



Annexes

Webographies :

Site de l'agence : <http://virtua-media.fr/com/>

Menu des réalisations principales : <http://virtua-media.fr/com/>

Menu des mini-jeux : <http://virtua-media.fr/mini/>

Lien vers le jeu de la Global Game Jam : <http://virtua-media.fr/com/endness>

Lien le mode de jeu dérivé, Champions Of MMI Arena : <http://virtua-media.fr/com/niveau arena>

Lien vers notre page facebook : <https://www.facebook.com/virtua.mediammi?fref=ts>

Lien vers notre page twitter : <https://twitter.com/virtua media>

Cahier des charges fonctionnel

Ce document est également accessible à cette adresse : <http://virtua-media.fr/docs/cdc.html>

Introduction

Dans le cadre de notre formation MMI, nous avons été amené à créer une agence de projet tuteuré pour répondre à un besoin fictif, exprimé par l'IUT de St Raphaël.

Nous avons donc constitué une équipe par affinité tout en conservant des compétences propres à chaque collègue.

Notre projet consiste donc à créer un jeu vidéo en 2D, de type plateforme et de genre action.

Notre thème fixé par l'IUT est : " Bouge ton MMI "

A l'aide de ce cahier des charges, notre équipe vous présentera la démarche de notre projet et les solutions envisagées pour répondre au besoin formulé par l'IUT.

Descriptif de l'agence et de ses valeurs

L'agence Virtua Media fut créée en 2014 dans le cadre du projet "CHAMPIONS OF MMI".

Un jeu de plate-forme en deux dimensions, supposé dépeindre le dilemme de la potentielle recentralisation du département MMI sur le site de La Garde.

Ayant passé le cap de la soutenance de fin de première année, Alessandro Legato, chef de projet, s'est entouré d'une toute nouvelle équipe d'étudiants, qui comme lui partagent la même passion du jeux vidéo afin de poursuivre le projet qu'il avait initié en MMII.

Présentation de l'équipe devant accomplir le projet avec les coordonnées

Alessandro Legato : Chef de projet et Game designer

Coordonnées :

Tél : 06 66 36 16 85

Adresse mail : alessandro.legato@free.fr

Damian Frémy: Directeur artistique et Compositeur

Frédéric Armando : Développeur, Webdesigner et GUI Designer

Emilie Garcia : Character Designer et eRédactrice

Jordan Nikolovski: Chargé de communication, Community manager et Monteur

Motif déclencheur de la demande

Analyse de la demande : un projet digne de MMI ?

Notre projet consiste à créer un jeu vidéo complet, ainsi qu'un site web et un projet événementiel. Notre IUT, soit le commanditaire fictif de notre projet, souhaite que nous développions un projet à partir du thème " Bouge ton MMI ".

Nous devons donc nous montrer à la hauteur de la formation MMI et produire un projet capable d'animer la communauté MMI. Nous pensons que notre projet est digne d'une formation en multimédia telle que MMI, pour les raisons suivantes :

- Tout d'abord il s'agit d'un projet qui s'intéresse à l'histoire du département et qui souhaiterait l'animer.
- Nous voulons faire de notre projet, un moyen de communication utile à notre IUT.
- Dans ce jeu nous intégrerons tous les éléments phares de SRC st Raphaël (professeur, matières, soirées, vie étudiante, ville de st Raphaël).
- Deuxièmement notre projet, pour être mené à bien, nécessite un excellent niveau dans les disciplines suivantes

La communication :

Notre jeu, pour obtenir un succès auprès des étudiants de MMI et des passionnés de jeux vidéo, plus globalement, se doit de réunir autour de lui une communauté pour faire parler de lui.

Le community management :

Afin d'accroître et de faire vivre une communauté active autour de notre jeu, il est nécessaire de savoir la gérer régulièrement en lui proposant du contenu varié.

Le graphisme :

Pour créer un jeu vidéo, des compétences en graphisme sont primordiales. A travers l'univers graphique du jeu, nous souhaitons faire découvrir MMI st Raphaël est tous ces éléments phares. Element phare de notre projet car notre principale force cette année est de proposer un scénario alléchant accompagné d'un graphisme d'exception.

Le développement web :

Nous avons créé le site de notre agence afin de présenter celle-ci (l'équipe, les démarches du projet...). De plus nous allons également réaliser un site du projet qui témoignera de l'univers du jeu et où celui-ci sera directement jouable.

Le référencement naturel (SEO) :

Pour que notre projet atteigne sa cible, il est indispensable que notre site web soit bien référencé, le cas échéant, notre jeu n'atteindra pas correctement son public.

L'algorithmie :

Nous avons décidé d'utiliser le moteur de jeu Construct 2, qui a l'avantage de ne pas nécessiter de programmation mais de fortes connaissances en algorithmie afin de développer des mécaniques de jeu viables.

Production audiovisuelle :

Afin de créer un jeu de majeure qualité, nous avons pris la décision de tourner un teaser en deuxième année et ainsi compléter la campagne de communication du jeu.

Production sonore :

De nos jours, les jeux vidéo sans musiques, n'existent presque plus, pour une raison simple : les musiques sont pour ainsi dire un élément incontournable pour immerger un joueur ! Nous avons donc décidé de créer des thèmes sonores pour habiller les niveaux du jeu et compléter la direction artistique du jeu. Cet élément est là encore essentiel pour notre jeu car il est une partie importante dans la réalisation de l'univers

Le marketing :

C'est un fait, le secteur du jeu vidéo est extrêmement concurrentiel. Il s'agit d'un milieu récompensant les entreprises les plus émérites mais fatal pour des entreprises qui ne sauraient aborder correctement le secteur. Une étude marketing du marché du jeu vidéo et de ces tendances, est indispensable pour créer un jeu qui sache attirer un public averti. Nous créerons également des sondages pour faire participer activement notre communauté.

Le jeu vidéo :

Le jeu vidéo est une branche du multimédia qui porte bien ses fruits, le jeu vidéo est le premier produit culturel en France. De plus le jeu vidéo tend à prendre beaucoup de formes pour être intégré dans des secteurs comme la communication ! Nous désirons réaliser un jeu qui puisse faire passer un message, qui puisse montrer à qui voudra bien l'essayer, la richesse de l'IUT de st Raphaël, tant dans son passé que dans son présent.

- une étude de l'existant

I. Le marché du jeu vidéo en France

Introduction

On produit des jeux vidéo en France depuis environ 40 ans.

En seulement quelques décennies, le Jeu Vidéo a beaucoup évolué. Historiquement réservé à un public de passionnés, plutôt masculin et adolescent, le public s'est élargi pour concerner désormais toutes les générations, s'est féminisé et l'âge moyen des joueurs a augmenté sensiblement.

Le marché s'est segmenté en fonction des pratiques, des modes de distribution mais aussi des typologies de jeux vidéo, si bien qu'il est aujourd'hui devenu difficile de globaliser l'approche économique de cette industrie. Mais un constat s'impose depuis plusieurs années : les ventes de jeux vidéo sur supports physiques diminuent sensiblement pour laisser place aux ventes dématérialisées (téléchargement, streaming, online).

Le Jeu vidéo est la première industrie culturelle en France et dans le monde par son chiffre d'affaires

En deux ans le chiffre d'affaires du secteur du Jeu Vidéo au niveau mondial est passé de 41,9 milliards EUR en 2011 à presque 60 Milliards en 2012. Et le chiffre d'affaires du secteur devrait s'établir à plus de 75 Milliards en 2015. Un phénomène explique cette performance : la progression remarquable des segments du jeu sur téléphone mobile (6M€ dans le monde en 2013) et en ligne (17M€ dans le monde en 2013). Et ces performances sont remarquables en Asie/Pacifique, et plus précisément en Chine, où ces deux segments représenteront 8.6 milliards EUR à l'horizon 2015.

Le jeu vidéo traditionnel sur consoles représente encore plus de 50 pourcent du chiffre d'affaires mondial et devrait renouer avec la croissance dès 2014 grâce à l'arrivée des consoles de nouvelle génération.

I.I. Evolutions de marché et tendances

La décroissance continue du marché physique traditionnel en France et dans le monde avant la reprise espérée pour 2014.

On assiste depuis environ 3 ans à une baisse constante de 15 à 20 pourcent des ventes physiques de jeux vidéo. Cette décroissance s'explique par plusieurs phénomènes :

- Les consoles de salon sorties en 2005 et 2006, arrivent dans leur 7e leurs ventes s'érodent continuellement
- Les consommateurs commencent à se tourner vers la Next-gen (Wii U, Xbox One, PS4)
- La crise économique mondiale freine la capacité d'achat des consommateurs sur des titres qui se vendent entre 50 et 70€ en moyenne. Ils achètent donc moins souvent.
- Les habitudes de consommation des joueurs évoluent vers les plateformes dématérialisées y compris sur les jeux habituellement achetés en magasins. L'achat se fait donc plus souvent en ligne, d'où le véritable succès pour des acteurs comme Steam ou Origin.
- Les dernières consoles de salon ou portables commercialisées n'ont pas encore séduit les consommateurs (exemple de la Wii U ou la Playstation Vita)

La commercialisation des consoles de nouvelle génération avec des productions ambitieuses très attendues devrait relancer les ventes du marché traditionnel du jeu vidéo.

Une période de transition technologique et économique

La période actuelle est marquée par une transition importante, amorcée il y a quelques années par une profonde transformation du marché des passionnés de jeu vidéo, vers un marché très grand public, hyper atomisé où la dématérialisation occupe une place de plus en plus importante.

La révolution des technologies : jeux par navigateurs, jeux sur mobiles et tablettes ou encore en streaming, et des modèles économiques : paiement à l'acte, financement participatif, sont en marche. Les conséquences sont perceptibles à tous les niveaux de l'industrie : production, édition, distribution et l'impact sur les relations entre chacun des acteurs de l'industrie est profond.

Si certains marchés déclinent, sans que cela ne soit durable et que d'autres progressent fortement, le secteur demeure une des rares industries culturelles en croissance (4 à 7 pourcent par an). Au total, le chiffre d'affaires de l'industrie du jeu vidéo au niveau mondial en 2012 a été d'environ 60 milliards d'euros et les prévisions établissent un revenu mondial à 75 Milliards d'euros en 2017. Selon cette même étude, 39 pourcent du revenu des consoles sera généré par la Le recul du marché physique en attendant les nouvelles consoles

Les marchés physiques sont au plus bas depuis 2006 et même si ce segment de marché génère encore plus de 60 pourcent des revenus du secteur, la baisse est désormais régulière tant sur les ventes de consoles que sur les ventes de jeux.

La dernière génération de consoles s'est bien vendue mais ces équipements sont en fin de cycle commercial et l'attente par les utilisateurs de l'arrivée des nouveaux modèles fin 2013 n'incite pas à l'achat actuellement. Il s'est vendu en 2012 environ 3 millions de consoles, en recul de 13 pourcent et le chiffre d'affaires des jeux vidéo est en recul en France sur l'année d'environ 5 pourcent par rapport à l'année précédente. Mais le lancement de la nouvelle console de Nintendo, la Wii U fin novembre devrait redynamiser les ventes d'équipements en attendant le retour de la croissance, fin 2013 - début 2014, avec l'arrivée des prochaines générations de consoles de Sony et Microsoft qui feront la part belle au cloud et aux services dématérialisés.

En parallèle, les ventes générées par les blockbusters tels que Call of Duty, Halo ou encore Assassin's Creed atteignent chaque année des records de ventes historiques.

L'engouement pour les plateformes mobiles

Les jeux en ligne et les jeux proposés en téléchargement représentent 58 pourcent du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo à 30 milliards d'euros en 2012. Avec plus de 400 jeux et applications nouveaux, chaque jour, les Smartphones et les tablettes se sont durablement installés dans le paysage vidéoludique mondial. A tel point qu'Apple par exemple présente désormais son Ipad comme la nouvelle console de jeux, portable. Et l'engouement du très grand public pour ces jeux plus simples d'accès et au temps de jeu réduit ne se dément pas.

Le prix de vente très faible de ces jeux ne permet pas, sauf rare exception, de créer une rentabilité sur une seule production. Les sociétés doivent donc s'engager dans un processus de production de catalogue ce qui nécessite de gros moyens financiers. Le développement de la plateforme Windows 8 devrait aussi permettre à ce segment de marché de soutenir sa croissance dans les années à venir. La montée en qualité des tablettes Android à très bas prix et des nouveaux formats 7" vont encore démocratiser l'accès aux jeux vidéo.

Les jeux sur réseau social

Même si la popularité des jeux vidéo sociaux ne se dément pas (une étude de la société Pop Cap montre ainsi que 30 pourcent des joueurs, qui jouent à présent aux jeux sociaux ne jouaient pas avant 2010 sur ces plateformes), le succès des jeux vidéo sur Facebook a marqué le pas ces derniers mois. La rentabilité est plus difficile à atteindre sur ce segment de marché qui nécessite de gros investissements pour attirer et fidéliser les (nouveaux) joueurs. Et la croissance de ce segment de marché a donc nettement ralenti au 2^e marché a-t-il annoncé de grosses difficultés et de nombreux licenciements.

Les causes sont connues : une offre de jeux très importante, peu diversifiée, de très grands acteurs qui dominent le marché et captent une part importante de l'audience et un modèle de rentabilité basé sur l'acquisition et la monétisation des joueurs en recherche de maturité.

De plus la concurrence des jeux casuels sur les plateformes mobiles est de plus en plus forte pour les productions sur Facebook.

Selon certains observateurs, le jeu vidéo représente un revenu important pour Facebook (Environ 15 pourcent du Chiffre d'affaires, soit environ 500 millions de dollars) mais la plateforme tire malgré tout le plus gros de ses revenus de la publicité et à ce titre ne fera jamais, selon eux, du jeu vidéo sa priorité¹⁷. Semestre 2012. Ainsi, Zynga, le plus gros acteur du Le Cloud, nouvel espace de jeux vidéo

Le rachat, en 2012, de Gaika par Sony a véritablement crédibilisé l'avenir du jeu vidéo sur les télévisions connectées. Le " Game on demand " ou " Cloud Gaming " qui consiste à offrir aux joueurs une expérience interactive sans téléchargement, accessible à distance permet d'accéder à un catalogue de productions de façon instantanée. La technologie du cloud semble adaptée à des modèles économiques s'appuyant sur des abonnements à des bouquets de jeux vidéo à la façon de ce qui existe déjà dans la musique. En effet certaines expériences récentes basées sur l'achat de jeux vidéo en cloud ont montré que les utilisateurs préfèrent se tourner vers l'abonnement à des bouquets de jeux plutôt qu'à l'achat de jeux.

Certains opérateurs télécoms proposent déjà en France et dans le monde ce type de contenus, mais les jeux présents ne rivalisent pas encore avec les productions phares du secteur.

L'arrivée des acteurs majeurs du jeu vidéo sur ce type d'offres, avec leurs consoles qui offriront des services de jeux en nuage pour leurs catalogues et leurs communautés de joueurs devrait concrétiser ce nouvel espace de jeux et confirmer que l'avenir du secteur passera à n'en pas douter par la télévision qui reste le premier écran dans les foyers.

Le récent succès de la campagne de financement de la console Ouya qui proposera des services en Cloud sous open source témoigne aussi de l'engouement et des attentes du public.

3. La question du financement au coeur des enjeux industriels

Le paiement à l'acte, modèle économique d'avenir

Dans cette période de transition, l'émergence du modèle économique basé sur le paiement à l'acte, bouleverse la façon que l'on a de produire et vendre les jeux vidéo, mais aussi la nature des relations avec les joueurs qui deviennent véritablement acteurs de leur expérience interactive.

Il ne s'agit plus de vendre un jeu fini, mais bien d'engager des joueurs, en très grand nombre, dans une expérience interactive, continue, la plupart du temps gratuite, qu'il sera possible d'améliorer ou de faciliter par les paiements ponctuels mais réguliers de tout ou partie des utilisateurs.

Le modèle du free to play constitue à cet égard les prémices d'un nouveau modèle de revenu universel pour l'industrie, quel que soit le type de jeux et le mode de distribution.

La fragilité de ce modèle est qu'il est entièrement basé sur l'engagement payant des joueurs, sur des montants faibles, donc il nécessite d'attirer sans cesse un très grand nombre de joueurs.

Mais ce nouveau modèle relationnel de consommation du jeu vidéo comme un service avec des paiements à l'acte est de plus en plus utilisé dans des jeux " traditionnels " avec des résultats encourageants. Ainsi IDC prévoit que les ventes de biens virtuels devraient représenter plus de 50 pourcent des revenus du marché dématérialisé en 2016.

Vers de nouvelles sources de financement de la production

Dans cette période de transition, l'assèchement du financement des productions contraint les concepteurs de jeux vidéo à se tourner vers des modèles alternatifs de financement.

L'apparition il y a quelques années de plateformes de financements participatifs destinées à accompagner certains artistes se trouve de plus en plus utilisé en matière de jeu vidéo avec quelques beaux succès récents. Si au niveau mondial le marché n'a pour l'instant généré que le renouveau de la production indépendante.

Dans le contexte actuel, les éditeurs internationaux se concentrent sur les licences à succès, les valeurs sûres. La création originale est aujourd'hui, encore plus qu'hier, le fait des développeurs indépendants. La vitalité des " créations garage " en témoigne. Ainsi de nombreuses sociétés créées par d'anciens professionnels expérimentés, développent et diffusent désormais leurs créations sur les plateformes mobiles ou sur internet avec de beaux succès à la clé.

4. Les entreprises françaises dans un contexte concurrentiel mondial

Un secteur dynamique, très atomisé

La France est un pays précurseur en matière de création de jeux vidéo. Depuis les années 80, de nombreux titres créés en France ont connu un succès international, certains genres, tel que le survival horror ont même été créés par des français.

La particularité du tissu industriel français est d'être très dynamique avec une grande vitalité de la création d'entreprises puisque 32 pourcent d'entreprises ont moins de deux ans d'ancienneté, tout en ayant une certaine solidité puisque 27 pourcent de sociétés ont plus de dix ans d'ancienneté (dont 4 pourcent plus de quinze ans).

77 pourcent des sociétés déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 1 million d'euros par an.

Mais le secteur est aussi très atomisé avec 52 pourcent des entreprises qui comptent plus de 10 salariés dans leur effectif. Et l'on retrouve des équipes de production partout en France avec des pôles majeurs en Ile de France, Rhône-Alpes, Nord Pas de Calais, Aquitaine, Languedoc-Roussillon et dans le grand Ouest. Des entreprises présentes à l'international, sur les marchés mobiles et PC

Parmi les plus de 250 entreprises recensées en France, 32 pourcent ont moins de 2 ans d'ancienneté mais 27 pourcent ont plus de 10 ans. Si 33 pourcent des entreprises déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 1M d'euros, elles sont 8 pourcent à réaliser plus de 10 millions.

Le secteur se structure autour des studios de développement qui concentrent 86 pourcent des activités, alors qu'on retrouve 28 pourcent des entreprises qui réalisent des activités d'édition.

Elles ne sont plus que 7 pourcent d'entre elles à ne produire que pour le marché physique quand dans le même temps 52 pourcent d'entre elles produisent pour les marchés dématérialisés et physiques et 41 pourcent uniquement sur les plateformes dématérialisées.

Pour ce qui concerne les plateformes physiques, les entreprises se concentrent à 89 pourcent sur le PC et Mac et les consoles de salons représentent quant à elles 66 pourcent des productions.

Pour ce qui est des plateformes dématérialisées, l'essentiel des productions se concentre sur les Smartphones (66 pourcent) et sur les tablettes (63 pourcent)

L'international est un marché naturel et obligatoire puisque la France ne représente que 5 à 7 pourcent du marché mondial et que les entreprises destinent plus de 80 pourcent de leurs créations à l'export.

Un secteur qui emploie et crée de la valeur en France

On recense en France plus de 5 000 emplois directs dans la filière, dont 3 000 dans la production, et l'on estime que plus du double sont employés de façon indirecte dans des secteurs tels que l'informatique, la musique, la localisation etc...

48 pourcent des sociétés comptent moins de 10 salariés et 35 pourcent comptent entre 11 et 49 salariés. Malgré les difficultés rencontrées récemment par certaines sociétés françaises, l'industrie du jeu vidéo continue d'embaucher des profils qualifiés. Ainsi on recense chaque mois plus de 150 nouvelles offres d'emplois à pourvoir dans les équipes de productions. Ainsi avec la croissance prévue et les nouveaux marchés en devenir, le secteur du jeu vidéo va continuer à embaucher dans les années qui

On recense dans le secteur 28 métiers spécifiques répartis en 5 grandes familles : le management, le design, l'image, la technologie et les métiers supports.

Le Snjv a réalisé une étude complète sur les métiers, l'emploi et les rémunérations publiées en octobre 2012, disponible sur leur site.

Focus sur les succès français :

Dans ce contexte, ces derniers mois, quelques entreprises françaises ont réalisé des créations originales qui ont rencontré leur public.

Rayman Origins s'est par exemple vendu à plusieurs millions d'exemplaires en quelques semaines, Arkane Studio a produit Dishonored vendu à plus de 2 millions d'exemplaires en 6 mois, From Dust, Wargame European Escalation se sont aussi vendus à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires.

Game of Thrones de Cyanide s'est vendu à 400 000 exemplaires dans le monde,

Sur les plateformes mobiles, My Brute a été téléchargé à 4M d'exemplaires et Another World 20th anniversary à plus de 100000 versions payantes.

Et des exemples plus récents continuent d'illustrer les bonnes performances de certains titres phares : Endless Space (300 000 ventes), Criminal Case (plus de 10 millions de joueurs), Tranformice (plusieurs centaines de milliers de joueurs),...

5. La Gamification gagne du terrain

Le jeu vidéo au-delà du divertissement

Certains observateurs considèrent que 50 pourcent des entreprises utiliseront la Gamification d'ici à dans leurs activités.

La Gamification qui consiste dans l'utilisation des techniques et technologies du jeu vidéo dans des secteurs, et pour des activités, traditionnels gagne du terrain. En 2011, ce marché a représenté plus de 2,3 milliards € au niveau mondial et les prévisions s'établissent à hauteur de 6,6 M€ en 2016 dont 70 pourcent sera réalisé aux Etats-Unis.

La croissance est au rendez-vous puisque chaque année le marché augmente de 30 pourcent. En France le marché ne représente pour l'instant que 50 Millions d'euros avec une croissance de l'ordre de 15 pourcent que se partagent environ 90 entreprises de conception I4.

Une pratique de plus en plus sociale et familiale

Il est aujourd'hui très largement admis que les jeux vidéo possèdent des vertus indéniables.

Pour mettre fin aux polémiques passionnées concernant l'impact des jeux vidéo sur les joueurs, l'académie de médecine française a d'ailleurs demandé, dans une récente recommandation, d'abandonner le terme " d'addiction aux jeux vidéo".

Si le jeu vidéo est bon pour les joueurs, ce que démontre une étude réalisée par l'Université de Rochester (qui indique que les personnes qui jouent à des jeux vidéo d'action prennent des décisions 25 pourcent plus vite que les autres), deux études récentes viennent rappeler que le jeu vidéo se pratique entre amis et en famille. En effet, selon Ipsos, 44 pourcent des parents jouent avec leurs enfants.

Selon une autre étude récente du CNC, les joueurs jouent de plus en plus avec leurs familles et amis qui constituent les principaux cercles de consommation des jeux, concernant en moyennes respectives 54,3 pourcent et 60,7 pourcent des joueurs. D'un point de vue social, le jeu vidéo renforce donc le lien familial entre les parents et les enfants.

2. Notre positionnement

2.1. Public visé

2.1.1. Casual game

2.1.1.1. Définition

Le casual game est un jeu vidéo destiné au large public des joueurs occasionnels (casual gamer). Contrairement à l'idée commune, un jeu casual n'est pas forcément un jeu sur lequel les joueurs passent peu de temps. Ce type de jeu se caractérise généralement par une faible courbe de difficulté du jeu, et des règles de jeu simples, en opposition aux règles complexes

des jeux hardcore : les jeux casuels visent ainsi un public plus large.

La conception de ce type de jeu vidéo requiert généralement des coûts de production et distribution moindres pour les producteurs. Initialement destinés aux ordinateurs personnels ou bien comme jeu sur navigateur Web, ils deviennent populaires sur consoles et sur téléphones mobiles.

2.1.1.2. Le casual game et notre jeu

Nous essaierons d'intégrer dans notre jeu des mécaniques qui soit les plus simples possibles à utiliser pale joueur, Nous optimiserons au maximum les commandes de jeu pour en faciliter la prise en main et l'éventuel portage sur smartphones.

2.1.2. Serious game

2.1.2.1. Définition

Un jeu sérieux est un jeu qui combine une intention de type pédagogique, informative, communicationnelle, marketing, idéologique ou d'entraînement - avec des ressorts ludiques. De manière synthétique, un jeu sérieux englobe tous les jeux vidéo qui s'écartent du seul divertissement. La vocation d'un jeu sérieux est donc de rendre attrayante la dimension sérieuse par une forme, une interactivité, des règles et éventuellement des objectifs ludiques.

2.1.2.2. Le serious game et notre jeu

Nous avons conçu un scénario qui devrait permettre de sensibiliser le joueur à la formation MMi, nous créerons quelques énigmes concernant les cours dispensés dans la formation.

2.2.2. Choix de la plateforme et du genre de jeu

2.2.2.1. Plateforme de développement

Nous développerons notre jeu sur PC car :

- Nous pourrions user d'un maximum de ressources
- Nous pourrions mettre le jeu en ligne
- Assurer son suivi de la façon la plus pratique possible
- La simplicité de développement

Une fois la version PC terminée, nous tenterons d'effectuer un portage sur Smartphones et éventuellement sur les réseaux sociaux.

2.2.2.2. Le genre de jeu

Nous créerons un jeu de plateforme en 2D car les codes des jeux de ce genre sont relativement simples à mettre en œuvre et à comprendre, ce genre demeure un grand classique dans l'univers du jeu vidéo, qui reste très efficace. Ce type de jeu permet de divertir un large public.

I) Présentation de nos objectifs principaux:

- Développement d'un jeu de plateforme 2D.
- Création de l'univers graphique
- Création des scénarios
- Création des musiques
- Réalisation du jeu.
- Positionnement marketing par rapport au marché saturé du jeu vidéo.

Création du site web de l'agence

2.3.1. Moteurs de Jeu

Pour faciliter la réalisation de notre jeu nous avons décidé d'utiliser un moteur de jeu Javascript pour ainsi faciliter le développement et obtenir un gain de temps considérable à redistribuer si nécessaire dans les autres tâches. Nous avons donc recherché des moteurs de jeu et testé ceux qui nous paraissaient les plus adaptés.

Construct 2

Avantage:

- Facile d'utilisation
- Pas d'écriture de script
- Existence d'une version gratuite
- Création de jeu sur tous les supports
- Moteur de jeu très adapté pour les jeux en 2d
- Pas besoin d'un PC puissant

Inconvénients:

- le logiciel est en anglais
- compatible uniquement avec le système Windows
- graphisme moyen (pixel)

Construct 2 est un moteur de jeu 2D pour Windows créé par SCIRRA.

Il existe trois licences pour ce moteur.

1) Gratuite (possédant des restrictions dans le logiciel)

2) Personal Édition à 99€

3) Business Édition à 329€

Les licences Personal et Business sont très complètes. La seule restriction pour la licence Personal, est l'impossibilité de commercialiser son jeu sous cette licence.

Ce moteur de jeu est facile d'utilisation. Il n'y a aucune ligne de code à écrire, tout se déroule grâce à des scripts et sortes d'algorithmes pré établis. Les parties graphisme et musique prennent alors une grande part du travail.

Unity

Avantage:

- Moteur de jeu puissant
- Création de jeu sur tous les supports -logiciel 3d
- beaucoup de possibilité
- possibilité de créer un jeu en HD

Inconvénients:

- Le prix (1500\$)
- prise en main difficile (à réserver aux personnes expérimentées)
- beaucoup d'écriture de code
- Il faut un ordinateur assez puissant pour faire tourner ce moteur 3D.

UNITY est un moteur de Jeu 3D (utilisable également pour créer des jeux en 2D) créé par la société Game Engine.

UNITY est un logiciel très complet qui propose nativement des morceaux de codes (pour les mécaniques de jeu) mais la plus part sont à programmer manuellement.

Il existe une version d'évaluation utilisable pendant 30 jours

Ce moteur de jeu est très puissant, il est possible de créer des jeux de très grande qualité. UNITY est très difficile d'emploi. En effet il faut avoir plusieurs notions qui sont la réalisation 3D, les animations 3D, codage en différent langage (C, JavaScript, ECMAScript, Ce moteur de jeu a d'abord été développé d'abord pour Mac. S'en est suivi le portage sous Windows. Il permet de produire des applications compatibles sur consoles, ordinateurs et Smartphones en passant par un navigateur grâce à un plugin.

2.4.2.3. Notre choix

Nous avons décidé d'utiliser le Game engine Construct 2 pour :

- sa facilité de prise en main
- l'existence d'une version gratuite
- le fait que le logiciel soit voué à la création de jeu 2D
- il existe beaucoup de tutoriels pouvant nous expliquer son fonctionnement.

La concurrence :

Pour cette partie de mon étude marketing, nous avons choisis d'étudier la concurrence directe à notre projet.

J'ai choisis de privilégier notre concurrence directe au détriment d'une comparaison avec les jeux similaires à notre projet pour les raisons suivantes :

- Nous pourrions étudier une concurrence réelle et directe
- Nous pourrions échanger avec cette concurrence et ainsi récolter un maximum d'informations pour cette partie de l'étude.

En effet cette année, deux autres groupe de projet tuteuré ont choisis de créer un jeu vidéo.

PressPlay :

La première agence ce nomme PressPlay et son jeu se nomme Xpansion.

Leur projet consiste à produire un jeu vidéo selon les critères suivants :

Créer un jeu de hack en ligne avec des joueurs dans le monde. Reprenant la thématique abordée dans le très célèbre jeu Watch Dogs.

Leurs points forts par rapport à notre agence :

Ils tenteront de créer le jeu sans utiliser de moteur de jeu.

Gears of Game :

Cette deuxième agence a pour but de produire un jeu de carte sur internet.

Nous n'en savons pas plus sur leur projet.

Notre positionnement face à ces projets :

Pour nous démarquer de la concurrence nous comptons mettre l'accent sur la communication et l'organisation afin de diminuer la portée des autres projets et de faire en sorte que les consommateurs se focalisent majoritairement sur notre jeu.

Nous utiliserons comme nous l'avons déjà dit, un moteur de jeu afin de réduire les délais de production et d'accroître la qualité du jeu en se focalisant sur ces graphismes, thèmes sonores ainsi que son scénario.

Les fonctions attendues (à décliner suivant le type de projet)

Conception du jeu Champions of MMI

I) Informations générales :

Univers :

MMI et ses éléments phares représentés de façon fantaisiste et détachée de la réalité.
En veillant bien à ne pas créer un effet diffamatoire.

Objectif :

Sensibiliser un public à l'IUT MMI et animer le département en le faisant interagir avec le jeu et en tentant d'inculquer quelques notions en multimédia.

Type de jeu :

Action/Plateformes en 2D

Nombre de joueurs : Jouable uniquement en solo.

Commandes de jeu : Déplacement : flèches directionnelles droite et gauche

Saut : flèche du haut

Pause : touche échap

Attaque au corps à corps : espace

Attaque à distance : Alt

(Les commandes pour les attaques ne sont pas encore définitives.)

Support de jeu :

Site internet du projet

(Voir smartphone si la version site est concluante et rapidement terminée.)

Accès au jeu :

Par un bouton cliquable sur le site de l'agence renvoyant vers le site du projet

Interactivité :

Créer des concours grâce aux réseaux sociaux et à des campagnes de pub pour intégrer des gens de la communauté dans le jeu ou adapter le jeu selon leur choix.

Faire tester les niveaux à des fans, et offrir ainsi une meilleure expérience de jeu selon les retours obtenus.

Éléments de gameplay originaux:

Afin de rallonger la durée de vie du jeu et de le rendre plus agréable, nous souhaitons greffer les caractéristiques suivantes :

- Système de récolte (exemple : pièce dans mario) pour débloquer des récompenses et bonus.
- Implémenter un chronomètre pour battre des records de temps dans chaque niveau.

Fonctionnalités primaires du projet :

- Jeu jouable sur le site internet du projet
- Scénario du jeu encré dans le département MMI de Saint Raphaël
- Utilisation d'énigme sur des bases en multimédia pour apprendre quelques notions de cours au public.
- Interactions avec l'IUT.
- Création d'une soirée de lancement du jeu.
- Produire un jeu complet avec un scénario construit
- Créer un trailer et un générique de fin pour le jeu
- Composer plusieurs musiques pour le jeu
- Créer un site vitrine pour l'agence et un site fonctionnel pour le projet.
- Créer une campagne publicitaire pour faire connaître le jeu et l'agence

Fonctionnalités secondaires : (qui seront apportées au projet si ce dernier avance très rapidement)

- Portage du jeu sur portable
- Jeu en multi-joueurs sur un même ordinateur
- Plusieurs boutons d'accès au jeu seront potentiellement disponibles pour 3 modes de jeu différents
 - Histoire (Version standard du jeu)
 - Contre la montre (Terminer le jeu en un temps le plus bas possible)
 - Combat de boss (Affronter tous les gros ennemis du jeu dans un seul mode de jeu)
- les contraintes liées au projet

Contraintes juridiques :

Afin de créer notre niveau de démonstration, nous avons du utiliser certains médias soumis à des contraintes juridiques, les voici :

- L'utilisation de banques de son libres de droits pour les bruitages de jeu.
- L'utilisation de l'application Bitstrips sur facebook pour créer des ennemis. Par manque de temps, nous n'avons pas pu réaliser entièrement les sprites des ennemis. Les sprites des ennemies sont donc des personnages créés grâce à l'application bitstrips. Une fois créés, ces personnages ont été modifiés pour pouvoir être intégrés dans notre jeu. La licence bitstrips autorise l'utilisation de ses personnages tant qu'ils ne sont pas utilisés à des fins commerciales.
- Nous avons utilisé la version gratuite de Construct 2 pour développer notre jeu. Cette version n'est pas vouée à des fins commerciales.
- Dans le cadre de la soirée de lancement du jeu, nous devons obtenir la permission de la part de l'IUT pour utiliser leurs locaux.
- Nous diffuserons notre bande annonce sur les réseaux sociaux, notre site et sur le tableau d'affichage, nous devons là aussi obtenir la permission de l'IUT.

Contraintes techniques :

Notre cursus MMI ne dispense pas à l'heure actuelle des cours pour nous aider à créer des jeux vidéo, nous avons donc du mal à faire un planning pour la construction des niveaux.

Chaque membre de notre agence possède des capacités plus ou moins flexibles mais est engagé dans un domaine qu'il traite seul au sein du projet, il est donc difficile étant donné que notre équipe est constitué de 5 personnes de focaliser plus de personnel sur une tâche comme le développement web ou des niveaux de jeu.

3.1 Budget prévisionnel sur 300 heures soit 37,5 jours ouvrés:

Logiciels :

6 Licences des logiciels Adobe 360€
4 Licences du moteur de jeu Construct 2 1316€
6 Licences Microsoft Office 365 Personnel 414€
Logic Pro X 179,99€

Personnel : (300h par personne)*

Chef de Projet/ Game Designer/ 4929 € / 4179 €
Développeur (Web et Jeu) 4286 €
Directeur Artistique 4071€
Chargé des relations publiques 4072 €
Imprimeur 60€

Matériel :

4 ordinateurs récents, ayant Windows comme OS 2000€
(Par soucis de compatibilité avec le moteur Construct 2)
2 ordinateurs récents ayant Mac OS 2598€
(Pour les logiciels de graphisme et par
Compatibilité avec le logiciel Logic Pro X)
Un synthétiseur Roland SH-20I 500€
2 tablettes graphiques 400€
6 souris d'ordinateurs 180€
Teaser d'introduction et photos de l'agence :
Location d'une salle fond vert (3H ou + = 150€) 150€
2 GoPro 498€

Accessoires pour le teaser :
(Chaque personnage allant à l'IUT avec les transports habituels)

Voiture 2000€
Moto et protections 1550€

Soirée de lancement :

Location de l'IUT de Saint Raphaël pour la soirée de lancement 200€
Fournitures pour la soirée de lancement (Estimation) 200€

Internet et Site :

Une FreeBox avec abonnement (Internet) 420€
7 Comptes Google et Facebook (Pour l'agence et les membres) 0€
Un nom de domaine pour le site de l'agence 10€
Un hébergeur pour le site 18€
Studio de développement 14000€
(Open Space pour faciliter la communication interne de l'agence)

Total des coûts du projet : 44 519,99 €

* : Les salaires estimés, en tenant compte des payes mensuels pour les personnes débutant dans ces postes.

Nous avons considéré que chaque employé travaille 35 heures par semaine.

Il a été fait le calcul suivant :

Calcul du nombre d'heures par mois : $35 * 4 = 140$
Calcul du tarif à l'heure : $\text{Paye} / 140$
Calcul du tarif pour 300 heures de travail : $(\text{Paye} / 140) * 300$

Enfin, nous avons arrondi la paye au chiffre supérieur.

Remarque : Certains membres ayant tenu plusieurs rôles au sein de l'agence, nous avons calculé le prix des prestations de chaque poste et considéré que chaque poste intervenait pendant toute la durée du projet

2.1.5 Modèle économique du jeu :

Notre jeu sera disponible gratuitement sur notre site internet. Ce modèle économique de jeu se nomme "free to play "

" Ne faites pas payer les gens pour qu'ils s'amuse, amusez-les pour qu'ils paient "

Jamie Cheng, fondatrice de Klei Entertainment

Voici en quelques points, le fonctionnement de ce modèle économique :

1) Rassembler une large communauté autour du jeu

Pour cela nous notre jeu aura les caractéristiques suivantes :

- Il sera très facile d'accès, il ne sera pas nécessaire d'avoir une grande expérience de gamer pour jouer. Les novices pourront apprendre rapidement les rudiments du jeu.
- Notre jeu devrait être multi supports, afin d'atteindre un maximum de cibles.
- Le jeu sera gratuit est accessible facilement, ainsi il sera accessible au plus grand nombre.

2) Profiter d'un coût de développement faible

Le coût de notre projet est relativement faible par rapport aux jeux standards du marché du jeu vidéo, cela nous avantage.

Nous n'avons donc pas besoin de générer un chiffre d'affaire très important pour couvrir nos dépenses.

Ce faible coût est dû en partie à l'utilisation des versions gratuites des logiciels (construct 2) mais surtout au fait que notre jeu soit développé pour ordinateur, ce qui en diminue les coûts, par rapport à un jeu développé sur un autre support.

3) Comment dégager des profits si le jeu est gratuit ?

Premièrement pour obtenir des subventions, nous devons nous doter d'une communauté étendue. Plus notre jeu se fait connaître, plus nous obtiendrons de potentiels clients.

Les moyens à notre disposition pour dégager des bénéfices seraient les suivants :

- Des publicités sur notre site internet : des bandeaux publicitaires seraient très adaptés, ils permettraient de faire obtenir des bénéfices à l'agence, en faisant indirectement payer le consommateur.
- Des micros transactions : faire payer aux acquéreurs des bonus dans le jeu.

Par exemple des personnages supplémentaires, des niveaux supplémentaires et bien d'autres bonus comme des musiques ou artwork des personnages et décors.

- Une dernière possibilité serait de faire payer notre jeu à un prix infime (1€ ou moins), si le consommateur apprécie le concept du jeu, il n'aurait aucun mal à déboursé une si petite somme d'argent.

Un échéancier précisant les "rendez-vous" : remise de documents particuliers, démonstration, etc...

Nous n'avons pas encore créé de planning pour les dates de livraison des niveaux et des évènements, nous vous présentons donc l'échéancier effectif pour les rendus de documents et les soutenances.

Semaine 42 : au plus tard le 17/10/14 avant 12h : remise du cahier des charges sur le site avec notification au responsables des projets tuteurés.

Semaine 48 : Au plus tard le 5 décembre avant 12h : remise du cahier de conception et du diagramme de Gantt (version interactive) sur le site avec notification au responsable des projets tuteurés.

Semaine 2 : Jeudi 8 janvier : soutenances des projets à mi-parcours.

Semaine 12 : Recette du projet avec le tuteur : remise du rapport d'installation, d'utilisation et de maintenance, et du dossier de test (fiches de tests et résultats).

Semaine 13 : Au plus tard le 26 mars avant 12h : remise du rapport de projet sur le site avec notification au tuteur avec possibilité pour ce dernier d'en télécharger une version pdf.

Semaine 14 : Jeudi 2 avril : soutenances des projets.

5.4 Webographie :

<http://www.onisep.fr> : Pour accéder aux salaires moyens d'un débutant selon les métiers cités dans le budget du projet.

<http://www.snjv.org/> : Afin d'obtenir des données extrêmement précises sur le marché du jeux

Cahier de conception

Ce document est également accessible à cette adresse : <http://virtua-media.fr/docs/cdcep.html>

Cahier de conception : Champions of MMI

Plan :

Introduction

Game design

- 1) Gameplay et personnages
- 2) L'ergonomie des commandes du jeu
- 3) Le scénario et le respect du thème
- 4) Eléments de gameplay originaux
- 5) Support de jeu

Graphisme

- 1) Personnages
- 2) L'animation des personnages
- 3) Décors

Thème sonore et bruitages

Développement avec Construct 2

Cinématique d'intro et générique de fin

Faire connaître le projet :

- 1) Site internet
- 2) Soirée de lancement
- 3) Réseaux sociaux
- 4) Evènements
- 5) Réalisations print et vidéos

Conclusion

Introduction :

Champions of MMI est un jeu de plates-formes en 2D développé par l'agence Virtua Media.

Virtua media va vous présenter tout au long de ce cahier de conception la marche qu'elle suivra pour développer correctement le jeu et le porter à terme avant les dates échéantes.

Nous développerons point par point tous les points du projet à développer et les techniques à utiliser pour réaliser Champions of MMI.

Game Design :

Le Game Design est l'essence même d'un jeu vidéo, cela consiste en la création du concept de jeu.

Au cours de cette partie j'ai pu définir les limites techniques du jeu (type de jeu, nombre de niveaux, orientation graphique, support de jeu, commandes de jeu) mais également le contenu propre du jeu (scénario, personnages, décors, thèmes sonores, gameplay).

1) Gameplay et personnages :

- Créer un personnage unique en fixant des règles graphiques et en concordance avec le gameplay (ce personnage aura des capacités variées).
- Le Gameplay se voudra assez nerveux selon les phases de jeu (exploration, combat de boss), il est prévu de créer des affrontements où le joueur devra user de logique pour affronter ces ennemis et de quelques connaissances générales sur MMI.
- Le jeu sera orienté de façon fantaisiste pour recréer des affrontements plus riches, et permettra donc beaucoup de liberté de notre part pour recréer un environnement faisant référence à l'IUT sans pour autant le retranscrire à l'identique.
- Pour faciliter la création de notre jeu Champions of MMI, nous avons décidé de faire un jeu en 2D et de type action plateforme car ce genre a le mérite d'être facile d'accès et bien plus facile à produire qu'un autre type de jeux, qui plus est en 3D.

2) L'ergonomie des commandes du jeu :

Voici les touches utilisées pour jouer à notre jeu : Champions of MMI

- Flèche du haut : saut
- Flèche de gauche : déplacement vers la gauche
- Flèche de droite : déplacement vers la droite
- ESPACE : Attaque au corps à corps

J'ai choisit d'utiliser ces touches du clavier pour les raisons suivantes :

- Notre jeu doit être très facile d'accès, il est donc nécessaire de limiter au maximum le nombre de touches à utiliser et ainsi faciliter la prise en main.
- Ces touches sont un modèle " standard " de configuration des touches dans les jeux sur ordinateur, ainsi les personnes ayant déjà joué à des jeux sur ordinateur, ne seront pas dépayées.
- Le joueur pourra donc rapidement connaître les bases du gameplay ce qui assurera une bonne expérience de jeu.

3) Le scénario et le respect du thème :

Nous avons dû créer une pseudo histoire en rapport avec le thème de notre projet (Bouge ton MMI), en utilisant la trame scénaristique suivante :

Le déplacement de l'IUT à Toulon, la vie à l'IUT et la vie de l'étudiant en dehors de l'IUT. Nous n'avons pas voulu simplement retranscrire les faits réels mais nous en inspirer pour créer une histoire inédite.

Voici la trame du jeu :

Il y a de cela plusieurs millénaires, passèrent à Phra Alæntis les 5 sages du Multimédia et de l'Internet. Grâce à l'immense savoir qu'ils laissèrent aux Alæntes, ces derniers ont pu constituer une civilisation florissante qui n'avait à se soucier de rien si ce n'est de transmettre la connaissance des sages à travers les âges.

Cependant, au fil du temps et des époques, le savoir et la connaissance se sont perdus, l'humanité a peu à peu sombré vers un âge primitif, sans civilisation, pour mieux se développer jusqu'aux jours que nous connaissons en l'an 2015.

La notion d'Internet et de Communication Multimédia est de nouveau bien implantée dans la vie des individus qui en sont presque devenus les esclaves.

C'est pourquoi, à l'endroit exact où les sages avaient légué leur savoir, fut fondée, par ceux qui se souvenaient de l'existence de ces derniers, une Université dont le but principal est de rétablir ces notions sacrées telles qu'elles ont été transmises à l'origine. Le bâtiment au sein duquel la formation MMI s'est originellement implantée est essentiellement constitué de données. Des données qui, du fait du progressif assujettissement des individus à la technologie, tendent à être rapidement vérolées ou à nécessiter de fréquentes mises-à-jour. C'est donc dans ce cadre, juste après avoir obtenu son baccalauréat, qu'arrive Eva, qui va devoir, en 5 jours, maîtriser ces savoirs. Elle devra, pour cela traverser les épreuves que rencontre tout étudiant MMI au cours de son apprentissage, y compris les réalités de la vie étudiante à l'extérieur des cours. A chaque fin d'année, une étudiante ou un étudiant est déclaré(e) champion(ne) de MMI. Il s'agit de celui ou celle qui, tout au long de l'année, a récupéré le plus de données au sein du département afin de rendre au bâtiment la gloire qui lui revient.

4) Eléments de gameplay originaux:

Afin de rallonger la durée de vie du jeu et de le rendre plus agréable, nous souhaitons greffer les modes de jeux suivants :

- Implémenter un chronomètre pour battre des records de temps dans chaque niveau.
- Un mode survie.

L'implémentation de ces fonctionnalités permettrait de rendre notre jeu bien plus attractif et d'augmenter sa durée de vie.

6) Support de jeu :

Il est prévu de créer Champions Of MMI sur ordinateur, afin de pouvoir jouer au jeu depuis le site web de l'agence par exemple.

Dans un deuxième temps, si la version PC est concluante, nous tenterons d'effectuer un portage sur smartphones, car notre moteur de jeu nous le permet.

Graphisme :

L'attention sur le graphisme sera une particularité de notre jeu pour se détacher de la concurrence. Notre jeu sera entièrement en 2D. L'univers du jeu sera entièrement créé en adoptant un style très coloré.

Les décors et les personnages s'inspireront représentant des membres de l'IUT, des matières spécifiques et de tout élément qui pourrait servir à reconnaître l'IUT de St Raphaël et sa ville.

Les thèmes musicaux seront de style moderne, à la pointe de la technologie, tel que notre IUT se doit d'être.

1) Personnages

Le personnage principal du jeu sera "Eva".

Eva sera le personnage principal féminin qui sera l'héroïne du jeu, nous avons choisis un personnage féminin car les joueurs sont désormais capable de s'identifier à un personnage peu importe le sexe et pour tenter d'attirer l'attention d'un public le plus large possible

Voici une petite description du personnage :

Eva, une jeune fille de 18 ans qui vient d'arriver en première année à l'IUT MMI.

Comment la décrire en un mot ? Rêveuse tout simplement.

Mais attention les apparences sont trompeuses, sous son apparence douce, se cache un fort esprit combatif qui la mènera au bout de cette aventure. Elle reste prudente et sort toujours armée...ce qui lui sera bien utile lors de cette aventure. Une fille pas tout à fait comme les autres finalement.

Elle est intéressée par la formation mais n'en connaît pas les détails, elle est prête à courir le risque et à découvrir des choses qu'elle n'aurait pas soupçonné.

En quoi consiste la création des sprites de notre jeu vidéo ?

Un sprite est un graphisme qui servira d'objets, personnage, plateforme dans le décor de jeu. Il est nécessaire de créer séparément tous les éléments interactifs sur des images au format png pour être prise en compte dans le moteur de jeu.

Pour les créer nous utiliserons le logiciel Photoshop car son système de calques est très performants et nous sera très utile pour les animations et la déclinaison des personnages.

Les difficultés et contraintes rencontrées (pour la création du sprite de démonstration), et les solutions apportées

La difficulté majeur à était de savoir en combien d'images nous allions découper le sprite.

En effet, pour donner vie au personnage il nous fallait trouver le bon nombre d'images pour que cela paraisse plus réaliste. Ce qui nous a pris pas mal de temps, mais nous avons finalement tranché pour un nombre d'images restreint à 3.

Ensuite viens le moment de choisir comment et à l'aide de quel outil réaliser le sprite.

Nous avons d'abord pensé à faire les dessins du personnage à la main, pour ensuite l'adapter sous le logiciel Adobe Illustrator. Puis en réunion, nous avons finalement choisis le logiciel Adobe Photoshop qui s'est avéré plus rapide et efficace.

La principale contrainte de cette méthode fut le temps qu'il nous a fallu pour créer chaque image de façons complète, malgré le choix de Photoshop.

2) L'animation des personnages

Les animations des personnages sont les bases de tous les jeux.

Cette partie est donc primordiale pour la création d'un jeu, cela donne donc du vivant dans le jeu pour qu'il ne reste pas statique.

Il faut donc commencer par les découper les parties qui vont bouger (bas, jambe, tête). Après découpage il faut les rassembler en bougeant les membres pour donner des postures aux personnages.

On répète ces actions pour avoir suffisamment d'images pour produire l'animation.

Pour cette partie il y a eu plus de problème dans la création des personnages que dans l'animation en elle-même. Ce qui a pris le plus de temps était de savoir comment les créer et par quel biais.

Un autre problème majeur était de déterminer leurs designs.

Après avoir résolu tout cela, un problème est apparu lors des animations ; Il fallait se mettre d'accord pour savoir comment les animer (en format vidéo ou image par image).

Quasiment toutes les solutions ont été trouvées en réunion.

Pour les animations on a retenu la solution image par image, en ne donnant pas trop d'images par seconde car pour un jeu de notre envergure peu d'images pour une animation suffisent.

Pour les personnages on s'était arrêté sur des personnages avec peu de détails au niveau graphisme.

3) Décors

Suivant notre scénario, nous avons dû représenter des décors cohérents avec le Level design tout en y apportant des éléments de gameplay comme des ennemis et des plateformes.

C'est sur ce point que se joue la non répétitivité du jeu afin de ne pas lasser le joueur

L'intégralité des décors seront réalisés sur Adobe Photoshop.

Les professionnels préconisent également ce logiciel pour créer des environnements variés et graphiquement aboutis

Thème sonore et bruitages

Dans un jeu vidéo la bande-son est très importante.

Elle contribue à façonner l'univers du jeu et comme on l'écoute des heures voire des dizaines d'heures, un bon choix est prédominant.

Le choix du style musical dépend évidemment du type de jeu sur lequel on est.

A l'instar du cinéma, il est donc important de travailler "à l'image".

La musique d'un jeu d'action ne s'accorde pas avec un jeu de réflexion.

Avant la création il est important de connaître l'atmosphère du jeu pour pouvoir, par la suite, coordonner la musique.

Si l'atmosphère n'est pas clairement définie, il est quasiment impossible pour le créateur de la musique de la composer.

Cette partie consiste à donner de la vie au jeu.

Car la musique dans un jeu est très importante ; en effet elle donne l'atmosphère du jeu et c'est ce qui rentre en interférence avec le joueur, c'est ce qui lui donne l'envie de jouer et l'adrénaline pendant le jeu.

Cette partie, sert donc à créer l'atmosphère pour que le jeu ait du relief.

Nous allons utiliser pour cette deuxième année de projets tuteurés, le logiciel Linux Multimédia Studio il a été choisi par notre directeur artistique Damien Frémy

Développement avec Construct 2

Après avoir créé les décors, les personnages et la musiques, il convient d'assembler tous ces travaux pour cela nous avons choisis le moteur de jeu Construct 2 afin de créer nos niveaux.

L'avantage de ce logiciel est de posséder une communauté très grande qui met à disposition beaucoup de tutoriels pour créer plus facilement notre jeu. Il est essentiel pour assembler le jeu d'avoir un niveau très élevé en algorithmes pour savoir créer les mécaniques de jeu demandées par l'agence.

Cette étape est décisive pour notre projet, si elle n'aboutit pas elle mènera le projet à l'échec.

C'est un risque potentiel pour notre projet

En revanche quand nous aurons construit le premier niveau en nous inspirant du code du niveau démo, les niveaux suivants seront plus faciles à réaliser.

Cinématique d'intro et générique de fin :

La plupart des jeux actuels possède des cinématiques, il est donc nécessaire pour notre jeu d'en posséder une afin de rester compétitifs.

Afin de finaliser notre jeu nous intégrerons une petite cinématique au début du jeu pour introduire le joueur dans le jeu.

Nous avons pris la décision de faire bouger une image introduisant l'histoire du jeu avec un texte narratif avant de commencer le premier niveau.

Un générique de fin sera également une bonne façon de sortir le joueur du jeu en douceur et tenter de lui faire garder un bon souvenir du jeu.

Ces 2 éléments bien que non essentiels au jeu amélioreront beaucoup l'expérience de jeu.

Faire connaître le projet

1) Le site internet

Notre jeu sera accessible via navigateur en se connectant directement sur le site du projet : virtua-media.fr/championsofmmi

2) Les réseaux sociaux

La présence des entreprises et des marques sur les réseaux sociaux est de plus en plus généralisée. Les réseaux sociaux seront pour nous de parfaits moyens de communication à la fois économiques et efficaces.

Notre page contiendra les informations essentielles sur notre entreprise (nom, descriptif, zone d'activité, contacts...) et comprendra un lien qui renverra vers notre site officiel pour générer du trafic supplémentaire.

Nous pourrions par le biais de cette page annoncer le moindre évènement relatif à notre projet, par exemple la soirée de lancement.

Les réseaux sociaux représentent un outil marketing et communicationnel à bas coût pour dynamiser notre relation avec nos clients. Nous pourrions par exemple, accorder certains privilèges aux personnes connectées aux réseaux sociaux. L'information sera rapidement relayée entre les membres du réseau si bien que le " buzz " généré permettra d'attirer de nouveaux clients potentiels.

Nous mettrons en place une stratégie de communication interactive avec les membres de la communauté. Les internautes pourront alors donner leur avis sur l'avancement de notre projet et nous aider à faire des choix relatifs à notre jeu. Nous aurons donc accès à des retours d'expérience utilisateurs intéressants sans avoir à faire appel à des enquêtes plus compliquées à mettre en place.

4) Evènements :

Nous établirons quelques évènements interactifs comme des bêta tests, l'implémentation de personnes de la communauté dans le jeu ainsi que la création de stand pour faire connaître notre projet.

5) Réalisations print et vidéos :

Pour faire connaître notre projet nous réaliserons plusieurs affiches et vidéos que nous disposerons à l'IUT et diffuserons sur les réseaux sociaux.

Conclusion :

La réalisation de notre projet comporte beaucoup de risque et demandera beaucoup d'investissement de notre part, il sera presque impossible de rattraper notre planning si des retards surviennent.

Notre jeu sera une vraie expérience interactive et multimédia qui selon nos études devrait satisfaire les consommateurs amateurs d'originalité.

Test - menus

<http://virtua-media.fr/com/index.html>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Ouverture du Prologue		X	Impossible d'ouvrir immédiatement le prologue, ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.
Ouverture du Chapitre Premier		X	Impossible d'ouvrir immédiatement le premier chapitre, ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.
Ouverture du Chapitre Second		X	Impossible d'ouvrir immédiatement le second chapitre, ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.
Ouverture du Chapitre Troisième		X	Impossible d'ouvrir immédiatement le troisième chapitre, ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.
Ouverture Partie Game Jam		X	Impossible d'ouvrir immédiatement la partie "Game Jam", ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.
Ouverture Partie Arena		X	Impossible d'ouvrir immédiatement la partie "Arena", ce n'est que longtemps après le chargement de la page et plusieurs essais que cela fonctionne.

<http://virtua-media.fr/com/intro.html>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Passer l'introduction	X		

<http://virtua-media.fr/com/prologue/>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Retour au menu	X		
Jouer au Prologue	X		
Rejouer (fin du niveau)	X		
Niveau suivant (fin du niveau)	X		
Retour au menu (fin du niveau)	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Hover sur l'illustration du prologue	X		
Hover sur l'illustration du premier niveau (marécage)	X		
Hover sur l'illustration du second niveau (grotte glace)	X		
Hover sur l'illustration du troisième niveau (Boss araignée)	X		
Ouverture du prologue	X		
Ouverture du premier niveau (marécage)	X		
Ouverture du second niveau (grotte glace)	X		
Ouverture du troisième niveau (Boss araignée)	X		
Retour au menu	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part1/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Hover solo	X		
Hover duo	X		
Ouverture solo	X		
Ouverture duo	X		
Retour au menu	X		
Rejouer (fin du niveau)	X		
Niveau suivant (fin du niveau)	X		
Retour au menu (fin du niveau)	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part2/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Hover solo	X		
Hover duo	X		
Ouverture solo	X		
Ouverture duo	X		
Retour au menu	X		
Rejouer (fin du niveau)	X		
Niveau suivant (fin du niveau)	X		
Retour au menu (fin du niveau)	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part3/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Retour au menu	X		
Jouer au Prologue	X		
Rejouer (fin du niveau)	X		
Niveau suivant (fin du niveau)	X		
Retour au menu (fin du niveau)	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_2/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Hover sur l'illustration du premier niveau (manoir)	X		
Hover sur l'illustration du second niveau (cirque)	X		
Hover sur l'illustration du troisième niveau (Boss cimetière)	X		
Ouverture du premier niveau (manoir)	X		
Ouverture du second niveau (cirque)	X		
Ouverture du troisième niveau (Boss cimetière)	X		
Retour au menu	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_3/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Hover sur l'illustration du premier niveau (arcade)	X		
Hover sur l'illustration du second niveau (gel processeur)	X		
Hover sur l'illustration du troisième niveau (Boss virus)	X		
Ouverture du premier niveau (arcade)	X		
Ouverture du second niveau (gel processeur)	X		
Ouverture du troisième niveau (Boss virus)	X		
Retour au menu	X		

Test - musique

<http://virtua-media.fr/com/index.html>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		

<http://virtua-media.fr/com/intro.html>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique	X		La musique, étant intégrée à la vidéo, ne nécessite aucune boucle.
Non saturation	X		La musique, étant intégrée à la vidéo, ne risque pas de saturer.

<http://virtua-media.fr/com/prologue/>

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		
Continuité de la musique au passage d'un écran niveau à l'autre	X		
Bruit de tir audible	X		
Bruit de tir n'empêchant pas l'audibilité de la musique	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part1

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		
Bruit de tir audible	X		
Bruit de tir n'empêchant pas l'audibilité de la musique	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part2/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_1/part3/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		
Bruit de tir audible	X		
Bruit de tir n'empêchant pas l'audibilité de la musique	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_2/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		

http://virtua-media.fr/com/monde_3/

Test	R.A.S.	Erreur	Commentaire
Boucle de la musique		X	Léger temps de latence lors de la boucle.
Non saturation	X		

Test - jeu

Tous les tests suivants ont été réalisés par le testeur Emilie GARCIA-TIMEUS, le 25.03.2015. Ils témoignent de la jouabilité et de la fluidité du jeu mais également de toutes les fonctionnalités de chaque niveau.

Tous les critères ne sont pas renseignés dans chaque niveau. Ainsi, les cases non renseignés indiquent que cette fonctionnalité n'est pas présente dans le niveau.

Fonctionnalités	Prologue	Chapitre 1			Chapitre 2			Chapitre 3		
	Prologue	Marécage	Grotte	Araignée (boss)	Manoir	Cirque	Cimetière	Arcade	Processeur	Cœur-circuit
<i>ok / critique / solution</i>										
Le niveau se charge correctement	ok	ok	ok	Ok Rare chargement impossible	ok	ok	ok	ok	ok	Ok Rare chargement impossible
Le jeu est fluide	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis indiqués permettent le saut du Joueur 1	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis indiqués permettent le saut du Joueur 2	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	ok
Les raccourcis indiqués permettent le déplacement du Joueur 1	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis indiqués permettent le déplacement du joueur 2	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis indiqués permettent le tir du Joueur 1	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis indiqués permettent le tir du Joueur 2	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur est capable de sauter sur les plateformes	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur 1 est capable de s'agripper (niveau de la grotte uniquement)			ok							
Le joueur perd de la vie lorsqu'un monstre le touche	Ok	Ok		Ok		Ok	Ok	Ok problème lors du restart du joueur	Ok	Ok

Les monstres perdent de la vie lorsqu'on les touches	Ok	Ok					Ok			Ok
Les montres « boss » perdent de la vie lorsqu'on les touches				ok			ok			ok
Le joueur réapparaît au début du niveau quand il n'a plus de point de vie	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur perd un « cœur » chaque fois qu'il réapparaît dans le niveau	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Quand le joueur a perdu la totalité de ses cœurs, il y a un retour à l'illustration de début.	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis manettes sont fonctionnels	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Critique Besoin d'un soutien clavier numérique	Ok	Ok	Ok	Ok
Les raccourcis clavier sont fonctionnels	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les plateformes mouvantes se déplacent de façon linéaire, automatique et en boucle	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les monstres tirent sur le joueur quand il est proche	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur meurt lorsqu'il tombe dans un « trou »	Ok		Ok	Ok	Ok	Ok		Ok	Ok	
Les plateformes « arc-en-ciel » tue le joueur lorsqu'il les touche								ok		
Les portails/chapiteaux permettent au personnage de passer à une étape suivante	ok					ok				
Le joueur peut tirer en sautant	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur peut se diriger en sautant	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le joueur peut effectuer un double saut	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok

Lorsque qu'une attaque d'un joueur touche celle d'un monstre, l'attaque du monstre s'annule	ok	ok				ok	ok	ok	ok	
Lorsque qu'une attaque d'un joueur touche celle d'un monstre, l'attaque du joueur s'annule	ok			ok		ok	ok			ok
Toucher le drapeau permet la fin du niveau	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Critique Part3 drapeau invisible mais touchable quand même	Ok	Ok	Ok	Ok
Bon enchaînement des illustrations en <5s après la fin du niveau	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les tirs d'un ennemi suivent la position du joueur		ok				ok				
Les animations des monstres s'enchaînent correctement	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
La fin d'un chapitre enchaîne correctement sur le suivant	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
La musique s'enchaîne correctement au lancement du niveau	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
La musique prend correctement fin lorsque le joueur termine le niveau	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
La caméra suit le personnage lorsqu'il avance			ok							
Le personnage peut traverser les plateformes qui le permettent	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Les plateformes permettent la collision du personnage	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Critique Problème de collision	Ok	Ok
Le personnage ne peut pas sortir du « cadre » du jeu	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
Le tir du personnage permet d'illuminer le chemin <i>spécifique</i> <i>manoir</i>					ok					

Le niveau s'illumine lorsque le joueur touche le drapeau <i>spécifique manoir</i>					ok					
Lorsque le personnage est proche du buzzer changement d'animation <i>spécifique cirque</i>						ok				
Lorsque le personnage est proche du buzzer la question apparaît <i>spécifique Cirque</i>						ok				
Répondre correctement fait apparaître le portail <i>spécifique Cirque</i>						ok				
Les raccourcis permettent de répondre aux questions <i>spécifique Cirque</i>						Critique seulement pavé numérique				
Les monstres "add" apparaissent après un certain niveau de vie du boss							ok			
Un bouclier apparaît à un certain niveau de vie du boss							ok			ok
A un certain niveau de vie, le boss change d'attaque										ok
Les plateformes commencent à bouger à un certain niveau de vie du boss	ok			ok						ok
Les plateformes bleues inversent la gravité du personnage <i>spécifique Arcade</i>								ok		
Les plateformes rouges restaurent la gravité du personnage <i>spécifique Arcade</i>								ok		
Le compte à rebours commence quand le joueur lance la partie									Critique il commence sur l'illustration + collision	
Lorsque le temps est écoulé, le joueur meurt									ok	
Le joueur peut tirer sur des éléments du décor									ok	

Le boss se téléporte aléatoirement										ok
Les « clés » apparaissent à la mort du boss				ok			ok			ok
Les illustrations de fin s'enchaînent après la fin du dernier niveau										ok
Bouton niveau suivant fonctionnel	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok
Bouton retour au menu fonctionnel	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok
Choix du monde fonctionnel (seulement sur la carte)	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok

Test - Graphisme

Fonctionnalités	Nom du testeur	Date du test	ok/critique	solution
PROLOGUE				
Affichage de l'illustration <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Affichage après chargement - ok	
Résolution de 1920 x 1080 <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Boutons résolutions égaux	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> au passage de la souris sur les boutons solo / coop <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Texte lisible <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage du niveau dans son intégralité <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Critique	Mauvais affichage sur Internet Explorer
Bon affichage sur tous les écrans <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Résolution du niveau en 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Décors arrière-plan passe derrière le personnage <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Décors premier-plan passe devant le personnage <i>Personnage</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Le Tir du personnage apparaît <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Les montres s'animent correctement <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Zone de vide visibles <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Particules à la mort d'un monstre <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Disparition progressive du monstre à sa mort	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Barre de vie indicatives pour boss / monstre	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Particules de collision avec les sorts du boss <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Apparition de la clé (loot) à la mort du boss <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition du drapeau de fin de niveau après la mort du boss <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Illustration de fin de niveau après <1s avoir touché le drapeau <i>Prologue</i>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition de l'illustration de fin de prologue	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
CHAPITRE PREMIER				
Apparition de la carte de choix de niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
<u>Hover</u> au passage de la souris sur chaque illustration	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
CHAPITRE PREMIER - Marécage				
Apparition de l'illustration d'introduction	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	

<u>Hover</u> au passage de la souris sur les boutons solo/ <u>mid</u>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution de l'illustration 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Arrière-plan derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Premier plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	OK Sauf liseré droit et gauche	Réintégration du niveau
Génération des tirs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Particules lors de la contre-attaque	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Drapeau de fin visible dès le début du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Animation du monstre	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage de l'illustration de fin après <1s	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	

avoir touché le drapeau				
CHAPITRE PREMIER – Grotte gelée				
Apparition de l'illustration de début de niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution de l'illustration 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Critique	Mauvais affichage sur Internet Explorer
Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Animation de tir / grimper	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Arrière-plan derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Premier plan devant	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Drapeau de fin visible depuis le début du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'illustration de fin après <1s	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

CHAPITRE PREMIER – Araignée (boss)				
Illustration de début du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution de l'illustration de début 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Critique	4 Coins clignotant sur internet Explorer
Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Arrière-plan derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Premier plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	Sauf côté droit / gauche
Animation de tir personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Animation de tir boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Particules lors d'une contrattaque	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Disparition de la première plateforme	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Particules mort du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Apparition de la clé (loot) à la mort du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Illustration de fin apparait <5s après mort du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Illustration de fin résolution 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15		
CHAPITRE SECOND				
Carte de choix résolution de 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> survole des niveaux	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
CHAPITRE SECOND - Manoir				
Illustration de début de niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution illustration du début de niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
<u>Hover boutons solo/mid</u>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Lumière émanant du personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Niveau plongé dans le noir au début du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage <u>arrière plan</u> derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok <i>Exception pour quelques basses plateformes</i>	
Affichage Premier plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation de tir du personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Zone visible de mort	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok <i>Tolérer par le niveau</i>	
Le tir illumine le chemin	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Drapeau visible à son arrivé	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Le niveau visible lorsqu'on touche le drapeau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'illustration de fin après <1s	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

CHAPITRE SECOND - Cirque				
Apparition illustration de début de niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution de l'illustration du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
<u>Hover</u> sur les boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	critique	Part.3 du cirque mauvais affichage sur télé
Animation du <u>buzzer</u>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition de la question quand passage sur le <u>buzzer</u>	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Ouverture du portail quand bonne réponse	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affiche <u>arrière plan</u> derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage premier plan	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

devant le personnage				
Apparition du drapeau réponse correct part3	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Animation monstres	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation de tir personnage / monstres	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage illustration fin niveau après <1s quand le drapeau est touché	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Chapitre Second – Cimetière (boss)				
Affichage de l'illustration de début du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution de l'illustration du début 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Bon affichage sur tous les écrans	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Bon affichage sur tous les navigateurs	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage du niveau dans son intégralité	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution du niveau 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Animation Tir du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation tir du personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Particules de collision des sorts	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition du bouclier du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition des add (monstres en plus)	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation add + tirs des add	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Disparition du bouclier du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage arrière plan derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage premier plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Opacité réduite sur les plateformes	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition de la clé (lpot) à la mort du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Vie du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'illustration de fin dans les <5s après mort du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

Illustration de fin résolution 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Chapitre troisième				
Affichage Carte	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
<u>Hover</u> sur les illustrations de carte	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution de la carte 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Chapitre troisième - Arcade				
Affichage illustration de début	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution illustration de début 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'intégralité du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage <u>arriere-plan</u> derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	OK	
Affichage premier-plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation tir du personnage et du monstre	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Drapeau visible depuis le	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

début du niveau				
Animation plateforme mouvantes	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition de l'illustration de fin après <1s avoir touché le drapeau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Illustration de fin résolution 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Chapitre troisième – processeur				
Affichage illustration de début	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution illustration de début 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'intégralité du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage <u>arri- re-plan</u> derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	OK	
Affichage premier-plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation tir du personnage et du monstre	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Drapeau visible depuis le	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	

début du niveau				
Particule contrattaque	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Particule destruction de glace	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Compte à rebours	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	critique	Mauvaise intégration Peu visible
Plateforme mouvantes	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage illustration de fin <1s après avoir touché le drapeau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Résolution illustration de fin 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Chapitre troisième – cœur circuit (boss)				
Affichage illustration de début	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Résolution illustration de début 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
<u>Hover</u> sur boutons solo/coop	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Affichage de l'intégralité du niveau	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Affichage <u>arri-re-plan</u> derrière le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	OK	

Affichage premier-plan devant le personnage	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Animation tir du personnage et du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	ok	
Apparition du bouclier du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Disparition du bouclier du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Changement de tir du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Opacité des plateformes réduites	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Apparition de la clé quand le boss meurt	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Particule quand le boss meurt	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Fin du niveau dans les <5s <u>après la mort</u> du boss	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	Ok	
Illustration de fin résolution 1920x1080	GARCIA-TIMEUS	24.03.15	OK	

Journaux hebdomadaires

Au cours de cette année nous avons créé un journal hebdomadaires par semaine, tous nos journaux sont à jour, voici, ci-dessous l'exemple du dernier en date.

Journal hebdomadaire S12

Les activités de la semaine :

le jeu est terminé et uploadé dans le site, nous avons contacter un bdf en première année pour effectuer la sortie à la cafeteria le lundi 23. Les alternances nous ont interviewé pour effectuer un reportage sur l'iut et ses projets tuteurés. Tous les documents de projet ont été rédigés, le rapport e projet est en cours de finalisation.

Les difficultés rencontrées :

Les réunions ont du mal à se faire car les membres sont souvent difficile à joindre.

Prévisions des activités de la semaine suivante :

Nous effectuerons le feedback de notre jeu, le projet racll radio nous fera une interview, nous devons également préparer notre soutenance.

Tous les autres journaux sont accessibles à cette adresse : <http://virtua-media.fr/docs/journal.html>

Comptes rendus de réunion

Au cours de cette année nous avons effectué 23 réunions, voici ci-dessous un exemple de compte rendu :

Sujet : avancement en semaine 05

Date : 26/01/15

Présents : Alessandro Legato, Frédérick Armando, Emilie Garcia, Jordan Nikolovski

Ordre du jour:

Durée prévue pour la réunion : 1h

choix du lancement du jeu

la campagne cross media

le teaser pour raconter l'histoire du jeu

intégrer le jeu Endness de la Game Jam

Decisions :

Nous lancerons le jeu Champions Of MMI en une fois courant mars.

Actions et Tâches:

Frederick :

- intégrer le jeu de la game Jam

- finir le gware

Alessandro :

- Rédiger le compte rendu de la réunion au propre
- Rédiger le journal hebdomadaire
- Organiser le partenariat avec l'agence de Nicolas Huett en première année
- Participer à la JPO.

Emilie:

- infographie pour la Saint Valentin
- faire le teaser sur l'histoire du jeu
- faire des fonds et ennemis pour les niveaux

Damian :

- organiser un événement pour la saint valentin
- créer 3 musiques finis pour Champions Of MMI

Jordan :

- corriger le teaser
- Vendredi M finis et à monter
- organiser la soirée LAN (avec emailing sur Mailchimp)...ou trouver une meilleure idée.
- le 06/01/15 faire un clip de gameplay pour annoncer le 3 ème mini-jeu, le mini-jeu sera lancé Vendredi soir.

Les autres comptes rendus sont accessibles à cette adresse : <http://virtua-media.fr/docs/cr.html>