



Mobiles Magazine - Janvier 2000 -

Tous les sociologues vous le diront, la communication, ça passe aussi par le jeu. Le jeu se devait donc de passer par le mobile ! Les modèles qui en proposent sont de plus en plus nombreux. Le mobile, nouveau Gameboy ?

La scène n'est plus si rare : dans un train, une file d'attente ou un aéroport, quelques personnes pianotent, frénétiquement sur leur mobile, l'air absorbé. Étrange ? Non, rien de plus normal ; elles jouent. Au fil de ses évolutions, le mobile se met aussi à remplir une fonction ludique. Une raison de plus pour s'y attacher, à ces petites bêtes-là...

Deux ans déjà...

Le premier téléphone mobile ayant proposé des jeux a déjà bientôt deux ans : c'était signé Nokia, sur le 6110. A l'époque, trois jeux plutôt simples au menu : le désormais célèbre Serpent (un jeu "d'action"), Mémoire (pour entretenir vos cellules grises) et Logic (pour les amateurs de casse-tête). A la suite de Nokia, d'autres marques ont progressivement lancé des mobiles intégrant un ou plusieurs jeux (voir encadré, page 28). En ce début d'année, le rythme s'accélère et nombreux sont les constructeurs qui ont décidé de "jouer le jeu". Logique ; d'abord pour des raisons purement matérielles : les téléphones mobiles ont des écrans de plus en plus grands et des autonomies améliorées. Deux conditions plutôt indispensables pour rendre le jeu optimal : sur un mini-afficheur, la convivialité n'est pas au rendez-vous, si le téléphone se décharge après 10 minutes passées sur Tetris, autant oublier d'emblée cette fonction sur son mobile... Un peu dommage ! Aujourd'hui, les portables sont adaptés aux jeux. Et on commence à leur demander plus de choses que le fait d'appeler et d'être appelé. Les conditions sont donc réunies pour que ces applications se développent. Et le Serpent de Nokia fait déjà figure d'ancêtre en la matière.

Communauté virtuelle

Au-delà de l'intérêt purement ludique pour l'utilisateur, les jeux sur le mobile représentent une véritable opportunité pour les acteurs de la communication mobile et notamment les opérateurs. Pour ceux-ci, sur un marché en phase de maturation comme celui du téléphone mobile, les services et la fidélisation deviennent des enjeux de plus en plus essentiels. Il s'agit désormais de convaincre l'abonné de rester chez l'opérateur, et pour les marques de téléphone, de créer un lien affectif. dans les deux cas, le jeu est un des moyens d'y parvenir. Avec les premiers développements de Wap, une nouvelle dimension du jeu sur le mobile a pu voir le jour : la communauté virtuelle de joueurs. Au coeur de ce réseau : Internet, plaque tournante des échanges entre joueurs. A l'heure actuelle, il est déjà possible d'affronter un adversaire inconnu qui joue lui aussi, mais à des centaines de kilomètres de chez vous, sur son téléphone mobile. Uniquement via des informations échangées sur le réseau GMS et le web.



A Bordeaux, Gilles Raymond consacre son temps à concevoir de nouvelles sources d'amusement pour les utilisateurs de mobiles. Il y a moins de deux ans, en août 1998, il a créé la société In-Fusio, persuadé que les jeux sur le mobile allaient se développer : "Le chiffre d'affaires du jeu vidéo représente 17 milliards de dollars dans le monde. Si peu de personnes vous disent qu'elles jouent, la réalité est tout autre. Mais le jeu reste encore un peu tabou". Pour SFR, In-Fusio a développé le Quizz, un jeu interactif du bouquet de services Wap.medi@ de l'opérateur. "Les jeux sont essentiels pour l'animation du bouquet", assure Gilles Corbett, responsable des services de contenu chez SFR. "On en est encore à un dixième de leur potentiel. Nous souhaitons créer une communauté parmi les joueurs : c'est ce qui distinguera les jeux sur le mobile des jeux sur console." pour Gilles Corbett aussi, la réalité fait mentir les études de marché : "Toutes nos études clients tendent à montrer qu'il n'existe aucun intérêt particulier pour les jeux mais, dès qu'on en propose, ils sont largement utilisés !". S'ils répondent à ces trois mots-clés : simplicité, rapidité, convivialité. "Nous testons nos jeux auprès de personnes à qui nous n'expliquons absolument rien. A elles de se débrouiller toutes seules. Si elles y parviennent, c'est gagné, le jeu est réussi, explique Gilles Raymond." Mêmes mots d'ordre du côté des constructeurs de mobiles. Pour le dernier téléphone de Trium, l'Aria (testé dans ce numéro, page 46), In-Fusio a conçu deux jeux : Push et Brain Drain. Le premier est une adaptation de Sokoban, un jeu dans lequel un personnage est chargé de ranger des caisses dans un temps optimal, sans se retrouver coincé dans un labyrinthe. Le second, un jeu de réflexion qui consiste à remettre en ordre une série de symboles. Trium a beaucoup œuvré sur la qualité de l'écran pour optimiser ces jeux. "La puissance d'un téléphone n'a jamais été un frein au développement de nos idées de jeux, explique Gilles Raymond. Le processeur d'un téléphone mobile est 100 fois plus puissant que celui d'un Gameboy. En revanche, le taux de rafraîchissement de l'écran, c'est-à-dire sa capacité à renouveler rapidement son affichage, est une contrainte majeure." En d'autres termes, c'est aujourd'hui la qualité de l'animation du jeu qui fait différence : selon les téléphones, l'affiche est plus au moins raide, continu. Et, bien sûr, le plaisir du jeu en dépend.

Lara Croft sur son mobile ?

Ce sont donc de plus en plus de véritables jeux vidéo que l'on peut trouver sur les mobiles comme l'Aria ou le Nokia 7110 (avec une version plus réaliste de notre ami le serpent qui dans Snake II (le retour !) déglutit désormais les pastilles qu'il dévore (gloups), sans parler des terribles araignées (arghh !), scarabées et autres insectes qui apparaissent désormais de manière aléatoire. A quand les grenouilles ?). Tous les téléphones de la gamme 2000 de Samsung intégreront eux aussi des jeux ; pas moins de sept pour le A100, un téléphone haut de gamme, qui sortira ce mois-ci (Black-Jack, Casino, Roulette, Othello...). C'est là la grande différence avec les jeux sur le Wap : "En Wap, on ne sait faire que du texte", note Gilles Raymond. In-Fusio a par exemple conçu un jeu de rôles adapté à cette technologie : In Spirit. Le joueur crée son personnage et affronte un adversaire virtuel, par un type d'attaque qu'il choisit, à travers le réseau. Pour l'instant, In Spirit n'est pas disponible sur un bouquet Wap français. Le jeu a été lancé en décembre par l'opérateur allemand T-Mobil. Et pour aller plus loin dans l'interactivité, In-Fusio a travaillé sur un site web (www.inspirit.net) plus à même de retranscrire visuellement l'univers de son jeu de rôles. Et qui pourra permettre aux joueurs de communiquer par mail, prolongeant leur échange. Un autre type de convergence entre Internet et le mobile... Mais force est de reconnaître les limites actuelles des jeux sur le Wap. Alors, Lara Croft sur son mobile, impossible ? Si la puissance des téléphones n'est pas un véritable frein. Et le jeu est en la matière très gourmand. Il n'est donc pas aisé de déployer suffisamment de ressources pour faire vivre Lara sur un téléphone portable.

"Dans deux ans, les téléphones Java permettront de télécharger des logiciels sur le web, et donc des jeux", souligne Gilles Raymond. Motorola a déjà présenté à Genève, au salon Telecom 99, le P1088, un mobile basé sur la technologie Java intégrant un navigateur Wap et un navigateur Internet. Avec une autre richesse de choix à la clé. D'ici là, beaucoup de choses vont se passer : la présence de jeux sur les téléphones sera bientôt aussi banalisée que celle du vibreur aujourd'hui. Et les bouquets Wap des opérateurs vont continuer de s'enrichir. SFR devrait présenter des nouveautés dès le mois de mars. Itineris travaille aussi sur le sujet . On n'a pas fini de s'amuser !

Anne Bleuzen