

# Le Furet met le *smartphone* en jeu

## pour réenchanter le territoire

CÉDRIC LEVRET • Fondateur de Furet Company

[cedric.levret@furetcompany.com]

**À partir d'une application mère, le Furet développe des jeux sur *smartphone* qui permettent au visiteur individuel de découvrir une ville, un site ou une destination. Les déclinaisons possibles sont multiples, pour un public d'adultes ou de familles. Les offices de tourisme de Perpignan et de Brest métropole océane, parmi de nombreux autres territoires et sites (Versailles, notamment), ont développé leur application dans ce cadre.**

**B**ien sûr, le *smartphone* sert encore à téléphoner ! Mais, surtout, il est devenu un ordinateur de poche communicant et une console de jeux. C'est sans surprise que la catégorie "jeux" est la plus représentée sur l'Appstore avec près de 100 000 unités ; le constat est identique sur l'Android Market.

L'idée nous est donc venue d'utiliser ces terminaux comme interface pour des jeux s'inscrivant sur le terrain, et utilisant le territoire comme décor. 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. Selon les jeux, on y trouve l'esprit de *Sherlock Holmes*, celui du *Da Vinci Code* – notons au pas-

sage que l'auteur de ce roman, Dan Brown, a été influencé par les jeux de piste que lui écrivait son père quand il était enfant –, celui de la bande dessinée ou du Trivial Pursuit de rue.

Pourquoi un jeu sur *smartphone* ? Le *smartphone* est un outil magnifique pour les enquêteurs de terrain, puisqu'il est à la fois livre, GPS, boussole, carte (avec géolocalisation, impossible de se perdre !), appareil photo, sacoche (pour ranger les indices virtuels trouvés) et messenger (pour communiquer avec les autres enquêteurs). Nous y avons ajouté des fonctions pour : assembler des morceaux de photos ou de parchemins déchirés, comparer une photo à la réalité, positionner un calque sur une vieille carte pour trouver un emplacement, lire une bande audio, chronométrer les étapes contre la montre... Les énigmes à résoudre sont d'une grande variété : trouver un point géolocalisé, un mot, faire un choix de réponse (parmi une liste de mots, d'images ou de sons) ou un choix d'action (parler, attaquer, acheter, saluer...). Le *smartphone* c'est de la flexibilité, de l'interactivité, et du multimédia. Le joueur ainsi armé, l'aventure peut commencer.

Le premier ressort d'une approche ludique est de mettre le joueur dans une attitude d'interrogation et de découverte, tout en maintenant son attention pendant un temps relativement long, grâce à l'excitation

et à l'émulation propres au jeu. 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. Dans cette approche de jeu sérieux (ou *serious game*), le joueur peut passer devant un monument sans que toute son histoire lui soit racontée. L'information sur le monument peut être fournie à titre informatif, mais sa consultation n'est pas indispensable pour continuer le jeu.

### SCÉNARISATION DU JEU

Le deuxième ressort de l'approche ludique est l'imaginaire. Il est directement lié à la scénarisation du jeu (tous les jeux ne sont pas forcément scénarisés). Que vous rejoigniez le Département des affaires extraordinaires (le DAE, dans le jeu "L'Or des alchimistes") pour aider Nicolas Flamel contre Hector Vorlak dans les rues de Paris, que vous deviez sauver le château de Versailles des ombres qui le menacent ("Ombres sur Versailles") ou que vous parcouriez Perpignan à la recherche des éléments constitutifs de la bague Mosca Cosmica de Salvador Dali ("Perpignan et l'anneau cosmique"), vous plongez dès la première ligne dans l'univers propre de chaque jeu. Un univers imaginaire qui repose sur un environnement bien réel pour en proposer une lecture thématique, autour d'une période historique, de personnages emblématiques, mythologiques, de contes et légendes. "Ombres sur Versailles", par exemple, imagine un concept de réalité alternative. Il propose, au-delà de la découverte du château, de se réappropriier les usages de l'époque du Roi-Soleil en interagissant avec des personnages virtuels (gardien, courtisan, courtisane, faux valet...). Le joueur devient acteur de son scénario et de sa découverte.

Le projet de jeu que nous réalisons pour le Centre international de la mer, dans la Corderie royale, à Rochefort, est très intéressant de ce point de vue puisqu'il vise, grâce à un scénario de jeu élaboré, à intégrer le site dans l'univers imaginaire d'une bande dessinée célèbre : celui de la série *L'Épervier*, de Patrice Pellerin. Yann Le Kermeur, le héros de la série, accompagnera le visiteur dans son enquête sur le site.

Ces jeux peuvent être mis à la disposition des "mobinautes" tout au long de l'année ou à l'occa-

sion d'un événement comme, par exemple, la "Chasse aux trésors de Paris" (pour la mairie de Paris), les Journées européennes du patrimoine (pour la RATP), "Plaisir d'Hérault" (pour Hérault Tourisme), "Par Issy l'été" ou "Ça swingue à Saint-Ouen". Ils peuvent être gratuits ou payants, au choix de leurs commanditaires (des organismes institutionnels, en général).

Quel jeu ? Entre notre application mère (*Piste et trésor*) et ses applications dérivées, notre solution héberge aujourd'hui 80 jeux environ, sur Iphone ou Android. Preuve de l'intérêt du public pour cette approche, l'application mère a été chargée plus de 100 000 fois et s'est hissée au premier rang de l'Appstore, toutes catégories confondues. Certains jeux sont téléchargés plus de 2 000 fois par mois. Chaque personne chargeant l'application *Piste et trésor* télécharge en général plusieurs jeux au sein de l'application. Ces jeux ont des styles très variés, en fonction des créateurs de jeu, du public ciblé, du terrain de jeu... (cf. encadré page 39).

Quel est le public cible de ces jeux ? Enfants, ados, familles, jeunes adultes, seniors ? Locaux, touristes ? Première visite ? Deuxième visite ? Habités ? L'âge du public cible est déterminé par deux composantes principales : le support (*smartphone*) et le scénario. Sur Iphone, le taux d'équipement est à peu près identique quel que soit l'âge (l'ergonomie a su séduire les seniors) ; 70 % des possesseurs d'Ipod Touch ont moins de 18 ans, tandis que la majorité des possesseurs d'Android ont moins de 40 ans. Les publics plus jeunes sont, d'une façon générale, plus consommateurs d'applications, et principalement de jeux.

## Les différents types de jeux permettant la découverte du territoire

### LE PARCOURS DE DÉCOUVERTE

Une première catégorie de ces jeux est 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. On retrouve dans cette catégorie le jeu de la RATP "Les Mystères du métro", jeu destiné aux Parisiens sorti à l'occasion des Journées européennes du patrimoine. Ce jeu illustre bien cette volonté d'attirer le regard du joueur sur des points d'intérêt qu'il croise quotidiennement sans les remarquer. Dans cette catégorie des jeux-parcours de découverte, on compte également "Montmartre jeu de piste" (Paris), "Dis, tu t'souviens du Marais" (Paris), "À la découverte d'Issy-les-Moulineaux", "La Presqu'île aux trésors" (Brest, Plougastel-Daoulas), "Plaisir d'Hérault" ou encore "Ça swingue à Saint-Ouen", ce dernier proposant une découverte thématique de la ville dans l'univers de la musique. 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'image, choix audio, image superposable, puzzle, étape chronométrée...).

### LA CHASSE AU TRÉSOR

Une deuxième catégorie de jeux 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. Ainsi, dans "Les Fantômes du quartier latin" et "Le Marchand de songes" (jeux de la "Chasse aux trésors" de la mairie de Paris en 2010 et 2011), le joueur est emmené de ruelles en passages grâce à un texte sibyllin qui doit être décodé pour repérer des indices visuels menant vers l'étape suivante (exemple tiré des "Fantômes du Quartier latin" : "Suivez le regard d'un évêque de mots, jusqu'au comptoir. Là un philosophe et son œuvre prendront le relais"). Dans leurs versions événementielles, ces parcours font entrer les joueurs dans des magasins partenaires de l'opération.

### L'ENQUÊTE

Une troisième catégorie de jeux repose sur l'enquête, popularisée par des films et romans tels que *Sherlock Holmes*, *Da Vinci Code*, mais également *Dora l'exploratrice* et

autre *Scoobi-Doo* pour les plus jeunes. Ces jeux sont scénarisés et invitent les joueurs dans des univers uniques, propres à chaque enquête. La particularité de cette catégorie réside dans le fait que les joueurs doivent collecter des indices (photos déchirées, audio, images manipulables...) pour résoudre une énigme finale. Les indices sont virtuels et stockés dans la sacoche de jeu (virtuelle, elle aussi) de l'application. Le jeu n'est pas nécessairement linéaire. Ainsi, "L'Or des alchimistes" appelle le joueur à retrouver des fragments de pierre philosophale dispersés en sept points de Paris. Libre au joueur de s'y rendre dans l'ordre de son choix. Une fois tous les lieux parcourus (et seulement à ce moment là), il doit retrouver le laboratoire secret de Nicolas Flamel sur la base des éléments collectés.

### LE JEU DE RÔLE

En quatrième catégorie, citons le jeu de rôle. Ce type de jeu pousse plus loin le concept de joueur-acteur. Les choix du joueur influencent le déroulé du jeu. Le joueur achète des objets virtuels (indice, arme, bijoux, matière première, vin, etc.), dont il peut se servir dans le jeu. Le jeu "Ombres sur Versailles" (au château de Versailles) est à la fois une enquête et un jeu de rôle. L'établissement public qui gère le site a souhaité avoir un jeu d'appropriation des lieux par le regard, destiné tant aux abonnés du château qu'aux autres visiteurs. C'est ainsi qu'a été créé un concept de réalité alternative, c'est-à-dire une approche alternative de l'environnement réel via un scénario poussant assez loin l'imaginaire. Le joueur doit mener l'enquête pour déterminer et combattre la menace qui pèse sur Versailles. L'intervention de personnages virtuels d'époque met le joueur en situation pour qu'il s'approprie les mœurs d'alors. Comment réagir face au garde qui vous interpelle ? Faut-il être offensif, radical ou Grand Siècle ? Comment se comporter quand on vous fait les poches ? Comment marchander des indices ? On citera également, dans cette catégorie des jeux de rôle, le jeu "Perpignan et l'anneau cosmique", une aventure dans laquelle le joueur doit retrouver tous les éléments de la bague *Mosca Cosmica* de Salvador Dali (or, turquoise, grenat). Voyages temporels et jeux de rue emmènent le joueur dans cette quête. **CL**

## “La Presqu’île aux trésors”

### Un jeu de piste pour parcourir (gratuitement) le territoire de Plougastel-Daoulas en famille

SANDRINE BERTHELÉ

[sandrine.berthele@brestetvous.fr]

Chargée de mission e-tourisme • Office de tourisme de Brest métropole océane

**F**ORT DES DEMANDES DE FAMILLES SOUHAITANT DÉCOUVRIR LE TERRITOIRE EN CAPTIVANT LES ENFANTS, L’OFFICE DE TOURISME DE BREST MÉTROPOLE Océane a lancé, en 2010, une réflexion concernant un jeu ludique et éducatif. À l’époque, le projet était de mettre en place un jeu “papier”. La décision de mettre en place ce type de produit à Plougastel-Daoulas s’est imposée pour plusieurs raisons. Outre le fait que nous y disposons d’un bureau de l’office de tourisme communautaire, cette commune possède un patrimoine riche, qu’il soit culturel, historique, naturel ou maritime. La clientèle, essentiellement familiale et avide de nouveaux horizons, nous semblait idéale pour tester ce genre de produit.

Après avoir rencontré plusieurs partenaires potentiels pour ce projet, nous nous sommes rendu compte des limites du papier (impressions coûteuses, problèmes de mises à jour...). La progression du m-tourisme aidant, nous avons donc changé d’orientation. Après avoir développé un site mobile et mis en place une application 100 % culturelle à Brest, nous étions à la recherche d’une solution amusante et interactive. Nous avons ainsi décidé de développer une application jeu de piste sur mobile.

Notre rencontre avec la société Furet Company est tombée à point nommé. Cette dernière nous a proposé son application *Piste et trésor*, avec une plate-forme dynamique pour mettre en valeur notre scénario de jeu de piste.

L’étendue du territoire de Plougastel-Daoulas (16 kilomètres de long sur 7 kilomètres de large) nous a contraints à faire un circuit en voiture... La société Furet Company nous a donc fait part de ses recommandations, à savoir une durée maximale à ne pas dépasser (prise en compte de l’autonomie d’un *smartphone*, de l’attention limitée des enfants), choix des énigmes, spécificités techniques... Elle nous a ouvert sa plate-forme d’administration afin que nous puissions enrichir le contenu.

À partir de là, nous avons établi notre scénario de jeu de piste à destination des familles. Nous avons voulu mêler les connaissances d’un guide professionnel, la vision d’un lieu que peut en avoir un greeter et le côté ludique que peu-

vent apporter les nouvelles technologies. C’est ainsi qu’est née Sterenn, guide virtuelle du jeu de piste.

Partant du bureau touristique situé en plein cœur de la commune, Sterenn fait visiter la presqu’île à travers dix points d’intérêt qui emmènent le visiteur sur une quarantaine de kilomètres : le calvaire, l’église paroissiale, la chapelle Saint-Trémeur, le port du Tinduff, le panorama de Keramenez, la chapelle Saint-Guénolé, la chapelle Sainte-Christine, Keraliou, le pont Albert Louppe, le port du Passage. Nous avons alterné des étapes culturelles, historiques, maritimes, de loisirs afin de capter l’attention constante des enfants et de leurs parents. Des énigmes variées (questionnaires à choix multiples, photographies à trous, puzzle à reconstituer...) jalonnent le parcours et permettent aux mobinautes de gagner des fraises virtuelles. À chaque lieu, Sterenn explique histoire, anecdotes ou légendes afin de faire connaître sa presqu’île.

#### JEU DE PISTE ÉVOLUTIF

Les visiteurs assidus sont récompensés de leurs efforts. Les fraises récoltées tout au long du parcours donnent accès à des gratifications (diplômes pour les plus jeunes, recettes de cuisine, albums de photos, entrées à tarif réduit...).

La forte identité de la commune et son attachement aux traditions ont permis de développer une charte graphique en adéquation avec le scénario : Sterenn est une Plougastellen en habit traditionnel ; Plougastel-Daoulas est une région de production de fraises et la pêche des coquilles Saint-Jacques y est une activité traditionnelle. Le caractère tant maritime que terrestre de la commune est perçu dans l’application “La Presqu’île aux trésors”.

La mise en place de ce jeu s’est effectuée en plusieurs temps... Si le choix du parcours s’est révélé facile, celui des énigmes a été plus difficile, devant s’adresser à un public familial et capter son attention tout au long du parcours.

Pour cette application développée sur Iphone et Android, l’investissement est de près de 8 000 euros. Nous avons souhaité que celle-ci soit gratuite afin de permettre à une

majorité de personnes de l'utiliser. Au-delà d'un schéma commercial, nous nous sommes intéressés à la valeur ajoutée qu'offre une telle application au visiteur. Nos seuls objectifs sont de faire découvrir les lieux, d'offrir un service supplémentaire à notre clientèle et de valoriser l'image dynamique de Brest métropole océane.

Avec plus de 3 000 téléchargements à ce jour depuis sa mise en ligne officielle en juillet 2011, le bilan est relativement positif compte tenu de la faible communication relative qui y a été associée faute de temps : *flyers*, affichage dans nos locaux, posts sur les réseaux sociaux et page dédiée sur notre site.

Il est fort à espérer qu'avec nos futurs projets concernant ce jeu, ces téléchargements se multiplieront dans les mois à venir. En effet, nous revenons à notre projet initial de jeu de piste sur papier afin de compléter cette application et de permettre à tous les membres de la famille de participer. Il faut prendre en compte le fait que tout le monde n'a pas encore de *smartphone* et qu'il est tout de même difficile pour une famille nombreuse de s'agglutiner autour d'un seul et unique téléphone.

Nous envisageons également de faire participer nos hébergeurs à des éductours afin qu'ils deviennent des ambassadeurs de ce jeu. Ils pourront ainsi en parler à leurs clients et les inciter à découvrir le territoire à travers le jeu de piste "La Presqu'île aux trésors".

Si le budget nous le permet, nous songeons à extraire ce jeu de l'application *Piste et trésor*. "La Presqu'île aux trésors" deviendrait alors une application à part entière, directement accessible sur l'Appstore et l'Android market. Nous espérons ainsi éviter de perdre le mobinaute qui est confronté à plusieurs étapes avant de pouvoir jouer.

Évolutif, ce jeu de piste sera amélioré au fur et à mesure ; en effet, la plate-forme nous permet de gérer le contenu en toute autonomie. Cela permettra d'éviter aux habitués de se lasser du jeu ; cela permettra aussi d'adapter le jeu aux événements de la commune. Grâce à cette autonomie, le coût annuel est donc uniquement limité à l'hébergement et à la maintenance applicative.

Les retours des mobinautes concernant le jeu de piste étant très encourageants, nous n'excluons pas l'idée de développer ce genre d'outil interactif à Brest. Une manière originale de faire découvrir le nouveau visage de la ville après l'arrivée du tram ! ■

Au-delà de cette répartition par âge de l'équipement et de l'usage, le public cible dépend du scénario et de la communication faite autour du jeu. Le public familial est une cible naturelle. Nombreux sont nos jeux qui lui sont destinés et nous travaillons avec le label Famille Plus. Mais ce n'est pas la cible unique. Ainsi, la "Chasse aux trésors" de la mairie de Paris s'adresse principalement aux jeunes adultes, et l'"Or des alchimistes" s'adresse aux amateurs de jeux.

#### **PUBLIC TRANSGÉNÉRATIONNEL**

Quant au jeu du château de Versailles, réservé aux abonnés lors de son lancement, son public est réellement transgénérationnel, avec des adultes, des familles, des seniors (seuls ou avec leurs petits - enfants). Sur cette population de connaisseurs du château, le jeu a su faire l'unanimité.

Ce constat nous aide à répondre à la question suivante : cible locale ou touristique ? Par son approche de "découverte", le jeu convient tant à un public de connaisseurs (clientèle locale, deuxième visite) qu'à un public de nouveaux visiteurs. Les premiers apprécient que leur attention soit attirée sur des aspects qui leur avaient échappé, ou aiment à redécouvrir un lieu sous l'angle du jeu. Les seconds découvrent le lieu en s'amusant, et creusent les aspects qui les intéressent.

Un jeu pour quel territoire ? Si certains lieux, chargés d'imaginaire et d'histoire, se prêtent tout naturellement à divers jeux (châteaux, sites historiques, vieilles villes...), le jeu s'adapte néanmoins à tous les territoires.

Pour les villes (Paris, Brest, Perpignan, Grenoble, Issy-les-

## “Perpignan et l’anneau cosmique”

### Une visite culturelle, interactive et ludique

AUDREY AVARELLO [a.avarello@mairie-perpignan.com]

Chargée de production et de commercialisation

Office de tourisme de Perpignan

**L’OFFICE DU TOURISME DE PERPIGNAN PROPOSE DES VISITES DE LA VILLE ADAPTÉES À TOUS PUBLICS : VISITES CLASSIQUES, THÉÂTRALISÉES, GASTRONOMIQUES, SPORTIVES, ADAPTÉES, THÉMATIQUES, VISITES NOCTURNES AUX FLAMBEAUX, DÉCOUVERTE DES PARCS ET JARDINS OU ENCORE CHASSES AU TRÉSOR POUR LES PLUS JEUNES.** Désormais, il propose également une visite culturelle originale, interactive et ludique, à faire à l’aide d’un *smartphone*.

En avril 2011, l’OT a fait appel à la société Furet Company et, pour un budget de quelque 6 000 euros, s’est dotée d’une nouvelle offre à destination des publics détenteurs de *smartphones* : le jeu “Perpignan et l’anneau cosmique”, un scénario original sur les traces de Dali, selon qui Perpignan était le centre du monde !

*“Entre surréalisme et Moyen Âge, vous voici entraînés dans le dédale des ruelles à la quête d’un bijou magique. Vous aurez le pouvoir de remonter le temps, mais attention, si vous acceptez cette mission, vous devez faire preuve de courage et d’adresse pour ne pas rester bloqués dans le passé !”*

Disponible gratuitement sur l’application *Piste et trésor*, Perpignan et l’anneau cosmique est un jeu de rôles particulièrement ludique qui donne aux familles et aux jeunes la possibilité d’aiguiser leur curiosité en s’amusant. En un an, près de 8 000 personnes ont déjà téléchargé le jeu. Si ce succès se confirme, l’office de tourisme envisagera la création de nouveaux parcours.

“Nous souhaitons être en phase avec l’évolution des comportements nomades des consommateurs touristiques”, explique Christine Maudet-Pagnon, élue déléguée au tourisme et à la promotion de la ville et présidente de l’office de tourisme. “Le consommateur touristique a de plus en plus une attitude de ‘butinage’, il n’est plus intéressé par la mono-activité mais réclame de la diversité : culture, gastronomie, sport, détente, shopping... le tout lors d’un même séjour ; le rôle de l’office est de mettre en place gratuitement les outils lui permettant ce choix”, poursuit-elle. “Les touristes sont à la recherche d’expériences qui leur procurent sensations et émotions lors de leurs séjours, il s’agit de s’adapter à leurs envies, de la manière et au rythme qui leur convient. N’oublions pas que près de 60 % de la population est détentrice d’un *smartphone*, nous nous devons d’accompagner cette évolution en utilisant ces nouvelles technologies tout en conservant à notre destination ses aspects touristiques festifs, identitaires et culturels”, conclut Christine Maudet-Pagnon. ■

Moulineaux, Saint-Ouen, Sète, Poitiers...), le jeu se construit autour des monuments, places, façades, jardins, enseignes, ponts, passages, commerces... En pleine nature (Saint-Raphaël, les abords de l’Arve (SM3A), les sources du lac d’Annecy - Pays de Faverges), le jeu repose sur les rochers, le paysage, la faune, la flore, les chemins, les cours d’eau, les reliefs, les panoramas, les sons (par exemple, reconnaître des cris d’animaux intégrés au jeu...). Sur les sites patrimoniaux (parc Éana, château de Versailles), le jeu s’imprègne de l’âme du site dont les points d’intérêt découlent naturellement.

#### IRRIGATION DU TERRITOIRE

Notre solution est embarquée dans le *smartphone*. Une fois que le jeu a été téléchargé, aucune connexion réseau n’est nécessaire. Cela résout de nombreuses problématiques telles que l’accès au jeu par la clientèle étrangère (qui paye très cher sa connexion data) ou l’accès dans des zones peu ou pas couvertes. L’espace de jeu et de découverte n’est pas limité ; il peut inclure notamment des grottes, des catacombes, des caves, des cryptes, etc.

Le jeu permet de faire de l’irrigation du territoire. On inclut alors dans le parcours les zones dont on souhaite accroître la fréquentation (commerces, points d’intérêt, petites ruelles et passages méconnus). Ainsi, un jeu peut débiter dans un château très fréquenté pour emmener le joueur découvrir la ville et ses alentours.

Il offre également la possibilité de créer des synergies entre des sites d’une zone (communauté de communes, pays, département, région, etc.) en créant des scénarios de jeu multi-sites. Nous moti-



vons et incitons les joueurs à visiter un maximum de lieux pour mener leur enquête. Chaque site propose sa propre enquête, au cours de laquelle le joueur doit récolter des indices, des éléments propres au lieu. Toutes ces déclinaisons locales se rassemblent autour d'un scénario général. Le joueur n'atteint l'énigme finale qu'après avoir récolté les éléments propres à chaque site.

Le projet au sein de la Corderie royale, à Rochefort, par exemple, a pour objectif (fixé par Erik Orsenna, président du Centre international de la mer) d'élargir le succès touristique du site à l'ensemble de l'arsenal afin de faire passer la durée moyenne de visite à Rochefort d'une demi-journée à une journée et demie.

#### ÉMULATION ET MOTIVATION

Dans ces approches visant à capter le joueur, les cadeaux et récompenses sont également des éléments importants pour l'émulation et la motivation. Il ne faut pas les négliger car, au-delà de la valeur, ils symbolisent le but de la quête. Notre solution permet la distribution de coupons (entrée gratuite, bon de réduction, cadeau à récupérer à l'office de tourisme) ou la participation à un jeu-concours pour les joueurs les plus méritants.

En outre, les joueurs peuvent partager leurs avis, leurs émotions avec leurs amis *via* les réseaux sociaux Facebook et Twitter et par mail, en communiquant par exemple leurs résultats, leurs impressions, voire leurs photos.

Lors d'un projet de mise en œuvre d'un jeu, nous nous chargeons de toute la partie technique (conseil, test, mise en ligne, etc.). Le scénario de jeu est réalisé, selon la volonté du commanditaire, soit

en interne, soit par l'un de nos partenaires créateurs de jeu. Ensemble, nous déterminons la conception des mécanismes de jeu. Le client garde toujours un accès direct au contenu, que ce soit avant ou après la mise en ligne, grâce à notre "web console" (outil de gestion et d'administration de site). Ainsi, notre solution offre une flexibilité et une adaptabilité permettant d'intégrer les évolutions liées à l'environnement (par exemple, la fermeture d'un site ou d'une salle temporairement inaccessible) ou d'inclure une manifestation événementielle temporaire. Le jeu peut également être mis à jour en fonction des retours du terrain (étapes trop dures, mal adaptées à une clientèle étrangère, etc.).

La durée moyenne de conception d'un jeu est d'environ deux mois. Elle dépend beaucoup de la disponibilité du créateur du scénario, de la complexité de celui-ci et du cycle de validation du client. Une fois le jeu validé, la mise en ligne est immédiate.

Les jeux sont présents par défaut sur notre application bibliothèque *Piste et trésor*. Ils peuvent également être intégrés sur des applications mobiles existantes déjà mises en œuvre par le client (m-tourisme, guide touristique mobile, information, réservation, etc.) ou être soumis en application indépendante sur les magasins applicatifs (Appstore et Android market). Notre objectif étant de maximiser la visibilité de chaque jeu, nous favorisons les accès multiples.

Les perspectives de développement de jeux sur *smartphone*, par les offices de tourisme et autres institutions territoriales, sont encore très importantes. En parallèle, nous nous diversifions sur le secteur des musées et châteaux. Les châteaux, imprégnés d'histoire, offrent un univers particulièrement propice à la mise en œuvre de jeux. En retour, les jeux permettent, notamment dans une approche jeu de rôle, de faire revivre une époque et les personnages emblématiques qui ont marqué les lieux. De la même façon, les musées sont séduits par notre approche, dans laquelle le jeu sert de vecteur à l'observation et à la découverte. Le *smartphone* a pour but d'inviter le joueur à lever le nez et à décrypter ce qui l'entoure. Il n'a pas pour vocation d'accaparer le regard.

Si l'utilisation du *smartphone*, interactif et communicant, est un précieux moyen pour le jeu de terrain, il n'en est pas le but. Celui-ci reste la mise en valeur, par le plaisir, la découverte et l'émotion, du patrimoine quel qu'il soit. ■