Dans un marché du jeu vidéo en pleine mutation, le jeu minimaliste et artistique du développeur suisse Michael Frei repartait du dernier Tokyo Game Show avec deux distinctions

PAR DANIEL ESKENAZI, TOKYO

Michael Frei et l'univers surréaliste de «Plug & Play». *(MONTAGE DAVID WAGNIERES)*

«YouTube a largement contribué au succès de «Plug & Play»

L'événement est rare. A 28 ans, Michael Frei vient de remporter deux récompenses au Tokyo Game Show (TGS), l'un des plus grands salons de jeux vidéo organisé en septembre dans la capitale japonaise. Grâce à *Plug & Play*, développé en partenariat avec Etter Studio à Zurich, le Thurgovien d'origine a reçu le Prix artistique et le Prix du public. Ce jeu vidéo suisse est particulier. Il découle du film d'animation au nom similaire sorti en 2013 lauréat de nombreux prix lors de festivals à l'étranger. Minimaliste et artistique, il n'a pas d'objectif en soi et peut être terminé en dix à quinze minutes. Interview de son créateur.

Quel impact ont ces deux prix reçus au Japon? L'attention sur *Plug & Play* au TGS a augmenté. Nous avons été approchés par plusieurs entreprises qui ont montré de l'intérêt pour une version japonaise de notre jeu. Désormais, nous devrons décider si nous le traduisons en japonais.

Quels sont les plus gros challenges à relever quand on passe d'un court-métrage à un jeu vidéo? Ils sont multiples. Le premier concerne l'édition du jeu. Dans un film, on peut simplement couper d'une scène à l'autre et cela n'a pas forcément besoin d'être motivé par quelque chose. Il faut juste que le rythme soit intéressant. Dans un jeu, cela est impossible. Chacune des étapes doit être motivée. La plus grande tâche a donc été de relier les scènes du jeu entre elles et de développer un système avec des câbles, des fiches et des prises électriques, car mon jeu se base dessus. On voulait vraiment traduire le film en jeu vidéo sans utiliser de nouveaux éléments, ne pas imposer une nouvelle mécanique, mais le rendre simplement interactif. On a donc dû faire de nombreux prototypes avant de trouver la bonne formule. Deux ans ont été nécessaires pour développer le jeu.

Pour voir www.facebook.com/plugplay.ch

Pour suivre @michaelear

A quoi est dû votre succès? Il est largement dû aux «Let's play» sur YouTube. En fait, plus d'un millier de personnes ont fait des vidéos de *Plug & Play* sur YouTube. Parmi celles-ci figurent des joueurs qui ont des millions de souscripteurs. Au total, plus de 30 millions de personnes ont visionné des «Let's play» de notre jeu. Cela nous a permis de nous faire connaître. Nous l'avons aussi présenté à des salons de jeux vidéo, voire proposé pour une sélection. C'est ainsi que nous avons été choisis par le TGS. En mars dernier, nous avions aussi participé au plus grand salon de développeurs de jeux vidéo indépendants à San Francisco. Nous avions lancé notre jeu le mois d'avant et avons été nominés à cette occasion pour un prix de l'innovation.

Votre jeu coûte 3 francs. Pourquoi ne pas l'avoir proposé gratuitement? Ce n'est pas tant pour gagner de l'argent. Quand on propose un jeu sur Steam, App Store ou Google Play, on n'a aucun contrôle dessus. Quand il est gratuit, beaucoup de personnes le téléchargent juste par plaisir, car elles veulent le tester gratuitement. Ensuite, on reçoit beaucoup de commentaires négatifs de personnes qui ne sont pas satisfaites. On a mené cette stratégie avec un autre projet et nous avons reçu de très mauvais commentaires. Donc, en proposant *Plug & Play* à 3 francs sur iTunes, Android, PC, Mac et Steam, on établit en quelque sorte un obstacle et on s'assure que ceux qui l'achètent ont lu la description. On y explique que c'est un jeu court et on propose aussi quelques captures d'écran. Ainsi, nous parvenons bien mieux à cibler notre audience que si le jeu était gratuit. Les ratings sont aussi extrêmement importants pour distribuer un jeu. S'ils sont mauvais, on n'a aucune chance.

Comment voyez-vous le futur de l'industrie des jeux vidéo en Suisse? Je la connais trop peu, mais j'ai l'impression qu'elle est assez petite, tout comme la Suisse. Le plus grand marché, ce sont les Etats-Unis. En fait, le jeu suisse que je connais à avoir eu un grand succès s'appelle *Farming Simulator*. Or, il s'adressait à un marché de niche. Le marché est si grand qu'il existe forcément des opportunités, quel que soit l'endroit où le jeu est développé, car la distribution se fait par Internet. La Suisse possède des talents, mais lorsque les projets sont plus gros, ils doivent partir ailleurs, car la main-d'œuvre y est insuffisante. L'industrie du jeu vidéo bénéficie d'un soutien de la part de certaines institutions comme Pro Helvetia, qui m'a permis de venir ici. De notre côté, notre plus gros sponsor pour *Plug & Play* a été la SSR. Nous avons reçu aussi un soutien du canton de Thurgovie, mon lieu de naissance et de Schwyz, canton d'origine de mon partenaire Mario von Rickenbach, ainsi que le Pour-cent culturel Migros.

Il existe une multitude de plateformes sur lesquelles on peut diffuser des jeux. Comme jugez-vous la production actuelle? Dans le cas de *Plug & Play*, il était clair que nous voulions développer un jeu tactile. Android et iOS se sont donc imposés dès le départ. C'est le moyen d'atteindre une large audience. Steam s'adresse en revanche en majorité aux gamers. Il faut pénétrer le plus de canaux possibles, mais en fait tout dépend du type de jeu. *Plug & Play* est un jeu de niche. Tout le monde ne l'aime pas, raison pour laquelle il doit être diffusé partout.

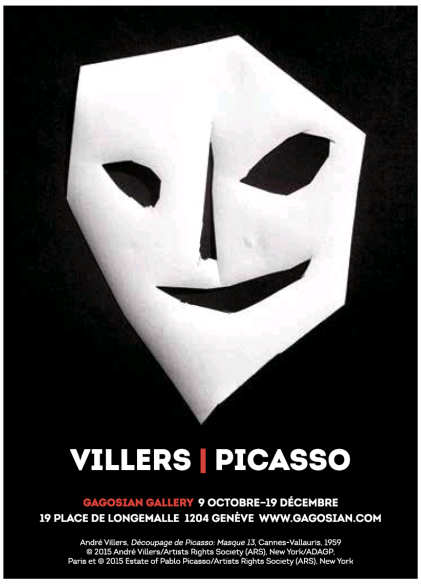
Comment voyez-vous le futur de la réalité virtuelle et des systèmes comme Oculus Rift? C'est à la mode actuellement quand on parle de nouvelles technologies. J'ai essayé Oculus Rift et cela m'a donné mal à la tête après quelques minutes. Porter quelque chose sur le visage était inconfortable. Je reste donc sceptique. La clé sera le contenu et, pour l'instant, il en existe peu pour cette technologie. Il doit être adapté aux produits, ce qui n'est pour l'instant pas le cas. Développer un nouveau langage pour un nouveau médium est un processus très lent. Je ne m'attends donc pas à un succès fulgurant d'Oculus Rift. Ce sera avant tout une étape pour l'industrie.

Quels sont vos projets? Ma priorité sont les projets artistiques. Je ne suis pas intéressé par le commercial. Je planche sur un nouveau projet qui consiste à développer simultanément un jeu et un court-métrage. C'est en quelque sorte la suite logique, une manière de faire du ping-pong entre un film d'animation et un jeu vidéo. Ensemble avec mon partenaire Mario, nous réalisons des prototypes interactifs en même temps que je développe le scénario du film. ■

PUBLICITÉ

MA 6 OCTOBRE 2015 ~ 20H ~ BFM
ARIE VAN BEEK DIRECTION ~
EVE-MAUD HUBEAUX MEZZO-SOPRANO ~
ENSEMBLE VOCAL DE LAUSANNE
PRÉPARÉ PAR DANIEL REUSS
STRAUSS ~ WAGNER ~ UBALDINI ~ SCHUBERT

L'OCG +41 22 807 17 90 / BILLETTERIE@LOCG.CH / WWW.LOCG.CH / BILLETS DE CHF 10.– À CHF 50.–
STARTICKET.CH 0900 325 325 CHF 1.19/MIN DEPUIS UN POSTE FIXE
MANOR / HOTELPLAN / GLOBUS / LA POSTE / COOP CITY



VENTE AUX ENCHÈRES
5-8 octobre 2015
Exposition: 2-4 octobre

Henri Baptiste Lebasque (1865-1937), "Jeune femme au fauteuil vert", huile sur papier, signée, 46,5x49 cm, estimation CHF 30'000-50'000

HÔTEL DES VENTES
51 rue Prévost Martin
1205 Genève
www.hoteldesventes.ch
022 320 11 77