

ECOLE CENTRALE D'ELECTRONIQUE



**OFFRE DE SERVICES :
CREATION D'UNE RUBRIQUE
« TEST DE JEUX VIDEO »**



Sommaire

<u>A. Jeunes étudiants de l'ECE : toutes les qualités nécessaires à un travail de qualité.....</u>	<u>3</u>
1) Des jeunes baignés dans la culture vidéo ludique	3
2) Plus que de simples joueurs : des étudiants joueurs	3
3) L'ECE : une école qui offre les ressources nécessaires à ce genre de projets.....	4
<u>B. Ce que nous vous proposons en détail</u>	<u>4</u>
1) Un test de jeux vidéo hebdomadaire, en fin de semaine	4
2) Le jeudi présente les conditions idéales pour l'édition de cette rubrique	5
3) Un bonus multimédia supplémentaire inédit.....	5
4) Une option laissant envisager une évolution de votre média.....	6
<u>C. L'intérêt d'une telle proposition</u>	<u>6</u>
1) Bousculer les habitudes	6
2) Élargir le public de <i>20 Minutes</i>	7
3) Améliorer l'interactivité du journal.....	7
<u>D. Comment nous comptons mettre en œuvre tout cela</u>	<u>8</u>
1) Un système de notation réfléchi allié à la multiplicité des genres	8
2) Obtenir le matériel nécessaire	9
3) Rester dans l'optique de <i>20 Minutes</i>	9
<u>Annexes</u>	<u>11</u>
1) Maquette de la page proposée	11
2) CD avec l'exemple de vidéo et le présent document (pochette ci-jointe).....	11

A. Jeunes étudiants de l'ECE : toutes les qualités nécessaires à un travail de qualité

1) Des jeunes baignés dans la culture vidéo ludique

** Les personnes les mieux placées pour parler de jeux vidéo.*

Des étudiants de notre niveau ont en moyenne entre 18 et 20 ans. Nous faisons donc partie de la génération dont le temps libre est souvent consacré aux jeux vidéo. Des tout premiers jeux, où il fallait déplacer un point, jusqu'aux tout derniers de simulation de voiture ou d'action, nous les avons tous essayés et par conséquent nous avons acquis une certaine expérience de ces jeux, de leur conception et surtout de l'évolution qu'ils ont pu subir au cours de ces dernières années.

Aujourd'hui les jeunes sont de plus en plus nombreux à lire des quotidiens et s'y intéressent. En ce qui nous concerne, nous pensons pouvoir apporter des idées nouvelles à *20 Minutes*, via un point de vue différent.

2) Plus que de simples joueurs : des étudiants joueurs

** La passion ne suffit pas : la connaissance technique du domaine et des cours de communication journalistiques font de nous des testeurs compétents.*

Nous sommes avant tout des élèves de L'École centrale d'électronique, et par conséquent de futurs ingénieurs. C'est dans ce but que nous suivons une formation, au sein de l'école, qui nous prépare à bien nous exprimer, à rédiger des rapports précis et concis. Dans ces cours de communication, nous avons aussi été amenés à étudier votre quotidien ; de nombreuses recherches ont été menées à propos des lecteurs, des rubriques, de la ligne éditoriale ou encore la charte graphique. Nous savons donc quels buts et publics atteindre, et de quelle manière. De plus, les nouvelles technologies étant au centre de notre formation, nous sommes capables de fournir une analyse précise des jeux au vu du contexte technologique actuel.

3) L'ECE : une école qui offre les ressources nécessaires à ce genre de projets

** Des associations variées et un goût pour les projets extrascolaires ont déjà fait leurs preuves avec 20 Minutes et Science&Vie.*

L'école a déjà participé à de nombreux projets journalistiques comme par exemple le projet « Science&vie » : tenir dans le magazine du même nom une rubrique sur l'actualité des nouvelles technologies, ainsi que le projet « 20 Minutes » qui consistait à tester des jeux vidéo sur le point d'être mis en vente, en vue d'une publication dans un supplément. Pour cela des élèves ont du contacter les développeurs, les éditeurs et travailler avec acharnement. Au final, ce projet s'est concrétisé, et nos tests se sont retrouvés dans cette édition spéciale.

De plus notre école possède l'avantage d'avoir de nombreuses associations comme la NGA (Network gaming association) : des spécialistes des jeux vidéo au courant des toutes les dernières nouveautés qui peuvent nous apporter une grande aide, que ce soit aussi bien au niveau matériel ou qu'au niveau des essais de jeux. Il y a aussi la JBTV qui s'occupe de l'audiovisuel et des médias numériques, qui pourra être très utile pour un point du projet que nous traiterons plus bas.

Enfin l'ouverture quasi ininterrompue de notre école tout au long de l'année nous permettra de nous organiser afin que le travail avance même en dehors des périodes de cours, car il y aura toujours plusieurs d'entre nous présents à Paris et prêts à s'occuper de l'édition de la semaine.

B. Ce que nous vous proposons en détail

1) Un test de jeux vidéo hebdomadaire, en fin de semaine

** Un rendez-vous donné aux lecteurs, et à la fois suffisamment de temps pour un travail bien fait.*

Nous vous proposons une rubrique test de jeux vidéo hebdomadaire.

Pourquoi hebdomadaire ?

Tout d'abord pour une raison pratique qui est celle du temps minimum nécessaire à un travail complet et professionnel. De plus,

c'est le rythme de sortie des jeux vidéo, qu'il nous faut donc suivre pour être le plus efficace possible.

Selon nous, le meilleur moment pour l'édition de la rubrique serait la fin de la semaine.

En effet, les jeunes profitent du week-end pour se divertir après une semaine de cours chargée, semaine durant laquelle ils n'ont cessé de penser à ce qu'ils allaient faire pour profiter de leur temps libre, et notamment quels jeux acheter lorsqu'ils en auraient l'occasion.

2) Le jeudi présente les conditions idéales pour l'édition de cette rubrique

** Sortie des jeux le vendredi, édition moins chargée, temps de réflexion du lecteur : des paramètres menant tous à la même conclusion.*

De plus, l'édition de la rubrique en exclusivité le jeudi devancerait la sortie des jeux, traditionnellement le vendredi, et ainsi avoir un bien meilleur impact en ancrant le test dans l'actualité tout en l'anticipant. Cela laisse ainsi le temps aux lecteurs concernés de réfléchir, demander l'avis de leur entourage, et ainsi être sûrs de faire un bon investissement. Car l'achat d'un jeu vidéo aujourd'hui, du fait de leur prix élevé, représente vraiment un investissement. Ce placement de la rubrique semble donc idéal vis-à-vis du rythme du public, et ainsi l'intégrer dans ses mœurs : cela en ferait le réflexe du jeudi matin de l'adolescent qui compte acheter un jeu le samedi.

Enfin, logistiquement, cela nous semble être la solution idéale. En effet une étude poussée de votre journal nous a permis de constater que le vendredi était chargé en rubriques dédiées aux divertissements du week-end.

3) Un bonus multimédia supplémentaire inédit

** Au-delà d'un test écrit, nous proposons un service multimédia qui saura ravir les amateurs du vidéo ludique.*

Dans l'optique globale de votre quotidien, le test écrit sera concis et ira à l'essentiel. C'est pourquoi nous vous proposons en supplément un test plus détaillé et interactif via la publication sur votre site, voire même en podcast, d'une vidéo commentée des jeux testés dans le journal. Cela permettrait de fournir une analyse plus poussée et détaillée. L'interactivité, de plus en plus à la mode,

rajouterait un attrait supplémentaire pour un public par définition friant du multimédia, et multiplierait ainsi les visites sur votre site Internet. La réalisation de cette vidéo pourra être exécutée par la JBTV citée précédemment, afin de garantir un rendu professionnel et réussi.

4) Une option laissant envisager une évolution de votre média

** La vidéo prend de plus en plus de place dans notre société, et va bientôt empiéter sur votre terrain : le métro.*

Comme vous le savez sans doute, la RATP est en train d'installer un service de vidéo via téléphone mobile sur ses lignes. Le public de *20 Minutes* risque donc de le délaissé petit à petit pour ce média plus attrayant. Ainsi, proposer la diffusion sur ce réseau des vidéos des tests permettrait de suivre modestement cette évolution, ouvrant éventuellement la porte à de nouvelles initiatives ultérieures du même type. Au cas où l'accès à ce réseau de diffusion ne vous serait pas accordé, on peut penser à un canal de diffusion très utilisé au Japon et en cours d'expansion chez nous : des bornes de téléchargement gratuit par Bluetooth.

C.L'intérêt d'une telle proposition

1) Bousculer les habitudes

** Habituellement, des adultes réalisent ces tests. Les faire faire par des jeunes donnera un souffle nouveau au milieu.*

Nous proposons d'ajouter cette rubrique jeux vidéo hebdomadaire au journal car nous savons, en tant que jeunes individus, que notre tranche d'âge recherche et est attirée par un tel sujet.

Nous sommes plongés dans cet univers depuis notre plus tendre enfance et par conséquent nous demandons toujours plus d'informations sur ce sujet, nous comparons les divers avis donnés par les testeurs puis nous allons acheter le jeu qui nous paraît être le plus intéressant. Mais les tests effectués à l'heure actuelle sont réalisés par des adultes, c'est pourquoi nous voulons qu'enfin des tests soient produits par des jeunes. De cette manière nous avons le même point de vue que les acheteurs, ce qui n'est pas le cas d'habitude.

2) Élargir le public de 20 Minutes

* « *Les jeunes d'aujourd'hui sont les lecteurs de demain* »

Nous pensons que cet ajout à votre journal permettra de diversifier les lecteurs visés. En effet, à l'heure actuelle, les personnes lisant *20 Minutes* ont généralement au-dessus de 17 - 18 ans. Avec l'attrait de la rubrique jeux vidéo nous pourrions en plus toucher un public dès 13 - 14 ans, car c'est l'âge auquel beaucoup se mettent à jouer intensément aux jeux vidéo.

Les jeunes entre 13 et 18 ans ne prennent souvent pas le journal car ne se sentent pas concernés par l'actualité, où s'ils le prennent c'est uniquement pour lire l'horoscope et faire un Sudoku. Mais quand ils verront pour la première fois la nouvelle rubrique, ils penseront à prendre le journal le jeudi ce qui leur évitera d'acheter un journal spécialisé. Cela créera ainsi un « réflexe *20 Minutes* » chez ce jeune public identique à celui que leurs aînés ont acquis.

3) Améliorer l'interactivité du journal

* *Les 20 Minutes étrangers et certains concurrents ont misé sur l'interactivité internet, une occasion de suivre le mouvement.*

La création de cette rubrique, mais surtout la diffusion des tests sur le site de *20 Minutes* vont permettre de rajeunir le journal, à l'image des *20 Minutes* étrangers. En comparant les trois sites, la version française nous paraît moins miser sur l'attractif et l'interactif. Le streaming vidéo du test serait une exclusivité du site *20 Minutes* France car peu de sites proposent ce service à l'heure actuelle. Il y aura plus de visiteurs, chacun pourra mettre son commentaire sur ce qu'il a pensé du test ainsi que du jeu, nous permettant ainsi de nous améliorer suivant les retours des joueurs. Cette interactivité à double sens créera un lien supplémentaire entre le journal et son public. Elle pourra ensuite être développée petit à petit selon le succès de la rubrique : sondages, forum dédié et autres sont envisageables.

D. Comment nous comptons mettre en œuvre tout cela

1) Un système de notation réfléchi allié à la multiplicité des genres

** Une notation sur 100 points selon cinq critères, afin d'être le plus précis et concis possible, le tout sur un large panel de jeux.*

Dans cette nouvelle rubrique, nous prévoyons de tester plusieurs jeux à sortir. Nous en testerons de tous les types sur toutes les plateformes actuelles, ceci afin de contenter la plus grande partie du nouveau lectorat. Nos tests donneront une note finale sous forme de pourcentage, format de notation qui nous paraît être le plus approprié du fait de sa précision, rendant ainsi mieux compte de la qualité du jeu. Le principe de notre rubrique réside dans le fait que chacun de vos lecteurs pourra trouver chaque jeudi le jeu qui lui correspond, car nous diversifierons au maximum les genres testés.

Ainsi on pourra trouver une première semaine les tests d'un jeu d'aventure et d'un jeu de courses automobiles, et la semaine suivante ceux d'un jeu de combat et d'un jeu de gestion. Cette diversité permettra à votre journal de toucher un large lectorat. Il est bien évident que dans nos choix nous donnerons la priorité aux jeux les plus attendus sur le marché. C'est là un des avantages que nous avons : nous sommes à la place du public visé, et savons donc parfaitement ce qu'il attend.

Les tests seront donc effectués sur toute plateforme actuellement commercialisée à grande échelle : Sony Playstation 2 et Playstation 3, PSP, Nintendo Gamecube et Wii, DS, Microsoft XBOX et XBOX 360, et ordinateurs évidemment.

Ils auront pour but d'évaluer différents critères qui nous paraissent être primordiaux pour faire un bon jeu. Ceux-ci sont au nombre de cinq : le graphisme/design (20%), la durée de vie (20%), la jouabilité/maniabilité (25%), la bande son (10%), le scénario (15%), et l'intelligence artificielle (10%). Une note supplémentaire sera attribuée aux possibilités en ligne si existantes, composante de plus en plus importante dans ce domaine.

2) Obtenir le matériel nécessaire

** Des consoles et des jeux sont nécessaires pour accomplir cette tâche : éditeurs et élèves résoudre ce problème.*

Pour obtenir les jeux dans des délais raisonnables, nous démarcherons les éditeurs nous-mêmes, mais sous tutelle du journal. L'idéal serait d'obtenir un partenariat à long terme avec ceux-ci, de manière à ce qu'ils nous envoient automatiquement leurs produits à sortir chaque semaine, afin d'éviter de perdre du temps en recherche de support pour chaque édition.

Afin d'évaluer au mieux les jeux, nous préférons le matériel fourni par les constructeurs à l'achat de la plateforme : pour des raisons économiques, mais aussi et surtout parce qu'il nous faut des versions dites « debug » des consoles pour tester des logiciels qui ne seraient pas encore dans leur version définitive. Entre-temps, les élèves et la NGA pourront utiliser leur matériel pour les premiers tests afin de faire nos preuves.

3) Rester dans l'optique de 20 Minutes

** Donner l'information vite sans en faire souffrir la qualité : nous savons comment vous faites.*

Chaque jeu sera testé par deux ou trois personnes de notre équipe pour avoir des avis multiples et donc un test plus constructif et objectif, et ce sans aucun plagiat.

Parmi les jeux testés chaque semaine, nous désignerons un jeu en particulier qui recevra l'attribut « Coup de cœur ». Ce jeu sera celui qui nous aura le plus contentés, surpris et « amusés », en essayant surtout de donner un coup de pouce aux jeux peu attendus et connus mais qui le mériteraient. Pour le reconnaître aisément nous le désignerons par un logo unique portant la mention « Coup de cœur ».

Nous ne manquerons pas au cours du test de faire des remarques concernant les différents paramètres importants à nos yeux. Cela permettra à chacun de vos lecteurs d'avoir à sa disposition deux manières d'évaluation, soit par le détail du test, soit par la note finale grâce au système décrit précédemment.

Ainsi le lecteur sera fixé sur la qualité du jeu en un coup d'œil.

Au final, la création de cette rubrique, que nous pouvons assurer grâce à notre formation et à notre passion du domaine, peut amener un nouveau souffle et une nouvelle évolution à votre quotidien, à la fois sur le papier et sur internet. Apportant des éléments positifs tant

au journal qu'à nous, cette collaboration qui a déjà fait ses preuves s'avèrerait être réellement intéressante et profitable.

Annexes

1) Maquette de la page proposée

34 jeux vidéo

JEUDI 7 DÉCEMBRE 2006

Rendez-vous sur <http://www.20minutes.fr> pour les tests vidéo complets!

PC - GESTION
Roller Coaster Tycoon 3



La troisième édition de Rollercoaster Tycoon est arrivée! Que dire de ce nouvel opus? Eh bien tout d'abord l'arrivée remarquée de la 3D qui change radicalement le jeu, et s'avère être être impressionnante aux vues de la petite taille du jeu, et surtout des centaines de personnages à l'écran. Le gameplay quant à lui reste classique mais efficace : beaucoup d'options de gestion poussées mais la simplicité avant tout rendent le jeu agréable. Question durée de vie, les 18 missions et 3 modes de difficultés promettent déjà quelques heures, mais vous trouverez en plus un éditeur de scénarios, décors, personnages et d'autres surprises! Au final un jeu qui s'avère être une réussite.

80%
Graph. : 18% - Son : 6%
Gameplay : 21% - Scénario : 10%
Durée de vie : 16% - AI : 9%

XBOX360 - ACTION
Crackdown



Ce jeu tout droit sorti de l'imagination du papa de GTA reprend le même gameplay : parcourez une ville immense, chassez les gangs armés au poing, dans le véhicule que vous aurez allègrement emprunté à un citoyen, en profitant d'une riche bande-son éclectique. Mais ce jeu apporte ses points originaux : design semi-cartoonesque, mode multijoueur en ligne, et surtout une gestion des compétences de votre personnage à fortes répercussions sur le gameplay (on citera le jossif saut d'immeuble à immeuble une fois le niveau d'agilité assez élevé). Un très bon jeu, même si l'aspect destructeur risque de devenir ennuyeux au bout d'un moment. Sortie le 9 Février, exclu Xbox 360.

77%
Graph. : 17% - Son : 8%
Gameplay : 22% - Scénario : 7%
Durée de vie : 16% - AI : 7%

PC - COURSE
Trackmania United



United est en fait la compilation des opus précédents, avec l'ajout de quelques nouveautés. Graphiquement le tout reste honorable avec quelques effets ajoutés. Le son reste égal à lui-même : bruitages peu fouillés, et musiques dont on se passera tant elles sont ennuyeuses et répétitives. Le gameplay est inchangé, les habitués s'y retrouveront et les néophytes s'y feront vite. La durée de vie est quasi illimitée grâce aux différents éditeurs, et surtout le mode multijoueur en ligne avec classements allant du régional à l'international. Une valeur sûre pour les chauffards du net.

79%
Graph. : 16% - Son : 4%
Gameplay : 21% - Scénario : --%
Durée de vie : 18% - AI : --%

Définition :
Un geek avancé est une personne qui comme nous à l'ECE aime les jeux vidéo mais a aussi un point de vue technique.

PUB

2) CD avec l'exemple de vidéo et le présent document (pochette ci-jointe)

Retrouvez la vidéo exemple sur le CD ou sur notre site web : <http://20minutes.crae-prod.info/>.