlantide.io* par une start-up spécialisée en accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

Du point de vue de la réception, le concepteur souligne que les retours faits par les joueurs sont bons en général. « On a quand même une bonne satisfaction de la part de nos joueurs ; les gens sont contents globalement et on essaye de capitaliser là-dessus. » D'ailleurs *Atlantide.io* est noté 4,5/5 sur le Google Play Store. Mais la société se penche aussi sur les métriques pour essayer de cerner plus précisément différentes formes de participation. Elle cherche en particulier à préciser si « les gens jouent puis rejouent », s'ils « achètent des missions, » s'ils « font les missions d'apprentissage » Elle a ainsi des éléments qui montrent qu'environ un utilisateur sur deux va rejouer sur une autre mission. Par ailleurs, elle observe que la durée de vie du dispositif une fois installé dépend du nombre de missions proposées dans la même ville. Il est donc important qu'*Atlantide.io* puisse proposer plusieurs missions dans un périmètre restreint afin que le dispositif soit téléchargé, essayé, et qu'il survive à l'essai parfois gratuit de la première mission. Ainsi, on peut observer qu'*Atlantide.io* propose en moyenne deux à trois missions par ville.

La société reste à l'écoute de ces familles et des publics et essaie d'intégrer au mieux les retours des consommateurs et des partenaires. Le concepteur souligne cependant la tension qui apparaît entre le souhait de certains joueurs d'obtenir davantage de contenus dans les missions et ses conclusions sur le fait que ces ajouts de contenus nuiraient à l'expérience du joueur. Cette prise en compte des joueurs et l'équilibre dans la proposition de contenus s'appuie sur les retours et observations (déclaratif ou par des *playtests*), mais prend également en compte les commentaires et l'aide apportée par les agents de tourisme pour améliorer les parcours. Tout ceci concourt à améliorer l'expérience générale des joueurs et permet à *Atlantide.io* de continuer à progresser aussi bien en qualité qu'en diffusion.

Pour développer encore cette adéquation aux joueurs, le concepteur souhaite ajouter une dimension participative et interactive avec et entre les joueurs. Une piste simple consisterait à introduire la possibilité d'effectuer un selfie de groupe qui pourrait être partagé sur les réseaux sociaux. Ce dispositif permettrait d'ajouter « un côté social » à *Atlantide.io* qui semble faire actuellement défaut en comparaison à ce que proposent certains *escape games*. Dans une démarche plus complexe, les joueurs pourraient proposer du contenu par eux-mêmes, ou proposer des missions entières. De fait, depuis l'entretien, le site internet invite les utilisateurs à s'inscrire à la version d'essai « fermée » pour devenir testeur. De plus, dans la nouvelle version du site, une nouvelle offre est apparue sous l'intitulé « Atlantide Studio » qui propose de « créer des jeux en extérieur sur smartphone »⁶⁹. Il s'agit manifestement de mettre à disposition des joueurs/concepteurs les principaux supports d'*Atlantide.io* en donnant la possibilité de les adapter au lieu/terrain de jeu et goûts des utilisateurs. Si le concepteur constatait lors de l'entretien que le principe n'est « pas en phase avec [la] première idée d'apporter du contenu de qualité qui est certifié par des historiens », la nouvelle proposition est justifiée comme un outils pour s'intéresser à l'Histoire (comme eux). Mais, la dimension historique peut aussi être laissée de côté pour « simplement transformer la ville en terrain de jeux, utiliser l'architecture et les éléments visuels », rejoignant ainsi la dimension touristique précédemment écartée.

⁶⁸ <https://agent.atlantide.io/#first-feature> Consulté le 15 septembre 2020

⁶⁹ <https://studio.atlantide.io>

2. *Qui veut Marais T ?*⁷⁰

Qui veut Marais T. ? est un des jeux proposés par l'entreprise Quiveutpister qui décline son offre dans plusieurs villes à partir de plusieurs sites en réseau dont Quiveutpister Paris.

Les jeux de piste de Quiveutpister Paris permettent de découvrir des lieux connus et méconnus de Paris tout en s'amusant. Répartis en plusieurs équipes autonomes, les participants doivent retrouver des indices, résoudre une enquête et parcourir un itinéraire⁷¹.

Le jeu se réserve et se paie en ligne à partir du site Quiveutpister⁷² où les différents jeux proposés sont classés par date et par ville. Chaque jeu peut rassembler jusqu'à 50 personnes, regroupées en équipes de 2 à 6 personnes qui sont autonomes sur l'itinéraire. Lors de l'inscription le nombre de joueurs doit être précisé, mais les équipes ne seront constituées qu'en début de partie « selon les souhaits des participants ».⁷³

Pour mener à bien les analyses suivantes, l'enquête de terrain s'est déroulée en deux temps. Dans un premier, il s'agissait d'observer un groupe de quatre joueurs recrutés par relation ; Ces quatre joueurs se connaissaient entre eux comme c'est le cas le plus souvent des groupes d'amis ou des familles qui s'inscrivent sur ce site, mais ce n'était pas des proches de l'observateur. Il s'agit de deux femmes et deux hommes âgés de 25 à 30 ans dont une étudiante. Dans un deuxième temps, ces joueurs ont accepté de répondre à quelques questions à la fin de leur parcours de jeu au cours d'un entretien d'environ trois quart d'heure. En amont de ce travail sur l'expérience des joueurs, un entretien avait été réalisé avec un des salariés de l'équipe de « professionnels de l'encadrement, de l'évènement et de leur développement » comme il se présente lui-même. L'entretien avec Mathieu a duré environ une heure et a permis de découvrir un discours très argumenté sur les dispositifs, leur conception, leur organisation et ce qui les porte en termes de réflexion sur le jeu et le tourisme

Descriptif du jeu

Le but du jeu est de trouver l'identité des voleurs qui ont dérobé la mallette de Monsieur Thomas Marais tout en cumulant plus de points que les autres équipes. M. Marais et un homme assez riche qui voulait déposer des objets de valeur à la banque, car il avait entendu dire que quelqu'un comptait le voler. Des caméras de police le filment sur le trajet de sa banque, suivi par deux personnes. Sa banque étant fermée, il essaye une seconde banque liée à la sienne, mais se fait alors attaquer une première fois. La 2^e banque étant fermée elle aussi, M. Marais tente de rentrer chez lui en fuyant ses agresseurs. Mais ces derniers finissent par le rattraper et lui volent sa mallette. Les caméras suivent ces deux hommes jusqu'à ce qu'ils disparaissent.

Pour parvenir au but final, le jeu est divisé en deux parties. Il débute par un parcours d'une heure et demi et finit par un temps de réflexion par équipe d'une demi-heure destiné à résoudre l'énigme.

Les équipes avancent sur le parcours à partir d'indications qui figurent dans un « carnet de route » délivré par l'animateur en début de jeu. Le début du cheminement est présenté comme étant celui qu'a emprunté M. Marais le jour où il s'est fait volé, la fin étant celui des voleurs après qu'ils ont récupéré la valise.

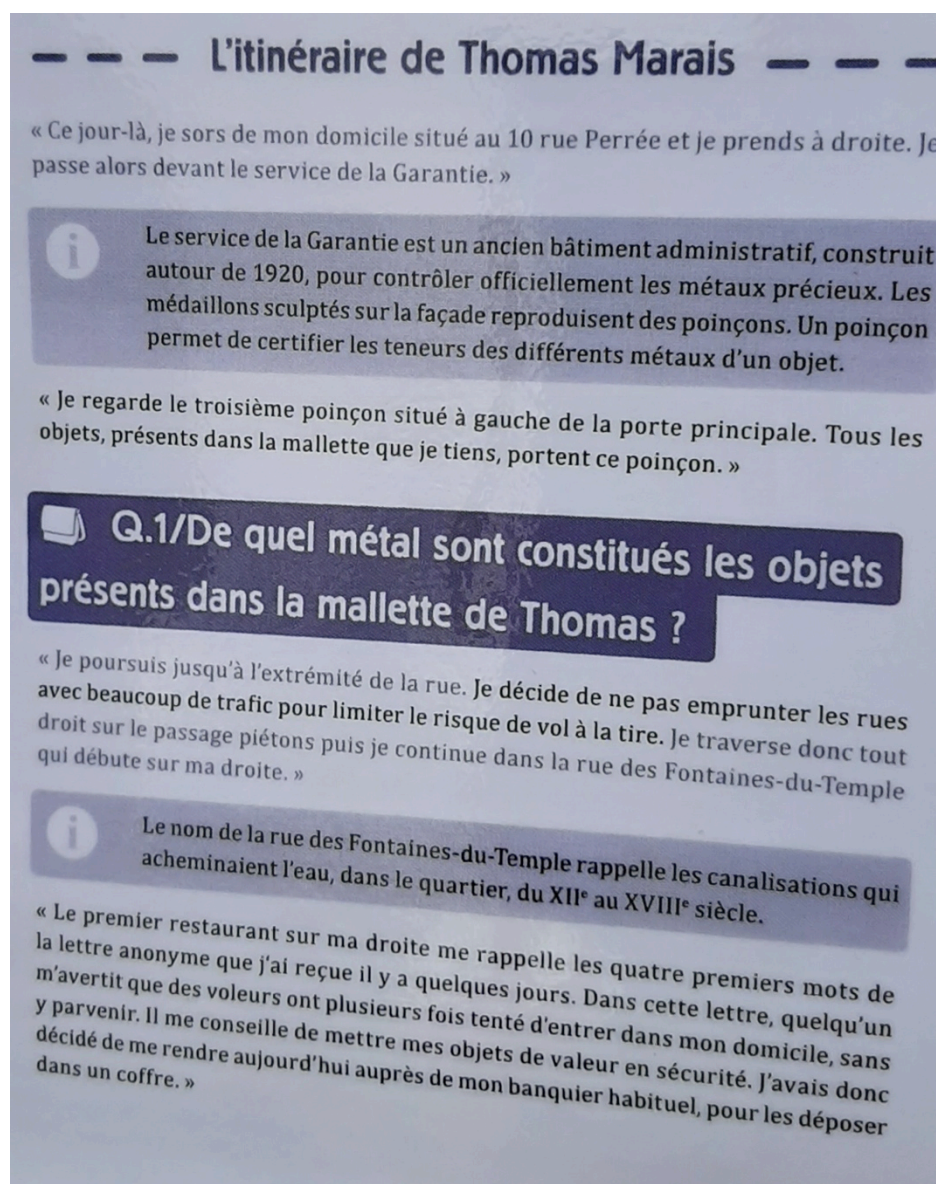
⁷⁰ Cette section s'appuie sur le travail d'Audre Guérin

⁷¹ <https://www.quiveutpisterparis.com/1-le-concept-html/>

⁷² <https://www.resa.quiveutpister.com>

⁷³ *Ibid.*

Comme le montre l'extrait ci-dessous, le carnet de route est le support principal du jeu. Il contient d'une part des informations explicites sur l'itinéraire à suivre. Celles-ci sont données sous une forme narrative se présentant comme des extraits de la déposition faite par M. Marais. Le carnet présente d'autre part des informations sur les lieux visités et les bâtiments que l'on peut voir sur le parcours. Ces données sont présentées sans relation directe avec l'histoire mais elles peuvent cependant aider à avancer dans le jeu. Ainsi une information sur les fontaines Wallaces permet de répondre à une question posée à propos d'une de ces fontaines. Enfin le carnet de route introduit une vingtaine de questions réparties tout au long du parcours. Celles-ci sont variées, mais toujours liées au décor urbain, rues, boutiques, panneaux et décorations que les joueurs vont croiser. Pour faciliter les aspects pratiques, chaque équipe dispose d'une feuille de réponse qui reprend les questions les unes après les autres.



Information sur le lieu devant lequel les joueurs passent

1^{re} question à laquelle les joueurs doivent répondre

Histoire prise de "La déposition De Monsieur Marais" à la police

Première page de texte du carnet de route.

Le carnet de route et la feuille de réponse se trouvent dans un sac distribué à chaque équipe en début de jeu. Les joueurs y trouvent également une loupe, des jumelles, et des feuilles plastifiées avec des indications pouvant aider à répondre à certaines des questions ; par

exemple, un document explique la signification des poinçons sur la façade d'un bâtiment. Le sac contient aussi la déposition de M. Marais et un carnet donnant des informations sur des personnes suspectées d'être les voleurs. Mais ces documents se révèlent utiles seulement lors de la deuxième partie du jeu et de façon en partie trompeuse.

La seconde partie du jeu débute dès qu'une première équipe arrive à la fin du parcours. Commence alors un compte à rebours d'une demi-heure puisque les équipes qui arrivent après voient leur temps de réflexion réduit d'autant. Le compte à rebours sert aussi à compter les points, la première équipe gagnant 20 points de bonus et les suivantes un point de moins par minute de retard, celles qui arrivent dans les dix dernières minutes n'obtenant ainsi aucun point.

Ce laps de temps doit permettre à chaque équipe de répondre à trois questions : « Quelles actions ont fait les voleurs ? », « A quoi ressemblent les voleurs physiquement ? » et « Qui sont les deux personnes qui ont volé M. Marais ? ».

Les joueurs sont guidés dans cette enquête par les deux documents présentés précédemment. Dans sa déposition M. Marais évoque plusieurs duos de personnes de sa connaissance qui semblaient s'intéresser à ses objets de valeurs et qu'il soupçonne donc. Ce sont ces duos qui sont présentés dans le petit carnet avec leurs caractéristiques physiques. En l'occurrence, pour ce jeu, il s'avérera que les coupables n'apparaissent pas dans ce carnet. Il s'agit en effet de ses neveux, des personnes qui apparaissent dans son histoire (on sait qu'ils sont venus à Paris pour le voir, et qu'il leur a parlé), mais que M. Marais ne soupçonnait pas. L'enquête s'avère ainsi plus compliquée qu'il n'y paraît et les joueurs peuvent se laisser influencer par des indices pas tout à fait fiables.

Dans ce déroulement, le rôle de l'animateur est assez limité puisqu'il est présent uniquement pour faire le briefing et débriefing.

Au début du jeu les joueurs le rejoignent au point de rendez-vous indiqué lors de la réservation ; pour ce jeu il s'agit de la mairie du 3^e arrondissement. Il note les équipes déjà constituées qui arrivent et propose éventuellement des regroupements mais sans jamais contraindre puisque le jeu peut fonctionner avec des duos. Il demande ensuite à chaque équipe de se choisir un nom, et note le numéro de téléphone d'un des membres pour pouvoir les appeler pendant le jeu en cas de besoin. Puis, il réunit toutes les équipes autour de lui pour donner les règles du jeu. Il explique le scénario et le système de points. Il précise bien qu'il n'y aura aucun acteur à qui parler sur le parcours, et que l'on peut l'appeler en cas de problème, mais que ça coûtera des points. Le parcours étant le même pour tous, le départ des équipes est organisé de façon échelonnée pour éviter trop de promiscuité entre elles et donc d'éventuelles tricheries par « copiage ». Pour décider de l'ordre, l'animateur propose une série d'énigmes sans aucun rapport avec le reste du jeu. L'équipe qui répond le plus rapidement à chaque fois a le droit de partir.

Pour le debriefing, à la fin de la demi-heure de réflexion, toutes les équipes se rassemblent autour de l'animateur et lui remettent les feuilles de réponses. Il prend un quart d'heure pour les corriger avant de commencer le débriefing. Il donne les réponses à chacune des questions, dans l'ordre du parcours. Puis, il donne le classement en commençant par les derniers. La 1^{er} et la 2^e équipes reçoivent des cadeaux. Enfin, pour finir, il organise une photo de l'ensemble des groupes, photo qui sera accessible sur le site internet.

Conception et développement du dispositif

Le dispositif *Qui veut Marais.T ?* est l'un des jeux de l'entreprise Quiveutpister, tous construits sur le même modèle. L'entreprise a été créée en 2009 par Guillaume Nanjoud. Elle a démarré avec trois jeux sur Paris ; elle en propose maintenant une quarantaine répartis dans

douze villes françaises mais aussi francophones puisque des jeux sont proposés sur Bruxelles et Genève.

L'équipe de Quiveutpister est principalement composée de personnes venant du milieu de l'événementiel et du tourisme. Ces salariés travaillent surtout sur la logistique autour des jeux et leur déroulement. Lorsque l'entreprise a besoin de personnes avec une qualification dans le game design, elle engage des travailleurs indépendants. Enfin, pour les animateurs des jeux de pistes, l'entreprise cherche surtout à recruter des étudiants. Néanmoins, comme semble le montrer la présence de Mathieu en tant qu'animateur du jeu lors des différentes observations réalisées, l'équipe de salariés participe aussi à l'animation.

Depuis les premiers jeux conçus par Guillaume Nanjout, le but de ces jeux de piste a toujours été de « dépoussiérer la visite touristique » (Mathieu). La création commence par un repérage des lieux que l'on souhaite faire découvrir aux joueurs, qu'il s'agisse de l'exploration de lieux très connus ou à l'inverse de la découverte d'endroits moins connus : « Des choses comme ça qui sont suffisamment insolites pour que même le Parisien, et même le Parisien de Montmartre puisse trouver son compte » comme l'explique Mathieu en référence au jeu *Mystère à Montmartre*. Ce repérage géographique s'accompagne de recherches autour de l'histoire, de la géographie ou de l'architecture, pour venir enrichir le jeu « pour avoir cet aspect culturel très... très fort » (Mathieu). C'est à partir de cette documentation que le parcours va être arrêté en tenant compte des indices qui pourront servir pour l'enquête des joueurs. « On a presque une notion de *game design* qui commence déjà à ce niveau là » (Mathieu). Des indices complémentaires sont alors recherchés sur le parcours en variant les registres (espace, personnages). C'est sur cette base que le scénario et les personnages sont créés autour d'une vingtaine d'indices retenus. Une dernière partie du jeu consiste à créer le contenu matériel autour du jeu, tels que de faux articles, et à ajouter des accessoires (loupe ou jumelles par exemple). Sur cet aspect, les concepteurs ont fait le choix – et le maintiennent malgré les évolutions depuis 10 ans – de privilégier les supports matériels au détriment des supports numériques. Le but est que les joueurs puissent profiter du jeu sans que leur attention ne soit prise par une application et les problèmes d'utilisation qu'elle peut impliquer. Les joueurs interrogés ont d'ailleurs apprécié ces supports papiers et objets, même s'ils ont regretté que le briefing n'insiste pas suffisamment sur ces outils qu'ils ont parfois découvert à la fin du jeu.

Quiveutpister considère que les jeux ont une durée de vie de trois ans environ. Au-delà de cette période, l'entreprise tend à les changer, soit de façon limitée en modifiant certains indices, soit de façon plus profonde en proposant une nouvelle histoire. Cela peut notamment permettre de s'adapter aux changements urbains qui peuvent occasionner la disparition de certains indices. Cela peut aussi permettre de revoir certains parcours afin de les rendre plus ludiques et dynamiques. Ces changements s'appuient notamment sur les retours des joueurs. Enfin l'entreprise peut aussi changer un parcours pour le rendre accessible aux personnes à mobilité réduite.

Le modèle économique de Quiveutpister repose sur trois axes. Le premier axe est l'animation des jeux pour le grand public. Les jeux sont présentés sur les différents sites internet de l'entreprise⁷⁴. Les groupes de joueurs peuvent alors y réserver des sessions en fonction des horaires proposés et dans la limite des places disponibles. Le plein tarif est de 14 € et le tarif réduit de 12 € pour les moins de 25 ans. Les joueurs se rendent sur le lieu du jeu à l'heure et la date indiquées, et jouent contre d'autres équipes qui se sont inscrites au même jeu sur le même créneau horaire. Ces créneaux grand public sont généralement proposés entre mars et novembre ou janvier, avec une pause hivernale. Le deuxième axe est la privatisation d'un jeu pour un *team building* d'entreprise. Ils peuvent s'organiser à partir de dix participants, et jusqu'à 300. L'entreprise doit régler un forfait complété par un coût de 14 € par joueur. Elle

⁷⁴ Ces sites sont consacrés à une ville : <https://www.quiveutpisterparis.com/> ; <https://www.quiveutpisterlyon.com/>

peut choisir le jeu et le créneau horaire. Les gagnants ont droit à des cadeaux plus importants que ceux proposés durant les parties grand public. Ces possibilités de privatisation sont proposées tout au long de l'année, sans pause hivernale. Des privatisations sont également proposées pour les particuliers, par exemple pour des anniversaires. Le troisième axe du modèle économique est situé en amont de la création du jeu. Il s'agit de partenariats entre Quiveutpister et des organismes publics ou privés, pour créer des jeux de piste en collaboration. Quiveutpister vient ainsi de lancer un jeu créé en collaboration avec la ville de Chartre. Sur ce même modèle, il y avait aussi jusqu'en avril 2019 un jeu autour de Notre Dame, créé avec Ubisoft, et lié au jeu *Assassin's creed unity*, qui se déroule entre autres dans Paris. L'incendie de la cathédrale a entraîné la fermeture du jeu. D'autres projets du même type sont en cours de création.

En termes de communication, l'entreprise se base surtout sur son référencement sur internet, et les commentaires donnés. Elle est aussi active sur les réseaux sociaux, et met le site internet à jour très régulièrement. Enfin elle compte également sur le bouche à oreille.

Territoire, tourisme et éducation

Comme on peut déjà le lire au travers du processus de conception, Quiveutpister propose avant tout une expérience touristique.

Alors le cœur, le moteur vraiment de Quiveutpister, c'est avant tout... vraiment de... faire de la visite touristique, voilà, de la rendre ludique, et du coup la réponse a été par l'enquête policière. (Mathieu)

Cette perspective apparaît aussi explicitement dans la présentation faite sur le site :

Les jeux de piste Quiveutpister Paris vous entraînent dans une expérience touristique et immersive inoubliable ! Découvrez et pénétrez dans les lieux secrets et cachés de Paris. Retrouvez-nous pour une visite insolite et immersive de Paris⁷⁵.

Cette dimension touristique est explicitement à l'origine du projet et s'inscrit dans un mouvement de renouveau des vacances comme le montre la référence du concepteur aux « 3 R Rupture, Retrouvaille, Ressourcement ».⁷⁶ Dans cette perspective, l'entreprise a développé ses activités dans neuf grandes villes françaises et francophones : Paris, Lyon, Genève, Bruxelles, Bordeaux, Lille, Strasbourg, Nantes, Marseille et Toulouse. Pour Chartres, le projet a d'ailleurs été conçu directement en partenariat avec l'office de tourisme. Le public visé est donc clairement un public de touristes, généralement en provenance d'autres régions françaises. L'entreprise a aussi commencé à traduire ses jeux en anglais pour un public étranger non francophone. Cet adressage aux touristes se traduit ainsi par l'incrustation dans le carnet de route d'encarts strictement touristiques et donc sans lien avec la narration et les enquêtes.

Les créateurs des jeux essaient de faire en sorte que le gameplay ne prenne pas le pas sur la visite. Les questions du carnet de route posées tout au long du parcours sont volontairement simples, pour que les joueurs puissent profiter du parcours. Les joueurs interrogés ont d'ailleurs ressenti cette facilité en particulier ceux qui considéraient avoir un mauvais sens de l'orientation. A l'inverse l'un d'entre eux a trouvé le jeu « trop simple » puisque seule une

⁷⁵ <https://www.quiveutpisterparis.com/>

⁷⁶ Il s'agit d'une proposition de Jean Viard (1998) repris par des entreprises de conseil en marketing comme on peut le voir par exemple sur le site <https://otfutur.lenord.fr/contexte-et-defis/nouveau-touriste-consommateur> (consulté le 12 février 2021)

question leur aura demandé une recherche plus approfondie. Pour aller dans ce sens de favoriser la dimension visite, si un groupe bloque sur une des questions, il peut la sauter sans que cela n'ait de conséquences importantes sur la réussite du jeu (une question sans bonne réponse c'est tout au plus un point en moins). C'est aussi dans ce but que l'organisation envoie le tracé du jeu à tous les joueurs dans les jours suivant la partie, leur permettant ainsi de revenir sur les lieux et refaire le parcours à leur rythme.

Manifestement, si l'on en croit les retours faits sur les sites, ce soin apporté aux parcours est apprécié par les joueurs, comme le souligne Mathieu qui indique aussi que 40% des joueurs sont des personnes qui reviennent pour une seconde expérience, voire plus. Les quatre joueurs interrogés partagent cet avis positif, alors même qu'ils ont un rapport aux visites touristiques et à l'intérêt des guides assez hétérogène. En effet, si deux préfèrent ne pas avoir de guide touristique, un l'apprécie pour une première découverte d'un site ou au contraire pour un approfondissement et un a une préférence pour les guides papier qui permettent d'avoir beaucoup d'informations tout en visitant à son rythme. Ils ont ainsi manifestement tous apprécié ce principe essentiel pour Quiveutpister de « permettre aux joueurs d'être autonomes pendant la découverte de la ville [...] d'être acteurs de leur visite » (Mathieu)

Ils ont tous souligné l'intérêt du parcours et notamment le fait qu'il sorte des sentiers battus, qu'il évite les monuments ou églises, pour se focaliser sur des détails remarquables du quartier, tels que le thermomètre géant, ou le marché des Enfants-Rouges. Ce niveau de détail laisse à penser à une des joueuses que les habitants du quartier ne connaissent sans doute pas toutes ces anecdotes. Paradoxalement, ce parcours atypique a aussi créé pour les joueurs, une sensation de proximité avec quartier, dans le fait de découvrir des lieux et objets cachés qui ne sont connus que par les locaux : « On avait l'impression, le temps de l'enquête, d'être un habitant du quartier » (un joueur).

Si la dimension de visite touristique proposée par le jeu a fait l'unanimité pour les joueurs interrogés, en revanche, la façon dont elle se mixe avec le gameplay ne les a pas forcément toujours convaincue.

Dimension ou caractère ludique

Les observations et l'analyse du dispositif lui-même mettent en évidence plusieurs des caractéristiques qui renvoient au jeu. *Qui veut Marais T. ?* apparaît comme une activité fictionnelle ou de second degré sans conséquence en ce qu'il propose un scénario autour d'un personnage et une enquête imaginaires. M. Marais n'existe pas et les participants n'ont rien à perdre. Par ailleurs, le déroulé tient en grande partie aux décisions que les joueurs doivent prendre pour trouver les réponses aux questions et identifier des coupables à partir des indices qui leur sont donnés. Enfin, l'incertitude est en partie liée à la présence de plusieurs équipes en compétition.

Comme l'indique déjà explicitement le nom de la société, *Qui veut Marais T. ?* est présenté sur le site plus spécifiquement comme un jeu de piste

Explorer, jouer, enquêter...

Un jeu Quiveutpister, c'est avant tout une (re)découverte d'un quartier de la ville dans tout ce qu'il recèle, du monumental au détail insolite. Un jeu d'exploration où il faudra se repérer et observer, tout simplement être le meilleur pisteur possible.⁷⁷

En lien avec l'objectif de découverte touristique qui est à l'origine des dispositifs, l'accent est ici mis sur la dimension d'exploration. Le joueur devient un « pisteur » qui devra mettre en

⁷⁷ <https://www.quiveutpisterparis.com/quiveutpister-lescape-game-en-exterieur-adapte-a-tous/>

œuvre ses compétences pour avancer le plus efficacement possible. Du point de vue des joueurs interrogés, Quiveutpister renvoie aux expériences de course d'orientation de leur enfance par cette dimension extérieure et repérage, mais tout en soulignant l'absence de carte et de boussole. Cette origine qui date d'il y a 11 ans à une époque où les autres références de jeu n'existaient pas, fait « finalement aujourd'hui de [nous] le leader en termes de jeu de piste » (Mathieu).

Mais ce même texte de présentation évoque aussi la proximité avec un autre type de jeu, les jeux d'enquête ou leurs dérivés grandeur nature plus modernes que sont les murder parties

Explorer, jouer, enquêter...

[...] Pour ceux qui préfèrent les murder parties et autres Cluedo, l'intrigue d'un Quiveutpister est avant tout policière. A vous de déceler la vérité qui se cache derrière le crime qui a été commis, son auteur et son motif. De quoi se plonger dans un roman de Sherlock Holmes interactif.⁷⁸

Les jeux Quiveutpister s'inspirent directement des enquêtes policières sur plusieurs aspects. La narration de *Qui veut Marais T. ?* est basée sur une histoire d'objets volés à retrouver. On suit l'histoire à l'aide de la plainte et des témoignages fournis à la police par M. Marais, et via des descriptions d'images de caméras de surveillance. On retrouve également des éléments de l'enquête policière classique dans les accessoires comme les jumelles ou la loupe, même si les joueurs interrogés ne se sont servis d'aucun d'entre eux lorsqu'ils ont joué. Mathieu explique que l'inspiration est plus directement liée à un jeu précis : « au début le but c'était vraiment d'avoir un peu cette forme de Cluedo à ciel ouvert autour d'une visite touristique » (Mathieu). La proximité avec ce classique des jeux de société tient en particulier à la partie « rapport d'enquête » (Mathieu) qui se déroule sur le second temps des jeux Quiveutpister et qui vise, comme au Cluedo, la résolution de l'énigme policière : « parmi les suspects, qui est coupable ? quel est son motif ? » (Mathieu) On retrouve ainsi la mécanique qui consiste à utiliser des indices dans une logique déductive pour résoudre une enquête.

En revanche, les modalités de mises en œuvre de cette mécanique diffèrent à plusieurs niveaux. Le rapport à l'espace réel et extérieur dans un cas, symbolique et fermé dans l'autre cas (plateau figurant le plan d'un logement), change la posture du joueur, mais surtout permet à Quiveutpister d'avoir cette dimension touristique essentielle. Paradoxalement, cette différence conduit à des modalités de déplacement qui sont plus fermées dans le jeu de piste puisque le tracé est préétabli et en quelque sorte imposé par le carnet de route, alors que dans le jeu de société les déplacements sont laissés au choix des joueurs. Dans le premier cas, le cheminement est guidé par la fiction – et par le souci de visite touristique – alors que dans le second cas, c'est l'enquête menée par chaque joueur qui guide ses déplacements.

La différence est in fine assez importante et organise les dispositifs de façon différente. Dans le Cluedo l'enquête sert de fil conducteur à tout le jeu avec une combinaison entre stratégies de déplacement, recueil d'indices et hypothèse/déduction. Dans Quiveutpister la recherche d'indices est fortement guidée, voire imposée, par un parcours spatial prédéterminé et par une scénarisation qui fixe le déroulement des étapes successives, renvoyant ainsi toute la partie réflexion/déduction sur un temps à part en fin de parcours. C'est précisément cette dissociation en deux temps qui a été soulignée par les joueurs interrogés. Ils ont en effet été unanimes pour trouver que la coupure entre la visite, et la résolution finale de l'enquête est assez brusque, d'autant plus que ces deux parties du jeu nécessitent des postures ludiques complètement différentes de la part des joueurs : « Tu t'attends à tout faire sur le terrain, et pas faire un peu du travail de bureau derrière. » (Une joueuse)

Un troisième type de jeux est évoqué dans le même passage de présentation du site :

⁷⁸ <https://www.quiveutpisterparis.com/quiveutpister-lescape-game-en-exterieur-adapte-a-tous/>

Explorer, jouer, enquêter...

[...] Mais que les fans d'escape game se rassurent, nos jeux de piste sont également riches en énigmes et en codes à décrypter, en accessoires à manier judicieusement, sans compter un mystère global à résoudre. Tout cela, en étant plus efficace que les autres équipes. La compétition peut être rude !⁷⁹

La référence aux *escape games* apparaît aussi dans les titres d'appel tels que « Quiveutpister, l'*escape game* en extérieur adapté à tous » en encore « Avec Quiveutpister, venez vous challenger dans un véritable *escape game* dans les rues de Paris ». Les joueurs interrogés ont aussi fait ce lien avec les *escape games* : « tu arrives dans un endroit et tu trouves des indices [...] Tu dois aller d'endroits en endroits pour trouver les indices en question » (un joueur). Cependant, tant pour les joueurs que pour Mathieu, la proximité est toute relative. L'un des joueurs souligne une différence liée à l'importance que prend « la manipulation des données » ou des objets dans un *escape game* et qui est absente dans *Qui veut Marais T. ?*

Mathieu reformule cette différence en expliquant que Quiveutpister est davantage dans « une logique qui va être d'enquête que mécanique ; voilà faut pas déverrouiller des choses. » On peut ajouter aussi une différence liée au mécanisme de gain qui renvoie à la compétition entre équipes dans un cas et au défi du chronomètre dans l'autre cas.

Pour Mathieu, l'expression « *escape game* en extérieur » n'est donc pas adaptée, même si elle est utilisée comme une référence parmi d'autres pour gagner en visibilité sur le marché des jeux grandeur nature qui se développent actuellement. Tout en soulignant l'antériorité des jeux de Quiveutpister par rapport à la vague des *escape games* et des jeux d'enquête grandeur nature, Mathieu reconnaît que ce phénomène de mode leur a servi de tremplin en créant un certain public dont ils ont « bien bénéficié ces dernières années ». Si leurs « grands rivaux resteront plus les *escape games* que les autres jeux de pistes », la taille importante des groupes accueillis leur permet de toucher un public plus large et la dimension jeu de piste appelle un public plus familial et moins expert en jeu.

En revanche, pour Mathieu, la distinction avec les jeux de rôle grandeur nature est assez explicite. D'une part, du fait de l'absence de personnages non joueurs, d'autre part du fait d'une inscription du jeu dans le présent et « non dans le passé ». Le scénario est construit autour « d'une enquête actuelle c'est-à-dire qui est en train de se dérouler ici en ce moment » (Mathieu) : M. Marais a perdu sa mallette il y a quelques jours et la cherche encore au moment où les joueurs enquêtent, ce qui permet à tout le monde de se projeter sans « effort d'imagination » (Mathieu).

Comme on l'a vu, dès les premiers jeux de Quiveutpister, il s'agissait pour le concepteur de donner une dimension ludique à la pratique touristique en utilisant le principe du jeu de piste. Tout l'art du concepteur consiste ainsi à trouver un équilibre entre ces deux aspects, visite et jeu.

Ils vont donc être amenés à observer, déduire, voilà, dans une partie du jeu pas trop complexe pour pas que... pour qu'ils profitent de la visite, mais suffisamment stimulante, hein, qui reste dans un certain *flow* (Mathieu)

Ce souci du *flow* et de l'immersion s'est manifestement renforcé avec les années du fait de l'expérience acquise par le concepteur et l'équipe.

On a de plus en plus amélioré notre game design, ce qui fait qu'aujourd'hui il est très probant et permet vraiment d'avoir cette promesse de...[jeu] ». (Mathieu) « Les mécaniques ludiques

⁷⁹ <https://www.quiveutpisterparis.com/quiveutpister-lescape-game-en-exterieur-adapte-a-tous/>

se sont améliorées, [...] les enquêtes sont de plus en plus construites [et montrent] une véritable progression [...] dans la qualité de [nos] intrigues.

Les sources d'inspiration évoquées sont très larges, des nouveaux matériels ou objets, aux jeux grandeur nature, en passant par les mécaniques de jeux vidéo ou de jeux de société. Mais les évolutions sont aussi directement en lien avec les publics. « Aujourd'hui on n'hésite pas à rajouter de plus en plus d'énigmes et de jeux puisqu'on voit que c'est aussi la demande un peu de la clientèle » (Mathieu). Cette évolution de l'offre permet d'attirer les publics de plus en plus nombreux « qui viennent pour le jeu » y compris les fans d'*escape game* qui y trouvent leur compte d'après Mathieu.

Mais sur ce point, les joueurs interrogés sont moins enthousiastes. S'ils ont globalement bien apprécié le dispositif dans sa dimension ludique, ils semblent moins convaincus par la partie résolution de l'enquête. Ils estiment que les indices donnés n'étaient pas assez logiques et solides et que certaines informations utilisées par l'animateur lors du débriefing n'étaient pas disponibles pendant le jeu. « J'ai l'impression que c'est très clair pour la personne qui a écrit le pitch, ce qui est normal, mais moi en tout cas, même quand j'ai eu la solution, je me suis pas dit "ah mais oui, bien sûr !" » (Une joueuse) Ces défauts ont produit chez les joueurs interrogés une certaine frustration, même s'ils ont malgré tout apprécié l'expérience, et en particulier sous ses aspects visite.

Dimension éducative

Etonnement, ni sur le site ni lors de l'entretien réalisé, la dimension éducative n'a été abordée. Ce n'est qu'en réponse à une question sur cet aspect lors de l'entretien que Mathieu a répondu en présentant cela comme une évidence « bah de toute façon si ! [...] Y a une volonté pédagogique qui est extrêmement forte d'ailleurs ». Le lien est alors fait avec la dimension touristique à partir de ce « postulat de base (..) de rendre la visite touristique attrayante, que ce soit au niveau de son histoire, de son architecture, etc. » Mathieu poursuit en insistant « ça va être vraiment de manière intrinsèque et ludique ». La suite permet de saisir qu'il s'agit en fait pour lui de valoriser les jeux de Quiveutpister en soulignant l'intrication forte entre les deux aspects que sont le tourisme et le jeu. « C'est pas juste de la gamification juste pour implémenter la visite, c'est presque un *serious game* en tant que tel. [...] C'est pas juste un événement ludique collé à la visite, c'est la visite qui fait partie aussi de l'intrigue ». La valorisation du jeu, par opposition à une intervention superficielle de type gamification, est ici très claire et elle sert à mettre en avant les apprentissages développés par les joueurs.

On voit que la rétention de l'information va se faire à travers des choses assez sympa, que ce soient les personnages, que ce soit la situation dans laquelle ils sont, que ce soient les lieux où sont commises les choses. [...] "ah je me souviens, y avait tel personnage et il lui est arrivé ça à ce moment-là" et les gens retiennent en fait grâce à ça (Mathieu).

C'est donc à travers le (véritable) jeu que la dimension d'apprentissage est présente : « si on prend de la gamification [...] vous allez augmenter votre taux de rétention de l'information de 50% ; un jeu sérieux bien construit, un *serious game* c'est 300% de rétention augmentée ».

Manifestement le discours sur la dimension éducative et ses liens avec les dimensions de tourisme et de jeu est très réfléchi et très élaboré en lien avec les théories sur le sujet. On peut donc s'étonner qu'il ne soit pas évoqué de façon spontanée. Peut-être est-il plus facile de vendre du tourisme que de l'éducatif au grand public.

Conclusion

Qui veut Marais T. ? s'appuie sur le principe sous-jacent à tous les jeux de Quiveut pister et se présente comme une enquête à mener en deux temps : un jeu de piste où les joueurs découvrent un circuit en ville en répondant à des questions, un temps de résolution de l'énigme à partir des indices trouvés sur le parcours.

Ces jeux sont d'abord pensés et conçus comme un dispositif touristique, avec un parcours de découverte. La conception débute par le tracé de ce parcours à partir d'investigations de terrain pour en établir la richesse culturelle et touristique, la narration et les questions ne sont conçues que dans un second temps à partir de ces éléments.

Du point de vue de l'expérience, la dimension touristique apparaît ici un point fort et originel de ces jeux. Le parcours permet de découvrir des lieux inconnus dans une ville, avec le soutien d'un carnet de route qui donne des informations, et une partie ludique simple qui n'accapare pas l'attention des joueurs. La dimension ludique initialement secondaire semble prendre de plus en plus de place dans la conception pour satisfaire les demandes d'un public de plus en plus joueur. Le vécu des joueurs observés conduit cependant à entrevoir deux aspects moins convaincants ; d'une part une faible cohérence au niveau de la construction de l'énigme et plus particulièrement de la pertinence des indices ; d'autre part une séparation forte des logiques de jeu qui sont développés en deux temps très distincts et qui nécessitent un changement complet de posture des joueurs, contrairement à d'autres dispositifs qui permettent de les entrecroiser.

Ces jeux se démarquent aussi nettement dans la façon de penser – sans la nommer – la dimension éducative, en introduisant le concept de *serious game* non seulement comme une référence, mais aussi comme un défi à appliquer pratiquement dans un dispositif pour parvenir à combiner les dimensions touristique et ludique.

3. Sous les passages couverts de Paris⁸⁰

Sous les passages couverts de Paris est un des jeux de piste proposés par Paris Ma Belle⁸¹ (sous-titrée « jeux et découverte »). Cette entreprise propose des jeux de piste et des tournois de pétanque et de Mølky (jeu de quilles finlandais) dans Paris. Elle se présente ainsi sur son site :

Passionnée de patrimoine et amoureuse de la ville, l'équipe de Paris Ma Belle vous propose de découvrir la capitale de façon décalée, à la fois ludique et captivante. Nos jeux de piste vous invitent à découvrir l'histoire, les anecdotes et les légendes des quartiers les plus emblématiques de Paris, et nos tournois de pétanque sont organisés dans les meilleurs spots de la capitale. Nous sommes convaincus que le jeu est le meilleur moyen de partager la richesse de notre ville.⁸²

L'équipe propose des jeux de piste qui s'adressent soit aux adultes (9 d'entre eux), soit aux enfants (3 d'entre eux). Les parcours adultes proposés dans différents quartiers de Paris sont : *La romance de la butte* (à Montmartre) ; *A la cour des miracles* (quartier du Sentier) ; *Le trésor du Marais* ; *Enquête au Père Lachaise* ; *L'Enquête des Halles* ; *Les îles au trésor* (Île de la Cité et Île Saint-Louis) ; *Sur la piste du vieux sage* (Quartier Latin) ; *Enquête à Saint-Germain* ; et *Sous les passages couverts* dont il sera question ici. L'équipe propose également trois parcours enfant (*Enquête de Vidocq au Palais Royal*, *Mystère de Notre-Dame*, *Le trésor du Luxembourg*)

Sous les passages couverts est une activité qui consiste à résoudre des énigmes tout au long d'une balade en intégrant une compétition entre plusieurs équipes. Chaque session peut réunir entre deux et sept équipes composées de 2 à 5 personnes. Les participants disposent d'un plan où sont indiqués de façon codée les objets à trouver afin de résoudre les énigmes pour gagner. Ce jeu où il s'agit de découvrir « les passages couverts de Paris au fil d'une véritable enquête de Vidocq ! » est introduit sur le site comme suit :

Nous sommes en 1825, un homme baignant dans son sang rampe sous les arches du Palais-Royal, vous accourez, prêt à recueillir ses derniers mots... 'itaaa'.... trop tard ! Qui est-il ? Que fait-il ? Qui l'a tué et pourquoi ? C'est ce que vous allez devoir retrouver ! Vous êtes les dernières recrues de la bande à Vidocq. Serez-vous les premiers à arrêter le meurtrier et faire vos preuves auprès du patron ?⁸³

L'analyse qui suit s'appuie sur l'observation d'une équipe recrutée en début de partie et sur l'entretien que les deux personnes nous ont accordé dans la foulée de cette expérience. Les données sont complétées par les informations disponibles sur le site de l'entreprise, même si celles-ci restent assez sommaires. Les entretiens qui étaient prévus avec une ou deux personnes de l'équipe conception et/ou animation auraient indéniablement permis de préciser les résultats en particulier sur les intentions du dispositif et son positionnement sur les dimensions touristique et/ou éducative.

Après nous être inscrites sur le site, nous avons rendez-vous square Montholon, dans le neuvième arrondissement à 13h45 pour un jeu devant commencer à 14 heures. Il s'agissait d'une journée froide mais sans pluie. Certains groupes étaient déjà arrivés. L'animatrice du jeu a demandé les prénoms des personnes présentes dans le square. Nous nous sommes présentées auprès d'elle ; elle s'appelle Silvia et anime ce jeu depuis 2017.

⁸⁰ Cette section s'appuie sur le travail de Majda As

⁸¹ <https://parismabelle.com/>

⁸² *Ibid.*

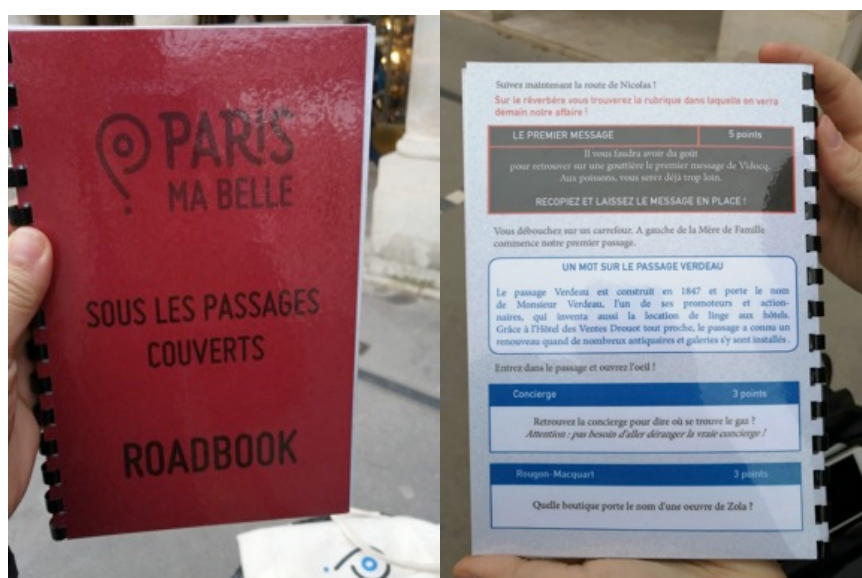
⁸³ <https://parismabelle.com/jeux-de-piste-adulte/sous-les-passages-couverts/>

Les équipes étaient déjà pré-établies au début du jeu, chaque personne s'étant inscrite à l'avance avec ses amis ou sa famille. Cette session impliquait sept équipes, quatre de cinq personnes, une équipe de quatre, une équipe de trois et une équipe de deux femmes âgées de 21 et 22 ans a accepté que nous l'observions.

Les équipes étaient composées d'adultes entre 20 et 50 ans. Les équipes où il y avait de jeunes adultes (entre 20 et 30 ans) étaient formées par des amis, des couples, ou des personnes de la même famille. Ils portaient des baskets, des jeans et des t-shirts ; notre hypothèse est que ces joueurs ont déjà une expérience des jeux de pistes et se sont préparés pour courir/marcher avec des vêtements légers et confortables. Certaines personnes étaient habillées de façon plus élégante, par exemple, le binôme que nous avons observé portait des chaussures en cuir et une des femmes portait des talons, un sac à main et était maquillée. Nous leur avons demandé leur accord pour les prendre en photo et elles ont accepté en disant : « On est particulièrement bien maquillées et bien habillées ».

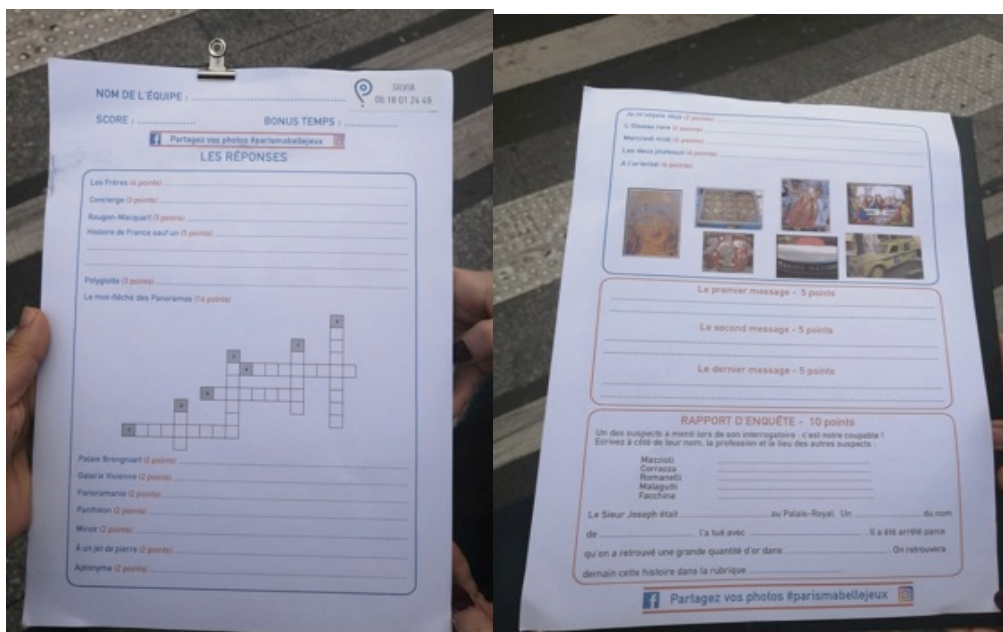
Pour commencer l'animatrice monte sur un banc du square où le rendez-vous a été donné et présente l'entreprise de façon rapide ; elle indique seulement que « Paris Ma Belle » propose des jeux de piste pour découvrir Paris, dont *Sous les passages couverts*. Elle explique aussi le parcours qui se déroule du square Montholon, dans le 9^e arrondissement, aux Colonnes de Buren au Palais-Royal dans le 1^{er} arrondissement de Paris.

Le jeu est conçu de façon à ce que les joueurs se déplacent dans des rues et des passages de Paris, en début de parcours, dans des espaces ouverts (squares, rues) puis dans les passages qui permettent des déplacements à l'abri de la pluie ou du vent. Ils doivent parcourir environ deux kilomètres entre le point de départ et le point d'arrivée indiqué préalablement. Le parcours est prévu pour durer environ deux heures, mais les joueurs peuvent prendre le temps qu'ils veulent car il n'y a pas de guidage temporel, ce qui peut poser problème comme nous allons le voir.



Lors de l'introduction, l'animatrice présente le cahier de route (voir les photos ci-dessus) qu'elle distribue à chaque équipe. Le cahier sera le guide du parcours ; il est organisé par missions et défis qui se hiérarchisent par couleurs, les grises donnent le plus de points, les oranges quatre points, les bleues entre un et trois points. Plus le nombre de points à gagner est élevé, plus la mission est complexe. Le cahier est accompagné d'une feuille de réponses (voir les photos ci-dessous) où les participants devront écrire tout ce qu'ils trouvent durant leur

parcours ce qui servira à faire le décompte final des points. Des stylos sont mis à disposition des équipes qui n'en ont pas.



L'animatrice donne aussi des indications logistiques : elle rappelle en particulier que, compte tenu de l'époque où se déroule l'intrigue, il n'y a pas de téléphone portable ni d'accès à internet. L'utilisation des portables est donc interdite et les joueurs doivent faire appel à leur sens de l'observation pour relier les pistes et élucider ce meurtre.

Cependant, elle fournit aux joueurs un numéro en indiquant qu'ils peuvent la joindre au cas où ils aient besoin de son aide ; le but du jeu étant de s'amuser, si un des défis ou une des questions est trop difficile, ils peuvent la contacter et elle sera disponible pour les guider. Il apparaît ainsi que l'animatrice a un rôle central lors du briefing mais elle n'intervient plus dans la suite du déroulement du jeu, à moins d'être sollicitée. En l'occurrence, l'équipe que nous avons observée n'a pas eu besoin d'indications complémentaires et l'animatrice n'a donc pas eu de rôle lors du parcours.

Lors de ce briefing, elle se présente sous son prénom réel ce qui indique qu'elle ne prend pas de rôle dans la fiction. Cependant, une fois l'explication technique faite, l'animatrice met en scène le jeu. Elle change l'intonation de sa voix et devient la narratrice du scénario du départ en lisant la présentation du jeu disponible sur le site internet et reproduite ci-dessus. Son rôle se limite donc à celui d'une animatrice. Elle n'est ni une *gamemaster* ni une comédienne qui participerait ainsi à la construction de la fiction. Il en résulte que si la fiction donne un contexte au jeu de piste, on ne peut parler pour autant d'une immersion dans un univers fictif, contrairement à d'autres jeux étudiés.

Au moment de partir à la recherche des indices, l'animatrice indique que l'ordre de départ des équipes sera déterminé par des questions à réponse unique ; le premier groupe qui lève la main répond, si la réponse est correcte il part en premier sinon, une autre équipe pourra répondre. « Quelle station de métro à Paris porte le nom d'une femme ? » est la première question posée par l'animatrice et la réponse – Louise-Michel – est donnée par l'équipe composée des deux femmes avec lesquelles nous allons participer ; nous n'avons donc pas vu la suite. Cette situation nous confirme le rôle d'animatrice en amont du jeu de piste lui-même et aussi en aval, comme on le verra plus loin.

Les participants sont plus ou moins attentifs aux indications de l'animatrice qui essaie de les faire participer en leur posant des questions :

Animatrice : Avez-vous déjà joué à ce jeu ?

Participants : Non

Animatrice : Avez-vous déjà joué à un jeu de piste ?

Participant 1 : Oui, nous venons du sud, on en a fait quelques-uns là-bas.

Animatrice : Ah alors vous êtes venus pour connaître Paris ?

Participant 2 : On veut parcourir Paris autrement (rires)

Cet échange nous permet de voir que certains joueurs participent pour découvrir Paris de façon différente. C'est le cas des deux femmes observées qui venaient de Bordeaux pour un stage à Paris qu'elles souhaitaient découvrir de façon originale. La dimension de découverte de l'espace, d'activité touristique est donc centrale. Cela correspond à un des objectifs de l'équipe de création selon sa présentation sur le site officiel :

Nous sommes convaincus que le jeu est le meilleur moyen d'apprendre et de partager la richesse de notre ville, et c'est en étant à la fois inventifs et passionnants que nous sommes à même de promouvoir son patrimoine.⁸⁴

Le cahier de route, fourni à chaque équipe reste le support matériel indispensable pour guider les joueuses observées. Elles l'utilisent constamment pour la recherche des indices, pour lire des consignes qui guident leur parcours ou pour revoir les indications. Elles le touchent, le lisent à haute voix pour partager les informations, le ferment, l'ouvrent, se le partagent dans le cas où l'autre veut le lire. Quant à la feuille des réponses, elles la plient, la gardent dans le cahier le temps qu'elles parcourent les rues (pour arriver d'un point à l'autre), elles prennent des notes, y compris quand elles ne correspondent pas à la consigne donnée. S'il n'y a pas assez de place pour écrire la réponse, elles sortent du cadre ou écrivent sur les bords de la feuille. Cela devient une feuille de brouillon, personnalisée en fonction de ce que les joueuses veulent écrire et pas tout à fait selon la logique de la feuille de réponses. Sans doute est-ce lié à l'absence d'autre feuille pour écrire plus librement.

Les deux personnes observées se sont immergées dans le jeu tout de suite. Le seul moment où elles sont sorties de l'ambiance du jeu a été quand une des deux a reçu un appel téléphonique qui a duré quelques secondes puis, elles se sont remises au jeu, toujours dans un esprit de collaboration et partage constant de leurs points de vue.

Les deux participantes se sont déplacées d'un point à l'autre toujours ensemble, en se distribuant l'observation « Toi tu regardes à droite et moi à gauche » de façon à voir les détails. Si elles ne trouvaient pas rapidement un indice ou ne voyaient pas comment résoudre l'énigme, elles revenaient en arrière. Toutes les deux recherchaient les informations potentiellement nécessaires pour reconstituer l'histoire. Si l'une voyait quelque chose d'important, elle appelait l'autre pour échanger afin de trouver la bonne solution. Bien que la règle du jeu bannisse l'utilisation du téléphone portable, à un moment du parcours, alors qu'une question destinée à compléter des mots croisés portait sur le nom d'un écrivain français, elles ont cherché la réponse à l'aide de leur portable faute de la trouver dans les indices du passage.

Les joueuses se sont aussi spontanément distribuées les rôles pour rechercher les indices : une des deux lisait les consignes dans le cahier de route pendant que l'autre prenait des notes sur la feuille de réponses. Les deux ont eu une posture très active dans la réalisation des tâches, même si l'une d'elle semblait prendre davantage les décisions par rapport à l'autre qui avait plutôt tendance à suivre sa partenaire. Ainsi par exemple, faute de trouver le dromadaire

⁸⁴ <https://parismabelle.com/qui-sommes-nous/>

demandé dans un passage, la première a décidé de continuer sans accomplir cette mission et l'autre l'a suivie.

En ce qui concerne la relation entre les groupes qui ont démarré le jeu à des moments différents, le trajet du parcours favorise les rencontres. Lorsqu'elles les croisaient, notre binôme n'a pas parlé aux autres équipes ; elles sont restées concentrées sur leurs feuilles. Mais manifestement le groupe de cinq joueurs, plus jeunes et plus démonstratifs dès le briefing, n'a pas hésité lui à interagir et même à aider d'autres équipes sans que cela n'empêche le maintien d'une ambiance de compétition entre elles. L'observation n'a pas permis de voir le fonctionnement des autres équipes. Cependant, nous avons observé que chaque fois qu'un groupe arrivait à un point d'énigme, les équipes déjà présentes se dépêchaient de partir comme pour protéger leur réponse et leurs discussions.

Les deux joueuses observées échangeaient constamment pour mieux interpréter les consignes, les énigmes. Elles partageaient des expériences de leur vie, elles riaient. Ainsi au moment où il a fallu identifier les personnages d'un haut-relief situé sur la façade du musée Grévin dans le Passage Jouffroy, pour trouver l'objet commun à trois des personnages, (voir photo ci-dessous), elles se sont posées des questions par rapport à ce qu'elles avaient vécu à l'école.



- Au lycée j'ai lu un bouquin sur des personnages emblématiques de la France...
- Attends ça me dit quelque chose, il porte un chapeau de guerre, il a une épée... regarde le symbole de sa veste...
- Peut-être c'est Napoléon ?
- Ouais, en vrai je ne sais rien de l'histoire française, la honte ! [Rires]

Ainsi, sur une grande partie du trajet, elles se sont montrées très à l'aise et enthousiastes, avec des commentaires comme : « Cool, c'est mon écrivain préféré, j'ai lu toutes ses œuvres » ; « Regarde c'est beau » en désignant des passages et des boutiques.

Cependant certains commentaires d'hésitation ou de doute montrent aussi des moments de frustration et de découragement qui se traduisent par un ralentissement du rythme du jeu. Des expressions comme « Je ne comprends pas », « trop dur », ou « difficile », montrent un sentiment négatif face à la complexité des défis proposés ; d'autres comme « je ne le trouve pas » ou « je ne vois pas », marquent la difficulté de trouver les indices sur le terrain ; d'autres encore comme « aucune idée », « je ne sais pas » ou « je n'avais jamais entendu

parler de cet écrivain » indiquent le manque de références personnelles associées aux situations énoncées dans le récit du jeu. On comprend ici que selon les joueurs l'expérience peut varier en fonction du degré de difficulté ou de satisfaction éprouvée pour résoudre les énigmes, mais aussi sans doute en fonction du plaisir lié à la découverte des richesses tout au long du parcours.

Si le jeu est prévu pour ne durer que deux heures, aucune contrainte concernant la temporalité n'a cependant été évoquée lors du lancement du jeu ; aucun horaire ne guide l'avancée des joueurs au fur et à mesure des énigmes et la durée n'est pas non plus limitée par l'animatrice en fin de jeu. Chaque équipe peut donc gérer son temps de façon totalement autonome. Notre équipe avait l'air calme, sans aucune pression pour finir vite ; ses deux membres cherchaient à bien accomplir les tâches et à découvrir les passages en regardant les boutiques, les objets qu'elles vendaient, les passants. Elles observaient beaucoup, sans doute du fait qu'elles ne sont pas parisiennes et qu'elles étaient là aussi pour découvrir comme elles l'ont explicité lors de l'entretien. Stimulées par la dimension de compétition posée en introduction avec les cadeaux accordés aux trois premières équipes, d'autant plus qu'elles ont été les premières à partir, elles se sont demandées ce que seraient les cadeaux. Elles ont terminé parmi les premières et ont obtenu le cadeau, des cartes postales de Paris. Au final, l'autonomie de gestion du temps laissée à chacun a conduit à un écart de plus d'une heure à l'arrivée entre le premier et le dernier groupe qui a terminé particulièrement tard. Ce fonctionnement est apparu problématique pour les joueurs puisque le dispositif prévoit un temps de débriefing en commun. Ce jour-là, une des équipes a demandé à commencer ce temps après plus d'une heure d'attente.

Lors du debriefing, l'animatrice commence par faire un rapide bilan avec les équipes en demandant aux participants comment le jeu s'est passé, s'ils ont pu compléter les énigmes ou faire toutes les activités. Après avoir récupéré les feuilles de réponse, elle revient sur les étapes du jeu telles qu'elles sont indiquées sur la feuille. Elle pose quelques questions mais elle s'intéresse surtout aux réponses écrites pour faire le comptage des points. C'est l'occasion de donner la solution des énigmes :

Animatrice : Ensuite on avait Henri IV avec son arme, Louis XIV le roi aaaah peut-être le plus connu, les fleurs de lys de la monarchie et puis on avait à côté de lui le cardinal de Richelieu, le salon de l'église avec... rouge et puis on avait Napoléon. Et... en face de lui son épouse Joséphine, Joséphine on peut la reconnaître parce qu'elle portait une robe en style empire dont elle a lancé la mode c'est vraiment elle avait l'éventail, Et.... finalement le petit enfant ; on me disait « histoire de France sauf un », donc ça veut dire qu'il était le seul qui n'était pas français c'était qui ?? [elle interroge les joueurs]

Un joueur : Mozart

L'animatrice : Mozart !

Les autres joueurs : aaaaahhhh !!

L'animatrice : voilà

Une fois l'ensemble des énigmes passé en revue, elle annonce le score de chaque équipe « alors le score le plus bas c'est quand même 82,5 sur 100, c'est vraiment pas mal ». Elle fait applaudir les trois meilleures équipes qui reçoivent des cartes postales en noir et blanc de célèbres monuments de Paris.

La crise sanitaire n'a pas permis d'aller plus loin que cette simple observation. Ni les créateurs ni les participants n'ont pu être interrogés. Ce jeu est bien revendiqué par ses concepteurs comme un jeu de piste qui apparaît comme un parcours qui conduit d'une énigme à l'autre de façon à trouver l'étape suivante. Comme le site l'indique nettement il s'agit d'apprendre en s'amusant et de découvrir de façon originale la ville.

Chapitre 5 : Pister le jeu dans les dispositifs ludiques d'exploration

Construite à partir de six cas choisis pour constituer un échantillon diversifié mais aussi de façon plus pragmatique en fonction des réponses favorables des structures qui ont conçu ou gèrent ces dispositifs, cette recherche nous a permis de découvrir un univers de propositions largement méconnues par la recherche sur le jeu qui semble avoir plutôt regardé du côté des *escape games* ainsi que des jeux proposés par les musées, mais plus rarement ces jeux d'exploration à l'extérieur. Seuls des dispositifs éducatifs inspirés du jeu de piste semblent être étudiés dans la littérature sans que la question du jeu ne soit vraiment prise en compte (par exemple en français Vieux, 2012). Ces dispositifs sont cependant l'objet de présentations et discussions dans le cadre du tourisme, mais il s'agit largement d'écrits de professionnels et il ne semble pas que les jeux de piste aient été l'objet de recherche même si des professionnels peuvent développer des réflexions tout à fait intéressantes. Nous n'hésiterons pas à les mobiliser dans ce chapitre de synthèse qui a pour but au-delà des six cas présentés dans les pages qui précèdent d'en saisir les enjeux du fait d'une relation complexe entre divertissement, jeu, tourisme et éducation, mais aussi pour contribuer à penser le jeu dans un contexte marqué par le succès de la notion de gamification qui sera notre point de départ. En effet une majorité de nos cas (4 sur 6) cible les touristes en mettant du jeu dans la visite touristique et la littérature que nous évoquerons présente de nombreux jeux de piste liés au tourisme.

Gamification et jeu dans le tourisme

Gamifier le tourisme

Les relations entre jeu et tourisme semblent être pensées aujourd'hui à travers le prisme de la gamification dont nous montrerons qu'il est peu adapté pour analyser les dispositifs choisis. Témoin en est la très récente livraison de la revue *Espace loisirs et tourisme* (n°358, janvier-février 2021) dont un des deux dossiers a pour titre « Gamification. Le tourisme se prend au jeu ».

En effet le tourisme a été touché par le succès de la notion de gamification qui s'adresse particulièrement aux activités commerciales qui mettent au centre la question de l'expérience, or tel est le cas des pratiques touristiques. Selon Deterding et al. (2014 [2011]) « La gamification est l'usage d'éléments de *game design* dans des contextes non ludiques. ». Le résultat de la gamification est donc un dispositif – c'est-à-dire du côté du *game* plus que de celui du *play* comme son nom l'indique clairement – qui utilise des éléments provenant du design des jeux vidéo sans pour autant en faire un jeu. Ce terme témoigne ainsi de l'influence du jeu vidéo sur le design d'autres dispositifs, sensée produire une expérience originale, mais plus encore une motivation pour se livrer à certaines activités qui justement ne sont pas des jeux (car à l'évidence il n'est pas utile de gamifier un jeu). Mais l'ambiguïté réside dans le fait que loin d'être une notion utilisée dans le cadre d'un discours académique, elle a connu un grand succès en tant que technique de marketing et l'on ne peut demander aux personnes engagées dans cette activité de comprendre la différence entre gamification et conception ou mobilisation d'un jeu. Sous ce terme circulent ainsi des discours confus dans la mesure où ils visent des pratiques fortement hétérogènes que des chercheurs ont repris souvent sans critique

en développant un discours autour de l'idée d'une ludification (du côté du *play* cette fois) de la société (Brougère, 2021).

Un des articles de la revue évoquée ci-dessus va bien dans ce sens à commencer par son titre « La gamification, un outil marketing puissant encore sous-employé » (Noir, 2021, p. 20) et l'auteur présenté comme le « dirigeant fondateur de Clic&Gain » (p. 20) reprend à sa façon la définition évoquée ci-dessus : « On définit aujourd'hui la gamification comme l'utilisation, dans un contexte de non-jeu, de mécanismes empruntés au jeu afin de faciliter l'engagement de l'utilisateur » (p. 21). Il souligne la relation ancienne (avant le terme même) du tourisme avec la gamification.

Le secteur du tourisme a été l'un des premiers à utiliser les techniques de gamification, avant même que le terme n'existe ! En effet, les programmes de type « frequent flyers » mis en place par les compagnies aériennes dans les années 1970, puis copiés par certaines chaînes hôtelières, peuvent être considérés comme des programmes de fidélisation « ludifiés » compte tenu des mécaniques utilisées. On y trouve les éléments de base de la gamification : un cumul des points en fonction des miles parcourus, ce qui permet au client d'atteindre des niveaux différents (l'équivalent des badges) ; des avantages de plus en plus intéressants en fonction du niveau atteint par le client, qui récompense son engagement vis-à-vis de la compagnie. C'est une gamification simpliste qui s'appuie essentiellement sur une motivation dite extrinsèque.

Effectivement la littérature sur la gamification évoque souvent ces programmes des compagnies aériennes comme une forme, certes élémentaire, de la gamification. D'autres utilisent cet exemple pour montrer la faiblesse d'un concept qui renverrait à une « pointification » (Bogost, 2014). Cet exemple a l'intérêt cependant de dévoiler toute l'ambiguïté d'une notion qui semble parfois se détacher de toute analyse du jeu. On trouve très vite l'erreur : ce n'est pas parce que certains jeux (non tous, ce n'est pas un critère nécessaire pour faire un jeu) utilisent un système de points qu'ajouter un dispositif de distribution de points fait d'une activité un jeu. En effet la caractéristique du jeu est de recycler des éléments empruntés au monde hors jeu car il n'a pas de contenu spécifique, ce qui fait jeu étant le rapport à ce contenu (Brougère, 2021). En reprenant les points, on ne fait que retrouver un mécanisme que le jeu a emprunté au réel. On n'utilise rien de spécifique au jeu. Il faut alors voir du côté de l'expérience si compter les points peut rendre possible une expérience ludique, produire un joueur. Mais qui a vu les passagers d'un aéroport utiliser leur carte de membre d'un programme de fidélité a bien du mal à trouver les traces d'une attitude ludique.

Un autre aspect qui permet d'associer directement le tourisme à la gamification est que celle-ci est très largement liée aux développements de nouvelles technologies numériques, en particulier celles relatives à l'usage du téléphone portable. La mobilité et la géolocalisation sont effectivement deux techniques qui prennent sens dans une pratique touristique marquée à la fois par la mobilité et la localisation, c'est-à-dire le fait d'entretenir une relation forte avec un lieu, le plus souvent éloigné de son lieu d'habitation, qu'il s'agisse de le visiter ou de profiter des divertissements qu'il offre.

Cette appétence du tourisme apparaît dans l'ouvrage que Paul Bulenga et Roman Egger (2015) ont consacré à la gamification dans le tourisme. Mais on s'aperçoit que le jeu est secondaire et que l'idée centrale renvoie à l'expérience : le tourisme est affaire d'expérience (créer et vendre de l'expérience), le *game design* est du design d'expérience (ludique), il s'agit de reprendre des éléments pour enrichir cette expérience et la rendre mémorable (avec une relation à la théorie du *flow*). Derrière la gamification il s'agit moins de jeu que de reproduire le type d'expérience que l'on peut atteindre avec le jeu. En effet parmi les très nombreux exemples cités on ne trouve que deux jeux, l'un est un guide (Whai Whai) qui

propose des jeux de piste dans différentes villes (p.88), l'autre un jeu de geocaching, soit une chasse au trésor utilisant la géolocalisation (p. 108).

Jeu et tourisme

Le problème de ce discours sur la gamification est qu'il noie les jeux dans une multitude de procédés qui s'inspirent plus ou moins des jeux vidéo, ou cherchent à produire une « expérience optimale », concept introduit par Mihaly Csikszentmihalyi. Cependant, il faut rappeler que, si l'auteur l'a construit à partir d'une réflexion sur le jeu, il ne le réduit pas à ce type d'activité (Brougère 2005, 2021) et analyse nombre de situations qui ne sont pas des jeux, ni même des dispositifs gamifiés. Au-delà du discours sur la gamification, la question que nous avons posé concernant ces dispositifs est de savoir s'il s'agit de jeu et en quoi ils relèvent du jeu. Si la réponse est globalement positive, elle peut être nuancée quand on étudie de plus près les mécanismes et la façon dont les joueurs ont vécu l'expérience.

Dans le même numéro d'*Espace loisirs et tourisme* Laurence Audabram (2021), présentée comme « directrice de clientèle, Inconito, agence de communication digitale », propose sous forme de boutade un renversement intéressant de ce questionnement sur les relations entre gamification et tourisme :

On parle généralement de gamification du tourisme, mais n'assiste-t-on pas, à l'inverse, à la « touristisation » du jeu ? [...] Je pense notamment à tel jeu commercial qui permet de se promener dans le Paris médiéval ou à tel autre qui fait déambuler le joueur dans la Venise de la Renaissance : dans les deux cas, c'est bien le jeu qui s'appuie sur la visite touristique, et non le contraire. En réalité, le mouvement est double : le virtuel et le réel s'alimentent mutuellement (p. 37)

Certes elle évoque les jeux vidéo qui proposent ce type de visite comme contenu thématique. Mais on peut se demander si les jeux de piste étudiés ne sont pas des structures ludiques qui se nourrissent d'un contenu touristique (tout au moins quatre d'entre eux) ce qui permet de cibler les touristes, mais d'autres contenus moins liés au tourisme peuvent tout autant être présents comme deux jeux parmi les six le montrent. C'est à la fois évoquer la relation avec le tourisme, mais tout en préservant une certaine autonomie qui renvoie à une logique de jeu.

C'est précisément ces combinaisons et dynamiques entre jeu de piste et tourisme qui vont être l'objet de cette analyse transversale. Il faut donc analyser ces jeux qui relèvent plus ou moins de la définition du jeu de piste selon Wikipedia : « Un jeu de piste est un jeu qui consiste à chercher, sur un itinéraire balisé par le meneur de jeu, des indices sous la forme de signes ou de messages écrits qui permettent d'avancer progressivement vers un but inconnu par les joueurs. »⁸⁵ Si certains jeux sortent un peu des limites sous-jacentes à cette définition, ils relèvent bien du jeu.

Un autre numéro, plus ancien (n°305, 2012) de la même revue *Espaces tourisme et loisirs* permet en effet de saisir l'importance de ces jeux de piste, en particulier pour le tourisme ou des loisirs qui en sont proches, ceci à un moment historique important marqué par le développement du téléphone portable et de ses applications, les auteurs se demandant si un tel intérêt pourrait être durable. Ainsi l'introduction du numéro met bien la question du jeu au centre :

Le jeu est un moyen d'enrichir l'expérience du visiteur et de valoriser autrement la destination, que ce soit avec ou sans technologie, en ciblant la clientèle des enfants, des familles ou des jeunes... Bien utilisé, il est à la fois un outil d'animation, de communication et de valorisation de la destination. Si bien que l'on peut se demander s'il n'est pas en passe de devenir un « accessoire »

⁸⁵ https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_de_piste Il est significatif que l'on ne dispose pas d'autres sources pour proposer une définition du jeu de piste.

indispensable de la découverte du territoire, au même titre que la brochure ou la visite guidée... (Desvignes, 2012, p.7)

Ce texte qui date d'avant la diffusion du terme de gamification et de la confusion qu'il a entraîné nous indique bien que le jeu, comme c'est le cas dans les musées, devient un élément essentiel de médiation mais aussi de captation des publics. En effet avec le jeu c'est non seulement une activité qui est mise en avant, mais aussi une image, des valeurs liées au divertissement ainsi que le modernité avec le développement des applications. « Ces initiatives permettent de compléter une palette inattendue de modes de découverte du territoire. Les parcours ludiques sur *smartphones*, par exemple, renouvellent les vieilles ficelles de jeux de parcours. » (Giambasi et Seel, 2012, p.11). Plus loin les mêmes autrices soulignent l'adéquation entre le jeu et la découverte d'un territoire : « le mot "découverte" est particulièrement bien adapté à l'approche ludique. Contrairement aux approches plus classiques dans lesquelles le territoire se raconte, le jeu propose une approche active. Le visiteur devient acteur. Le territoire devient décor de jeu. » (p. 13)

C'est bien cette question du jeu que nous allons traquer comme cela découle clairement de l'entretien avec un responsable de *Qui veut Marais T. ?* : « C'est pas juste de la gamification juste pour implémenter la visite, c'est presque un *serious game* en tant que tel. [...] C'est pas juste un évènement ludique collé à la visite, c'est la visite qui fait partie aussi de l'intrigue ». Il est intéressant de noter que la question de la pédagogie renvoie à la question du jeu. Si le jeu a de l'effet c'est parce que c'est un vrai jeu (un jeu sérieux ou proche du *serious game*) et non une gamification qui reste superficielle. C'est à travers le jeu que la dimension d'apprentissage est présente selon la personne interviewée. Le jeu va permettre de mettre en relation tourisme et apprentissage, ce qui ne serait sans doute pas le cas d'une simple gamification. Qu'apporte donc au tourisme la construction d'un véritable jeu ?

Différences et similarités des dispositifs analysés

Avant de voir en quoi et comment ces dispositifs sont (font) jeu, il importe d'analyser en quoi ils sont similaires et en quoi ils diffèrent, montrant ainsi une diversité de façons de faire jeu. Le point commun à ces jeux est d'être un parcours qui implique la résolution d'énigme. Si cela est un peu moins vrai pour *The Livre Thriller*, ou si cette dimension y est moins centrale, elle reste présente ce qui associe ce jeu aux autres. Il est cependant caractérisé par sa dimension hybride liée à une logique différente des autres jeux de l'échantillon, le rapprochant du théâtre immersif, une partie importante du jeu se déroulant à l'intérieur. On peut le mettre en relation avec la présentation proposée par Wikipedia :

Un nouveau type de jeux de pistes immersifs, à mi-chemin entre jeu de piste, chasse au trésor et production de théâtre immersif a vu le jour depuis quelques années. Il existe plusieurs appellations anglo-saxonnes pour ce genre de jeux, notamment : "*Theatrical Scavenger Hunt*", "*Live City Game*",...⁸⁶

Le tableau ci-dessous permet de présenter les différences et les similarités entre les six dispositifs étudiés :

⁸⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_de_piste

Dispositif Caractéristiques	<i>Opération Mindfall</i>	<i>Street Art</i>	<i>Sous les passages</i>	<i>Atlantide</i>	<i>Qui veut Marais T. ?</i>	<i>The Live Thriller</i>
Parcours guidé	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Marginal
Enigmes	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Géolocalisation	Oui	Non	Non	Oui	Non	Non
Fiction	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui +
Application	Non	Non	Non	Oui	Non	Non
Prêt de matériel	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Oui
Réalité augmentée	Oui	Non	Non	Oui	Non	Non
Guide humain	Partiellement	Oui	Non	Non	Non	Non ⁸⁷
Comédien	Non	Oui	Non	Non	Non	Oui +
Chasse au trésor	Non	Oui	Non	Non	Non	Non
Décor/intervention	Non	Oui	Non	Non	Non	Oui+
Public visé en priorité	Familles	Enfants	Adultes	Adultes	Adultes	Adultes
				Familles	Familles	
Jeu en équipe	Oui	Oui	Oui	Conseillé	Oui	Oui
Temps limité	Oui	Non	Non	Non	Oui	Non ⁸⁸
Compétition ⁸⁹	Non	Non	Oui	Non	Oui	Non
Touristes ciblés ⁹⁰	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Non

Au-delà de la question centrale du parcours évoquée ci-dessus, le tableau montre que les points communs relèvent pour le reste de la présence dans tous les dispositifs de la fiction qui renvoie à la dimension de second degré essentielle au jeu tout en s'articulant à celle de la décision (liée aux énigmes pour l'essentiel) (Brougère, 2005). On notera également l'importance du jeu en équipe qui met au centre la coopération, parfois (deux cas sur six) associé à la compétition entre équipes. Il s'agit donc de jeux de piste coopératifs dans un cadre fictionnel.

Les différences renvoient tout d'abord à la dimension technique, qu'il s'agisse de la possibilité de télécharger une application (*Atlantide* dans notre échantillon) ou au prêt d'une tablette (*Opération Mindfall*). Dans ces deux cas, la géolocalisation est utilisée ainsi que la réalité augmentée. Mais on notera la domination de dispositifs non numériques (quatre cas sur six). L'importance donnée à la fiction dans deux jeux implique la présence de comédiens ou d'animateurs jouant un rôle (*En quête de street art à Montmartre*) ainsi que l'intervention sur l'environnement soit sous forme de décor dans des espaces intérieurs (*The Livre Thriller*), soit de façon plus discrète quand il s'agit de déposer, pour un public d'enfants, des traces dans l'espace public extérieur (*En quête de street art à Montmartre* et de façon plus générale les Missions Aniv'). Pour les autres jeux l'intervention dans l'espace n'est pas pensable et c'est l'application ou le prêt d'un matériel qui soutient le parcours et sert de guide.

Les publics visés varient également. Hors le dispositif qui s'adresse aux enfants sous la forme de fête d'anniversaire, les autres jeux visent plutôt les familles ou plutôt des adultes sans que cela soit strict pour autant – y compris pour *The Livre Thriller* où la présence de participants « trop » jeunes est découragée mais non interdit.

Le ciblage touristique est essentiel dans quatre dispositifs, et ce sont les deux jeux accordant plus d'importance à la fiction qui échappent partiellement à la logique touristique, ce qui renverrait à l'opposition entre deux logiques, celle de la découverte d'un territoire ou celle de

⁸⁷ Les comédiens assurent cependant une forme de guidage

⁸⁸ Le temps semble largement contrôlé de l'extérieur par le guidage et les interventions des comédiens

⁸⁹ « Oui » renvoie à une compétition entre des équipes qui jouent simultanément ; « Non » implique qu'il s'agit plutôt de coopération entre les joueurs, le groupe constituant une seule équipe

⁹⁰ Il s'agit de cibler, dès la conception, les touristes de façon spécifique car tous les dispositifs peuvent, comme toute manifestation, accueillir des touristes sans les cibler pour autant.

l'immersion dans une fiction. Il s'agit plutôt de pôles que d'une opposition tranchée. Deux dispositifs intègrent dans le mécanisme un temps limité qui peut être soit un défi dans un cadre coopératif, soit un élément de la compétition entre équipes. Enfin un seul dispositif, celui destiné aux enfants, intègre au jeu de piste une dimension, certes limitée, de chasse au trésor, à travers la quête d'un objet comme objectif du jeu.

Ce qui caractérise cet échantillon dès sa constitution même c'est de se dérouler en extérieur. Certes l'un d'entre eux se déploie en grande partie en intérieur, mais le créateur de *The Live Thriller* souligne l'importance des moments qui prennent place dans la rue et participent ainsi de la spécificité de cette expérience. L'accès à chacun des trois lieux de l'intrigue suppose une recherche depuis l'extérieur qui se déroule dans un monde qui n'est pas réservé aux joueurs. Comme il le dit : « la phase d'exploration dans la rue, si on l'a pas, on perd 20%, 25% du truc ».

Si tous les dispositifs sont guidés, les modalités ainsi que le rôle de celui que l'on peut appeler le *gamemaster* varie d'un jeu à un autre. On passe ainsi d'une présence et conduite « en live » permanente (Mission Anniv') ou presque (*The Live Thriller*) à une absence totale avec *Atlantide*, en passant par une présence au début, à la fin et en cas de problème avec *Opération Mindfall*, *Sous les passages couverts* et les jeux de Quiveutpister. On peut faire l'hypothèse que c'est cette troisième modalité qui est la plus fréquente parce que la plus facile à gérer en dehors des applications.

Au-delà de cette analyse on peut noter la variété des dénominations selon les dispositifs mais aussi pour chaque dispositif selon les supports de communication, montrant ainsi que ce domaine n'est pas aussi normé et cadré que le sont par exemples les *escape games*. Si on trouve le terme de jeu de piste, on remarque également une multitude de dénominations, y compris *escape game* : Jeu d'enquête, ballade ludique, jeu mobile, *historical outdoor game*, application touristique, découverte ludique du patrimoine, jeu d'exploration. Chacun de ces termes révèle un aspect des jeux ou de certains d'entre eux, mais montre aussi la difficulté à les situer et à les rendre visibles à la fois globalement à partir de leurs points communs et dans leurs particularités à partir de leurs différences – il s'agit d'un domaine ouvert – et de leur caractère hybride associant différentes caractéristiques et mécaniques ludiques.

Ce qui fait jeu dans ces dispositifs

Les mécaniques

Qu'est-ce qui fait jeu dans ces dispositifs ? Quelles mécaniques sont-elles à l'œuvre ? Selon Patrick Schmoll (2007) dans son ouvrage sur la chasse au trésor, il s'agit de jeux de sagacité. Est mise en jeu une fonction que l'on trouve au 1^{er} degré dans les quêtes et énigmes religieuses, mais aussi les problèmes de la vie quotidienne à résoudre. On peut associer pour décrire ce domaine, mots croisés, énigmes, puzzle, devinette puis *escape games*, jeux de piste, chasses au trésor. Pour reprendre le terme de la classification proposée par Corinne Hutt, il s'agit de jeux qui renvoient à des comportements relatifs à la connaissance (*epistemic behaviour*) et comprenant entre autres les jeux de résolution de problèmes et les jeux d'exploration (Brogère, 2005, p.10). On peut alors distinguer ceux qui se déroulent dans l'espace artificiel du jeu, dans l'espace du jeu vidéo, dans une pièce, à l'extérieur dans un espace délimité ou totalement ouvert.

Un autre aspect est souligné par Patrick Schmoll à partir de son terrain :

La chasse au trésor est un jeu : le trésor est réel et a une valeur, mais à la différence des nombreux trésors existants en France et ailleurs qui ont été cachés par ceux qui les possédaient dans l'intention de revenir les chercher un jour, le trésor d'une chasse organisée a été enterré à dessein

pour que *d'autres* le trouvent, mais *sous certaines conditions* » (Schmoll, 2007, p. 110, souligné par l'auteur)

Ce sont ces conditions qui font le jeu. Il s'agit certes de proposer des indices mais tout autant de mettre des obstacles à la découverte du trésor. On peut généraliser cela à bien des jeux, en particulier les règles d'un jeu de société ou les mécanismes d'un jeu vidéo dont l'objectif est de retarder, de rendre difficile le fait d'atteindre le but. Il est en de même dans les jeux de piste que nous avons étudiés : ils doivent à la fois donner des indices pour la progression mais également y faire obstacle dans un équilibre toujours difficile à trouver entre permettre et ralentir la progression, être accessible aux joueurs mais également constituer un défi sans lequel il n'y aurait pas jeu.

Il s'agit alors pour nos dispositifs de mobiliser les mécaniques qui permettent un parcours mais aussi de poser des obstacles. Caroline Ugoli Hamelin et Bruno Flieller (2012) dans leur analyse de la « mise en ludisme » en font un inventaire fort hétérogène :

Mécaniques ludiques : jeu d'enquête avec résolution d'énigme, jeu de rôle, jeu de piste et autres rallyes, jeu de labyrinthe, quiz dynamique, jeu de construction (au sens large du terme), jeu d'arrangement, jeu d'alignement, jeu d'association, jeu de coopération, jeu d'observation, jeu de conquête territoriale, jeu d'attaque, jeu de défense, jeu de stratégie, jeu physique (équilibre, force, agilité,...), jeu d'imagination, jeu de mot, jeu de rapidité, jeu de course poursuite, jeu de vote, jeu sur les cinq sens, jeu avec handicap... (p. 15)

Dans le même numéro d'*Espaces tourisme et loisirs*, Guillaume Nanjoud, par ailleurs gérant de Quiveutpister, apporte sa propre vision du jeu de piste et des mécanismes qu'il mobilise : « Durant nos jeux de piste qui allient visite, course d'orientation et résolution d'enquête, le participant doit réfléchir et ne peut se contenter d'ingurgiter des informations touristiques ou historiques » (Nanjoud, 2012, p.23). Ce sont les mécaniques ludiques qui en font un visiteur actif ou un joueur pour le dire autrement. Dans un encadré il propose son propre inventaire des « différents types de jeux permettant la découverte du territoire » (p. 39) :

- Le parcours de découverte. Ce sont des balades émaillées de questions en rapport avec les endroits traversés, poussant en général le joueur à l'observation de son environnement. (...) Pour l'attractivité de ces jeux (souvent peu scénarisés) il est important de varier les types de questions posées (validation de position, texte, QCM, choix d'images, choix audio, image superposable, puzzle, étape chronométrée, ...)
- La chasse au trésor. Une deuxième catégorie de jeu regroupe le jeu de piste et la chasse au trésor. Ce sont les deux types de jeu les plus connus. Dans cette catégorie la découverte du cheminement à suivre fait partie du jeu.
- L'enquête. La particularité de cette catégorie réside dans le fait que les joueurs doivent collectionner des indices (photos déchirées, audio, images manipulables...) pour résoudre une énigme finale⁹¹.
- Le jeu de rôle. (p.39)

On notera la présence du jeu de rôle qui peut renvoyer aux deux jeux où la fiction est la plus présente dans notre échantillon. Mais les jeux étudiés sont marqués par la diversité des mécaniques ludiques. Si l'on trouve toujours la présence d'indices servant à progresser dans le parcours, à résoudre une énigme finale, à trouver l'équivalent d'un trésor ou bien encore à compter des points quand la compétition est avérée, les modalités pour les intégrer diffèrent d'un dispositif à l'autre. Ainsi dans le cas d'*Opération Mindfall* obtenir la bonne réponse à l'énigme ne permet pas d'avoir un indice pour trouver le lieu de la prochaine mais

⁹¹ Ce principe est mis en œuvre dans *Qui veut Marais T. ?*

directement de faire apparaître sur la carte de la tablette les zones proches disposant d'énigmes à résoudre grâce à la géolocalisation. On perçoit comment un principe ludique est transformé, en particulier du fait de l'usage d'une technologie GP ; on retrouve cette dissociation des énigmes et du guidage du parcours dans deux autres dispositifs étudiés, *Sous les passages couverts* et *Qui veut Marais T. ?*. Seul *En quête de street art à Montmartre*, et sans doute de façon plus générale les Missions Aniv', intègrent davantage les énigmes dans le dispositif pour permettre aux joueurs d'identifier le parcours.

Dans *The Live Thriller* c'est l'expérience et l'émotion qu'elle produit qui est mise en avant. Les mécaniques de jeu sont alors moins présentes car la décision des joueurs n'est pas centrale comme le révèle le dossier de presse : « *The Live Thriller* leur donne ainsi l'illusion du choix dans un monde ouvert, alors qu'ils évoluent évidemment dans un circuit clos et balisé ». C'est également ce que souligne une critique déposée sur TripAdvisor :

Cette aventure qui se veut hors du commun n'est en rien participative. On ne fait rien. Absolument rien. Un semblant de fouille et un semblant d'énigme pour nous faire croire qu'on est acteur de la situation. Sauf qu'encore une fois il n'en est rien. On ne fait rien par nous-mêmes. Ou du moins on ne décide de rien. (Commentaire de MSpistache sur TripAdvisor en septembre 2019, consulté le 15/06/2020)

Il s'agit de s'immerger dans une fiction (de devenir participant d'une fiction) sans pour autant prendre des décisions sinon a minima celle de jouer le jeu, d'accepter le rôle et le jouer, de faire semblant d'y croire (ou avoir des émotions qui emportent le joueur), d'où la notion d'expérience mise en avant. Il apparaît alors pour le concepteur que mettre trop en avant les obstacles qui justifient les mécaniques de jeu peut aller à l'encontre de l'expérience souhaitée : « On n'aime pas particulièrement les énigmes, on n'aime pas quand c'est difficile, on n'aime pas quand on reste bloqué, quand on doit réfléchir forcément, du coup là on voulait que ce soit le plus fluide possible et puis voilà raconter une histoire, quoi ». (Joris)

Mais il s'agit sans doute du dispositif où l'hybridation entre le jeu et d'autres types d'expérience va le plus loin et il est donc logique que cela conduise à minimiser les mécaniques ludiques qui ne sont rien d'autres que des mécanismes conduisant à prendre des décisions dans le jeu avec une suspension de la progression de l'histoire.

La question de l'énigme

Parmi les mécanismes ludiques présents c'est l'énigme qui est le plus souvent évoquée dans le discours des concepteurs ou des joueurs, l'analyse des jeux montrant leur présence importante. Ces énigmes sur le parcours permettent à la fois de ralentir le parcours et donc de le transformer en jeu, tout en guidant son déroulement.

Dans sa thèse, Sélim Ammouche définit ainsi son approche de l'énigme très présente dans certains jeux vidéo, mais qui s'applique tout autant aux jeux de piste étudiés : « Nous envisageons ainsi l'énigme vidéoludique comme un type d'expérience du sens : le surgissement de cette figure obstacle impliquant la compréhension, l'interprétation et la formulation d'une réponse par le joueur » (Ammouche, 2019, p. 32). Derrière l'énigme il montre la quête dont l'aboutissement constitue un objectif important du jeu. Là encore cela renvoie aux jeux de piste étudiés dont le but n'est autre que d'arriver au terme du parcours, la compétition entre équipes n'étant pas présente dans tous les dispositifs.

D'après la 5^e édition du *Dictionnaire de l'Académie française* (1798), une énigme est la « description, exposition d'une chose naturelle en termes qui la déguisent, et qui la rendent difficile à deviner. »⁹² Et conformément aux réserves émises par le concepteur de *The Live*

⁹² <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9E1660>. L'édition actuelle ou 9^e édition propose une définition sensiblement différente plus éloignée de ses usages ludiques.

Thriller « l'énigme vise à empêcher la fluidité par une suspension volontaire du "cadre communicatif normal du discours utilitaire", au profit d'un jeu sur les conventions » (Berra, 2008, p.54, citant et commentant Pepicello & Green, 1984).

Mais ce terme renvoie à une grande variété de formes : « charade, rébus, anagramme, chiffre, mystère, secret, trucage, devinette, maquillage, prestidigitation, trompe-l'œil, collage, problème, oracle, etc. » (Klauber cité par Bouget, 2007, p.11). Et l'on trouve effectivement dans les dispositifs étudiés une partie de cette diversité. Ainsi *Opération Mindfall* propose des manipulations, des problèmes de logique (trouver un code) ou de calcul, des jeux d'observation, de différence ou d'association, des rébus.

La référence ambiguë aux escape games

Si le jeu d'évasion (ou *escape game*) a pour but de sortir d'une salle où l'on est enfermé, les jeux de piste semblent proposer le contraire : il s'agit d'explorer et de résoudre des énigmes pour progresser dans un parcours et découvrir des espaces où l'on est en rien enfermé. Alors que les jeux d'évasion proposent des décors, les dispositifs étudiés (à l'exception du plus hybridé, *The Live Thriller*) se développent dans un décor naturel qui n'est pas modifié si ce n'est pour les Missions Anniv' avec le placement de quelques discrets indices matériels. Cela conduit à ne pas utiliser le mécanisme de la fouille (sauf là encore dans *The Live Thriller*) très présent dans de nombreux jeux d'évasion.

Malgré cette différence fondamentale la référence aux *escape games* est très présente dans les discours de présentation, moins dans celui des joueurs mettant en évidence une différence d'expérience. Cela est sans doute dû au succès et à la visibilité des jeux d'évasion dont les jeux de piste, pourtant plus anciens, essaient de profiter. Cela est assumé par les concepteurs de *Qui veut Marais T. ?* pour qui l'expression « *escape game* en extérieur » n'est pas adaptée, même si elle est utilisée comme une référence parmi d'autres pour gagner en visibilité sur le marché des jeux grandeur nature qui se développent actuellement. Tout en soulignant l'antériorité des jeux de Quiveutpister par rapport à la vogue des *escape games* et des jeux d'enquête grandeur nature, les concepteurs reconnaissent que ce phénomène de mode leur a servi de tremplin en créant un public qui a pu s'intéresser plus facilement à leurs jeux.

On peut penser qu'une culture ludique s'est ainsi construite et cela renvoie au fait que derrière les différences on peut trouver des similitudes qui font que les deux types de jeux appartiennent à la même catégorie de jeu épistémique (pour reprendre le terme proposé par Hutt) basé sur la résolution de problèmes dans un cadre ludique et fictionnel. Cela renvoie entre autres au fait que certains joueurs passent d'un type de jeu à un autre.

La question de la fiction

Le jeu n'est pas seulement affaire de mécaniques, mais renvoie également à la présence d'une fiction, d'un second degré (Brougère, 2005) plus ou moins développé selon les dispositifs. L'immersion, métaphore d'un mode d'engagement et de participation fort, est souvent renvoyée à cette fiction.

Pour les Missions Anim' l'histoire est essentielle selon les concepteurs, mettant en avant « la scénarisation d'un thème, la théâtralisation du jeu à travers une véritable histoire » (Judith). Cela implique si ce n'est un comédien, un animateur capable de jouer un rôle et d'impliquer les enfants visiteurs dans la fiction. C'est en jouant lui-même un rôle que celui-ci permet de faire endosser le rôle d'agent secret proposé aux enfants. Il s'agit bien de sortir du modèle de l'animation pour entrer dans une logique de jeu, de faire semblant grâce à l'histoire proposée qui donne sens à la pérégrination et à la recherche d'indices. La fiction vient donc renforcer des ressorts ludiques parfois limités pour faire jeu.

C'est bien entendu *The Livre Thriller* qui va le plus loin dans le faire croire et la centration sur la fiction. Là encore la simplicité des énigmes et des mécaniques ludiques est compensée par la fiction portée par des comédiens recrutés en tant que tels.

Si les autres dispositifs développent moins cette dimension de fiction, elle est présente même si dans certains cas, selon les joueurs, ils ont tendance à l'oublier au profit de la résolution des énigmes.

On voit bien l'équilibre que chaque jeu essaie de produire à sa façon et en fonction du public visé, entre dimension de fiction et problèmes à résoudre. Il s'agit d'un côté de doser les énigmes et défis dont la difficulté peut conduire à la sortie du jeu même si l'on continue le parcours mais dont, au contraire, la facilité peut réduire le défi et produire de l'ennui. D'un autre côté il convient de pondérer la fiction qui vient introduire une autre dimension ludique et permet de s'accommoder d'une certaine facilité de résolution des problèmes en renvoyant le jeu au jeu de rôle. Mais là encore selon les joueurs il peut y avoir implication plus ou moins forte dans la fiction comme il y a implication plus ou moins forte dans la résolution de problèmes. La conséquence en est que l'on se trouve bien dans une logique de jeu, un jeu fragile qui peut ne pas être investi comme tel par le client-joueur (ou non joueur) et non dans une logique de gamification. Nous avons mis en évidence les éléments structurels qui font jeu, mais comme tout jeu, il peut ne pas être vécu comme tel par un joueur et ne pas produire du jouer. Quand il a été possible d'interroger des joueurs, on a pu saisir un réel sentiment de jouer, mais qui n'est pas produit sur les mêmes bases selon le dispositif. Loin de vouloir transformer le jeu en affaire de recette en design comme l'entend la gamification, il s'agit ici de produire des dispositifs qui peuvent être joués par qui y trouve ce qu'il peut rechercher dans un jeu, plutôt de la fiction et du faire-semblant ou plutôt des défis intellectuels.

Quelle place pour l'apprentissage dans ces dispositifs ?

Ce type de jeu invite à poser la question de l'apprentissage et ceci pour plusieurs raisons. En premier lieu il s'agit de jeux épistémiques pour reprendre l'expression de Hutt. Cette analyse du jeu permet de dépasser la vision habituelle qui consiste soit à considérer que le jeu n'a rien d'éducatif du fait de sa dimension de divertissement, soit à proposer des jeux à vocation éducative, des jeux sérieux voire même des activités pédagogiques gamifiées. Hutt nous montre que derrière le terme de jeu on trouve une diversité de dispositifs et de situations dont certains sont structurellement liés à des comportements en relation avec la connaissance. Faire un puzzle, résoudre une énigme, faire des mots croisés font partie de ces activités qui sont pleinement des jeux, que l'on pratique pour se divertir mais qui consistent à jouer en mobilisant des connaissances ou des procédures déjà maîtrisées ou permettant d'en rencontrer de nouvelles. Si l'on rappelle que le jeu n'est pas affaire de contenu, mais de relation avec des contenus, ceux-ci peuvent impliquer des connaissances. Par ailleurs les mécaniques mobilisent des principes cognitifs. En conséquence c'est la mécanique qui tire les dispositifs du côté épistémique, la fiction pouvant aller du côté du jeu de rôle et donc plutôt du côté du divertissement, élément important pour les concepteurs. D'où cette tension interne au jeu, indépendamment des objectifs qui peuvent lui être assignés, entre divertissement et connaissances. Il est donc logique que dans notre échantillon *The Live Thriller* qui limite l'importance des mécaniques et de la décision, au profit d'un divertissement qui met en avant le regard et le ressenti émotionnel échappe à cette tension. Le fait qu'il s'adresse à des adultes renforce cette dimension tant l'adressage aux enfants implique couramment de mobiliser la question éducative. Il s'agit alors de se divertir en apprenant.

En second lieu la relation avec la visite, la découverte de lieux et de monuments conduit à les considérer comme ayant des objectifs qui vont au-delà du divertissement. Ainsi pour certains il s'agirait de jeux sérieux. Cédric Levret, présenté comme « le fondateur du Furet Company », l'évoque ainsi :

Ces jeux « sérieux », en environnement réel, incitent les joueurs à la découverte, autour d'un moment de plaisir et d'émotion. Des jeux de piste, des chasses au trésor, des enquêtes, des jeux de rôle, au degré de scénarisation plus ou moins fort, permettent une approche ludique d'un patrimoine parfois sous-valorisé. (Levret, 2012, p. 37)

Mais c'est par l'exploration et la découverte que l'on apprend, une exploration guidée par les dispositifs. Certains s'appuient de façon importante sur l'intervention d'humains qui ont un rôle de comédien pour donner de la réalité à la fiction, et ce faisant guident les joueurs. Les autres dispositifs sont guidés à travers une présentation et un accompagnement éventuel aux premières étapes, mais essentiellement par des supports matériels ou numériques.

La notion de découverte est primordiale. C'est l'une des différences majeures avec les approches classiques de valorisation du patrimoine (par exemple, les visites guidées, les itinéraires balisés, les guides « papier », etc.). Un parcours ludique s'attache à faire découvrir un certain nombre de points d'intérêt et de notions. Il n'est pas exhaustif comme pourrait l'être un guide. (Levret, 2012, p. 38)

Ainsi dans le cas d'*Atlantide* la question de la découverte du patrimoine et d'un apprentissage amusant est centrale dans la démarche.

Mais cette présence en arrière plan d'une dimension éducative qu'on la renvoie au principe général de ce type de jeu indépendamment du travail de leurs concepteurs ou à la volonté de faire découvrir des lieux, est associé à l'idée que le divertissement doit primer, qu'il s'agit d'inviter le public à un loisir, l'apprentissage venant s'inscrire en sus. Malgré l'argument évoqué ci-dessus qui pouvait relever d'un effet de mode pour les *serious games* en 2012, comme aujourd'hui pour la gamification, les jeux étudiés ne relèvent pas plus d'un jeu sérieux que de la gamification, quelle que soit l'usage que les concepteurs peuvent faire de ces notions. Il s'agit de jeux dont les mécaniques et les contenus peuvent permettre d'apprendre, mais qui visent avant tout au divertissement, même quand le public visé est celui des enfants. Le cadre de l'anniversaire conduit à mettre en avant l'amusement plutôt que l'apprentissage. Pour la créatrice des Missions Anim' la dimension éducative doit rester secondaire et les enfants peuvent ne pas apprendre. L'essentiel est qu'ils s'amusent et appréhendent les musées ou le patrimoine comme un monde accessible au travers du jeu.

En ce qui concerne *Opération Mindfall*, l'amusement est l'argument principal pour assurer la promotion du jeu sur le site internet : « c'est plus pour le fun, le divertissement que pour les contenus culturels ou éducatifs ».

Il en résulte que les apprentissages, même s'ils sont favorisés par les deux dimensions évoquées relatives à la structure et au contenu, renvoient à une dimension informelle. Il s'agirait tout au plus d'éducation informelle (Brogère, 2016) avec une volonté forte de maintenir la dimension ludique et la logique du divertissement. Le fait qu'ils soient plus souvent développés par des sociétés (ou associations) privées contrairement aux dispositifs parfois proches proposés par les musées conduit sans doute à préserver cet aspect. Il leur faut convaincre un public plus attaché au divertissement qu'à l'apprentissage, et par ailleurs ils ne sont pas porteurs d'une mission publique éducative, leurs partenaires étant le plus souvent des offices de tourisme qui sont plus dans une logique de captation du public que de faire apprendre. Apprendre en s'amusant c'est se situer dans le cadre du tourisme culturel, dans une logique de loisir même si elle peut avoir des effets éducatifs (Brogère, 2012 ; Brogère et Fabbiano, 2014)

Territoire et tourisme

Les liens avec le tourisme qui passent par une relation forte avec un territoire à travers un parcours sont essentiels. A cela s'ajoute le fait que quatre des six jeux étudiés ciblent explicitement les touristes ; pour les deux autres dispositifs les touristes constituent au mieux une clientèle additionnelle, mais à laquelle ils ne sont pas spécifiquement adressés.

Derrière le parcours ludique, on peut percevoir la visite comme une pratique importante dans le cadre du tourisme et au-delà. Ainsi les joueurs sont-ils des visiteurs ce qui les distingue des habitants et des passants : « La visite est une expérience spatiale particulière : est visiteur celui qui *agit* en visiteur. Le visiteur circule indifféremment entre espace privé et espace public, dans un territoire sans être habitant, dans l'espace public sans y être seulement passant » (Bossé, 2015, p. 13).

On peut considérer que ces jeux, à travers le guidage proposent pour reprendre l'expression d'Anne Bossé « une visite intelligente » :

La visite « intelligente » est toujours guidée (dans une acception très large de ce terme et surtout non morale). Il faut être guidé pour observer, que des éléments puissent être extraits, traduits du visible. [...] Ces guides multiples, humains comme non humains, matériels ou idéels, permettent d'instruire un rapport plus intentionnel à l'espace, de réduire la complexité phénoménale de la découverte. (p. 97)

Ce qu'offre le jeu c'est donc une forme originale de guidage et donc de visite qui s'appuie sur un ensemble de mécaniques ludiques et fictionnelles. Il s'inscrit dans l'importance du guidage dans le tourisme, mais le jeu donne une dimension spécifique au guidage qui s'articule à l'activité du joueur : « Même si le participant est guidé par un carnet de route, il est autonome et a l'impression d'être son propre guide. » (Nanjoud, 2012, p. 23)

Dans ce même numéro d'*Espaces tourisme et loisirs* beaucoup d'exemples renvoient à l'idée que les visites guidées traditionnelles voient leur public diminuer et qu'il faut des dispositifs qui les remplacent ou les fassent évoluer (mais sans doute en partie avec les mêmes objectifs, d'où l'idée d'une centralité de la question du guidage). Ainsi la société Quiveutpister a eu depuis sa création l'objectif, à travers ses jeux de piste de « dépoussiérer la visite touristique ». Mais là encore un équilibre doit être trouvé entre une implication dans le jeu et des énigmes trop complexes qui détourneraient le regard du lieu à visiter ou un jeu trop simple qui ne permettrait pas de transformer l'expérience de la visite traditionnelle en se limitant à un parcours ponctué d'informations sans réels défis. L'étude d'*Opération Mindfall* traduit aussi cette tension entre intérêt pour le jeu et intérêt pour les points observés.

Sur ces idées qui renvoient à une demande de la part de sites à visiter ou d'es du tourisme, des sociétés (dont certaines de celles dont nous avons étudié les jeux) offrent leurs services pour produire des dispositifs liés à « la valorisation du patrimoine et de l'environnement ». C'est ainsi que se présente la société Au fil du temps⁹³ qui propose, à partir de son « savoir-faire de terrain » et « de [sa] recherche incessante d'innovations » de mettre en place à « l'échelle d'un territoire, d'un village ou d'un site touristique et ou patrimonial » des « jeux, enquêtes, chasses au trésor, jeux de pistes, escape game... ». On voit ainsi à partir de cet exemple que le secteur de ces jeux se développe commercialement en relation avec les besoins des opérateurs dans le domaine du tourisme en visant un public local ou plus éloigné. On retrouve dans ce que les professionnels de cette association appellent leurs fondamentaux, les éléments que

⁹³ Voir le site internet à l'adresse <http://interpretation-nature-patrimoine.com/creation-de-jeux-et-denquetes-pedagogiques/> consultée le 17 février 2021

nous avons découverts dans les jeux étudiés. Ainsi en est-il de la fiction : « Élaborer un scénario pour stimuler l'imaginaire et faciliter l'immersion des visiteurs ». Mais il s'agit d'un jeu qui doit être « crédible » en regard de « l'ambiance du lieu », et qui reste « réalisable ». L'intention est bien de faire un jeu qui doit être vécu comme tel tout en valorisant le lieu. Il s'agit également de « transmettre des connaissances et du contenu scientifique [car] le jeu suscite le désir d'apprendre et fait accéder à la joie de comprendre. »

Ainsi y a-t-il une forte adéquation entre jeu de piste et tourisme comme le souligne Bruno Tamaillon, « directeur de Tams Consultants », une autre entreprise du secteur⁹⁴ : « Le jeu de piste, parce qu'il s'appuie sur une histoire tout en stimulant l'esprit de compétition, parce qu'il peut être joué en famille de façon autonome toute l'année, tous les jours, est un outil parfaitement adapté à la mise en tourisme d'un territoire, d'un musée... » (Tamaillon, 2021, p. 45).

On peut également cité l'exemple du jeu *Terra Aventura* en Nouvelle Aquitaine, présenté ainsi par la responsable du projet au sein du Comité régional du tourisme :

C'est pour inciter les visiteurs à découvrir les pépites patrimoniales mal connues de la région qu'a été créée il y a dix ans la chasse aux trésors « Terra Aventura ». Le jeu, conçu de façon partenariale avec les acteurs du tourisme régional, s'inspire du géocaching. Le joueur peut télécharger l'application mobile Terra Aventura et accéder aux 400 parcours. Grâce à des énigmes, il trouve des boîtes lui permettant de collecter des badges, réels ou virtuels. En 2019, la quête a séduit 2 millions de visiteurs et généré près de 30 millions de retombées locales. (Marnier et Demel, 2021, p.61)

On retrouve l'articulation entre fiction, mécaniques de jeu et informations touristiques culturelle : « Chaque balade est guidée par des Poïz, petits personnages à fort caractère qui distillent au fil du parcours une multitude d'anecdotes sur les lieux patrimoniaux croisés. Chaque parcours compte une dizaine d'énigmes à résoudre. » (p. 62)



⁹⁴ Voir le site internet de l'entreprise <http://www.ingenierie-touristique.fr/equipe>

Qu'ils s'agisse des jeux étudiés, à l'exclusion de *The Live Thriller* qui obéit à une autre logique et qui représente dans notre échantillon un cas limite permettant de souligner la spécificité des autres cas, ou d'exemples complémentaires que nous avons évoqués, la relation entre le tourisme et ces dispositifs d'exploration guidée est forte. En effet le tourisme est affaire d'exploration guidée (Brougère et Fabbiano, 2014) et les jeux proposent une forme d'exploration articulant fiction et énigmes qui donne de nouvelles significations aux explorations ou permet de découvrir des espaces oubliés des itinéraires touristiques traditionnels. Il peut s'agir de proposer de nouveaux espaces à l'exploration ou de nouveaux modes d'exploration pour des espaces bien connus des touristes.

Conclusion

Ces dispositifs apparaissent comme des jeux pour autant que les joueurs dans leur diversité y adhèrent, ce qui peut beaucoup varier. Ils révèlent des tensions intéressantes entre les différentes composantes de ces dispositifs dont l'équilibre est loin d'être facile à trouver et qui peuvent parfois entrer en opposition. On peut considérer qu'il y a trois éléments en tension potentielle : les mécaniques ludiques plus ou moins faciles d'accès, la fiction plus ou moins crédible et donc immersive, la visite ou la composante touristique qui renvoie à un contenu culturel. Une dimension dominante peut menacer les autres, la fiction pouvant conduire à limiter la prise de décision liée au mécanisme, les mécaniques pouvant retenir l'attention du joueur moins disponible pour découvrir les lieux, ou réciproquement. En revanche la dimension éducative, qui en général ne s'affirme pas contre la logique de divertissement et s'ancre à la fois dans les structures du jeu ou mécaniques et dans le contenu culturel lié à la mise en tourisme, ne semble pas produire une tension spécifique sinon par ricochet de celles évoquées ci-dessus.

La fiction peut prendre (ou vouloir prendre) le pas sur la dimension plus réaliste de la visite touristique. Ainsi la mission remplace la visite et Visit'Anim devient Mission Anim' pour mettre en valeur la fiction. Comme dans *The Livre Thriller*, les joueurs ne sont pas en visite mais doivent assurer une mission qui implique une enquête. D'autres dispositifs favorisent également cette notion de mission qui renvoie à la fiction du jeu. Celle-ci peut également limiter l'importance de la résolution d'énigmes mais ces deux aspects (fiction et mécaniques ludiques réunies) peuvent aussi se combiner pour affecter l'intérêt porté au monde extérieur au jeu et donc à la dimension touristique. Cette tension contribue à l'intérêt de ces dispositifs tant pour les joueurs potentiels que pour le chercheur.

In fine on peut considérer que ces jeux proposent une expérience ludique originale, du fait de leur inscription dans un espace réel (par opposition aux jeux vidéo), à l'extérieur (par opposition aux *escape games*), avec une focalisation sur le divertissement (par opposition aux jeux sérieux), en mobilisant des narrations fictionnelles (par opposition aux jeux de pure logique) et en offrant des défis cognitifs (par opposition aux jeux de faire-semblant).

Bibliographie

- Ammouche S. (2019) *Enigme et énigmatique dans les jeux vidéo. Jouer avec le sens*, Thèse de doctorat, Sorbonne nouvelle, Paris.
- Audabram L. (2021) « Des jeux numériques pour faire passer des messages et préparer la visite » (interview), *Espace loisirs et tourisme* n°358, pp. 35-39.
- Berra A. (2008) *Théorie et pratique de l'énigme en Grèce ancienne*, Thèse de doctorat, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- Berry V. et Zabban V. (dir.) (2019) *Escape Rooms : dispositifs, publics et professionnels*, Université Sorbonne Paris Nord.
- Bogost I. (2014) « Why gamification is bullshit ? », in S. P. Walz, and S. Deterding (eds) *Gameful World : Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, pp. 65-80
- Bonenfant M. et Philippette T. (2018) « Rhétorique de l'engagement ludique dans des dispositifs de ludification », *Sciences du jeu* n° 10, <http://journals.openedition.org/sdj/1422>
- Bossé A. (2015) *La visite. Une expérience spatiale*, Rennes, PUR.
- Bouget H. (2007) *Enquerre et deviner : poétique de l'énigme dans les romans arthuriens français (fin du XIIe-premier tiers du XIIIe siècle)*, Thèse de doctorat, Université Rennes 2.
- Brogère G. (2005) *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica
- Brogère G. (2012) « Pratiques touristiques et apprentissages », *Mondes du tourisme*, n°5, pp. 62-75
- Brogère G. (2015) « Le corps, vecteur de l'apprentissage touristique », in J.-M. Decroly (dir.) *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristiques*. Québec, Presses de l'Université du Québec, pp. 175-186.
- Brogère G. (2016) « De l'apprentissage diffus ou informel à l'éducation diffuse ou informelle », *Le Télémaque*, n°49, pp. 51-64
- Brogère G. (2019) « Les échanges scolaires sont-ils solubles dans le tourisme ou apprendre en faisant le touriste », in E. Peyvel (dir.) *L'éducation au voyage. Pratiques touristiques et circulation des savoirs*, Rennes, PUR, pp. 35-45.
- Brogère G. (2021) « Les paradoxes de la gamification », in S. Le Lay, E. Savignac, P. Lénel, J. Frances, *La gamification de la société. Vers un régime du jeu ?*, Londres, ISTE Editions, pp. 7-20
- Brogère G. et Fabbiano G. (dir.) (2014) *Apprentissages en situation touristique*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion.
- Bulenga P. et Egger R. (2015) *Gamification in tourism. Designing memorable experiences*, Book on Demand
- Desvignes C. (2012) Présentation du dossier « Le jeu, outil de découverte de la destination », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, p.7.
- Deterding S., Dixon D., Khaled R. et Nacke L. (2014) « Du game design au gamefulness : définir la gamification », *Sciences du jeu*, <https://journals.openedition.org/sdj/287>
- Giambasi B. et Seel V. (2012) « Le jeu est une affaire sérieuse », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, pp.8-9
- Guillain A. et Pry R. (2013) Savoir que l'autre ne sait pas. Les images de fantaisie chez l'enfant d'âge préscolaire, *Revue française de pédagogie*, n°185, pp. 85-102
- Henriot J. (1989) *Sous couleur de jouer*, Paris, José Corti
- Hourcagné P. (2012) « 3X et Broussaille aident les enfants à mener l'enquête », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, pp. 44-46.

- Kapp S. (2015) « Un jeu qui réconcilie les règles et la fiction : le jeu de rôles grandeur nature », *Revue du MAUSS*, n°45, pp. 91-103.
- Levret C. (2012) « Le furet met le smartphone en jeu pour réenchanter le territoire », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, pp. 37-39.
- Machon J. (2013) *Immersive Theatres: Intimacy and Immediacy in Contemporary Performance*. Basingstoke : Palgrave MacMillan, 2013.
- Marnier S. et Demel A. (2021) « “ Terra Aventura”, un jeu pour faire découvrir les trésors cachés de Nouvelle-Aquitaine », *Espaces tourisme et loisirs*, n°358, pp. 61-64.
- Montola M., Stenros J. et Waern A. (2009) *Pervasive Games. Theory and Design*, Burlington, Morgan Kaufmann.
- Nanjoud G. (2012) « Quiveutpister passe à la loupe Paris, Lyon ou Bardeaux », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, pp.22-24
- Nassisi A., Baudet C. et Termine F. (2017) « De la complexité de la notion de gamification à la complexité de sa mise en œuvre : une étude exploratoire dans un contexte d’application mobile touristique », 22^e colloque de l’AIM, <https://hal-univ-lyon3.archives-ouvertes.fr/hal-01519560/document>
- Nicholson S. (2016) *The State of Escape: Escape Room Design and Facilities*, Paper presented at *Meaningful Play 2016*, Lansing, Michigan.
<http://scottnicholson.com/pubs/stateofescape.pdf>
- Noir J.Y. (2021) « La gamification, un outil marketing puissant encore sous-employé », *Espaces tourisme et loisirs*, n°358, pp. 20-25
- Pelletier J. (2008) « La fiction comme culture de la simulation », *Poétique*, n° 154, pp. 131-146
- Prudhon D. (2018) « Punchdrunk’s Immersive Theatre: From the End to the Edge », *Sillages critiques*, n° 24, <http://journals.openedition.org/sillagescritiques/6341>
- Salen K. & Zimmerman E. (2004) *Rules of Play. Game Design Fundamentals*, Boston : MIT Press.
- Schmoll P. (2007) *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d’une communauté virtuelle ?* Néothèque.
- Siegel C. et Levet O. (2019) « L’escape game, nouvel anti-échappatoire postmoderne ? Critique de la déconstruction de la réalité malade de Jane McGonigal et de ses remèdes actuels », *Journée d’étude déconstruction de la déconstruction*, 14 et 15 mars 2019, Université Montpellier 3 (RIRRA21)
- Sirota R. (1998) « Les copains d’abord. Les anniversaires de l’enfance, donner et recevoir », *Ethnologie française*, n°4, pp. 457-471
- Sirota R. (2004) « Le gâteau d’anniversaire. De la célébration de l’enfant à son inscription sociale », *La lettre de l’enfance et de l’adolescence*, n° 55(1), pp. 53-66.
- Tamaillon B. (2021) « L’exploration, par les sens : pour de meilleurs apprentissage et expériences durant les visites », *Espaces tourisme et loisirs*, n°358, pp. 44-46
- Ugoli Hamelin C. et Flieller B. (2012), « Stimuler par le jeu, c’est bien... Savoir et comment, c’est mieux ! », *Espaces tourisme et loisirs*, n°305, pp. 14-18.
- Viard J. (1998) *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Paris, La documentation française
- Vieux M. (2012) « Jeu de piste 2.0 : retour d’expérience sur un jeu pédagogique utilisant des QR codes », in R. Nkambou, C. Delolme, S.A. Cerri, P. Boiron, C. Piliard (dir.) *Actes du 8^e Colloque Technologies de l’Information et de la Communication pour l’Enseignement* pp. 255-259.
- Wittgenstein L. (1961 [1953]) *Les investigations logico-philosophiques*, Paris, Gallimard.

Annexes

Guide d'entretien professionnel

Le guide d'entretien n'est qu'un guide pour vous aider à mettre en place une conversation. Il faut éviter les questions trop précises (sinon sous forme de relance) pour favoriser des questions assez générales qui ne formatent pas trop le discours et laissent votre interlocuteur parler de son expérience. Poser des questions trop précises peut conduire l'interlocuteur à répondre très brièvement et ainsi transformer l'entretien en questionnaire.

Il faut par contre veiller à ce que chaque partie soient assez développée et donc revenir en arrière avec eux si nécessaire « tout à l'heure vous avez dit que... est-ce que vous pouvez m'en dire plus » (ou « pourquoi ? » ou « vous pouvez préciser ? » Ou « est-ce que c'est parce que ceci ou cela ? »)

En revanche il faut éviter de poser les questions pour lesquelles les réponses ont été fournies avant, ou bien n'y revenir que pour demander des précisions supplémentaire (« vous nous avez dit il y a un instant que... mais... »)

- Processus de création

Question d'entrée (ou consigne) :

Pouvez vous nous expliquer comment le dispositif a été conçu ?

- Votre dispositif a-t-il évolué depuis sa création et ses premières mises en œuvre ? Pourquoi ? Comment ? Prenez-vous en compte le retour des clients (participants comme commanditaire le cas échéant) ?

- Projet /intention

- Comment le définiriez vous ? comment le dénommez-vous ?
- S'agit-il pour vous d'un jeu ? En quoi ?
- Y a-t-il une dimension pédagogique ?
- Y a-t-il d'autres dimensions ?
- Qu'est ce que votre dispositif cherche à apporter à vos clients ? Quelle(s) expérience(s) votre dispositif est-il supposé offrir aux participants ?
- Qu'est ce que votre dispositif a de commun et de différent avec d'autres dispositifs proches que l'on peut trouver sur le marché ?
- Qu'est-ce qui vous a inspiré pour ce dispositif ?

- La connaissance des usages

- Avez-vous des informations sur la façon dont votre dispositif fonctionne ? Comment ?
- Y a-t-il selon vous un décalage entre le projet et le vécu par les participants ? Lequel ?
- Est-il arrivé que des participants trichent ? comment gérez-vous ces situations?

- Autour de l'espace et du tourisme
 - Comment votre dispositif s'intègre-t-il dans le lieu où il est situé ? Comment votre application s'intègre-t-elle aux lieux qu'elle cible ?
 - Votre dispositif met-il en avant le patrimoine du lieu où il est situé ? si oui comment ?
 - Comment installez-vous votre dispositif dans ce lieu ? Êtes vous en contact avec la ville pour ces dispositifs ? Si oui, comment avez vous mis cela en place ?
 - A quel moment ces aspects liés au lieu sont-ils intégrés dans la conception et comment ?

- Autour de la cible/joueur/utilisateur final
 - Y a-t-il un profil type de votre public ? / Quelles sont les caractéristiques de votre public ?
 - Votre dispositif est-il destiné à des touristes ? attire-t-il des touristes ?
 - Votre dispositif attire-t-il un public de "joueurs" ? En avez vous qui reviennent pour le même dispositif ?
 - Quels sont les critères d'accessibilité de votre dispositif ? Au niveau de l'âge ?
 - Quels sont les prérequis des participants : Quelles compétences (en particulier ludiques) et connaissances sont-elles nécessaires pour participer ?
 - Vos jeux sont-ils accessibles pour des personnes en situation de handicap ? Si oui, comment ? Si non, pourquoi ?
 - Comment abordez vous la question du destinataire dans le processus de création du dispositif ?

- Stratégie de Communication
 - Avec quels autres organismes travaillez-vous pour mettre en place votre dispositif ?
 - Quel est votre modèle économique ?
 - Quelle est votre stratégie de communication ?

- Profil des professionnels
 - Qui sont les professionnel.le.s impliqué.e.s à la conception de ce type de dispositif ?
 - De quels corps de métiers ?
 - Y a-t-il des animateur.ice.s ? Si oui, quel est leur rôle ?
 - Quel est le bagage culturel et ludique des professionnels ? (Sont-ils joueurs ? de quels types de jeu ? Sont-ils des spécialistes de la médiation culturelle? du tourisme?)

- Données socio-démographiques
 - Sexe, âge, niveau d'études, situation socioprofessionnelle, situation professionnelle des parents (questions à ne poser que si les réponses n'ont pas été fournies auparavant)

Guide d'entretien participant/joueur

Le guide d'entretien n'est qu'un guide pour vous aider à mettre en place une conversation. Il faut éviter les questions trop précises (sinon sous forme de relance) pour favoriser des questions assez générales qui ne formatent pas trop le discours et laissent votre interlocuteur parler de son expérience. Poser des questions trop précises peut conduire l'interlocuteur à répondre très brièvement et ainsi transformer l'entretien en questionnaire.

Il faut par contre veiller à ce que chaque partie soit assez développée et donc revenir en arrière avec eux si nécessaire « tout à l'heure vous avez dit que... est-ce que vous pouvez m'en dire plus » (ou « pourquoi ? » ou « vous pouvez préciser ? » Ou « est-ce que c'est parce que ceci ou cela ? »)

En revanche il faut éviter de poser les questions pour lesquelles les réponses ont été fournies avant, ou bien n'y revenir que pour demander des précisions supplémentaires (« vous nous avez dit il y a un instant que... mais... »)

Thèmes	Questions
Question d'entrée (elle doit être assez générale pour stimuler l'entretien)	Est-ce que vous pouvez me raconter comment s'est passé pour vous le jeu et ce que vous en pensez ? D'après vous quels sont les points positifs et les points négatifs ?
Culture ludique Récurrence ou non de ce genre de pratique Quelle place a le jeu dans leur vie ?	Jouez-vous souvent ? A quoi ? A quoi avez-vous joué le mois passé ? Quel est votre dernier jeu joué ? (Si absence de réponse) Est-ce la première fois que vous jouez à ce jeu ? Dans quel contexte jouez-vous ce type de jeu et avec qui ? Avez-vous déjà joué à des jeux qui ressemblent à celui-ci ? (aux escape games ? A des jeux dans les musées ?)
Motivation	Qu'est-ce qui vous a amené à participer ? - contexte (invitation, anniversaire, travail, famille, amis...) - entrainer par quelqu'un (Connaissances, amis, famille, inconnu...) - envie de visiter (lien avec tourisme) - envie de jouer ou rejouer? (lien avec culture ludique ou spécificité du dispositif)
Communication	Comment avez-vous connu ce dispositif ? Quels éléments de la présentation du jeu ont attiré votre attention ? Et lesquels vous ont posé problème ? Que pensez-vous du nom donné au dispositif ? (relation nom du jeu et catégorisation)

Accessibilité	Avez-vous trouvé ce jeu facile ou difficile ? Pourquoi ? Y-avait-il des obstacles ? Quel est son degré de difficulté ? (Prérequis, disponibilité des supports) Trouvez-vous que ce jeu s'adresse à tout le monde ? (types de public, handicap, prix)
Spécificités de ce dispositif	Pourquoi avez-vous choisi ce genre de jeu ? Quels sont les raisons qui vous ont incité à y participer ? Et d'après vous quels sont les objectifs de ce jeu ? Avec quels jeux pensez-vous qu'il y a des points communs ?
Eléments du jeu tel qu'il a été vécu	Que pensez-vous du thème ? Que pensez-vous du guidage et des supports utilisés ? Quel(s) type(s) de support(s) avez-vous utilisé ? Que pensez-vous des indications pour jouer ? De la façon dont on vous a guidé durant le parcours (le cas échéant) ? Quelles astuces à mettre en place pour gagner ? Quel était votre rôle dans le jeu ?
Lien avec le tourisme	Avez-vous découvert ce quartier/ville/lieu ? Qu'avez-vous appris pendant le parcours par rapport au quartier ? Est-ce que ça ressemble à d'autres pratiques que vous avez eu avant dans une ville ? Faites vous aussi des visites guidées ? Si oui, pourquoi, sinon pourquoi ?
Comment ont-ils vécu le rapport au temps ?	Ça vous a paru long ou trop rapide ? En quoi ? Le temps prévu par les organisateurs est-il suffisant pour accomplir la mission ?
Conclusion et ouverture	Rejoueriez-vous à ce jeu ? Pensez-vous qu'il soit intéressant de rejouer ce jeu ? Le conseillerez-vous à des ami.e.s ? L'expérience vécue correspond-elle à vos attentes ? Avez-vous quelque chose à (r)ajouter ?
Données sociodémographiques	Sexe, âge, statut marital actuel, nombre d'enfants à charge, niveau d'études, situation socioprofessionnelle, place dans la fratrie, situation professionnelle des parents. S'agit-il d'un touriste ? Où habitez-vous (éloignement par rapport au lieu du jeu) ? Note : si nous avons déjà des informations ne pas les demander à nouveau. Il est préférable de demander ces données à la fin de la conservation.

Fiche technique du jeu :

A remplir avant le jeu

Il importe de faire la distinction entre ce qui apparaît explicitement et ce qui relève d'une interprétation. Autrement dit faire la différence entre ce que vous pouvez relever directement (à marquer comme citation entre guillemets ou indices factuels) et ce qui est votre lecture (dans ce cas essayer de donner le maximum d'indicateurs qui vont dans ce sens). Pour ne pas orienter les informations, vous devez coller le plus possible au factuel et distinguer ce qui est déjà une « lecture » même à minima

- Nom du jeu :

- Type de jeu :

(ce qui est mentionné par le site : jeu de piste / chasse au trésor, etc.)

- Thématique :

(l'histoire ou l'univers raconté au travers le jeu (via les graphismes, le récit, la fiction...))

- Mécaniques de jeu :

(le type d'actions ludiques proposées durant le jeu)

- Conception du jeu :

(personnes ou organismes : développeur / graphiste / éditeur / illustrateur / producteur / etc)

- Mise en œuvre du jeu :

(personnes ou organismes, si différent de la conception)

- Public visé

(ex scolaire, enfants, uniquement adultes, etc./ groupe ou individuel) (+ noter les éléments de langage retrouvés sur le site, les couleurs ; éléments de langages ; images ; ...)

- Lieu :

(quelle ville, préciser les différents lieux : quartier, parc, un espace naturel, etc. / espace privé ou espace public ?)

- Durée :

(temps de jeu donné par les concepteurs puis indiquer en plus le temps réel observé)

- Objectifs

(noter ici tout ce que le site donne comme indications sur les objectifs ou plus largement les intentions du jeu : ludiques, de divertissement, pédagogiques, émotionnels, politique, marketing)

- Accessibilité

(prérequis, handicap, prix, disponibilité des supports)

- Liens avec le tourisme :

(noter ici tout ce qui sur le site donne des indications de lien avec le tourisme : transformation des représentations, parcours atypiques)

- Marketing et communication

(noter ici tout ce qu'on peut retrouver sur le site en termes de promotion du dispositif, fidélisation et rejouabilité, effet de gamme, modèle économique)

- Autres informations disponibles

Guide d'observation

A garder en tête (éventuellement avec un mémo papier) pendant l'observation de la situation de jeu

Les mêmes questions peuvent apparaître avant/pendant/après de façon à rendre possible la comparaison.

En gris ce qui est plus factuel = qui renvoie au dispositif lui-même et qui permettra de compléter la grille ci-dessus. Le reste renvoie plus précisément à la mise en forme et aux pratiques quand le dispositif est mis en œuvre et « utilisé » pour ne pas dire « jouer ». Il faudra dépasser dans l'observation l'aspect compartimenté lié à la grille, certains items étant étroitement imbriqués. L'observation doit être globale, le guide ayant pour objectif de s'assurer que les différents points sont effectivement pris en compte.

	Critères à évaluer	Questions pour l'observation	Modalités
P R E S E N T A T I O N D U J E U	Organisation du public	Groupe ou individuel ?	En groupe (combien de personnes ?) / Seul Comment sont constitués les groupes ? par qui ? Difficultés rencontrées ?
		Données socio-démographiques	Données récupérées ou observées Observation des personnes (tenues, langage, ...)
		Relations	Ils se connaissent entre eux / ils ne se connaissent pas
	Supports d'animation	Quels supports sont utilisés durant le jeu ?	document papier / smartphone / présence d'un animateur / etc. Quelle prise en main ? Comment sont-ils présentés par l'animateur ?
	Présentation de l'animateur (s'il y en a)	Combien sont-ils ? Quel est le rôle de chacun ? Est-il essentiel ?	Inscrire le nombre d'animateurs. Rôle : narratif / technique / assistantat / etc. Description de la présentation de l'animateur (nom ou nom fictif ? Joue-t-il un personnage avant le "démarrage" ?)
		Comment le jeu est-il présenté ?	Présentation de l'entreprise ? but du jeu ? histoire ? consignes ?
	Intérêt des joueurs pour le jeu	Les joueurs expriment-ils des manifestations d'intérêt ? De désapprobation ? De rejet ? De dégoût ? Discretion ? Timidité ?	Écoute attentivement / regarde attentivement / Noter les commentaires des joueurs avant le jeu : "c'est cool", "trop chiant", etc. Expressions des joueurs : Rires / Surpris / Peur...
	Animation	Quelle place occupe	joue un rôle / donne des indices / ...

P E N D A N T L E J E U		l'animateur-riche dans le jeu ? Participe à quoi, à quel moment, auprès de qui, à la suite de quoi ?	Aisance /difficultés rencontrées ?
	Utilisation des supports numériques ou papier	Quelle est la fréquence d'utilisation des supports ? Quels sont les usages ? La répartition des supports ? Qui l'utilise, à quel moment, avec quelle difficulté ?	1 fois / 2 fois / ... / constamment
		A quel point les supports sont-ils nécessaires ?	aucun besoin / une partie du jeu est sur support / tout le jeu se fait grâce aux supports % du jeu sur le support, Nombre d'utilisation du support / h
	Participation des joueur.euse.s au jeu	Quel est le type d'implication / posture de chacun des joueurs pendant le jeu ?	en retrait / actif / leader / suiveur / etc. / change de rôle au cours du jeu
	Engagement et affordance (potentialité observée)	Quel est le degré d'immersion et d'engagement de chacun des joueurs ?	Se met rapidement au jeu / pas du tout / etc. Type d'interaction avec le jeu
		Qu'est-ce qui fait que les joueurs participent davantage ? Quelle est la dimension collective du jeu ?	Quelles relations au sein de chaque équipe ? Quelles relations entre les équipes ? Qu'est-ce qui freine ou encourage la dynamique collective ?
	Interaction / communication entre les joueur.euse.s	Quand les joueur.euse.s communiquent-ils entre eux ?	au début / à la fin / jamais / souvent / tout le temps

		Que communiquent-ils ?	description des expériences rencontrées (je vois ça / il y a telle difficulté, etc.) / demande d'aide / donne de l'aide / etc.
		Comment communiquent-ils ?	par la parole / par le geste
		Qui communique avec qui ?	les différentes interactions ?
	Intérêt des joueurs pour le jeu	Les joueurs expriment-ils des manifestations d'intérêt ? De désapprobation ? De rejet ? De dégoût ?	Écoute attentivement / regarde attentivement / Noter les commentaires des joueurs pendant le jeu : "c'est cool", "trop chiant", etc.
	Utilisation de l'espace	Quel est l'espace de jeu ?	Description de l'espace de jeu (taille, déplacements importants à prévoir à pied, plusieurs lieux, etc.) Attention à ne pas parler des déplacements du joueur mais seulement de ce que le jeu prévoit
		Comment les joueurs se répartissent-ils dans cet espace ?	ils restent statiques / ils font des allers-retours entre un point et un autre / ils se répartissent les lieux / ils se déplacent en groupe /
		Quel sont les déplacements dans l'espace ?	
		Y-a-t-il une répartition différente des joueurs dans l'espace ?	Un joueur se met à l'écart / un joueur cherche des informations / un joueur reste au même endroit et collecte toutes les informations / etc.
	Rapport au temps	Le temps annoncé correspond-il au temps réel ?	Une montre
		Comment est-il géré par l'organisateur/l'animateur ?	Attitude de l'animateur (annonce-t'il le temps qu'il reste ?...)
		Comment est-il perçu et géré par les joueurs ?	Angoisse ("on n'a plus le temps", "il nous restait combien")

	Utilisation du matériel (supports inclus - évolution des pratiques de l'utilisation du matériel)	Que font les joueurs avec le matériel mis à disposition ?	Ne touche à rien / touche à tout / prend les objets / donne les objets / reçoit les objets
	Créativité	Que font les joueurs qui n'est pas prévu au départ par le jeu ?	dépasse les consignes / développe ses propres idées / etc.
F I N D U J E U	Fin du jeu	Comment le dispositif organise-t-il la fin du jeu ?	
		Comment les joueurs comprennent-ils que le jeu est fini ?	Temps écoulé / Intervention d'un animateur / Aucune limite imposée / etc.
		Le jeu se termine-t-il avant la fin (comment / par qui / pour quoi) ?	
	Animation	Quel est le discours de l'animateur après le jeu ?	Noter le discours de fin (remerciements ? / Revient sur les temps du jeu / Donne d'autres informations complémentaires ? / etc.)
		Y a-t-il un débriefing après le jeu ? Par qui, comment, pour quel objectif ?	
	Intérêt des joueurs pour le jeu	Les joueurs expriment-ils des manifestations d'intérêt ? De désapprobation ? De rejet ? De dégoût ?	Écoute attentivement / regarde attentivement / Noter les commentaires des joueurs après le jeu : "c'est cool", "trop chiant", etc.