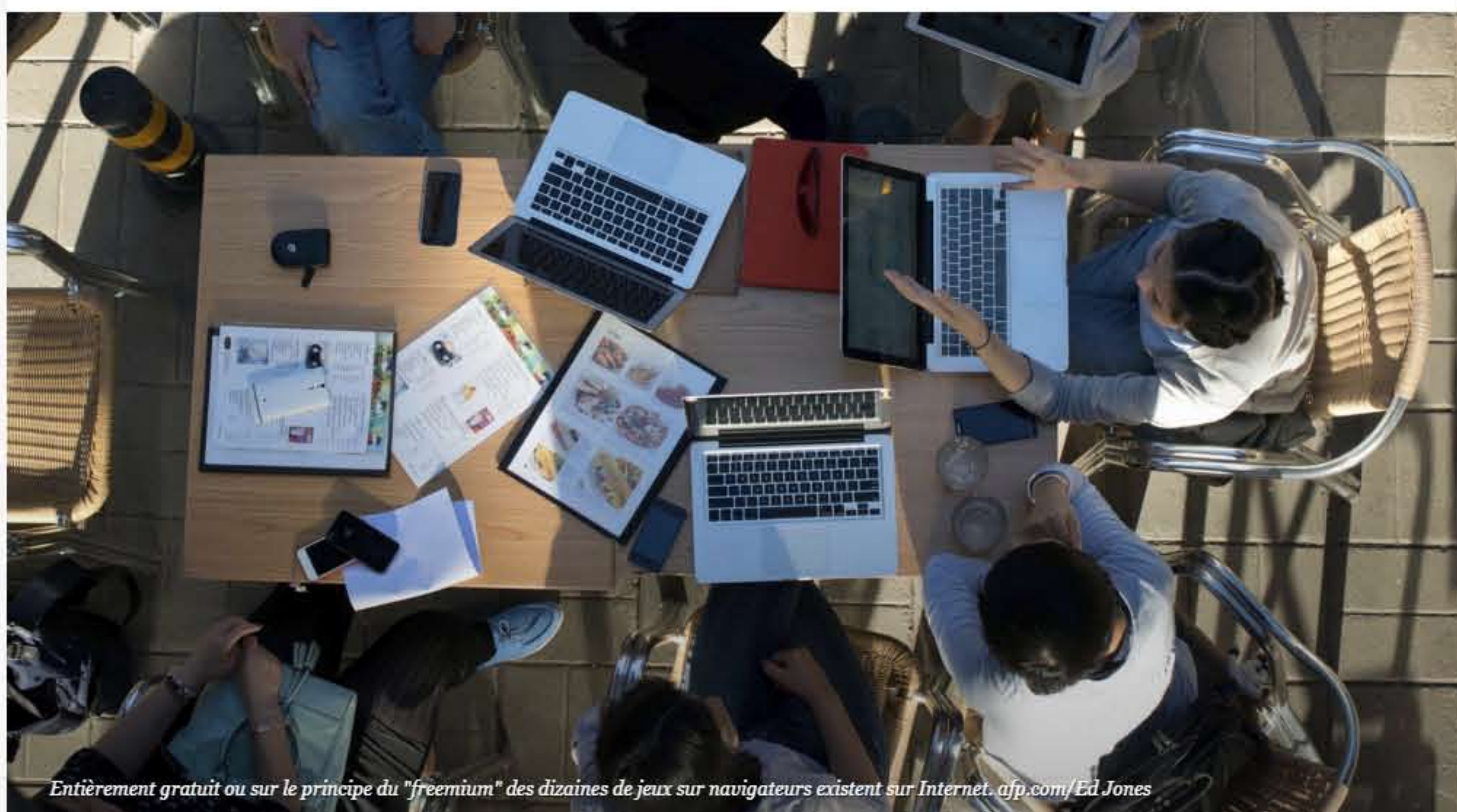


Les jeux sur navigateur, petits outsiders du gaming

Actualité / Culture / Par Johan Garcia, publié le 22/11/2013 à 10:00



Entièrement gratuit ou sur le principe du "freemium" des dizaines de jeux sur navigateurs existent sur Internet. [ajp.com/Ed Jones](http://ajp.com/)

A côté des gros titres à succès, de nombreux jeux en ligne développés par de plus petits éditeurs ou des communautés de passionnés rencontrent un succès considérable. Qui sont-ils et comment se financent-ils? Découvrez.

Vous en avez marre de payer vos jeux vidéo? Mais avez-vous déjà testé les jeux sur navigateurs? A côté des gros titres à succès, onéreux sur console, les alternatives les plus connues passent par des **applications**, qui ne coûtent que quelques euros le plus souvent, telles qu'Angry Birds ou Candy Crush Saga. Celles-ci cartonnent depuis quelques années avec le développement des réseaux sociaux mais surtout des tablettes et smartphones. Les jeux sur navigateur, plus anciens, sont pourtant moins connus.

Ces divertissements **multijoueurs** en ligne, gratuits, aux thèmes multiples (sports, stratégie, jeux de rôle, histoire, science-fiction, etc.), ne nécessitent ni application, ni téléchargement et se jouent sur un simple navigateur Internet (Mozilla, Chrome, IE8, etc.). Simples d'accès, ils demandent du temps et de l'expérience pour mener à bien les diverses aventures. Celles-ci se déroulent le plus souvent en temps réel, les autres joueurs poursuivant l'aventure si vous vous déconnectez, à la manière d'un *World of Warcraft*. Aussi variés que nombreux, il est difficile de s'y repérer et facile d'être déçus en tombant sur un jeu en partie payant.

Le "freemium"

Une majorité de ces titres sont créés par des **éditeurs**, comme les allemands Bigpoint et Gameforge qui peuvent se permettre de surfer sur des licences connues comme Battlestar Galactica ou Games of Thrones. En juin 2011, Bigpoint totalisait ainsi plus de 300 millions de joueurs enregistrés sur l'ensemble de ses jeux, massivement multijoueurs.

Côté français, il faut compter sur des éditeurs plus petits comme Celsius Online ou Motion-Twin. Ce dernier a vu le jour en 2001 à Bordeaux (Gironde) grâce à deux copains de lycée, **Nicolas Cannasse** et **Benjamin Soulé**. La société, qui compte 13 associés, est spécialisée sur les jeux en flash sur navigateur Internet. Elle attire plus de 100.000 joueurs quotidiennement sur ses différents titres. "Un grand nombre de joueurs sont seulement de passage, ils viennent tester les jeux. Mais c'est l'avantage des jeux gratuits, on capte un grand public", explique Sébastien Bénard, développeur et associé chez Motion-Twin.

Hordes



Hordes, l'un des jeux phares du studio Motion-Twin. Capture d'écran Hordes.fr

Peu importe le jeu ou l'éditeur, l'inscription est toujours gratuite tout comme l'accès au jeu, mais pour progresser il faut fréquemment acheter par des **micro-paiements** des options conférant des avantages conséquents ou accélérant l'évolution de son compte. Le modèle économique, dit "**freemium**" ou "free to play" reste donc très proche des applications qui s'en sont inspirées. Le "pay to win" (paye pour gagner) n'est souscrit que par une minorité de joueurs, les plus accros. "Ceux qui apprécient nos titres peuvent nous supporter et acheter des options. Ça représente que 5 à 10% de ces joueurs. Mais ça nous permet de nous abstraire de la publicité que l'on détestait déjà en tant qu'utilisateur et de financer nos nouveaux titres", rappelle **Sébastien Bénard**.

Motion-Twin surfe sur quelques titres connus comme Hordes, où le joueur doit, aux côtés d'une quarantaine d'autres, survivre le plus longtemps possible dans une zone en ruine, en proie à une invasion de zombies. Ils doivent coopérer, partager leurs vivres et organiser leurs défenses, sachant qu'aucun ne survivra au bout du compte. "On développe nos projets à notre rythme. En 2013 on a sorti deux jeux sur un total d'une vingtaine depuis le début" note Sébastien Bénard. "Pour 2014, on va développer le cross-plateforme afin que les joueurs puissent continuer une partie sur différents supports, en passant d'un ordinateur à une tablette ou un mobile", ajoute-t-il.

Des communautés de passionnés

Les jeux entièrement **gratuits** subsistent mais sont souvent développés sur plusieurs années par des communautés de jeunes joueurs, souvent sans compétences informatiques. On peut citer en France quelques exemples, fréquemment inspirés de périodes historiques. Ainsi Das-Boot, tiré du film de **Wolfgang Petersen** sur la bataille de l'Atlantique, vous permet d'incarner un capitaine ou un sous-marinier pendant la Seconde Guerre mondiale. Développé en 2007 par un groupe d'étudiants français, il compte aujourd'hui environ 500 joueurs.

PUBLICITÉ



inFeed invented by Teads

"Au départ, notre projet était une fédération de trois amis qui se connaissaient d'autres jeux en ligne. On s'est regroupé autour de bonnes volontés tout en se répartissant les compétences à apprendre", raconte **Ryan Burton**, un des fondateurs de Das-Boot. "Tout le monde peut participer sur ces jeux, c'est le principe. C'est très ouvert. Le jeu évolue et se crée en fonction des bonnes idées de la communauté. Dans les gros studios, c'est l'inverse. Ils ont leur plan d'évolution et un pourcentage de temps accordé aux joueurs et aux idées proposées."

Das-Boot.fr



La simulation navale Das-Boot.fr, entièrement gratuite. Capture d'écran du jeu Das-Boot.fr

Ces passionnés financent eux-mêmes le paiement des serveurs tout en comptant sur le **bénévolat** de participants plus formés en codage ou en **graphisme**, le tout à côté de leur vie professionnelle et familiale. "Les premiers créateurs financent le jeu. Pour un serveur de 300 joueurs, on s'en sort avec 50 euros par an. Mais c'est le paradoxe de ces jeux qui n'ont pas assez d'argent pour payer des professionnels et en même temps trop parfois, grâce aux dons des joueurs. Avec le trop plein on a investi dans un serveur plus puissant et dans un peu de communication pour le référencement. Mais l'argent est vraiment pas un élément primordial. Les jeux ne sont pas faits dans cette logique", nuance Ryan Burton.

Autres exemples, Premier Empire ou La Campagne de Russie, deux jeux français distincts, évoluent sur un thème identique, les guerres napoléoniennes, et chaque joueur choisi librement son camp et sa nationalité pour participer au conflit. Caraiibes 1712, s'inspire de son côté des luttes de pouvoir entre les nations européennes au XVIIIe siècle dans les mers du nouveau monde. Un site français indépendant, Fog Of War attribue un label de qualité et fait la promotion des jeux web de ce type.

"Le développeur est l'élément clé dans tous ces jeux. Dès qu'il part, le jeu meurt peu à peu et n'évolue plus. En moyenne la durée de vie d'un jeu c'est entre cinq et six ans. D'ailleurs, si un développeur a un jeu de temps, on est preneur!" conclut Ryan Burton.

