

Introduction du numéro spécial « Les jeux vidéo francophones : y a-t-il une "french touche"? Des développeurs et créateurs indépendants à Ubisoft »

Pierre-William Fregonese

Volume 2, numéro 8, 2021

Les jeux vidéo francophones : y a-t-il une "French touche" ?
Francophone Videogames: Is there a "French touch"?

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1077063ar>

DOI : <https://doi.org/10.29173/af29413>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

University of Alberta, Department of Modern Languages and Cultural Studies

ISSN

1916-8470 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Fregonese, P.-W. (2021). Introduction du numéro spécial « Les jeux vidéo francophones : y a-t-il une "french touche"? Des développeurs et créateurs indépendants à Ubisoft ». *Alternative francophone*, 2(8), 1–6.
<https://doi.org/10.29173/af29413>

© Pierre-William Fregonese, 2021



Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

Introduction du numéro spécial « Les jeux vidéo francophones : y a-t- il une « french touche » ? Des développeurs et créateurs indépendants à Ubisoft »

 alternative francophone
pour une francophonie en mode mineur

<https://doi.org/10.1215/08992363-10.29173/af29413>



Pierre-William Fregonese

pierre-william.fregonese@sciencespo-lille.eu
Université Paris 2 / Sciences Po Lille

Le jeu vidéo est aujourd'hui l'industrie mondialisée par excellence, et il semble audacieux de tenter de dégager des spécificités locales, régionales, voire nationales, alors même que les chaînes de production traversent parfois plusieurs continents. Dans les cas les plus extrêmes, une direction artistique et créative pense le jeu à un endroit, une équipe le conçoit dans un ou plusieurs autres, puis une autre entité imagine et crée des adaptations et / ou du contenu additionnel encore ailleurs. Certes, il existe des cas plus spécifiques, mais ils ne sont pas la norme à l'ère des « AAA », c'est-à-dire des blockbusters vidéoludiques, les productions dotées des budgets de développement et de promotion les plus élevés. Par exemple, malgré une américanisation dans une logique de mondialisation (Consalvo), le jeu vidéo japonais conserve des caractéristiques propres, que ce soit en termes esthétiques, ludiques ou idéologiques, car ses entreprises visent d'abord le public de l'archipel, avant d'exporter leurs créations à l'international. Ce positionnement économique singulier n'est pas le plus répandu.

Aussi, repensons à cette réflexion de Frédéric Martel, alors qu'il entreprend de découvrir la chaîne de production des grandes sociétés françaises du jeu vidéo : « Face au succès des jeux d'Ubisoft et de Vivendi Games, j'ai voulu comprendre le succès de la « French touch » dans le jeu vidéo, où les

entreprises françaises sont désormais leader mondial. Et c'est ainsi que j'ai découvert Zhabei » (490). Zhabei est une banlieue au nord de Shanghai, où se côtoient les sociétés de haute technologie, comme Fantasia Animation. Ainsi, les éditeurs français passent par une sous-traitance internationale, avec des délocalisations, notamment en Chine, et l'essor des jeux mobiles ne fait qu'accroître un mouvement déjà bien enclenché depuis des années. Ce mouvement s'appelle l'« *outsourcing* » et s'appuie sur des entreprises spécialisées dans le graphisme, la localisation ou encore le QA (Quality Assurance).¹ Un *outsourcing* peut aussi être interne, si un studio de la même entité vient prêter main forte à un autre, l'un pouvant être en France et l'autre à l'étranger.

De nos jours, un éditeur incarne auprès du grand public le jeu français et francophone : Ubisoft, une société créée par les frères Guillemot, originaires du Morbihan (Bretagne). Forte de 13 742 employés et 45 studios de développements en 2018, l'entreprise se positionne comme l'un des mastodontes du marché. Or, Ubisoft a des studios à Québec ou encore Singapour, et incarne ce phénomène de la mondialisation du jeu vidéo. Frédéric Martel souligne aussi les méthodes de travail « à l'américaine » des éditeurs et studios français, dont Ubisoft ou encore Quantic Dream, et des jeux qui adoptent un propos et/ou un visuel « blockbustérisé ». En effet, au vu des moyens énormes déployés par ces sociétés, le marché français ne peut suffire pour rentabiliser les productions. Le pari est ainsi de penser un succès international. À la différence des Japonais, dont le marché est plus grand et unifié, les Français ne produisent donc pas pour plaire au public local. Leurs créations doivent ainsi s'intégrer dans une culture-monde dont les attributs principaux sont l'accessibilité et le divertissement, faisant de certaines sorties - comme les *Assassin's Creed* d'Ubisoft - de véritables événements-mondes (Sirinelli). Autrement dit, au niveau financier, ce sont des multinationales qui n'ont d'hexagonales que leur siège social, au mieux, leur démarche créative passant de plus en plus par une hybridation internationale et globale.

UNE IDENTITÉ AUTO-AFFIRMÉE : LA « FRENCH TOUCH »

Ce constat économique et contemporain ayant été effectué, le jeu vidéo « à la française » n'est pour autant pas une vue de l'esprit. Précisons d'emblée que le jeu vidéo francophone est l'immense majorité du temps - sinon toujours - envisagé comme le jeu vidéo français, autrement dit développé par une société française. S'il n'y a pas de définition communément acceptée de l'expression, une avancée peut être trouvée dans l'étude d'un « patrimoine vidéoludique francophone » (Ter Minassian 131-139). L'histoire de l'industrie vidéoludique montre des points communs entre les différentes productions hexagonales, par exemple des genres phares (aventure, éducatif), un penchant pour l'adaptation (bande dessinée) et des influences croisées persistantes (policier, horreur, science-fiction). L'expérimentation constitue aussi une caractéristique essentielle du jeu vidéo à la française, pensons par exemple aux adaptations de la licence *Dune* tirée de l'œuvre de Frank Herbert. Si le *Dune* (1992) de Cryo est un mélange original d'action, d'aventure et de jeu de stratégie, le *Dune II: The Building of a Dynasty* (1992) du Westwood Studios est un pur jeu de stratégie en temps réel. Le premier, qui est français, expérimente, conjugue et casse les codes quand le second, américain, tout en se montrant novateur, va sécuriser des influences en devenant le pilier d'un genre naissant, le RTS (*Real-time strategy*).

Rémi Herbulot, co-concepteur du jeu *Dune* avec Philippe Ulrich, définissait d'ailleurs la spécificité française par un style singulier et reconnaissable, que ce soit en terme visuel ou dans l'écriture : « [La *French touch*] se ressent surtout au niveau des graphismes, de l'harmonie des couleurs, et des scénarios plus complexes généralement (parfois trop!). On pourra se dire que la '*french touch*', ce n'est qu'un terme, mais je dirais qu'il traduit aussi le fait qu'il vaut mieux faire les choses selon sa sensibilité »

¹ *Quality Assurance*, soit la détection et le report d'éventuels problèmes dans les productions vidéoludiques par une équipe dédiée.

(Fagal). Cette sensibilité s'exprime grâce à une politique d'auteurs, la fin du XX^e siècle étant une période où les équipes sont plus restreintes par rapport aux vastes « *teams* » d'aujourd'hui, ce qui permet de faire émerger des personnalités fortes, comme Eric Chahi (Oric Atome, Chip, Delphine Software), Philippe Ulrich (Ere informatique, Cryo), Nicolas Gaume (Kalisto Entertainment) ou encore Paul Cuisset (Delphine Software). Et Infogrammes dans l'adaptation des BD.

Si le jeu vidéo à la française s'est appuyé sur des genres et influences spécifiques, pour autant les productions récentes se sont éloignées de cette direction. Seule une poignée d'éditeurs continue ce tour de force, pour des raisons qui ne peuvent évidemment être réduites à une quelconque tradition. Déjà en son temps, Infogrammes pensait le jeu vidéo comme un « art d'emprunt ». Le cas de Microids est ainsi évocateur. L'éditeur français, créé en 1988, est aujourd'hui un label d'Anuman Interactive, une société appartenant au groupe Médias Participations depuis 2009. Si Microids mise sur le jeu d'aventure (*L'Amerzone* et *Syberia* de l'auteur de bande dessinée Benoît Sokal) et le jeu d'enquête (*Agatha Christie: The ABC Murders*), son modèle économique passe aussi par l'adaptation de bandes dessinées à succès (*Astérix et Obélix XXL 2: Mission Las Vegum*² et *Astérix et Obélix XXL 3: Le Menhir de Cristal*, *Blacksad: Under the Skin*, *XIII*) dont les droits ont été préalablement obtenus par Médias Participations. De nos jours, cette orientation française est en réalité une opportunité de traiter des licences à moindre coût, tout en ne s'aventurant pas dans la création de nouvelles IP (Intellectual Property)³ plus risquées.

De son côté, l'approche linguistique du jeu vidéo à la française a aussi évolué. Que ce soit pour les termes communément usités ou ceux dédiés à la création, l'anglais a pris la place du français. Par exemple, aux mots « automatiques » et « meubles » ont succédé l'« arcade » et les « bornes de jeu » (Blanchet et Montagnon) montrant une évolution nette du vocabulaire. Les écoles françaises proposent ainsi des formations en « *game design* », « *level design* », plus rarement en « *narrative design*⁴ ». De manière similaire, si les jeux des studios de l'hexagone étaient autrefois écrits en français, la tendance s'inverse. Ces derniers sont parfois écrits directement dans la langue de Shakespeare avant d'être traduits en français ; pour des questions d'efficacité, de coût, et de communication entre les équipes internationales de production et publication, l'anglais est la langue vernaculaire. Par ailleurs, l'essor du jeu en monde ouvert (l'« *open world* ») et d'une interactivité émergente⁵, une mode où le joueur crée en partie ses propres expériences, relativise d'autant plus l'importance du texte et donc de la langue. Les histoires se vivent désormais autant qu'elles ne se racontent. Du moins du côté d'Ubisoft, car des jeux comme *The Witcher 3: Wild Hunt* (2015) du développeur polonais CD Projekt RED montre la possible adéquation entre le monde ouvert et l'écriture poussée, dans la création des quêtes et la confection des dialogues.

LA « FRENCH TOUCH » MÈNE-T-ELLE QUELQUE PART ?

Quelque part, la « french touch » est ainsi un concept-miroir qui en dit autant sur ceux qui s'en revendiquent, que sur les productions elles-mêmes. François Rouet, alors économiste au DEP⁶ écrivait il y a une dizaine d'années, « la création française occupe une place secondaire dans le monde en termes de ventes et de titres à succès : la *french touch* est une vieille antienne dans laquelle les créateurs ne se

² La réédition de 2018 est développée par OSome et éditée par Microids. La première version de 2005 fut développée par Etranges Libellules, un studio lyonnais qui a fermé ses portes en 2012, et éditée par Atari.

³ Dans le lexique du jeu vidéo, IP est l'acronyme d'*intellectual property*, un synonyme de « licence ».

⁴ Ce poste reste marginal dans les offres d'emplois. On lui préfère souvent le terme plus large de *game designer*.

⁵ Distinguer le « *gameplay émergent* » de la « *narration émergente* ». (Fregonese, *Raconteurs d'histoires*).

⁶ Département des études et de la prospective du ministère de la Culture.

reconnaissent guère. Pourtant, il existe une véritable originalité des productions françaises et les studios jouissent d'une réputation de qualité » (10). Aussi la « french touche », comme sa consœur la *french touch* (Fregonese, *De la stratégie*), ne serait-elle pas désormais la facette technologique et contemporaine d'un récit national⁷ et culturel⁸ (Martigny) ? C'est-à-dire une désignation presque arbitraire, sinon populaire et médiatique, des meilleurs représentants de l'hexagone sur la scène internationale. En effet, certaines productions plutôt que d'autres aux caractéristiques similaires intègrent un catalogue restreint d'œuvres considérées comme représentative d'un style hexagonal. Quelles sont-elles ? Les plus vendues, les plus cotées ? Pas nécessairement.

Tel le « roman national » dans sa conception traditionnelle, la « french touche » repose toujours sur l'incarnation au travers des passions engendrées par les grands destins technico-industriels, glorieux ou non. D'une part, il y a les sociétés historiques (Cryo, Ubisoft, Quantic Dream, DONTNOD), de l'autre les individus porteurs d'un projet, d'une idée. Si, *a contrario* du cinéma, le jeu vidéo n'a pas connu – pas encore ? - sa « politique des auteurs », il sacralise les personnalités transgressives, telles Hideo Kojima, Hidetaka Miyazaki, Yoko Taro, Ken Levine etc. Le génie créatif qui impose ses idées par ses compétences et son charisme n'est pas propre à la France, pourtant il se retrouve aussi dans l'Hexagone sous la forme de harcèlement capricieux. Quelques personnalités du milieu deviennent le visage quasi perpétuel de cette notion aux contours flous : aux Eric Chahi et Philippe Ulrich ont succédé les David Cage et Michel Ancel. Pour autant, le collectif a pris le pas sur le créateur omnipotent, à l'image d'Ubisoft qui réfute la notion d'auteur (Fregonese, *Raconteurs d'histoires*) en désincarnant la production, à la manière d'Atari et en un sens du géant Nintendo pour certaines productions ; l'une des raisons est bien sûr le marketing, avec le souhait d'éviter d'associer - voire de fondre - une marque à un individu, comme Konami avait pu le faire avec Hideo Kojima. Cela n'empêche pas Ubisoft de promouvoir en interne ses « talents », les nouveaux créateurs, envers et contre tout (Lamy et Szadowski).

Les jeux eux-mêmes bénéficient éventuellement d'une aura les rattachant à un continent ou un pays. En France, il se compte depuis quelques années sur les doigts d'une main. Prenons *Life is Strange* de DONTNOD, le grand succès critique récent provenant de l'Hexagone. Son titre est anglais - comme *Another World* ou d'autres jeux plus anciens, d'ailleurs -, l'action se déroule aux Etats-Unis et l'éditeur du jeu est japonais, Square Enix UK. Une partie de son équipe de développement est ainsi fascinée par la contre-culture américaine.⁹ Certes, certaines productions, tel *Remember Me*, toujours de DONTNOD, tente une approche plus « française » et « francophone » mais ce pari est commercialement risqué. *Remember Me* (2013) se passe dans un néo-Paris pensé par l'équipe du studio mais aussi [l'écrivain-] le romancier Alain Damasio, connu pour *La Horde du Contrevent* (2004) et *Les Furtifs* (2019). Ce jeu est un succès d'estime, mais un échec commercial qui connaît un renouveau critique sur le tard avec un article de Kotaku, l'un des médias de référence (Heather).

LES AVATARS D'UNE APPROCHE FRANCOPHONE

⁷ À distinguer du fameux « roman national » (Nora, 1979), qui penche vers la fiction. Le récit national, ici, est considéré comme le corpus d'œuvre et d'auteurs de référence sur lequel les élites bâtissent une « identité ».

⁸ Le récit national pensé par les élites, mis en œuvre par l'Etat et soutenu par les milieux intellectuels et de la culture.

⁹ Le jeu vidéo, tout en les critiquant parfois, contribue à la circulation des imaginaires des industries culturelles dominantes, Hollywood au premier chef. Ainsi, *Grand Theft Auto IV* (2008) joue et critique les imaginaires globalisés par les industries médiatiques et de consommation de masse (Mauco). Pour lire les propos de Jean-Luc Cano, scénariste de *Life is Strange*, sur la contre-culture américaine, voir Fregonese, *Raconteurs d'histoires*.

Pour actualiser les réflexions sur la pertinence de la « french touche », ce numéro spécial d'*Alternative Francophone* entend décloisonner les disciplines afin d'amener à une réflexion plus large sur le jeu vidéo francophone. Les chercheurs et chercheuses qui ont écrit ces lignes viennent de France métropolitaine, des DOM-TOM, de Belgique ou encore du Canada. Leurs disciplines sont diverses : de la science politique à l'histoire des idées, en passant par la littérature comparée et les sciences de l'art et du langage. Là encore, l'hybridité de l'approche intellectuelle rappelle l'hybridité des jeux pionniers à la française.

En premier lieu, Guillaume Baychelier nous montrera l'importance et la constance du genre horrifique dans l'approche française du jeu vidéo. En analysant les dispositifs d'image d'un corpus de jeux d'horreurs développés en France dans les années 1980 à 2010, l'auteur entend souligner les spécificités de ces productions hexagonales et leur apport plus global au genre par une réflexion autour de l'image vidéoludique.

Paul-Antoine Colombani et Julien Lalu s'intéresseront, quant à eux, à Ubisoft. Le premier étudiera les enjeux des mondes ouverts actuels par la relation entre création d'imaginaires et représentations de l'espace dans les franchises *Assassin's Creed* et *Watch Dogs*, quand le second axera sa réflexion sur l'événement historique qui fait jeu et le jeu qui fait l'événement historique, par le cas d'*Assassin's Creed Unity* vu parfois comme le jeu le plus français de la firme en ce qu'il touche à la Révolution de 1789.

Dans un quatrième temps, Emmanuelle Hess abordera le jeu vidéo francophone par sa politique inclusive au travers d'une volonté toujours plus accrue de représenter les minorités, là où les grandes productions américaines et japonaises ne repensent pas vraiment leurs normes établies.

De cette approche plurielle, une question, en creux, sera finalement mise en avant : et si les *game studies* francophones, au sens large, participaient aussi à cette « french touche » ? Suivant les terrains de recherche explorés par les conférences « Game Studies? à la française! » (GSALF) de l'Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines (www.omnsh.org), ce numéro spécial entend contribuer à donner un cadre aux réflexions sur le jeu vidéo à la française.

OUVRAGES CITÉS

- Blanchet, Alexis et Guillaume Montagnon. *Une histoire du jeu vidéo en France, 1968-1991 : des labos aux chambres d'ados*. Pix'n Love, 2020.
- Consalvo, Mia. « Convergence and Globalization in the Japanese Videogame Industry ». *Cinema Journal*, vol. 48, n° 3, 2009, pp. 135-41.
- Fagal. « Interview de Rémi Herbulot ». *phenixinformatique.com*, janvier 2004, www.phenixinformatique.com/sections.php?op=viewarticle&artid=132.
- Fregonese, Pierre-William. *De la stratégie culturelle française au XXIe siècle*. Classiques Garnier, 2019.
- . *Raconteurs d'histoires. Les 1000 visages du scénariste de jeu vidéo*. Pix'n Love, 2019.
- Heather, Alexandra. « The Most Underrated Games Of The Decade ». *kotaku.com*, 12 novembre 2019, <https://kotaku.com/the-most-underrated-games-of-the-decade-1840365171>.
- Ichbiah, Daniel. *La grande saga des jeux vidéo*. Pix'n Love, 1998.
- Lamy, Corentin et Michaël Szadowski. « Vague de témoignages des cas de harcèlement et d'agressions dans le monde du jeu vidéo ». *lemonde.fr/pixels*, 26 juin 2020, mis à jour le 2 juillet 2020, www.lemonde.fr/pixels/article/2020/06/26/le-monde-du-jeu-vidéo-secoue-par-une-vague-de-temoignages-evoquant-des-cas-de-harcelement-et-d-agressions_6044313_4408996.html.
- Martel, Frédéric. *Mainstream*. Flammarion, 2010.
- Martigny, Vincent. *Dire la France. Culture(s) et identité nationales 1981-1995*. Les Presses de Sciences Po, 2016.
- Mauco, Olivier. *GTA IV, L'envers du rêve américain*. Questions théoriques, 2013.
- Rouet, François. « La création dans l'industrie du jeu vidéo ». *Ministère de la Culture - DEPS*, « Culture études », vol. 1, n°1, 2009.
- Sirinelli, Jean-François. « L'événement-monde ». *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 76, n° 4, 2002, pp. 35-8.
- Ter Minassian, Hovig. « Les jeux vidéo : un patrimoine culturel ? ». *Géographie et cultures*, 2012, pp. 121-39.