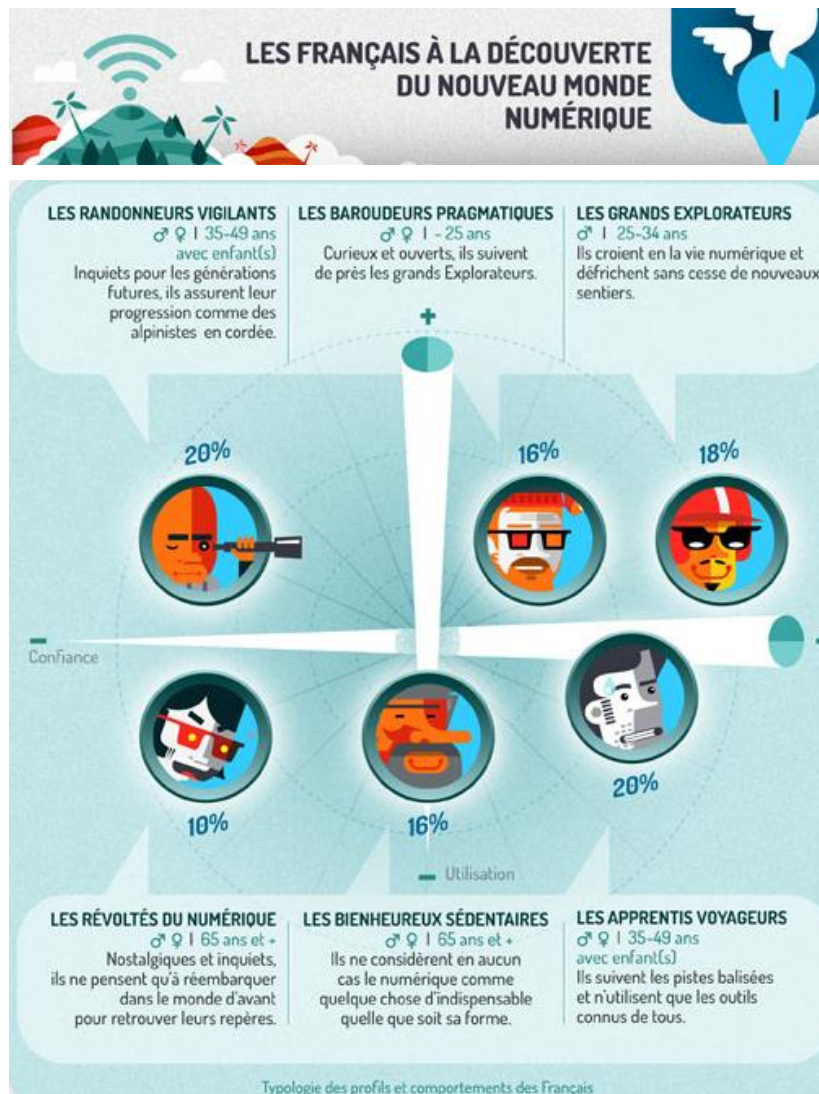


1. Modèle

Extrait A : « Les six familles du numérique en France », *Le Monde*, 08 novembre 2011, p. 25.



- 1.a) A quel modèle classique s'apparente le baromètre présenté ci-dessus ?
- 1.b) Dans ce modèle, quelles sont les 5 phases par lesquelles passe un consommateur lors du processus d'adoption d'une innovation ? (explicitiez chaque phase en quelques mots)
- 1.c) Quels sont les apports principaux de ce modèle ?
- 1.d) Quelles sont les principales limites de ce modèle ?

2. Usages prescrits, usages effectifs

Expliciter ce que signifient les expressions « usages prescrits » et des « usages réels », et le fait qu'il puisse exister des écarts entre ces formes d'usage.

Exemplifiez votre réponse en mobilisant un exemple issu du cours ainsi qu'un exemple issu de votre réflexion personnelle.

3. Le cas Trackmania

Argumentez vos réponses en vous appuyant sur les extraits et sur les éléments issus du cours.

3.a) De quoi est-il question dans ces extraits ?

3.b) En quoi les usagers peuvent-ils être pertinents pour l'innovation (dans un tel cas, et en général) ?

3.c) Peut-on parler de communauté d'usagers ici ?

3.d) Quelles sont les caractéristiques d'une communauté d'usagers pour que celle-ci fonctionne et permette l'innovation ? Ces caractéristiques fonctionnent-elles ici ?

Extrait A

« Avec plus de 5 millions de joueurs, Trackmania est certainement représentatif de la diversité d'usage que peut provoquer un jeu vidéo en mode « connecté ». Depuis le simple outil ludique pour certains [jusqu'à représenter pour d'autres une] caisse à outils poussant à la création, découvrez une galerie de plus de 40 personnes de 12 à 55 ans, tous passionnés du jeu et relatant leurs expériences et sentiments, (...) depuis les rassemblements de joueurs jusqu'au banc des écoles ! » (Source : Issu du boîtier du DVD documentaire sur Trackmania : <http://www.generations-digitales.fr/achat.html>).

Extrait B

« Ubisoft: acquiert le studio Nadeo.

Ubisoft annonce l'acquisition du studio Nadeo, le créateur du jeu de courses de voitures en multijoueurs TrackMania. Les termes financiers de la transaction ne sont pas précisés. L'éditeur de jeux vidéo explique que ce studio "s'est distingué par la qualité de ses technologies multijoueurs, offrant l'une des meilleures expériences de jeu en ligne existantes, avec 10 millions d'inscriptions déjà réalisées". Son jeu phare TrackMania, qui accueille 700.000 joueurs uniques par mois, est un pionnier du partage de créations (près de 15 millions de circuits uniques créés depuis 2008) et est la première franchise *eSport* pour les jeux de courses de voitures.

"L'acquisition de Nadeo est une étape importante de notre développement dans les jeux en ligne. Ubisoft va s'enrichir d'une équipe experte, d'une des meilleures technologies on-line existantes et d'une marque phare des jeux multijoueurs qui jouit d'une réputation sans pareille auprès d'une communauté fidèle et engagée" a déclaré Yves Guillemot, PDG d'Ubisoft. » (Source : « Cercle Finance (site web). Actualités sur les sociétés France, lundi 5 octobre 2009 - 18:50:00 »).

Extrait C

« À l'origine, TrackMania est un jeu vidéo de course de voitures lancé en 2003 sur PC par le studio français Nadeo. Son originalité consistait, entre autres, à offrir une expérience de jeu inédite (absence de collisions entre les voitures, etc.) et surtout à permettre aux joueurs de personnaliser le jeu à l'extrême. Ainsi, chaque joueur pouvait fabriquer sa propre voiture de course avec les différents éléments proposés, et même la piste de course. Il pouvait alors courir après le chronomètre : pas de concurrents en piste, mais un temps de référence à battre (le « Temps Nadeo »), des voitures « fantômes » représentant le temps à battre pour permettre de visualiser le chronomètre. En accumulant les performances, le joueur accumulait de l'argent virtuel (les « coppers »), qui donnaient droit à l'achat de nouveaux éléments (pour la voiture, pour le circuit, etc.), et par suite permettait de vivre des expériences de jeu de plus en plus palpitantes.

Le jeu s'est vite vendu à plus de 100 000 exemplaires. Puis, les mois et les années passant, Nadeo a lancé de nouvelles versions de TrackMania (Power Up! en 2004, Sunrise en 2005, etc.), misant de plus en plus sur le mode multijoueurs et la communauté de fans du jeu. Le studio d'Issy-les-Moulineaux, qui ne comptait qu'une vingtaine d'employés, a pris tout le monde de surprise en rendant son jeu gratuit et en invitant les joueurs à l'améliorer par eux-mêmes et à partager leurs trouvailles avec les autres. (...) » (Source : <http://nouveau.europresse.com.ressources.ezproxy.utbm.fr:8080/Search/ResultMobile/0>).

Extrait D

Trackmania est un « jeu de course disponible, [initialement] disponible principalement sur PC, dont le premier opus est sorti en 2003. Développé par le studio de développement français Nadeo, près d'une dizaine de versions différentes se sont succédées depuis. Le principe du jeu est simple. Il s'agit de rejoindre l'arrivée en passant par des points de passage en un minimum de temps. Trackmania est un jeu de voiture

qui inclue également un éditeur de circuit avec un partage de contenu », ce qui le différencie d'autres jeux où les courses sont toujours identiques. »

Pour certains joueurs, un « sentiment d'appartenance » s'exprime, et ils parlent de « famille Nadeo ». « Les utilisateurs apprécient également l'éditeur de circuit », le même que celui des développeurs, et y voient un moyen d'exprimer leur créativité. Pour les plus [investis] d'entre eux, c'est une façon de faire profiter les autres joueurs des circuits ainsi inventés. L'éditeur de vidéo permet par ailleurs aux joueurs de partager leur expérience, leurs réussites, leurs exploits.

Même si le jeu semble simple, les joueurs ressentent un plaisir immédiat et découvrent rapidement le goût de la compétition, de la recherche d'une meilleure trajectoire... Les joueurs aiment également retrouver des connaissances, notamment en ligne, pour jouer à plusieurs.

Avec un nombre de joueurs croissant, Trackmania est devenu un succès. « Dès le lancement de la première version de Trackmania, Nadeo a instauré des valeurs, comme le montre la citation ci-après : *"It lets you operate your game : one installed, you can use, organize, create, compete and exchange with other players in total liberty"* ».

Le jeu [n'ayant] pas besoin de beaucoup de ressources, Nadeo a su mettre tout le monde sur un « pied d'égalité en permettant une expérience de jeu non compromise chez quelqu'un habitant à la campagne par rapport à un citoyen ayant une meilleure installation informatique. »

« Parmi les points reprochés à Trackmania, on note l'absence d'un véritable mode solo, avec une histoire et un vrai scénario. (...) De nombreux joueurs ont [également] été déçus par le changement de modèle économique. Nadeo proposait [en effet] toujours un jeu gratuit et un jeu payant avec davantage de contenu et des modes de jeu supplémentaires. Mais le studio a décidé de [rendre l'ensemble] payant. Si de nombreux utilisateurs acceptent cette évolution, d'autres n'ont pas sauté le pas » et préférèrent en rester aux anciennes versions.

Nadeo « dispose d'un forum officiel sur internet [où de] nombreux thèmes [sont traités], depuis des problèmes techniques jusqu'à de véritables débats. [On compte à l'automne 2013] près de 188000 messages postés dans 21000 sujets, par 20000 membres. Ce forum est animé par plusieurs *community managers* travaillant chez Nadeo. La mission principale de ces derniers est de faire remonter les échanges [au sein du studio], et d'intervenir « lorsque la parole du studio est nécessaire, par exemple pour mettre fin à des rumeurs. (...) Ce modèle [de recrutement de managers par un studio] est assez rare dans un milieu où les forums sont gérés par des personnes indépendantes » sans que les studios n'interviennent. Nadeo observe par ailleurs également des pratiques plus communes chez les développeurs. Ainsi, lorsque la sortie d'un nouveau jeu est imminente, « le studio met à disposition de quelques utilisateurs triés sur le volet une version "alpha". Par exemple, lors d'une sortie en 2013, « 1000 joueurs ont été sélectionnés » et ont pu s'essayer à une version encore non finalisée mais « jouable ». Ces utilisateurs privilégiés émettent des avis, des retours d'expérience, et permettent de corriger bien des failles. Une version « beta » est ensuite développée, « plus proche de la version finale et ouverte progressivement à plus d'utilisateurs ».

(adapté de : Boche, Creux, Waltz, Yalcin, 2013).

Extrait E

« Le studio a mis en place des forums de discussion, surveillé ce qui se faisait en ligne avec son jeu, et même organisé des compétitions, histoire de motiver encore davantage la créativité des passionnés de TrackMania. Puis, il s'est servi des meilleures trouvailles pour lancer une nouvelle version du jeu, elle payante. Résultats ? Un chiffre parle de lui-même : il y a aujourd'hui 15 318 650 joueurs inscrits en ligne à TrackMania; on est bien loin des 100 000 premiers acheteurs... Et pour finir, Nadeo a été acheté par Ubisoft en 2009, au gros prix, sans nul doute... » (Source : <https://www.lesaffaires.com/blogues/olivier-schmouker/pourquoi-la-co-creativite-fait-elle-si-peur/535729/3>, 05/10/2011).

¹ « Nous vous laissons composer votre jeu : une fois installé, vous pouvez l'utiliser et l'organiser librement, mais aussi créer, et entrer en compétition avec d'autres joueurs ».