Sciences du jeu

16 | 2021

Exploration des jeux d'évasion : définitions, évaluations et approches utilitaires

Jeux de piste et exploration : tourisme, jeu et fiction

Paper chases and exploration: tourism, games and fiction

Gilles Brougère et Nathalie Roucous

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/sdj/3763>

DOI : 10.4000/sdj.3763

ISSN : 2269-2657

Éditeur

Laboratoire EXPERICE - Centre de Recherche Interuniversitaire Expérience Ressources Culturelles Education

Référence électronique

Gilles Brougère et Nathalie Roucous, « Jeux de piste et exploration : tourisme, jeu et fiction », *Sciences du jeu* [En ligne], 16 | 2021, mis en ligne le 12 novembre 2021, consulté le 26 novembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/sdj/3763> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdj.3763>

Ce document a été généré automatiquement le 26 novembre 2021.

La revue *Sciences du jeu* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Jeux de piste et exploration : tourisme, jeu et fiction

Paper chases and exploration: tourism, games and fiction

Gilles Brougère et Nathalie Roucous

- 1 À partir de l'étude de six cas complétés par des références à d'autres dispositifs présentés dans la littérature consacrée au tourisme, la recherche menée par un groupe d'étudiants de master¹ sous la direction des deux auteurs de l'article avait pour but de saisir la spécificité des jeux de piste et autres dispositifs ludiques en extérieur, en particulier en relation avec leur dimension touristique. Nous avons à cette occasion découvert un univers ludique plus étendu que nous ne le pensions, mais largement méconnu par la recherche sur le jeu qui semble avoir plutôt regardé du côté des jeux d'évasion couramment dénommés *escape games* (comme en témoigne ce numéro de *Sciences du jeu*) ainsi que des jeux proposés par les musées (par exemple Maczek et Fourès, 2019). Seuls des dispositifs éducatifs inspirés du jeu de piste semblent être étudiés dans la littérature sans que la question du jeu ne soit vraiment prise en compte (par exemple en français Vieux, 2012).
- 2 Cependant, si ces dispositifs sont l'objet de présentations et discussions dans le cadre du tourisme, il s'agit largement d'écrits de professionnels et les jeux de piste n'y ont pas été l'objet de recherche même si des professionnels peuvent développer des réflexions tout à fait intéressantes que nous n'hésiterons pas à mobiliser dans cet article. Cette entrée par le tourisme apparaît particulièrement pertinente pour éclairer les deux directions de l'analyse : d'une part, contribuer à penser le jeu dans un contexte marqué par le succès de la notion de gamification dans ce domaine comme dans d'autres, d'autre part saisir les enjeux de ces dispositifs qui tiennent à la relation complexe entre divertissement, jeu, tourisme et éducation.

Gamification et jeu dans le tourisme

Gamifier le tourisme

- 3 Les relations entre jeu et tourisme sont, aujourd'hui, le plus souvent pensées à travers le prisme de la gamification dont nous montrerons qu'il est peu adapté pour analyser les dispositifs choisis. Témoin en est la très récente livraison de la revue *Espace loisirs et tourisme* (n° 358, janvier-février 2021) dont un des deux dossiers a pour titre « Gamification. Le tourisme se prend au jeu ».
- 4 Le tourisme a été touché par le succès de cette notion qui s'adresse particulièrement aux activités commerciales mettant au centre la question de l'expérience, or tel est le cas des pratiques touristiques. Selon Deterding et al. (2014 [2011]) : « La gamification est l'usage d'éléments de *game design* dans des contextes non ludiques. » Le résultat de la gamification est donc un dispositif – c'est-à-dire du côté du *game* plus que de celui du *play* comme son nom l'indique clairement – qui utilise des éléments provenant du design des jeux vidéo sans pour autant en faire un jeu. Ce terme témoigne ainsi de l'influence du jeu vidéo sur le design d'autres dispositifs, afin de produire une expérience originale, mais plus encore une motivation pour se livrer à certaines activités qui justement ne sont pas des jeux. Car à l'évidence, il n'est pas utile de gamifier un jeu. Mais l'ambiguïté réside dans le fait que loin d'être une notion utilisée dans le cadre d'un discours académique, elle a connu un grand succès en tant que technique de marketing sans que les personnes engagées dans cette activité ne comprennent – ni même se posent la question de – la différence entre gamification et conception ou mobilisation d'un jeu. Sous ce terme circulent de la sorte des discours confus dans la mesure où ils visent des pratiques fortement hétérogènes que des chercheurs ont reprises souvent sans critique en développant un discours autour de l'idée d'une gamification de la société (Brougère, 2021).
- 5 Un des articles de la revue évoquée ci-dessus va bien dans ce sens, à commencer par son titre « La gamification, un outil marketing puissant encore sous-employé » (Noir, 2021, p. 20). L'auteur présenté comme le « dirigeant fondateur de Clic&Gain » (p. 20) reprend à sa façon la définition évoquée ci-dessus : « On définit aujourd'hui la gamification comme l'utilisation, dans un contexte de non-jeu, de mécanismes empruntés au jeu afin de faciliter l'engagement de l'utilisateur » (p. 21). Il souligne la relation ancienne (avant le terme même) du tourisme avec la gamification :
- 6 Le secteur du tourisme a été l'un des premiers à utiliser les techniques de gamification, avant même que le terme n'existe ! En effet, les programmes de type « frequent flyers » mis en place par les compagnies aériennes dans les années 1970, puis copiés par certaines chaînes hôtelières, peuvent être considérés comme des programmes de fidélisation « ludifiés » compte tenu des mécaniques utilisées. On y trouve les éléments de base de la gamification : un cumul des points en fonction des miles parcourus, ce qui permet au client d'atteindre des niveaux différents (l'équivalent des badges) ; des avantages de plus en plus intéressants en fonction du niveau atteint par le client, qui récompense [sic] son engagement vis-à-vis de la compagnie. C'est une gamification simpliste qui s'appuie essentiellement sur une motivation dite extrinsèque.
- 7 La littérature sur la gamification évoque souvent ces programmes des compagnies aériennes comme une forme, certes élémentaire, de la gamification. D'autres utilisent cet exemple pour montrer la faiblesse d'un concept qui renverrait à une

« pointification » (Bogost, 2014). Cet exemple a l'intérêt cependant de dévoiler toute l'ambiguïté d'une notion qui semble parfois se détacher de toute analyse du jeu. On trouve très vite l'erreur : ce n'est pas parce que certains jeux (non tous, ce n'est pas un critère nécessaire pour faire un jeu) utilisent un système de points qu'ajouter un dispositif de distribution de points fait d'une activité un jeu. En effet, la caractéristique du jeu est de recycler des éléments empruntés au monde hors jeu, car il n'a pas de contenu spécifique, ce qui fait jeu étant le rapport à ce contenu (Brougère, 2021). En reprenant les points, on ne fait que retrouver un mécanisme que le jeu a emprunté au réel. On n'utilise rien de spécifique au jeu. Il faut alors voir du côté de l'expérience si compter les points peut rendre possible une expérience ludique, produire un joueur. Mais qui a vu les passagers d'un aéroport utiliser leur carte de membre d'un programme de fidélité a bien du mal à trouver les traces d'une attitude ludique.

- 8 Un autre aspect qui permet d'associer le tourisme à la gamification est que celle-ci est très largement liée au développement de nouvelles technologies numériques, en particulier celles relatives à l'usage du téléphone mobile. La mobilité et la géolocalisation sont deux techniques qui prennent sens dans une pratique touristique marquée à la fois par le déplacement et le séjour, c'est-à-dire le fait d'entretenir une relation forte avec un lieu, le plus souvent éloigné de son lieu d'habitation, qu'il s'agisse de le visiter ou de profiter des divertissements qu'il offre².
- 9 Cette appétence du tourisme apparaît dans l'ouvrage que Paul Bulencea et Roman Egger (2015) ont consacré à la gamification dans le tourisme. Mais on s'aperçoit que le jeu est secondaire et que l'idée centrale renvoie à l'expérience. Derrière la gamification il s'agit moins de jeu que de reproduire le type d'expérience que l'on peut atteindre avec le jeu. Ainsi, parmi les très nombreux exemples cités, on ne trouve que deux jeux, l'un est un guide (Whai Whai) qui propose des jeux de piste dans différentes villes (p. 88), l'autre un jeu de « *geocaching* », soit une chasse au trésor utilisant la géolocalisation (p. 108).
- 10 Le problème de ce discours sur la gamification est de noyer les jeux dans une multitude de procédés qui s'inspirent plus ou moins des jeux vidéo, ou cherchent à produire une « expérience optimale », concept introduit par Mihaly Csikszentmihalyi (2004). Or, il faut rappeler que, si l'auteur l'a construit à partir d'une réflexion sur le jeu, il ne le réduit pas à ce type d'activité (Brougère 2005, 2021) et analyse nombre de situations qui ne sont pas des jeux, ni même des dispositifs gamifiés. L'expérience optimale visée ou vécue par un dispositif ne fait pas nécessairement de lui un jeu.
- 11 En dépassant ces discours sur la gamification, la question centrale de cette recherche vise d'abord à comprendre si ces dispositifs renvoient au jeu et en quoi. On verra que si la réponse est globalement positive, elle peut être nuancée quand on étudie de plus près les mécanismes et la façon dont les joueurs ont vécu l'expérience.

Jeu et tourisme

- 12 Dans le même numéro d'*Espace loisirs et tourisme*, Laurence Audabram (2021), présentée comme « directrice de clientèle, Inconito, agence de communication digitale », propose sous forme de boutade un renversement intéressant de ce questionnement sur les relations entre gamification et tourisme :

On parle généralement de gamification du tourisme, mais n'assiste-t-on pas, à l'inverse, à la « touristisation » du jeu ? [...] Je pense notamment à tel jeu commercial qui permet de se promener dans le Paris médiéval ou à tel autre qui fait

déambuler le joueur dans la Venise de la Renaissance : dans les deux cas, c'est bien le jeu qui s'appuie sur la visite touristique, et non le contraire. En réalité, le mouvement est double : le virtuel et le réel s'alimentent mutuellement. (p. 37)

- 13 Si elle évoque les jeux vidéo qui proposent ce type de visite comme contenu thématique, on peut se demander si les jeux de piste ne sont pas aussi des structures ludiques qui se nourrissent d'un contenu touristique comme elles pourraient le faire d'autres contenus. Ce sont précisément ces combinaisons et dynamiques entre jeu et tourisme qui vont être l'objet de notre analyse des jeux de piste.

- 14 Un autre numéro, plus ancien (n° 305, 2012) de la même revue *Espaces tourisme et loisirs*, permet de saisir l'importance de ces jeux de piste, en particulier pour le tourisme. Ainsi l'introduction du numéro met la question du jeu au centre :

Le jeu est un moyen d'enrichir l'expérience du visiteur et de valoriser autrement la destination, que ce soit avec ou sans technologie, en ciblant la clientèle des enfants, des familles ou des jeunes... Bien utilisé, il est à la fois un outil d'animation, de communication et de valorisation de la destination. Si bien que l'on peut se demander s'il n'est pas en passe de devenir un « accessoire » indispensable de la découverte du territoire, au même titre que la brochure ou la visite guidée... (Desvignes, 2012, p. 7)

- 15 Ce texte qui date d'avant la diffusion plus large du terme de gamification et de la confusion qu'il a entraînée nous indique bien que le jeu devient un élément essentiel de médiation, mais aussi de captation des publics comme c'est le cas dans les musées. En effet, non seulement une activité est mise en avant avec le jeu, mais aussi une image, des valeurs liées au divertissement ainsi que la modernité avec le développement des applications sur téléphone mobile. « Ces initiatives permettent de compléter une palette inattendue de modes de découverte du territoire. Les parcours ludiques sur *smartphones*, par exemple, renouvellent les vieilles ficelles de jeux de parcours. » (Giambasi et Seel, 2012, p. 11). Plus loin, les mêmes autrices soulignent l'adéquation entre le jeu et la découverte d'un territoire : « le mot "découverte" est particulièrement bien adapté à l'approche ludique. Contrairement aux approches plus classiques dans lesquelles le territoire se raconte, le jeu propose une approche active. Le visiteur devient acteur. Le territoire devient décor de jeu » (p. 13).

- 16 Comme nous y invite les propos recueillis lors d'un entretien, nous allons traquer cette question du jeu : « C'est pas juste de la gamification juste pour implémenter la visite, c'est presque un *serious game* en tant que tel. [...] C'est pas juste un évènement ludique collé à la visite, c'est la visite qui fait partie aussi de l'intrigue » (salarié de QuiveutpisterParis, à propos de *Qui veut Marais T. ?*). Il est intéressant de noter que la question de la pédagogie apparaît ici directement en lien avec la question du jeu. Du fait qu'il s'agit d'un vrai jeu (dans cet exemple un jeu sérieux ou proche du *serious game*) et non d'une gamification qui reste superficielle, le jeu aurait de l'effet. Selon la personne interviewée, la dimension d'apprentissage est présente à travers le jeu. Celui-ci va mettre en relation tourisme et apprentissage, ce que ne permettrait pas une simple gamification. Notre objectif n'est pas dans cette analyse de creuser la question du jeu sérieux, mais de saisir ce qu'apporte au tourisme la construction d'un « véritable » jeu ?

Méthodologie et présentation des dispositifs

- 17 La recherche s'appuie sur l'étude de six jeux choisis pour constituer un échantillon diversifié, mais aussi de façon plus pragmatique en fonction des réponses favorables des structures contactées. Une majorité (4 sur 6) cible les touristes en mettant du jeu dans la visite touristique. Les deux autres permettent d'analyser des variations, l'un en visant les enfants qui sont plutôt des locaux que des touristes, l'autre, centré sur la fiction avec des objectifs éloignés du tourisme, permet de mieux comprendre la logique des jeux de piste en étudiant un cas atypique dans notre échantillon.
- 18 Pour chaque cas étudié, le protocole proposé associait trois aspects : une observation en participant au jeu selon des modalités adaptées à chacun, un entretien avec des responsables, animateurs ou concepteurs selon les possibilités offertes par la structure et au moins un entretien collectif avec des joueurs, idéalement observés auparavant. En lien avec la problématique posée ici, les analyses portent surtout sur la première série d'entretiens, même si le point de vue des joueurs, qui n'a pu être recueilli pour tous les cas, confirme globalement celles-ci à partir de la réception qu'ils en ont. Le confinement lié à la crise sanitaire en mars 2020 a arrêté cette activité au moment où les étudiants effectuaient le terrain. Le protocole n'a pu être suivi que partiellement, les trois aspects ne pouvant être que rarement réunis pour un même jeu ou de façon adaptée avec, par exemple des entretiens de joueurs qui n'avaient pas été observés. Malgré ce décalage avec le protocole, des données ont été récoltées pour chaque cas – trois étant documentés de façon plus complète – permettant de proposer l'analyse qui suit. Nous allons commencer par une brève présentation de chaque jeu avant de souligner les similarités et différences à partir d'un tableau de synthèse des différents aspects analysés.

Qui veut Marais T. ?

- 19 Ce jeu est créé par l'entreprise Quiveutpister qui décline son offre depuis plus de dix ans dans plusieurs villes, dont Paris³. Le but est de trouver l'identité des voleurs qui ont dérobé la mallette de Monsieur Thomas Marais tout en cumulant plus de points que les autres équipes. Pour y parvenir, le jeu se présente comme une enquête policière à mener en deux temps : un jeu de piste où les joueurs découvrent un circuit en ville en répondant à des questions et un temps de résolution de l'énigme à partir des indices trouvés sur le parcours. Les équipes de joueurs simplement accueillies au début et à la fin par une animatrice sont en autonomie durant le parcours.
- 20 La société a pour objectif d'offrir une expérience touristique originale, en rendant la visite ludique : « Les jeux de piste Quiveutpister Paris vous entraînent dans une expérience touristique et immersive inoubliable ! Découvrez et pénétrez dans les lieux secrets et cachés de Paris. Retrouvez-nous pour une visite insolite et immersive de Paris »⁴. L'accent est mis sur la dimension d'exploration. Le joueur devient un « pisteur » qui devra mettre en œuvre ses compétences pour avancer le plus efficacement possible, et ceci dans le cadre d'une narration fictionnelle.

Sous les passages couverts de Paris

- 21 Il s'agit d'un des jeux de piste proposés par Paris Ma Belle sous le titre de « jeux et découverte » pour « découvrir la capitale de façon décalée, à la fois ludique et captivante. Nos jeux de piste vous invitent à découvrir l'histoire, les anecdotes et les légendes des quartiers les plus emblématiques de Paris »⁵. Le jeu étudié permet d'explorer « les passages couverts de Paris au fil d'une véritable enquête de Vidocq ! » tout au long d'une promenade qui intègre une compétition entre plusieurs équipes. Chaque session peut réunir entre deux et sept équipes composées de 2 à 5 personnes. Les participants disposent d'un plan où sont indiqués de façon codée les objets à trouver afin de résoudre les énigmes ainsi qu'un cahier de route où alternent consignes et questions sans lien direct avec la narration.

Opération Mindfall des Machines de l'île de Nantes

- 22 Ce jeu de la société Onirium⁶ s'inscrit dans une franchise. Celle-ci se présente comme « combinant les meilleurs éléments classiques que sont la chasse au trésor, la localisation GPS et l'*escape game* avec la technologie de réalité augmentée pour proposer un nouveau type de jeu d'extérieur par équipe »⁷. Chaque déclinaison locale s'appuie sur le même scénario de départ : la cellule W.I.S.E envoie en mission les participants pour lutter contre l'organisation Spider Tech et la propagation d'un virus. Il prend la forme d'un parcours sur un des principaux lieux touristiques de la ville. Le jeu est accessible sur réservation pour des groupes de 4 ou 5 personnes qui fonctionnent de façon totalement indépendante et asynchrone et donc sans aucune compétition. Les joueurs partent en mission avec un sac à dos contenant des éléments nécessaires à la résolution des treize énigmes, un fascicule mentionnant des informations historiques succinctes sur les lieux visités, la tablette proposant de la réalité augmentée et permettant la géolocalisation. Une explication est présentée au départ et un débriefing est réalisé à l'arrivée. Les équipes partent seules, mais sont accompagnées pour les deux premières énigmes par un animateur qui peut les guider, entre autres, sur l'utilisation de la tablette.

Atlantide

- 23 Le jeu est présenté sur le site officiel comme un « jeu mobile géolocalisé de découverte de l'histoire [...] un jeu éducatif en extérieur [...] où vous devez arpenter les rues pour mener à bien votre mission [en vous] appuyant sur des faits historiques et intégrant des documents d'archives numérisés. »⁸ Au moment de la recherche, il y avait plus de 22 missions disponibles sur l'application, réparties entre Paris (4), le sud de la France (16), la Roumanie (1) et la Bulgarie (1). Le joueur doit résoudre des énigmes dans un cadre fictionnel qui lui confère le rôle d'un « agent secret voyageur temporel » qui doit réparer les impairs délibérément introduits par des « pirates » qui perturbent le cours du temps et de l'histoire. Le jeu s'appuie sur une application téléchargeable sur téléphone qui permet, à travers le GPS, de guider les joueurs et de proposer des énigmes au fil d'un parcours dans le monde réel qui doit fournir les réponses aux énigmes. Le jeu peut se jouer seul ou en groupe et ne comporte aucune dimension de compétition.

En quête de Street Art à Montmartre

- 24 Il s'agit d'une expérience proposée sous le terme commercial de Visites Anniv' devenues Missions Anniv', développées par le réseau C14⁹ et proposées à des groupes d'enfants réunis pour un anniversaire. Le temps du jeu, ils deviennent les assistants d'une bande d'agents secrets incarnée par un animateur ou une animatrice qui les guidera en rentrant dans le rôle pour la durée de l'activité. Selon la conceptrice, il ou elle se présente comme membre d'une agence « fondée à l'époque du Sac de Rome à la Renaissance, qui a pour vocation de protéger les œuvres d'art et qui au fur et à mesure s'est spécialisée dans l'investigation sur les œuvres d'art disparues ». Dans *En quête de Street Art à Montmartre*, le but est de « retrouver [un artiste de rue], de l'identifier et de récupérer son œuvre »¹⁰ tout en découvrant l'art urbain présent dans le 18^e arrondissement de Paris. En combinant indices à trouver dans l'espace physique et marquage de ces lieux sur une carte pour révéler d'autres indices, les enfants résolvent cinq énigmes les conduisant à un photomaton qui leur dévoile que « l'œuvre d'art c'est nous ». Ils sont invités à constituer une œuvre à partir de leur portrait et à la coller à un endroit précis qu'ils identifient à partir de cinq nouvelles énigmes. L'espace public est utilisé pour y déposer différents indices : des QR codes, des numéros de téléphone notés à l'encre invisible ou encore des rubans adhésifs pour indiquer le chemin. L'accompagnement prend une place importante au vu de l'âge des joueurs, mais surtout de la forme de jeu de rôle proposée.

The Live Thriller

- 25 Ce jeu se présente comme une expérience d'engagement dans la fiction d'un *thriller* pour des groupes de deux à six personnes, qui dure environ deux heures, et a lieu à Paris en extérieur et intérieur. Elle se déroule sous la forme de six scènes semi-improvisées avec des comédiens, alternant trois moments d'orientation et de traque en extérieur où les participants sont autonomes, mais guidés, et trois explorations d'espaces intérieurs décorés pour reconstituer des ambiances. Il s'agit de participer à une enquête qui se passe mal et qui vise à attraper un tueur en série. Le jeu de rôle l'emporte nettement sur des énigmes simples ou des fouilles.

Similarités et différences entre les six dispositifs

- 26 Avant de voir en quoi et comment ces dispositifs sont (font) jeu, il importe d'analyser en quoi ils sont similaires et en quoi ils diffèrent, montrant une diversité de façons de faire jeu. Ce qui caractérise les jeux de cet échantillon du fait de sa constitution même, c'est de se dérouler en extérieur sous la forme d'une exploration spatiale.
- 27 Au-delà de cette caractéristique préliminaire, le tableau ci-dessous permet de présenter les différences et les similarités entre les six dispositifs étudiés :

Tableau 1 : caractéristiques des dispositifs étudiés

Dispositif Caractéristiques	Qui veut Marais T. ?	Sous les passages	Opération Mindfall	Atlantide	Street Art	The Live Thriller
--------------------------------	-------------------------	----------------------	-----------------------	-----------	---------------	----------------------

Parcours guidé	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Marginal
Enigmes	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Géolocalisation	Non	Non	Oui	Oui	Non	Non
Narration fictionnelle	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui +
Application	Non	Non	Non	Oui	Non	Non
Prêt de matériel	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Oui
Réalité augmentée	Non	Non	Oui	Oui	Non	Non
Guide humain	Non	Non	Partiel	Non	Oui	Non ¹¹
Comédien	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui +
Chasse au trésor	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Décor/intervention	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui+
Public visé en priorité	Adultes	Adultes	Familles	Adultes	Enfants	Adultes
	Familles			Familles		
Jeu en équipe	Oui	Oui	Oui	Conseillé	Oui	Oui
Temps limité	Oui	Non	Oui	Non	Non	Non ¹²
Compétition ¹³	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
Touristes ciblés ¹⁴	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non

- 28 Le point de convergence entre ces jeux apparaît dans les deux premières lignes qui permettent de les identifier comme des parcours de découverte qui impliquent la résolution d'énigmes. Si cela est un peu moins vrai pour *The Live Thriller*, ou si cette dimension y est moins centrale, elle reste présente, justifiant ainsi d'avoir intégré ce jeu à l'échantillon. Celui-ci se déploie en grande partie en intérieur, mais son créateur souligne l'importance des moments qui prennent place dans la rue et participent de la spécificité de cette expérience. L'accès à chacun des trois lieux de l'intrigue suppose une recherche depuis l'extérieur qui se déroule dans un monde qui n'est pas réservé aux joueurs. Comme il le dit : « la phase d'exploration dans la rue, si on l'a pas, on perd 20 %, 25 % du truc ». *The Live Thriller* met ainsi une logique différente des autres jeux de l'échantillon, avec une dimension hybride qui le rapproche du théâtre immersif, et une partie importante dans des espaces intérieurs aménagés. On peut le mettre en relation avec la présentation du genre proposée par Wikipedia¹⁵ :

Un nouveau type de jeux de pistes immersifs, à mi-chemin entre jeu de piste, chasse au trésor et production de théâtre immersif a vu le jour depuis quelques années. Il

existe plusieurs appellations anglo-saxonnes pour ce genre de jeux, notamment :
*Theatrical Scavenger Hunt, Live City Game,...*¹⁶

- 29 Au-delà de la question centrale du parcours et de l'enquête, le tableau montre que les points communs relèvent pour le reste de la présence dans tous les dispositifs d'une narration fictionnelle qui renforce la dimension de second degré essentielle au jeu tout en s'articulant à celle de la décision, ici pour l'essentiel liée aux énigmes (Brougère, 2005). On notera également l'importance du jeu en équipe qui met au centre la coopération, parfois (deux cas sur six) associée à la compétition entre équipes. On peut donc les définir comme des jeux de piste coopératifs dans le cadre d'une narration fictionnelle.
- 30 Les différences concernent tout d'abord la dimension pratique ou matérielle. Deux cas s'appuient sur des supports techniques, qu'il s'agisse de télécharger une application (*Atlantide* dans notre échantillon) ou du prêt d'une tablette (*Opération Mindfall*), pour utiliser la géolocalisation et la réalité augmentée. Les dispositifs non numériques restent cependant dominants (quatre cas sur six). Dans deux de ces derniers, l'importance donnée à la narration implique la présence de comédiens ou d'animateurs jouant un rôle tout au long du jeu ainsi que l'intervention sur l'environnement soit sous forme de décor dans des espaces intérieurs (*The Live Thriller*), soit de façon plus discrète quand les organisateurs déposent des traces dans l'espace public extérieur pour faciliter le cheminement d'enfants (*En quête de street art à Montmartre*). Pour les quatre autres jeux, l'intervention dans l'espace n'est pas envisageable et c'est l'application ou le prêt d'un matériel (tablette, fiches, livrets) qui soutient le parcours et sert de guide.
- 31 Si tous les dispositifs sont guidés, les modalités et le rôle de celui que l'on peut appeler le maître du jeu varient d'un jeu à un autre. On passe d'une présence et conduite permanente (*En quête de street art à Montmartre*) ou presque (*The Live Thriller*) à une absence totale avec *Atlantide*, en passant par une présence au début, à la fin et en cas de problème avec *Opération Mindfall*, *Sous les passages couverts* et les jeux de Quiveutpister dont *Qui veut Marais T. ?* On peut faire l'hypothèse que c'est cette troisième modalité qui est la plus fréquente parce que la plus facile à gérer en dehors des applications.
- 32 Deux dispositifs intègrent dans le mécanisme un temps limité qui peut être soit un défi dans un cadre coopératif, soit une dimension de compétition entre équipes. Enfin, un seul dispositif, celui destiné aux enfants, intègre au jeu de piste une dimension, certes limitée, de chasse au trésor, à travers la quête d'un objet comme objectif du jeu.
- 33 Les publics visés varient peu. Hormis le dispositif qui s'adresse aux enfants sous le prétexte d'une fête d'anniversaire, les autres jeux visent davantage les familles, voire les adultes sans que les limites d'âge soient strictes pour autant – y compris pour *The Live Thriller* où la présence de participants « trop » jeunes est découragée, mais non interdite.
- 34 Le ciblage touristique est essentiel dans quatre dispositifs, les deux jeux qui échappent partiellement à cette logique touristique accordant plus d'importance à la narration. Apparaît une opposition entre deux dimensions, celle de la découverte d'un territoire ou celle de l'immersion dans une fiction, même s'il s'agit plutôt de pôles que d'une opposition tranchée.
- 35 Ces similitudes et particularités laissent entrevoir à la fois des points de convergence qui contribuent à constituer les « jeux de piste » en un type de jeu, et des orientations

plus ou moins partagées au sein de cet ensemble qui en font un domaine hétérogène. On retrouve ce double mouvement dans la variété des dénominations selon les dispositifs, mais aussi pour chaque dispositif selon les supports de communication utilisés par les organismes, qui montre que ce domaine n'est pas aussi normé et cadré que le sont par exemple les jeux d'évasion. Si on trouve le terme de jeu de piste, on remarque de même une multitude de dénominations, y compris *escape game* : jeu d'enquête, ballade ludique, jeu mobile, *historical outdoor game*, application touristique, découverte ludique du patrimoine, jeu d'exploration, etc. Chacun de ces termes révèle un aspect des jeux ou de certains d'entre eux, mais montre aussi la difficulté à les situer et à les rendre visibles.

Ce qui fait jeu dans ces dispositifs

Les mécaniques

- 36 Dans son ouvrage sur la chasse au trésor, Patrick Schmoll (2007) propose la notion de jeux de sagacité dans lesquels sont mis en jeu une fonction que l'on trouve au premier degré dans les quêtes et énigmes religieuses, mais aussi les problèmes de la vie quotidienne à résoudre. On peut associer pour décrire ce domaine, mots croisés, énigmes, puzzle, devinettes puis jeux d'évasion, jeux de piste et chasses au trésor. Pour reprendre le terme de la classification proposée par Corinne Hutt, il est question de jeux qui renvoient à des comportements relatifs à la connaissance (*epistemic behaviour*) et comprenant entre autres les jeux de résolution de problèmes et les jeux d'exploration (Hutt, 1979). On peut alors distinguer ceux qui se déroulent dans l'espace artificiel du jeu, dans l'espace du jeu vidéo, dans une pièce, à l'extérieur dans un espace délimité ou totalement ouvert.
- 37 Un autre aspect est souligné par Schmoll à partir de son étude de terrain :
- La chasse au trésor est un jeu : le trésor est réel et a une valeur, mais à la différence des nombreux trésors existants en France et ailleurs qui ont été cachés par ceux qui les possédaient dans l'intention de revenir les chercher un jour, le trésor d'une chasse organisée a été enterré à dessein pour que d'autres le trouvent, mais *sous certaines conditions* » (Schmoll, 2007, p. 110, souligné par l'auteur)
- 38 Ce sont ces conditions qui font le jeu. Il s'agit certes de proposer des indices, mais tout autant de mettre des obstacles à la découverte du trésor. On peut généraliser cela à bien des jeux, en particulier les règles d'un jeu de société ou les mécanismes d'un jeu vidéo dont l'objectif est de retarder, de rendre difficile le fait d'atteindre le but. Il en est de même dans les jeux de piste que nous avons étudiés : ils doivent à la fois donner des indices pour la progression, mais également y faire obstacle dans un équilibre toujours difficile à trouver entre permettre et ralentir la progression, être accessible aux joueurs, mais aussi constituer un défi sans lequel il n'y aurait pas jeu.
- 39 Pour nos dispositifs, il faut de la sorte mobiliser les mécaniques qui permettent un parcours, mais aussi de poser des obstacles. Guillaume Nanjoud, gérant de Quiveutpister, analyse les mécanismes que le jeu de piste mobilise : « Durant nos jeux de piste qui allient visite, course d'orientation et résolution d'enquête, le participant doit réfléchir et ne peut se contenter d'ingurgiter des informations touristiques ou historiques » (Nanjoud, 2012, p. 23). Ce sont les mécaniques ludiques qui en font un visiteur actif ou un joueur pour le dire autrement. Dans un encadré, il propose un

inventaire personnel des « différents types de jeux permettant la découverte du territoire » (p. 39) :

- Le parcours de découverte. Ce sont des balades émaillées de questions en rapport avec les endroits traversés, poussant en général le joueur à l'observation de son environnement. (...) Pour l'attractivité de ces jeux (souvent peu scénarisés) il est important de varier les types de questions posées (validation de position, texte, QCM, choix d'images, choix audio, image superposable, puzzle, étape chronométrée, ...)
- La chasse au trésor. Une deuxième catégorie de jeu regroupe le jeu de piste et la chasse au trésor. Ce sont les deux types de jeu les plus connus. Dans cette catégorie la découverte du cheminement à suivre fait partie du jeu.
- L'enquête. La particularité de cette catégorie réside dans le fait que les joueurs doivent collectionner des indices (photos déchirées, audio, images manipulables...) pour résoudre une énigme finale¹⁷.
- Le jeu de rôle. (p.39)

40 Ce qui est présenté ici comme des types de jeux différents apparaît de fait dans les jeux étudiés comme des mécaniques ludiques qui sont diversement associées et combinées. Si les trois premières sont souvent affichées directement dans les appellations et les présentations en ligne, il faut souligner la présence du jeu de rôle parfois discrète, mais plus affirmée dans les deux jeux de notre échantillon où la narration est la plus présente (*The Live Thriller* et *En quête de street art à Montmartre*). De fait, les mécaniques ludiques s'articulent essentiellement autour de cet élément clef que constitue l'indice. Si l'on trouve toujours sa présence pour progresser dans le parcours, pour résoudre une énigme finale, pour trouver l'équivalent d'un trésor ou bien encore pour compter des points quand la compétition est avérée, les modalités pour l'intégrer diffèrent d'un dispositif à l'autre. Ainsi, dans le cas d'*Opération Mindfall*, obtenir la bonne réponse à l'énigme ne permet pas d'avoir un indice pour trouver le lieu de la prochaine, mais directement de faire apparaître sur la carte de la tablette les zones proches disposant d'énigmes à résoudre grâce à la géolocalisation. On retrouve cette dissociation des énigmes et du guidage du parcours dans deux autres dispositifs étudiés, *Sous les passages couverts* et *Qui veut Marais T. ?* Seul *En quête de street art à Montmartre* intègre davantage les énigmes dans le dispositif pour permettre aux joueurs d'identifier le parcours.

41 Cette question du guidage par les indices se pose aussi dans *The Live Thriller*, mais de façon différente puisque c'est l'expérience et l'émotion qu'elle produit qui sont mises en avant. Les mécaniques de jeu sont moins présentes, car la décision des joueurs n'est pas centrale comme le révèle le dossier de presse : « *The Live Thriller* leur donne ainsi l'illusion du choix dans un monde ouvert, alors qu'ils évoluent évidemment dans un circuit clos et balisé ». C'est entre autres ce que souligne une critique déposée sur TripAdvisor :

Cette aventure qui se veut hors du commun n'est en rien participative. On ne fait rien. Absolument rien. Un semblant de fouille et un semblant d'énigme pour nous faire croire qu'on est acteur de la situation. Sauf qu'encore une fois il n'en est rien. On ne fait rien par nous-mêmes. Ou du moins on ne décide de rien. (Commentaire de MSpistache sur TripAdvisor en septembre 2019, consulté le 15/06/2020)

42 Les joueurs sont invités à s'immerger dans une fiction sans pour autant prendre des décisions sinon a minima celle de jouer le jeu, d'accepter le rôle et l'interpréter, de faire semblant d'y croire (ou avoir des émotions qui emportent le joueur), d'où la notion d'expérience mise en avant. Il apparaît alors pour le concepteur que mettre trop d'obstacles peut aller à l'encontre de l'expérience souhaitée : « On n'aime pas

particulièrement les énigmes, on n'aime pas quand c'est difficile, on n'aime pas quand on reste bloqué, quand on doit réfléchir forcément, du coup là on voulait que ce soit le plus fluide possible et puis voilà raconter une histoire, quoi ».

- 43 C'est pour ce dispositif que l'hybridation entre le jeu et d'autres types d'expérience va le plus loin et il est logique que cela conduise à minimiser les mécaniques ludiques qui en mettant en avant réflexion et décision des joueurs conduisent à suspendre ou ralentir la progression de l'histoire.

La question de l'énigme

- 44 Parmi les mécanismes ludiques présents, c'est l'énigme qui est le plus souvent évoquée dans le discours des concepteurs ou des joueurs, exprimant la dimension épistémique, la sagacité évoquée ci-dessus. Ces énigmes sur le parcours permettent de ralentir celui-ci et donc de le transformer en jeu, tout en guidant son déroulement. En effet, d'après la 5^e édition du *Dictionnaire de l'Académie française* (1798), une énigme est la « description, exposition d'une chose naturelle en termes qui la déguisent, et qui la rendent difficile à deviner. »¹⁸
- 45 Dans sa thèse, Sélim Ammouche propose une définition de l'énigme très présente dans certains jeux vidéo, mais qui s'applique tout autant aux jeux de piste étudiés : « Nous envisageons ainsi l'énigme vidéoludique comme un type d'expérience du sens : le surgissement de cette figure obstacle impliquant la compréhension, l'interprétation et la formulation d'une réponse par le joueur » (Ammouche, 2019, p. 32). Derrière l'énigme il montre la quête dont l'aboutissement constitue un objectif important du jeu. Là encore, cela renvoie aux jeux de piste étudiés dont le but n'est autre que d'arriver au terme du parcours, la compétition entre équipes n'étant pas présente dans tous les dispositifs. Et conformément aux réserves émises par le concepteur de *The Live Thriller*, « l'énigme vise à empêcher la fluidité par une suspension volontaire du “cadre communicatif normal du discours utilitaire” (Pepicello & Green, 1984), au profit d'un jeu sur les conventions » (Berra, 2008, p. 54).
- 46 Cependant, ce terme renvoie à une grande variété de formes : « charade, rébus, anagramme, chiffre, mystère, secret, trucage, devinette, maquillage, prestidigitation, trompe-l'œil, collage, problème, oracle, etc. » (Klauber cité par Bouget, 2007, p. 11). Et l'on trouve effectivement dans les dispositifs étudiés une partie de cette diversité. *Opération Mindfall* propose par exemple des manipulations, des problèmes de logique (trouver un code) ou de calcul, des jeux d'observation de différence ou d'association, des rébus.

La référence ambiguë aux « escape games »

- 47 Si le jeu d'évasion a pour but de sortir d'une salle où l'on est enfermé, les jeux de piste semblent offrir le contraire : explorer des espaces et résoudre des énigmes pour progresser dans un parcours où l'on n'est en rien enfermé. Alors que les jeux d'évasion proposent des décors, les dispositifs étudiés (à l'exception du plus hybridé, *The Live Thriller*) se développent dans un décor naturel qui n'est pas modifié, si ce n'est pour les Missions Anniv' avec le placement de quelques discrets indices matériels. Cela conduit à ne pas utiliser le mécanisme de la fouille (sauf là encore dans *The Live Thriller*) très présent dans de nombreux jeux d'évasion. Ces différences sont parfois soulignées par

les joueurs en particulier lorsque la comparaison est défavorable en termes d'expérience vécue¹⁹.

- 48 Malgré cette différence fondamentale, la référence aux *escape games* (c'est le terme qu'utilisent nos interlocuteurs, l'expression « jeu d'évasion » n'étant jamais mobilisée) est très présente dans les discours de présentation. Cela est sans doute dû au succès et à la visibilité des jeux d'évasion dont les jeux de piste, pourtant plus anciens, essaient de profiter. Cette stratégie commerciale est assumée par les concepteurs de *Qui veut Marais T. ?* pour qui l'expression « *escape game* en extérieur » n'est pas adaptée, même si elle est utilisée comme une référence parmi d'autres pour gagner en visibilité sur le marché des jeux grandeur nature qui se développent actuellement. Tout en soulignant l'antériorité des jeux de Quiveutpister par rapport à la vogue des *escape games* et des jeux d'enquête grandeur nature, les concepteurs reconnaissent que ce phénomène de mode leur a servi de tremplin en créant un public qui a pu s'intéresser plus facilement à leurs jeux.
- 49 Derrière les différences, on trouve aussi des similitudes qui font que les deux types de jeux appartiennent à la même catégorie de jeu épistémique (pour reprendre le terme proposé par Hutt, 1979) basé sur la résolution de problèmes dans un cadre ludique et fictionnel. On peut alors penser qu'une culture ludique se construit et se diffuse entre autres du fait que certains joueurs passent d'un type de jeu à un autre comme le mentionnent ceux qui ont été interrogés.

La question de la fiction

- 50 Le jeu n'est pas seulement affaire de mécaniques, mais renvoie également à la présence d'une fiction, d'un second degré (Brogère, 2005) plus ou moins développé selon les dispositifs. La fiction rencontre le jeu autour de cette notion d'immersion qui désigne par métaphore un mode d'engagement et de participation fort dans l'expérience proposée par le dispositif.
- 51 Pour les Missions Anniv', l'histoire est essentielle selon les concepteurs, mettant en avant « la scénarisation d'un thème, la théâtralisation du jeu à travers une véritable histoire ». Cette dimension nécessite, si ce n'est un comédien, tout au moins un animateur capable de jouer un rôle et d'impliquer les enfants visiteurs dans la narration. C'est en jouant lui-même un rôle que celui-ci permet de faire endosser aux enfants le rôle d'agent secret proposé. Il s'agit bien de sortir d'une forme d'animation ou médiation classique pour entrer dans une logique de jeu, de faire semblant grâce à l'histoire proposée qui donne sens à la pérégrination et à la recherche d'indices. La narration fictionnelle vient renforcer des ressorts ludiques parfois limités pour faire jeu. C'est bien entendu *The Live Thriller* qui va le plus loin dans le faire croire et la centration sur la fiction. Là encore, la simplicité des énigmes et des mécaniques ludiques est compensée par la narration portée par des comédiens recrutés en tant que tels.
- 52 Si les autres dispositifs développent moins cette dimension de narration, celle-ci est présente même si dans certains cas, selon les joueurs, elle a tendance à se faire oublier au profit de la résolution des énigmes. On voit bien l'équilibre que chaque jeu essaie de produire à sa façon et en fonction du public visé, entre narration et problèmes à résoudre. D'un côté, il faut doser les énigmes dont la difficulté peut conduire à la sortie du jeu même si l'on continue le parcours, mais dont, au contraire, la facilité peut

réduire le défi et produire de l'ennui. D'un autre côté, il convient de pondérer la fiction qui vient introduire une autre dimension ludique et permet de s'accommoder d'une certaine facilité de résolution des problèmes en renvoyant le jeu au jeu de rôle. Mais là encore, selon les joueurs, il peut y avoir implication plus ou moins forte dans la fiction comme il y a implication plus ou moins forte dans la résolution de problèmes. En ce qui concerne les enfants, les concepteurs doivent veiller à ce que la narration reste fiction et donc que l'expérience soit comprise comme un second degré lors même qu'elle se déroule dans le monde réel.

- 53 Nous avons mis en évidence les éléments structurels qui font jeu, mais comme tout jeu, il peut ne pas être vécu comme tel par un joueur et ne pas produire une attitude ludique (Henriot, 1989). Quand il a été possible d'interroger des joueurs, on a pu saisir un réel sentiment de jouer, mais qui n'est pas produit sur les mêmes bases selon le dispositif. Loin de vouloir transformer le jeu en affaire de recette en design comme l'entend la gamification, les dispositifs sont conçus pour pouvoir être joués par qui y trouve ce qu'il peut rechercher dans un jeu, plutôt de la fiction et du faire-semblant ou plutôt des défis intellectuels.

Quelle place pour l'apprentissage dans ces dispositifs ?

- 54 Ce type de jeu invite à poser la question de l'apprentissage et ceci pour plusieurs raisons. En premier lieu, ce sont des jeux épistémiques pour reprendre l'expression de Hutt. Cette analyse du jeu permet de dépasser la vision habituelle qui consiste soit à considérer que le jeu n'a rien d'éducatif du fait de sa dimension de divertissement, soit à proposer des jeux à vocation éducative, des jeux sérieux ou des activités pédagogiques gamifiées. Hutt (1979) nous montre que derrière le terme de jeu existe une diversité de dispositifs et de situations dont certains sont structurellement liés à des comportements en relation avec la connaissance. Faire un puzzle, résoudre une énigme ou faire des mots croisés font partie de ces activités qui sont pleinement des jeux, que l'on pratique pour se divertir, mais qui supposent de mobiliser des connaissances ou des procédures qu'elles soient déjà maîtrisées ou nouvelles.
- 55 Les mécaniques des jeux de piste mobilisant souvent des principes cognitifs, elles tirent les dispositifs du côté « épistémique », alors que la narration va du côté du jeu de rôle et plutôt du côté du divertissement. D'où cette tension interne au jeu, indépendamment des objectifs qui peuvent lui être assignés, entre divertissement et connaissances. Il est donc logique que dans notre échantillon *The Live Thriller* qui limite l'importance des mécaniques et de la décision au profit d'un divertissement qui met en avant le regard et le ressenti émotionnel, échappe à cette tension. Le fait qu'il s'adresse à des adultes renforce cette dimension tant l'adressage aux enfants implique couramment de mobiliser la question éducative.
- 56 En second lieu, la relation avec la visite, la rencontre de lieux et de monuments conduisent à les considérer comme ayant des objectifs qui vont au-delà du divertissement. Pour certains, il s'agirait de jeux sérieux. Cédric Levret, présenté comme « le fondateur du Furet Company », l'évoque ainsi :
- Ces jeux « sérieux », en environnement réel, incitent les joueurs à la découverte, autour d'un moment de plaisir et d'émotion. Des jeux de piste, des chasses au trésor, des enquêtes, des jeux de rôle, au degré de scénarisation plus ou moins fort,

permettent une approche ludique d'un patrimoine parfois sous-valorisé. (Levret, 2012, p. 37)

- 57 C'est plus précisément par l'exploration et la découverte que l'on apprend, une exploration guidée de différentes façons par les dispositifs. Certains s'appuient de façon importante sur l'intervention d'humains qui ont un rôle de comédien pour donner de la réalité à la fiction, et ce faisant guident les joueurs. Les autres dispositifs sont guidés à travers une présentation et un accompagnement éventuel aux premières étapes, mais essentiellement par des supports matériels ou numériques.
- 58 La notion de découverte est primordiale. C'est l'une des différences majeures avec les approches classiques de valorisation du patrimoine (par exemple, les visites guidées, les itinéraires balisés, les guides « papier », etc.). Un parcours ludique s'attache à faire découvrir un certain nombre de points d'intérêt et de notions. Il n'est pas exhaustif comme pourrait l'être un guide. (Levret, 2012, p. 38)
- 59 Dans le cas d'*Atlantide*, cette question de la découverte du patrimoine et d'un apprentissage amusant est centrale dans la démarche.
- 60 Mais, pour tous les jeux étudiés cette présence en arrière-plan d'une dimension éducative qu'on la renvoie au principe général de ce type de jeu épistémique ou à la volonté de faire découvrir des lieux, est associée à l'idée que le divertissement doit primer, qu'il s'agit d'inviter le public à un loisir, l'apprentissage venant en sus. Malgré l'argument évoqué ci-dessus qui pouvait relever d'un effet de mode pour les *serious games* en 2012, comme aujourd'hui pour la gamification, les jeux étudiés ne relèvent pas plus d'un jeu sérieux tel que défini par Alvarez et Djaouti (2010)²⁰ même si on l'élargit au-delà des seules applications numériques, que de la gamification, quel que soit l'usage que les concepteurs peuvent faire de ces notions. Ce sont des jeux dont les mécaniques et les contenus peuvent permettre d'apprendre, mais qui visent avant tout au divertissement, y compris pour les enfants. Pour *En quête de street art à Montmartre* le cadre de l'anniversaire conduit à mettre en avant l'amusement plutôt que l'apprentissage. Pour la créatrice des Missions Anniv' la dimension éducative doit rester secondaire et les enfants peuvent ne pas apprendre. L'essentiel est qu'ils s'amusent et appréhendent le patrimoine comme un monde accessible au travers du jeu. En ce qui concerne *Opération Mindfall*, l'amusement est l'argument principal pour assurer la promotion du jeu sur le site internet : « c'est plus pour le fun, le divertissement que pour les contenus culturels ou éducatifs ».
- 61 Parce qu'ils sont favorisés par les deux dimensions évoquées relatives à la structure et au contenu, il en résulte que les apprentissages restent plutôt informels. On peut y voir tout au plus une éducation informelle (Brogère, 2016) avec une volonté forte de maintenir la dimension ludique et la logique du divertissement. Le fait qu'ils soient plus souvent développés par des sociétés (ou associations) privées contrairement aux dispositifs parfois proches proposés par les musées, conduit sans doute à préserver cet aspect. Il leur faut convaincre un public plus attaché au divertissement qu'à l'apprentissage, et par ailleurs ils ne sont pas porteurs d'une mission publique éducative, leurs partenaires étant le plus souvent des offices de tourisme qui sont plutôt dans une logique de captation du public que dans celle de vouloir faire apprendre. On peut également considérer qu'apprendre en s'amusant, c'est se situer dans le cadre du tourisme culturel qui reste avant tout un loisir même s'il peut avoir des effets éducatifs (Brogère, 2012 ; Brogère et Fabbiano, 2014)

Territoire et tourisme

- 62 Les liens avec le tourisme qui passent par une relation forte avec un territoire à travers un parcours sont essentiels. À cela s'ajoute le fait que quatre des six jeux étudiés ciblent explicitement les touristes ; pour les deux autres dispositifs qui sont aussi ceux qui sont le plus orientés vers la narration, les touristes constituent au mieux une clientèle additionnelle, mais à laquelle ils ne sont pas spécifiquement adressés.
- 63 Ces jeux, à travers le guidage, proposent pour reprendre l'expression d'Anne Bossé « une visite intelligente » :
- La visite « intelligente » est toujours guidée (dans une acception très large de ce terme et surtout non morale). Il faut être guidé pour observer, que des éléments puissent être extraits, traduits du visible. [...] Ces guides multiples, humains comme non humains, matériels ou idéels, permettent d'instruire un rapport plus intentionnel à l'espace, de réduire la complexité phénoménale de la découverte. (Bossé, 2015, p. 97)
- 64 Tout en reprenant l'importance du guidage telle qu'elle apparaît dans le tourisme, le jeu lui donne une dimension spécifique en l'articulant à l'activité du joueur. Il offre une forme originale de guidage qui s'appuie sur un ensemble de mécaniques ludiques et fictionnelles qui transforment le visiteur en joueur : « Même si le participant est guidé par un carnet de route, il est autonome et a l'impression d'être son propre guide » (Nanjoud, 2012, p. 23).
- 65 Dans le même numéro d'*Espaces tourisme et loisirs*, beaucoup d'exemples renvoient à l'idée que les visites guidées traditionnelles voient leur public diminuer et qu'il faut des dispositifs qui les remplacent ou les fassent évoluer – mais sans doute en partie avec les mêmes objectifs, d'où l'idée d'une centralité de la question du guidage. Depuis sa création, à travers ses jeux de piste, la société Quiveutpister a eu pour objectif de « dépolvériser la visite touristique ». Mais là encore un équilibre doit être trouvé entre une implication dans le jeu trop forte et des énigmes trop complexes qui détourneraient le regard du lieu à visiter, ou un jeu trop simple qui ne permettrait pas de transformer l'expérience de la visite traditionnelle en se limitant à un parcours ponctué d'informations sans réels défis.
- 66 Répondant à cette demande de renouveau de la part de sites à visiter, des sociétés – dont certaines de celles dont nous avons étudié les jeux – offrent leurs services pour produire des dispositifs liés à « la valorisation du patrimoine et de l'environnement ». C'est ainsi que se présente la société Au fil du temps²¹ qui propose, à partir de son « savoir-faire de terrain » et « de [sa] recherche incessante d'innovations », de mettre en place à « l'échelle d'un territoire, d'un village ou d'un site touristique et ou patrimonial » des « jeux, enquêtes, chasses au trésor, jeux de pistes, escape game... ». On voit que le secteur de ces jeux se développe commercialement en relation avec les besoins des opérateurs dans le domaine du tourisme en visant un public local ou plus éloigné. On retrouve dans ce que les professionnels de cette association appellent leurs fondamentaux, les éléments que nous avons découverts dans les jeux étudiés. Tel est le cas de la narration : « Élaborer un scénario pour stimuler l'imaginaire et faciliter l'immersion des visiteurs » tout en concevant un jeu « crédible » en regard de « l'ambiance du lieu », et qui reste « réalisable ». L'intention est bien de faire un jeu qui doit être vécu comme tel tout en valorisant le lieu. Mais, la dimension d'apprentissage demeure puisqu'il s'agit également de « transmettre des connaissances et du contenu

scientifique [car] le jeu suscite le désir d'apprendre et fait accéder à la joie de comprendre. » Toutefois, il apparaît une forte adéquation entre jeu de piste et tourisme comme le souligne Bruno Tamaillon, « directeur de Tams Consultants », une autre entreprise du secteur²² : « Le jeu de piste, parce qu'il s'appuie sur une histoire tout en stimulant l'esprit de compétition, parce qu'il peut être joué en famille de façon autonome toute l'année, tous les jours, est un outil parfaitement adapté à la mise en tourisme d'un territoire, d'un musée... » (Tamaillon, 2021, p. 45).

- 67 À l'exclusion de *The Live Thriller* qui obéit à une autre logique et qui représente dans notre échantillon un cas limite permettant de souligner la spécificité des autres cas, les dispositifs étudiés mettent en œuvre une exploration guidée qui constitue un des principes du tourisme (Brougère et Fabbiano, 2014). Ces jeux ou dispositifs d'exploration guidée proposent une forme d'exploration articulant narration fictionnelle et énigmes qui donne de nouvelles significations aux visites incontournables ou permet de découvrir des espaces oubliés des itinéraires touristiques traditionnels. Sont proposés de nouveaux espaces à l'exploration ou de nouveaux modes d'exploration pour des espaces bien connus des touristes.

Conclusion

- 68 Les expériences analysées apparaissent comme des jeux pour autant que les joueurs, dans leur diversité, y adhèrent, ce qui s'avère très variable. Leurs propos révèlent des tensions intéressantes entre les différentes composantes de ces dispositifs dont l'équilibre est loin d'être facile à trouver et qui peuvent parfois entrer en opposition. On trouve trois éléments en tension potentielle : les mécaniques ludiques plus ou moins faciles d'accès, la narration plus ou moins crédible et donc immersive, et la visite ou la composante touristique qui renvoie à un contenu culturel. Une dimension dominante peut menacer les autres, la narration pouvant conduire à limiter la prise de décision liée aux mécaniques du jeu, celles-ci pouvant retenir l'attention du joueur moins disponible pour découvrir les lieux, ou réciproquement. En revanche, la dimension éducative, qui ne s'affirme pas contre la logique de divertissement et s'ancre à la fois dans les structures du jeu ou mécaniques et dans le contenu culturel lié à la mise en tourisme, ne semble pas produire une tension spécifique sinon par ricochet de celles évoquées ci-dessus.
- 69 La narration peut prendre (ou vouloir prendre) le pas sur la dimension plus réaliste de la visite touristique. De la sorte, la mission remplace la visite et Visit'Anniv devient Mission Anniv' pour mettre en valeur la dimension fictionnelle. D'autres dispositifs favorisent également cette notion de mission qui renvoie à la narration du jeu. Jusqu'à ce cas limite que constitue *The Livre Thriller*, où les joueurs ne sont pas en visite, mais doivent assurer une mission qui implique une enquête. Si la narration peut limiter l'importance de la résolution d'énigmes, ces deux aspects (fiction et mécaniques ludiques réunies) peuvent aussi se combiner pour affecter l'intérêt porté au monde extérieur au jeu et en conséquences à la dimension touristique. Cette tension contribue à l'intérêt de ces dispositifs tant pour les joueurs potentiels que pour le chercheur.
- 70 *In fine*, on peut considérer que ces jeux proposent une expérience ludique originale, du fait de leur inscription dans un espace réel (par opposition aux jeux vidéo), à l'extérieur (par opposition aux jeux d'évasion), avec une focalisation sur le divertissement (par opposition aux jeux sérieux), en mobilisant des narrations fictionnelles (par opposition

aux jeux de pure logique) et en offrant des défis cognitifs (par opposition aux jeux de faire-semblant).

BIBLIOGRAPHIE

- ALVAREZ J. et DJAOUTI D. (2010) *Introduction au serious game*, Paris, Questions théoriques.
- AMMOUCHE S. (2019) *Enigme et énigmatique dans les jeux vidéo. Jouer avec le sens*, Thèse de doctorat, Sorbonne nouvelle, Paris.
- AUDABRAM L. (2021) « Des jeux numériques pour faire passer des messages et préparer la visite » (interview), *Espace loisirs et tourisme*, 358, pp. 35-39.
- BERRA A. (2008) *Théorie et pratique de l'énigme en Grèce ancienne*, Thèse de doctorat, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- BERRY V. et ZABBAN V. (dir.) (2019) *Escape Rooms : dispositifs, publics et professionnels*, Rapport de recherche du master en sciences du jeu, Université Sorbonne Paris Nord.
- BOGOST I. (2014) « Why gamification is bullshit ? », in S. P. Walz, and S. Deterding (eds) *Gameful World : Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, pp. 65-80
- BOSSE A. (2015) *La visite. Une expérience spatiale*, Rennes, PUR.
- BOUGET H. (2007) *Enquerre et deviner : poétique de l'énigme dans les romans arthuriens français (fin du XIIIe-premier tiers du XIIIe siècle)*, Thèse de doctorat, Université Rennes 2.
- BROUGERE G. (2005) *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica
- BROUGERE G. (2012) « Pratiques touristiques et apprentissages », *Mondes du tourisme*, 5, pp. 62-75
- BROUGERE G. (2016) « De l'apprentissage diffus ou informel à l'éducation diffuse ou informelle », *Le Télémaque*, 49, pp. 51-64
- BROUGERE G. (2021) « Les paradoxes de la gamification », in S. Le Lay, E. Savignac, P. Lénéel, J. Frances, *La gamification de la société. Vers un régime du jeu ?*, Londres, ISTE Editions, pp. 7-20
- BROUGERE G. et FABBIANO G. (dir.) (2014) *Apprentissages en situation touristique*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion.
- BULENGA P. et EGGER R. (2015) *Gamification in tourism. Designing memorabl experiences*, Book on Demand
- CSIKSZENTMIHALYI M. (2004) *Vivre, La psychologie du bonheur*, tr. fr. Paris, Robert Laffont
- DESVIGNES C. (2012) Présentation du dossier « Le jeu, outil de découverte de la destination », *Espaces tourisme et loisirs*, 305, p. 7.
- DETERDING S., DIXON D., KHALED R. et NACKE L. (2014 [2011]) « Du game design au gamefulness : définir la gamification », *Sciences du jeu*, 2, <https://journals.openedition.org/sdj/287>
- DUHAMEL P. (2018) *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires*, Paris, Armand Colin.

- GIAMBASI B. et SEEL V. (2012) « Le jeu est une affaire sérieuse », *Espaces tourisme et loisirs*, 305, pp. 8-9
- HENRIOT J. (1989) *Sous couleur de jouer*, Paris, José Corti.
- HOURCASTAGNE P. (2012) « 3X et Broussaille aident les enfants à mener l'enquête », *Espaces tourisme et loisirs*, 305, pp. 44-46.
- HUTT C. (1979) « Exploration and play ». In B. Sutton-Smith, *Play and learning*, New York, Gardner Press, pp. 175-194.
- LEVRET C. (2012) « Le furet met le smartphone en jeu pour réenchanter le territoire », *Espaces tourisme et loisirs*, 305, pp. 37-39.
- MACZEK E. et FOURES A. (dir) (2019) *Le ludique dans l'espace muséal*, Les dossier de l'OCIM, Dijon, OCIM-Université de Bourgogne
- MARNIER S. et DEMEL A. (2021) « “ Terra Aventura”, un jeu pour faire découvrir les trésors cachés de Nouvelle-Aquitaine », *Espaces tourisme et loisirs*, 358, pp. 61-64.
- NANJOUD G. (2012) « Quiveutpister passe à la loupe Paris, Lyon ou Bardeaux », *Espaces tourisme et loisirs*, 305, pp. 22-24
- NOIR J.Y. (2021) « La gamification, un outil marketing puissant encore sous-employé », *Espaces tourisme et loisirs*, 358, pp. 20-25
- SCHMOLL P. (2007) *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d'une communauté virtuelle ?* Strasbourg, Néothèque.
- TAMAILLON B. (2021) « L'exploration, par les sens : pour de meilleurs apprentissages et expériences durant les visites », *Espaces tourisme et loisirs*, 358, pp. 44-46
- VIEUX M. (2012) « Jeu de piste 2.0 : retour d'expérience sur un jeu pédagogique utilisant des QR codes », in R. Nkambou, C. Delolme, S.A. Cerri, P. Boiron, C. Piliard (dir.) *Actes du 8^e Colloque Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Enseignement*, Université de Lyon, pp. 255-259.

NOTES

1. Recherche réalisée en 2019-20 dans le cadre de la 2^e année du master en sciences du jeu de l'université Sorbonne Paris Nord et qui a dû limiter son ambition en matière de recueil de données avec l'arrivée de la crise sanitaire en cours d'année. Ont participé à cette recherche : Ruddy Ardouin, Majda As, Delphine Boulègue, Jennifer Charbonneau, Michael Freudenthal, Gwendolyn Garan, Audre Guerin, Marine Monnier et Esther Salazar Orsi. On trouvera le rapport de cette recherche à l'adresse <https://hal-univ-paris13.archives-ouvertes.fr/hal-03324923/document>
2. Pour une présentation du tourisme et de ses spécificités, on pourra se reporter à la synthèse de Philippe Duhamel (2018)
3. <https://www.quiveutpisterparis.com>
4. *Ibid.*
5. <https://parismabelle.com/>
6. <https://lonirium.com/escape-game-exterieur-nantes/>
7. Site Entreprise Cluetivity, Traduction de la page d'accueil <https://www.cluetivity.com/>
8. <https://atlantide.io/>

9. Site de l'association

<https://www.lereseauc14.com/missionanniversairepourlesenfants>

10. Plateforme de réservation Funbooker, <https://www.funbooker.com/fr/annonce/anniversaire-enigmes-street-art-7-12-ans-a-montmartre-75018/voir>

11. Les comédiens assurent cependant une forme de guidage

12. Le temps semble largement contrôlé de l'extérieur par le guidage et les interventions des comédiens

13. « Oui » renvoie à une compétition entre des équipes qui jouent simultanément ; « Non » implique qu'il s'agit plutôt de coopération entre les joueurs, le groupe constituant une seule équipe

14. Il s'agit de cibler, dès la conception, les touristes de façon spécifique, car tous les dispositifs peuvent, comme toute manifestation, accueillir des touristes sans les cibler pour autant.

15. L'utilisation de cette ressource « grand public » se justifie ici par l'absence de travaux sur ces dispositifs et pratiques du fait de leur caractère récent et en évolution très rapide

16. https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_de_piste

17. Ce principe est mis en œuvre dans *Qui veut Marais T. ?*

18. <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9E1660>. L'édition actuelle ou 9^e édition propose une définition sensiblement différente plus éloignée de ses usages ludiques.

19. Sur les différences et similitudes entre jeux de piste et jeux d'évasion on se reportera à l'article d'Adrien Barton et Quentin Rano dans le dossier consacré au jeux d'évasion ; de ce même numéro 16 de *Sciences du jeu*

20. La définition proposée est la suivante : « Application informatique dont l'intention initiale est de combiner avec cohérence, à la fois les aspects utilitaires (*Serious*) tels [...] l'enseignement, l'apprentissage, la communication ou encore l'information, avec des ressorts ludiques issus du jeu vidéo (*Game*) » (Alvarez et Djaouti, 2010, p. 15). Et les auteurs ajoutent que cela « a donc pour but de s'écarter du simple divertissement » (p. 16)

21. Voir le site internet à l'adresse <http://interpretation-nature-patrimoine.com/creation-de-jeux-et-denquetes-pedagogiques/> consultée le 17 février 2021

22. Voir le site internet de l'entreprise <http://www.ingenierie-touristique.fr/equipe>

RÉSUMÉS

A partir de l'étude de six jeux, cet article propose d'analyser le caractère proprement ludique des jeux de piste en s'éloignant de la notion de gamification dont on montre l'absence de pertinence dans ce cas. Il s'agit de comprendre comment ces jeux articulent des mécanismes, souvent liés à la présence d'énigmes et d'enquêtes, une dimension fictionnelle plus ou moins importante, mais toujours présente, et une relation avec un espace à découvrir et parcourir. Cette combinaison contribue à en faire des jeux explicitement orientés vers le divertissement tout en y associant de façon plus ou moins formelle une dimension d'apprentissage au moins pour cinq d'entre eux. Mais s'agissant de jeu, l'équilibre entre ces différentes facettes est fragile et l'attitude ludique jamais assurée.

From the study of six examples, this article proposes to analyze the playful character of the paper chases by moving away from the notion of gamification, which is not relevant in this case. The aim is to understand how these games articulate mechanisms, often linked to the presence of

enigmas and investigation, a more or less important but always present fictional dimension, and a relation with a space to be discovered and explored. It is this combination that contributes to make them explicitly entertainment-oriented games while associating a learning dimension in a more or less formal way, at least for five of them. But as far as games are concerned, the balance between these different aspects is fragile and the playful attitude is never guaranteed.

INDEX

Keywords : paper chase, treasure hunt, tourism, visit, exploration, gamification

Mots-clés : jeu de piste, chasse au trésor, tourisme, visite, exploration, gamification

AUTEURS

GILLES BROUGÈRE

Experice, Université Sorbonne Paris Nord

NATHALIE ROUCOUS

Experice, Université Sorbonne Paris Nord