



HAL
open science

Activités économiques et réagencements marchands dans le jeu en ligne Dofus

Bruno Vétel

► **To cite this version:**

Bruno Vétel. Activités économiques et réagencements marchands dans le jeu en ligne Dofus. Sociologie. Télécom-ParisTech, 2016. Français. NNT : 2016ENST0042 . tel-01686832

HAL Id: tel-01686832

<https://shs.hal.science/tel-01686832>

Submitted on 17 Jan 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



École doctorale n°130 : Informatique, Télécommunications et Électronique

Doctorat ParisTech

THÈSE

pour obtenir le grade de docteur délivré par

Télécom ParisTech

Spécialité “ Sociologie ”

présentée et soutenue publiquement par

Bruno VÉTEL

Le 30 juin 2016

Activités économiques et réagencements marchands dans le jeu en ligne Dofus

Directeur de thèse : **Nicolas AURAY[†]**

Co-direction de fin de thèse : **Ève CHIAPELLO et Dominique PASQUIER**

Jury

M. Pierre-Jean BENGHOZI, Directeur de recherches, CRG, École Polytechnique

Rapporteur

M. Marc BIDAN, Professeur, HES-LEMNA, Université de Nantes

Président du jury

Mme Ève CHIAPELLO, Directrice d'études, CEMS, École des hautes études en sciences sociales (EHESS)

Codirectrice de la thèse

Mme Kristine DE VALCK, Professeure associée, GREGHEC, École des hautes études commerciales de Paris (HEC)

Examinatrice

M. Emmanuel KESSOUS, Professeur, GREDEG, Université de Nice Sophia-Antipolis

Examineur &
Encadrant CIFRE
Orange Labs

Mme Dominique PASQUIER, Directrice de recherches, SES, Télécom ParisTech

Codirectrice de la thèse

M. Philippe STEINER, Professeur, GEMASS, Université Paris-Sorbonne (Paris IV)

Rapporteur

T
H
È
S
E

Télécom ParisTech

École de l'Institut Mines Télécom – membre de ParisTech

REMERCIEMENTS

Nicolas Auray commençait souvent nos réunions de travail en s'enthousiasmant au sujet de ses dernières lectures scientifiques, puis nous discussions de mon travail de recherche, qu'il s'efforçait de mettre en perspective avec ces lectures, toujours nombreuses. Il retrouvait progressivement de la distance, tirant avantage de son goût pour la dérision et l'ironie, remettant en cause ce qu'il tenait lui-même pour acquis – malheureusement pour moi, cela comprenait souvent aussi mes dernières hypothèses de recherche. L'heure tournait, puis il partait avec précipitation rejoindre une réunion plus importante. Il est trop tard pour remercier Nicolas Auray de m'avoir accordé son temps, son attention et sa curiosité pendant ces longues heures d'échanges. J'encourage simplement les lecteurs intéressés à porter intérêt aux nombreuses contributions intellectuelles que ce chercheur a produites. J'espère qu'à sa modeste échelle, cette thèse permettra aussi d'inciter à l'exploration de ses idées et de ses interrogations au sujet de la place que nous laissons ou que nous faisons dans notre société pour les techniques informatiques.

Pendant les premières années de thèse, lors de mon contrat de recherche à Orange Labs, Emmanuel Kessous a assuré une part conséquente de mon encadrement. Il est l'un de ceux qui m'ont le mieux guidé et conseillé pour que mon enquête de terrain se focalise sur la question des échanges marchands et se fasse à la fois du côté des concepteurs et des usagers des jeux en ligne. Il s'est également assuré de maintenir des points d'étape fréquents pour m'inciter à avancer rapidement sur mon travail de terrain, afin que la suite de la thèse se déroule dans les meilleures conditions. Sans son soutien et ses conseils pour participer à divers colloques scientifiques, la majorité du travail d'enquête que je présente dans cette thèse n'aurait pas pu voir le jour sous une forme aussi riche.

Mes remerciements vont également à Dominique Pasquier et Ève Chiapello qui ont accepté de codiriger la fin de cette thèse. Pendant presque huit mois elles ont relu et commenté ce manuscrit à de très nombreuses reprises, démultipliées nos entrevues aux périodes de l'année les plus chargées. De manière plus générale, suite au décès tragique de Nicolas, Dominique Pasquier, Ève Chiapello et Valérie Fernandez ont su chacune à leur manière me conseiller et m'apporter leur soutien renouvelé pour mener à bien cette thèse et je les en remercie sincèrement.

Lors de ma thèse au département Sciences Economiques et Sociales (SES) de Télécom-ParisTech, Marc Bourreau m'a également suivi aux côtés de Nicolas Auray pendant les premières années et je l'en remercie. Outre l'intérêt scientifique pour mon sujet, plusieurs chercheurs comme Marc Bourreau et Nicolas Auray se sont intéressés à mon travail et m'ont encouragé à la poursuivre parce qu'ils étaient quotidiennement aux prises avec des jeux en ligne quand ils rentraient chez eux. Cette recherche leur a sans doute permis de comprendre un peu mieux l'attrait de certains de leurs enfants pour Dofus ou des jeux similaires. Je remercie donc leurs enfants de m'avoir involontairement aidé à enrôler leurs parents dans une recherche sur un jeu en ligne. Au laboratoire SES, j'ai également eu l'opportunité

de travailler avec Dana Diminescu, ainsi que Julien Morel et Christian Licoppe, sur un projet de recherche qui m'a aidé à financer la fin de ma thèse. Je remercie tout particulièrement Dana, sans laquelle je n'aurais sans doute pas eu les ressources financières pour appréhender dans de bonnes conditions la fin de cette thèse, avec tous les aléas qui l'ont accompagnée. Je remercie aussi Antonio Casilli qui a su avec beaucoup de constance rester disponible et attentif pour m'aider à surmonter diverses difficultés tout au long de ma thèse. Jérôme Denis et Isabelle Garon ont quant à eux grandement facilité le déroulement des enseignements que j'ai pu réaliser à l'école ou ailleurs et je les en remercie. Enfin, je suis reconnaissant à Corinne Chevalier, Marie-Josée Vatin, Michael Martial et Marie Baquero d'avoir toutes et tous contribué au bon déroulement de mes recherches en facilitant de nombreux aspects de ma vie quotidienne au laboratoire. Je remercie également Alexandre Mallard du Centre de Sociologie de l'Innovation des Mines-ParisTech qui a eu la gentillesse de participer à ma soutenance de mi-parcours. À cette occasion, il m'a prodigué de judicieux conseils qui m'ont aidé à rédiger certaines parties de ce manuscrit.

Mes remerciements vont aussi aux doctorants et postdoctorants du département SES de Télécom-ParisTech, en particulier à Laurent Camus pour le temps qu'il a consacré à me relire et à discuter du terrain de ma thèse et en particulier de mon approche méthodologique. Je remercie aussi Marine Jouan, Irène Bastard, Natalia La Valle, Germain Gaudin, François Huguet, Martin Quinn et Yann Balgobin.

Lors de mon contrat CIFRE de trois ans à Orange Labs, j'ai aussi profité de l'appui de ma directrice de laboratoire Frédérique Legrand et de mon manager Jean-Marc Raibeau. Ils m'ont tous deux soutenu activement dans mes orientations de recherche et m'ont donné tous les moyens à leur disposition pour que je réalise mon enquête de terrain. Je remercie également chaleureusement Thomas Beauvisage et les « data scientists » Cezary Ziemlicki et Charles Oran pour l'aide qu'ils m'ont tous trois apportée afin de collecter et de stocker certaines bases de données de jeux en ligne. Pour leur part, les socioéconomistes du laboratoire m'ont longuement conseillé sur les orientations de ma thèse et ils m'ont fait découvrir des auteurs auxquels je me réfère maintenant souvent. Je suis à ce titre redevable à Kevin Mellet et Jean-Samuel Beuscart, ainsi qu'à Marie Trespeuch qui m'a également épaulé et encouragé pour que je parvienne à publier mon premier article académique. Enfin, parmi tous les permanents du laboratoire que j'ai eu la chance de côtoyer plusieurs années, je remercie Jean-Pierre Bacot, Valérie Peugeot et Mathieu Sannié, ainsi que Moustafa Zouinar et Julia Velkovska, Anne-Sylvie Pharabod, Zbigniew Smoreda et Dominique Cardon, Fabien Granjon, Fabienne Gire et Anca Boboc, Jean-Luc Metzger et Marie Benedetto-Meyer, Mathilde Sarré-Charrier, Thomas Baillencourt et Maryse Piar.

Parmi les doctorants et postdoctorants de SENSE, je remercie Émile Gayoso et Martin Aranguren, Clément Combes, Julien Mesangeau et Caroline Jullien, Constance Georgy et Yoann Sidoli, Samuel Coavoux et Simon Nadel, Virginie Sonet, Sisley Maillard, Mélina Galopin, Élodie Raymond et Alan Ouakrat, Julie Fen-

Chong, Teakiomioi Fidele et Talayeh Aledavood. Et enfin les postdoctorants Pauline Barrault, Vincent Cardon, Vera Nikolski et Christèle Crumière.

Parmi les autres chercheurs qui m'ont soutenu à des moments décisifs de ma thèse, je remercie Marion Coville, Fred Pailler et Vinciane Zabban, Éric Dagiral et Ashveen Peerbaye, Inès Ebilitigue, Juliette Rouchier, Tobias Girard et Barbara Turquier, Virginie Julliard et Clément Mabi, Cécile Martin, Yves-Marie L'Hour et Bernard Stiegler, Valérie Fautrero, Ivan Meseguer et Julien Figeac, Sara Angeli Aguiton et Clément Marquet.

En dernier lieu, je remercie tous les membres de ma famille et également tous mes amis proches, pour m'avoir soutenu, être restés compréhensifs et à l'écoute pendant toutes mes années de thèse.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	3
SOMMAIRE.....	7
INTRODUCTION GÉNÉRALE	11
I - Situation de Dofus au sein des jeux en ligne.....	14
II - Question de recherche principale	18
III - Étude de la littérature	23
IV - Méthodologie	47
V - Structure de la thèse.....	48
Chapitre 1 Comment étudier les pratiques d'un service numérique commercial ?	54
1.1 – Les biais des études des jeux en ligne menées derrière un écran.....	54
1.2 – Notre cadrage méthodologique : la prise en compte du contexte sociotechnique situé hors du jeu.....	61
1.3 – L'enquête auprès de joueurs de Dofus	69
1.4 – L'enquête auprès des salariés d'Ankama	78
1.5 – Les collectes de données quantitatives	88
1.6 – Conclusion : la prise en compte d'un contexte d'observation élargi.....	96
Chapitre 2 Le modèle économique de Dofus	98
2.1 – Les premiers pas dans le jeu. La cohabitation du gratuit et du payant.....	100
2.2 – Les débutants abonnés. Le jeu à tour de rôle.....	121
2.3 – Les joueurs abonnés au long cours. La séparation des combattants et des marchands	127
2.4 – Conclusion : l'intégration au « game design » <i>de réagencements marchands</i> originaux.....	152
Chapitre 3 La production et l'acquisition des objets du jeu	155
3.1 – La production et la destruction	159
3.2 – L'acquisition des différents types de <i>marques circulantes</i>	162
3.3 – L'exercice des métiers du jeu	164

3.4 – Les échanges marchands dans le jeu	167
3.5 – Les pratiques de réabonnement des joueurs sans budget	178
3.6 – Conclusion : l'importance des <i>opérations de conversion</i> dans les échanges d'objets des jeux en ligne	198
Chapitre 4 L'influence du hors jeu et des statuts sociaux. Le cas des pratiques des jeunes joueurs d'origine populaire	200
4.1 – L'intensification de la collecte de Kamas pendant les vacances des joueurs d'origine populaire	203
4.2 – Le vol de compte à des fins lucratives. Le travail rémunéré des joueurs avec peu de revenus.....	209
4.3 – Conclusion : les Ogrines modifient les pratiques des joueurs d'origine populaire et des goldfarmers	214
Chapitre 5 L'engagement dans des pratiques de jeu répétitives. Le cas du « farm » à but non lucratif.....	216
5.1 – Le jugement des actes techniques. Une revue de littérature	219
5.2 – La production d'objets du jeu. La finalité fonctionnelle du farm sans but lucratif.....	230
5.3 – L'évaluation des produits du farm sans but lucratif	241
5.4 – La finalité sociale du farm sans but lucratif.....	248
5.5 – Conclusion. Du laisser-faire à la <i>captation marchande</i> du farm non lucratif	256
Chapitre 6 L'émergence du salariat au cœur des pratiques de jeu en ligne. Le cas du « farm » à but lucratif	258
6.1 – Revue de littérature. La production lucrative dans les jeux en ligne	259
6.2 – Le farm à but lucratif. Une valorisation économique à l'initiative de joueurs	262
6.3 – Les tentatives de reprise de contrôle d'Ankama sur le farm à but lucratif....	278
6.4 – Conclusion : de la création de valeur économique par des « farmers », à leur <i>captation marchande</i>	286
Chapitre 7 L'exploitation d'un jeu en ligne commercial modifié. Le cas des serveurs parallèles.....	288
7.1 – La spécificité des émulateurs de jeux en ligne.....	293
7.2 – La raison du report massif sur les émulateurs hors la loi de Dofus : l'absence d'accès légal aux versions antérieures les plus pratiquées	302

7.3 – La mort d'un <i>serveur parallèle</i> . La réaction des salariés de l'entreprise créatrice face aux conduites des acteurs des <i>serveurs parallèles</i>	312
7.4 – Conclusion : les émulateurs de jeu en ligne. De la conservation des anciennes versions du jeu au piratage du jeu officiel à des fins lucratives	322
CONCLUSION GÉNÉRALE	323
Engagement exploratoire et farm.....	325
Le farm : un détournement qui engage dans un environnement sociotechnique plastique	328
ANNEXES	331
Annexe 1 Quelques données d'enquête complémentaires	331
Annexe 2 Analyses complémentaires.....	340
BIBLIOGRAPHIE.....	351
TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉES	366
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	376
TABLE DES TABLEAUX	380
TABLE DES ENCADRÉS	382

INTRODUCTION

GÉNÉRALE

Moi, mon truc, c'est que je mets en vente des Kamas que j'ai dropé en lootant à donf. Bref, je farm tout le temps. Et donc je fais ça au lieu d'acheter des Ogrines comme font les autres qui ont plein de fric et veulent pas farmer du K [du Kama]. Ce qui fait que les gens me vendent des Ogrines et maintenant le prix a un p'tit peu monté, parce qu'avant c'était à cent Kamas l'unité, ce qui fait que ça revenait à soixante-dix mille Kamas la semaine pour m'abonner. Mais maintenant, ça a un p'tit peu monté et faut les mettre à cent vingt Kamas l'unité. Donc maintenant ça fait dans les quatre-vingt mille Kamas la semaine d'abonnement quoi.

Après je me mets à la place de ceux qui m'achètent des Kamas, passer par les Ogrines c'est toujours mieux que se prendre pour mes anciens fournisseurs de code audio quoi. En fait, eux, les fournisseurs, c'est des gens qui ont arrêté au fur et à mesure à cause des Ogrines, ce qui fait qu'en fait, à chaque fois, je devais encore plus rechercher des nouveaux mecs et qu'en fait, à partir du moment où j'ai pu m'abonner tout seul sans utiliser de K, donc avec ma carte bleue, ben j'ai plus jamais cherché des codes audio chez eux quoi. Et donc comme ça, je suis sorti de l'illégalité et je suis rentré dans le chemin pratique. Parce qu'avant c'était relou, fallait trouver les mecs et c'était long parce qu'ils font des manips pas simples vu que les codes, ils les faisaient sur des téléphones de bureau, du travail des parents, un p'tit coup par-ci par-là, ça rentrait dans les notes de service ni vu ni connu (rire). Les trois quart du temps, les vendeurs de code audio ils faisaient ça comme ça. Mais maintenant qu'il y a les Ogrines nan franchement, personne n'a besoin d'eux les mecs comme ça. De temps en temps, j'en vois qu'essayent encore de vendre des codes audio à la sauvette IG [In Game] à côté d'un HDV [Hôtel Des Ventes], mais à 99 pour cent c'est de l'arnaque et après tu vois le pigeon qui cherche un admin pour demander qu'on lui rende ses Kamas alors qu'il est illégal (rire).

Enfin il n'y a plus de fournisseurs maintenant et plus trop d'arnaques non plus en fait. Et c'est simple pourquoi en fait, parce qu'entre un code audio qu'ils vont vendre à trente milles Kamas et des Ogrines qui peuvent se vendre à, en ce moment c'est presque trois cents Kamas l'Ogrine, or il en faut sept cent pour s'abonner une semaine comme la durée d'un code audio. J'attrape la calculatrice, deux secondes, c'est sept cents fois trois cents. En gros, on se fait deux cent dix milles Kamas pour une semaine d'abonnement. Alors, à côté vendre un code audio à trente mille Kamas, ben je crois pas que les gens s'abaissent encore à ça et avec le risque en face de se faire plumer si c'est une arnaque tu vois. Donc entre s'abonner en sécurisé contre deux cent dix milles ou se risquer contre trente milles, y a pas photo. Et il y a encore moins photo étant donné que beaucoup de gens ont beaucoup de Kamas et qu'avec l'inflation et la production massive de Kamas due à l'extension Frigost, bah disons que ça fait tourner rapidement le budget Kamas de ton perso et c'est pour ça que les prix flambent autant. Si tous les prix flambent en ce moment sur Dofus c'est parce que Frigost et les gens qui s'abonnent qu'avec des Kamas, ben tout ça, ça créé beaucoup de K de diverses manières, les gens ont du K, donc les gens peuvent dépenser, donc du coup les prix des Ogrines montent à mort. Du coup, donc les mecs fournisseurs de code audio, là ils sont pas cons, ils ont changé leur combine au fur et à mesure que les Ogrines avançaient quoi. On les voit presque plus, mais ils sont là en fait hein, mais ils font dans l'Ogrine comme nous et ils sont noyés dans la masse maintenant.

Gwenaël, 20 ans, joueur de Dofus depuis 2004. Entretien réalisé le 5 juillet 2011

Les parents l'ont appelé Gwenaël et lorsqu'ils le croisent au domicile familial – à cause de son travail de nuit, cela n'arrive pas plus d'une fois par semaine — ils le sermonnent parce qu'il ne fait visiblement rien à la maison. Sa chambre est un dépotoir jonché de sous-vêtements sales, de nourriture de l'avant-veille et de bouteilles de bière vides. Il ne met pas beaucoup d'énergie pour reprendre des études en informatique et quitter son *job* chez Flunch. Sur internet, il est surtout connu par son diminutif, Gwen, qui figure sur les classements du site de l'Electronic Sport League, parce qu'il fait notamment partie des trente premiers joueurs Français de League of Legend et dirige à ses heures perdues une « guilde multigaming », autrement dit, un groupe de joueurs semi-professionnels qui s'entraîne dur et concoure dans de nombreuses compétitions européennes. À côté, il a gardé un pied dans Dofus, « son premier jeu en ligne » qu'il n'a jamais quitté depuis qu'il a commencé le jeu en ligne à treize ans. Gwenaël est « fauché », pourtant si on l'interroge par exemple au sujet de Dofus, il explique bien vite que tout le monde le connaît parce que c'est l'un des banquiers les plus influents de son « serveur de jeu ». Dans l'extrait d'entretien précédent, il tente de nous expliquer comment la gestion économique de ses personnages de Dofus lui permet d'y jouer sans que cela lui coûte trop d'argent.

Tout comme Gwenaël, une multitude de joueurs est parfaitement à l'aise dans de tels environnements numériques, s'y plait et y développe de multiples compétences. « Kamas », « Ogrines » ne sont pour eux que deux monnaies de plus, elles circulent continuellement entre les comptes en banque de personnages de Dofus, un jeu de rôle massivement multijoueur d'inspiration médiévale fantastique. En sens opposé circulent des capes, des épées, des grenades, ou encore des sourcils de moustiques géants très utiles pour concocter des potions qui font oublier son métier. Rien de bien choquant pour un joueur en ligne. Il a vu à peu près la même chose ailleurs des dizaines de fois et cela fait plusieurs dizaines d'années que ça dure. L'énervement du joueur qui vient de « se faire avoir », suivi de l'émerveillement devant la découverte d'une combine inédite qui permettra peut-être de s'en sortir mieux que les autres et pourquoi pas d'être reconnu comme le plus fort le temps d'une heure. Ça aussi, il connaît par cœur, c'est une constante des jeux en ligne et c'est un peu pour ça qu'il croit les aimer. Une gloire bien éphémère en comparaison d'efforts qu'il se sent parfois contraint de prolonger pendant la nuit. Si l'on n'a pas le temps de dormir en cours ou au travail, on peut faire autrement bien entendu, c'est un peu plus coûteux, mais en cassant sa tirelire, ou celle de ses parents, il est facile de se payer quelques « boosts » en allant sur des sites internet, même si tout le monde dit qu'ils ne sont pas très légaux, même si on ne sait pas très bien d'où sortent vraiment ces « boosts ». De très loin il paraît, ils sont collectés dans le jeu par des gens en Chine, finit on par croire à force de l'entendre répéter.

Du temps à jouer, le jour, la nuit, de l'argent accumulé, celui du jeu, celui de sa famille, celui du chômage ou d'un travail salarié, pour la plupart des joueurs ces moments et ces sommes d'argent sont clairement distingués et ne servent pas tout à fait à la même chose dans les jeux. L'espoir de voir ses euros se transformer en quelque chose d'utile pour battre les autres joueurs en ligne ? On ne sait pas trop, même si pas mal de gens disent que ça marche et qu'ils n'ont jamais eu de

problèmes, même si tout le monde continue d'affirmer que l'on connaît des gens, qu'on ne dénoncera pas, qui des fois payent pour progresser plus vite dans le jeu, alors qu'aucun ne se demande vraiment pourquoi personne ne déclare jamais l'avoir fait. Décidément, les discours ne changent pas, *business as usual* pour les joueurs en ligne.

Enfin, ce n'est plus tout à fait pareil quand même. Maintenant des entreprises ne font plus payer l'entrée de leurs jeux en ligne. On peut jouer gratuitement, ça change, c'est mieux. En même temps, dans les jeux en ligne, récemment des « item malls » sont apparus du jour au lendemain : des supermarchés où se vendent des contenus du jeu. L'entreprise propose de dépenser des euros¹ pour y acheter une monnaie spéciale qui a son nom à elle, puis de la dépenser à son tour afin d'obtenir des effets visuels supplémentaires pour parer son personnage, susciter des réactions chez les autres – on peut lui offrir des animations grimaçantes, des bonnets de Noël qui donnent un air stupide aux paladins ou aux archers, ce genre de choses. On peut acheter encore d'autres choses sur l'« item mall », des « boosts » divers et variés et bien sûr l'autre monnaie, celle qu'on s'échange le reste du temps entre joueurs contre des objets du jeu, pour être plus fort et gagner plus que les autres. Bref, sur les « item malls » on s'achète tout ce que l'on n'ose plus trop s'acheter en douce chez les « Chinois d'internet » de peur qu'ils ne tiennent pas leur parole et s'en aillent avec notre argent, sans nous donner notre bonnet d'âne et nos « boosts ».

Désormais, on retrouve côte à côte, des joueurs comme Gwenaël, qui « trafiquent » dans le jeu pour tenter de ne pas devenir plus pauvre – voire parfois pour devenir riche – et des entreprises de jeux en ligne, qui les imitent en mieux grâce à leurs « item malls » flambant neufs. Ces joueurs, ces « petits malins », sont pour la plupart issus de milieux assez modestes et se font quelques centaines d'euros par mois au maximum. Pendant ce temps-là, une minorité de courtiers indépendants leur rachète à bas prix le fruit de leur labeur et les revend sur des plateformes internet qui centralisent les offres de dizaines de jeux en ligne différents. Ceux-là, les courtiers, font parfois « tourner un business » dont les bénéfices mensuels avoisinent plutôt les centaines de milliers d'euros.

L'entreprise qui voit que son jeu profite à d'autres change régulièrement le fonctionnement du jeu en cours de route et essaye de faire de la concurrence aux « petits malins », pour récupérer encore plus d'argent. Les joueurs en question observent attentivement les failles du jeu — les « exploits » disent-ils. Ce sont des gens inventifs qui vont bien entendu s'adapter à leur tour et chercher de nouvelles manières de faire ce qu'ils veulent. Comme d'habitude, d'autres joueurs vont se plaindre — les « joueurs normaux » comme ils se nomment parfois eux-mêmes — parce que le jeu n'est plus ce qu'il était et parce que la justice n'est plus rendue comme avant, en leur faveur. Parmi ces « joueurs normaux », il en sera bien sûr pour aller dépenser leur argent sur tous ces « marchés du dopage », plateformes de

¹ Afin de simplifier la désignation de monnaies nationales souveraines, dans la suite nous situerons les joueurs en France et considérerons que ceux qui sont pourvus d'un compte bancaire l'ont libellé en euro.

courtages indépendantes d'une part et « item malls » officiels d'autre part. Autant de marchés qui commencent presque tous à devenir respectables, pour preuve, l'entreprise créatrice du jeu propose maintenant des offres qui s'en inspirent. En résumé, les joueurs en ligne ne font pas tous la même chose. Sous les contraintes que leur imposent les firmes productrices qui changent en permanence le design du jeu, les rôles des joueurs s'organisent autour de quelque chose qui ressemble à s'y méprendre à un pan d'économie tout ce qu'il y a de plus réelle, avec sa concurrence, son régulateur, ses producteurs de contenus (du jeu), ceux qui les commercialisent, ceux qui les achètent, ceux qui les volent, ceux qui les lèguent solennellement à leur petit frère quand ils entrent à l'université et ceux qui les thésaurisent jusqu'à la mort de leur personnage, ou jusqu'à ce que le jeu ou la firme propriétaire ferme ses portes.

La thèse qui suit vise à comprendre l'organisation sociale et économique qui s'organise à partir du design d'un jeu en ligne avec une finalité lucrative. L'enquête qui soutient notre argumentaire porte sur le jeu en ligne Dofus qui est produit par l'entreprise roubaisienne Ankama. Le périmètre de notre enquête couvre l'étude de deux types complémentaires de participants.

D'une part, nous étudions les stratégies de l'entreprise Ankama pour améliorer ses profits. Notamment lorsque les équipes de salariés élaborent des stratégies adaptatives qui tentent de tirer des bénéfices commerciaux à partir de ce que font les joueurs. Ces stratégies supposent généralement des changements réguliers du design de jeu pour induire ce que nous qualifions de *réagencements marchands*, en nous inspirant de certains travaux de Michel Callon (2013) consacrés aux *agencements marchands*. D'autre part, nous nous intéressons aux joueurs, majoritairement adolescents, dont nous étudions principalement les activités économiques. En particulier celles qui débordent parfois la production et les échanges « pour de faux » de leurs personnages joués. Nous montrons que ces « jeux de la marchande » sophistiqués ont des contours difficiles à cerner. Le logiciel de jeu donne l'impression qu'il prend seul en charge le tracé sans ambiguïté de leurs contours, mais les pratiques des joueurs débordent souvent ces frontières qui ont l'air d'aller de soi. Nous nous demanderons finalement quels ajustements s'opèrent entre ces stratégies de l'entreprise et les pratiques des joueurs.

I - Situation de Dofus au sein des jeux en ligne

La particularité de Dofus sur le marché des jeux en ligne est d'appartenir à « l'ancienne génération » qui apparaît début 2000 lorsque l'accès progressif du grand public au haut débit étend considérablement le chiffre d'affaires généré sur le marché. Cette transition correspond à peu près à la commercialisation de Dofus en 2004. La catégorisation des jeux en ligne dont Dofus s'inspire est souvent rattachée à un nom anglais : Massively Multiplayer Online Role Playing Games, ou à l'acronyme MMORPG, parfois simplifié en MMOG, voire MMO (cf. Encadré n° 1 pour plus d'explications). Ces jeux en ligne découlent d'une longue tradition qui se base sur des modèles économiques communs, caractérisés par des coûts de production initiaux très élevés et un service auquel les joueurs accèdent en payant

un abonnement mensuel. Les MMORPG commencent à devenir populaires avec *Ultima Online* (Origin System, 1997), mais celui qui a fait l'objet de la plus vaste couverture médiatique et qui est encore aujourd'hui le plus cité dans les pays occidentaux est généralement *World of Warcraft* (Blizzard, 2004). Pour sa part, la particularité de *Dofus* est qu'*Ankama* est parvenu à maintenir durablement sa popularité en l'adaptant suite à la crise financière de 2008 et à l'émergence brutale de nouveaux modèles de rentabilité qui font alors leurs preuves sur le marché des jeux en ligne (Auray et Davidovici-Nora, 2010 ; Simon, 2012 ; De Prato, Feijoo et Simon, 2014).

Au tournant de la crise financière de 2008, des restructurations drastiques impactent le secteur des jeux en ligne. C'est à cette période que de nouvelles entreprises plus innovantes mettent sur pied des modèles économiques basés sur le concept de « plateforme de services en ligne »². Grâce à elles, ces nouveaux entrants parviennent à capter des clients aux profils sociodémographiques plus variés en s'inspirant notamment d'un certain nombre d'innovations déjà éprouvées par les industriels des jeux en ligne³. Ces nouveaux jeux en ligne tentent d'imposer une logique de conception originale qui tend à l'allègement drastique des coûts de production et à la maximisation rapide des profits sans contraindre les joueurs à s'abonner. L'objectif n'est donc pas la commercialisation d'un service ludique qui contente la majorité des clients déjà fidélisés. En quelques années, ces types de jeux parviennent à attirer en ligne de nouveaux joueurs par centaines de millions. La taille du marché des jeux en ligne s'étend dans des proportions considérables,

² Dès 2011, PopCap, une entreprise qui vend des jeux vidéo « casual games » à succès comme *Bejeweled* (2001) ou *Plants Vs. Zombies* (2009), commande une étude sur les jeux en ligne de ce type (Information Solutions Group, 2011). Ces jeux étiquetés « casual game » se targuent souvent d'être destinés à des publics qui ont une moindre connaissance des usages des jeux vidéo. Ces jeux ont donc des courbes de progression plus rapides. Ils se trouvent principalement sur la plateforme de réseaux sociaux Facebook, ainsi que dans les boutiques en ligne des smartphones et des tablettes tactiles. Cette étude par questionnaire en ligne est menée auprès de 1200 personnes aux États-Unis et en Angleterre. Elle indique que ces jeux en ligne d'un nouveau genre parviennent à capter en moins d'une année des dizaines de millions de joueurs dont les profils sociodémographiques sont d'une grande variété. Les publics touchés par ces jeux en ligne ne se limitent plus à ceux des anciens jeux en ligne et cela est en partie redevable aux principales innovations qu'ils ont su mettre en œuvre.

³ Si les publics et les pratiques changent, c'est aussi parce que l'accès aux jeux en ligne ne se fait plus de la même façon, il passe désormais souvent par l'intermédiaire de plateformes logicielles qui centralisent une grosse partie de l'offre. Les plateformes web d'accès aux jeux en ligne comme Steam ou Facebook peuvent être visitées avec n'importe quel ordinateur. Ces nouvelles entreprises de jeux en ligne tentent donc de limiter la concurrence en construisant des barrières logicielles capables de retenir les clients et de les rendre moins versatiles. Dans cette optique, les plateformes proposent donc chacune une offre diversifiée avec plusieurs jeux différents choisis pour contenter la majorité des attentes. Ce modèle ressemble donc beaucoup à celui de plateformes de jeux en ligne pionnières apparues dans les années 1990, à l'instar de *Battle.net* (Blizzard entertainment, 1996) dont nous proposons dans l'Annexe 2 d'analyser l'émergence sous un angle historique. Un moyen est particulièrement courant pour retenir le client sur une plateforme donnée. Il s'agit de la conversion de son argent contre des crédits spécifiques représentés à l'écran sous la forme d'une monnaie qui n'a de valeur que pour jouer aux jeux de cette plateforme. Ce principe de rétention est un de ceux que les entreprises de MMORPG historiques, à l'inclusion d'*Ankama*, reprennent après 2008.

principalement parce qu'ils introduisent un nouveau modèle économique appelé « Free to Play » : l'accès est gratuit, puis il est suivi d'incitations agressives pour que les joueurs « ferrés » usent de micro paiements en ligne pour acquérir des bonus de jeu et battre plus facilement les autres participants. Apparemment, ces nouveaux produits bouleversent les valeurs morales à l'œuvre dans la plupart des jeux vidéo classiques. Un peu comme si le dopage était explicitement approuvé par les fédérations de sportifs amateurs, les nouveaux industriels des jeux en ligne laissent la possibilité de dépenser des euros supplémentaires pour prendre l'ascendant sur les autres joueurs.

L'étude qui est développée dans cette thèse au sujet d'un MMORPG populaire permet donc de s'intéresser à l'ancienne génération de jeux en ligne, que leurs propriétaires modifient pour s'adapter à une concurrence apparue en quelques années seulement. Des entreprises comme Ankama sont incitées à innover pour préserver leurs marges. En particulier, elles doivent s'inspirer des nouvelles méthodes de design de ces nouveaux entrants, puis les adapter à des MMORPG avec des technologies différentes et déjà en cours d'exploitation depuis de nombreuses années.

Encadré n° 1 : Qu'est-ce qu'un MMORPG ?

« MMORPG » est l'acronyme de Massively Multiplayer Online Role Playing Games, la traduction française étant jeux de rôle en ligne massivement multijoueur. Ces jeux tirent habituellement leur spécificité d'une part d'une infrastructure informatique originale et d'autre part des éléments de design du jeu qui orientent les sociabilités des participants.

Les particularités induites par l'infrastructure technique sont généralement résumées par quatre principes. Le premier est la possibilité offerte de jouer à distance, chacun derrière son écran. Le second est la *massivité*, la capacité de réunir simultanément des milliers de joueurs qui peuvent se côtoyer dans un univers commun. Le troisième est la *persistance* de l'univers qui est accessible à tous jour et nuit, les joueurs qui s'absentent puis reviennent retrouvent donc l'univers de jeu dans un état nouveau qui découle de toutes les interactions qui se sont produites pendant son absence. Le quatrième est le *paiement à l'accès*, la grande majorité des MMORPG occidentaux étant appelés « pay to play » parce qu'ils sont uniquement accessibles aux joueurs une fois qu'ils ont payé un abonnement pour une durée donnée qui s'échelonne souvent d'un mois à une année et occasionne un coût mensuel dégressif.

Par ailleurs, les éléments fondamentaux du design logiciel de la plupart des MMORPG découlent d'interactions de jeu imaginées par les programmeurs. Elles mettent en relation des *entités* qui sont classées suivant deux types. D'une part, le *personnage* qui peut être joué et qui est souvent identifié par la « classe de personnage » choisie à sa création. Cette sélection irréversible fixe l'apparence et les talents spécifiques du personnage, notamment pour se battre. D'autre part, un second type d'entité réfère aux *objets* que les personnages détiennent et utilisent.

Chaque entité se singularise par son apparence graphique et par le nombre de *points* qui traduit la performance de chacun de ses usages. Ces points sont souvent fixés de manière aléatoire au moment de la création de l'entité, puis certains évoluent avec la fréquence des actions du personnage. Un personnage possède par exemple des « points de vie » qui diminuent quand il est blessé et croissent quand il se repose ou se soigne, des « points d'expérience » qui augmentent après chaque combat remporté et enfin des « points de caractéristiques » dont la quantité initiale dépend de chaque « classe de personnage », puis ce nombre croît après le cumul d'un certain nombre de « points d'expérience ». La plupart des objets ont aussi des caractéristiques déterminées par des points. Ceux qui traduisent la qualité des équipements pour se battre, la quantité des matières premières utiles à la confection de nouveaux équipements et la quantité de la monnaie du jeu qui peut être échangée contre les objets qui sont inutiles à un autre personnage.

Les joueurs peuvent donc seulement échanger des objets entre leurs personnages joués. Les points associés à l'objet échangé, par exemple les « points de dégât » infligés par une arme, bénéficient au personnage acheteur. En revanche les points qui sont directement attachés aux caractéristiques propres aux personnages, par exemple les « points de vie » ou les « points d'expérience », ne peuvent pas se transférer entre personnages. Si un autre joueur veut en profiter, il doit prendre le contrôle du personnage et pour cela récupérer les codes d'accès que le joueur utilise pour se connecter à son *compte client*. Il s'agit d'un ensemble de données du jeu protégées par mot de passe. Le client les consulte dans une fenêtre du jeu qui le renseigne à la fois sur le temps d'abonnement qu'il lui reste pour jouer et la description de l'état des personnages qu'il a déjà créé. Un seul de ces personnages peut être sélectionné à la fois pour jouer et le nombre maximum de personnages qui peuvent être joués à tour de rôle excède rarement cinq ou six par compte client.

Dès sa création, chaque personnage d'une « classe de personnage » exerce des actions avec plus moins de talent ou de maladresse – notamment lorsqu'il utilise des « coups spéciaux » lors de combat contre d'autres participants, ou contre des monstres dirigés par une intelligence artificielle. Ces personnages aux capacités inégales sont en forte interdépendance, incitant les joueurs à collaborer pour progresser et terminer la partie centrale du jeu qui dispose d'une trame scénarisée.

Au fil de l'exploration du jeu, les personnages joués accumulent notamment des objets dont les performances sont déterminées par l'attribution aléatoire d'un certain nombre de points. Cependant, le personnage qui en collecte un peut appartenir à une « classe de personnage » qui ne sait pas l'utiliser correctement. Des interfaces graphiques sont à la disposition des joueurs pour qu'ils développent plus facilement des sociabilités utilitaristes, qu'ils s'entraident et puissent notamment s'échanger les objets qui sont plus utiles à certains. À l'échelle de la totalité des échanges qui sont possibles dans le jeu, les personnages d'un même type sont donc en concurrence pour acquérir les objets qui leur sont les plus utiles.

La différenciation des entités qui sont des objets et des personnages détermine donc l'aisance plus ou moins grande avec laquelle le joueur peut s'en détacher. Cette asymétrie est nécessaire aux pratiques d'échanges entre joueurs de MMORPG. Les salariés chargés de la conception du jeu cherchent à favoriser certains types d'échanges qu'ils intègrent mieux au logiciel de jeu. Leur objectif est que les joueurs les privilégient, démultiplient ces interactions, aient envie de rester jouer plus longtemps et se décident finalement à payer pour renouveler leur abonnement.

II - Question de recherche principale

Notre travail de thèse interroge la manière dont les pratiques ludiques et marchandes d'un jeu en ligne commercial dépendent et interagissent avec sa conception, sa commercialisation et ses usages. En somme, notre question de recherche peut être formulée ainsi : **comment s'articulent les pratiques socioéconomiques des joueurs et le travail de conception et de commercialisation d'un logiciel de jeu ?**

Nous répondons à cette question en étudiant les sociabilités liées aux échanges économiques qui ont leur origine dans un jeu vidéo en ligne. Deux entrées permettent de décrire le processus à l'oeuvre. La première concerne les réactions qu'ont les salariés de l'entreprise suite à certaines activités de jeu inventées par des clients. Nous nous appuyons sur le concept de *captation marchande* pour mieux cerner comment les concepteurs modifient progressivement le logiciel de jeu suivant une stratégie adaptative qui vise à la *domestication* du client pour améliorer la rentabilité de l'entreprise (Cochoy, 2004). La seconde concerne les activités des joueurs. Nous proposons le concept de *marque de progression* afin d'expliquer pourquoi ces activités sont en grande partie organisées en relation à la production et aux échanges d'objets du jeu.

A - La stratégie adaptative de l'entreprise : s'inspirer de ce à quoi jouent les clients

Notre recherche permet de documenter le cas d'une stratégie adaptative qui procède de *réarrangements marchands*. Les réagencements à l'oeuvre dans un jeu en ligne sont dérivés d'*agencements marchands* particuliers et notamment de dispositifs de *captation marchande*. Ceux-ci provoquent des actions inattendues chez une minorité d'utilisateurs. Elles suscitent des bouleversements dans les manières de jouer d'un plus grand nombre de joueurs et débouchent généralement sur une multiplication des plaintes exprimées auprès du service client et des community managers de l'entreprise. Ce moment correspond à la mise en place par les salariés d'une adaptation stratégique de l'agencement marchand très particulière.

Nous revenons brièvement sur le cas des loisirs commerciaux. Le libre consentement des participants y est explicitement contraint par le mode de mise à disposition de ressources matérielles et symboliques (Fine, 2015), si bien que les pratiques collectives qui se développent produisent chez les participants ce que Dayan (1986) appelle une *sous-culture propriétaire* (*copyrighted subculture*). La nature de cette *sous-culture propriétaire* dépend fortement de la manière dont l'entreprise conçoit des ressources qui vont être mises à disposition des participants, sans que ceux-ci puissent aisément les détourner des usages prévus par les concepteurs. Autrement dit, les participants doivent en grande partie accepter les règles du jeu et ne peuvent que singulariser leur mode d'action en le faisant au prix d'efforts importants, à la portée d'utilisateurs marginaux capables d'inventer des modes d'action basés sur le repérage de ce que les concepteurs ont négligé.

La mise à disposition de ressources nécessaires à l'exercice d'un loisir commercial peut être considérée grâce au recours à la notion de *dispositif de captation marchande* (Cochoy, 2004) qui fait elle-même référence aux *dispositifs de captation des publics* définis par Frank Cochoy comme des dispositifs qui objectivent des techniques pour intéresser et retenir les publics. Dans sa variante marchande, un tel dispositif vise le profit de l'entreprise. Il en découle un usage stratégique des dispositions des clients. Comme le résume Emmanuel Kessous (2012), quatre dimensions de la captation peuvent être identifiées dans les travaux de Cochoy. La *captation-enchaînement* qui s'appuie sur l'habitus et la *captation-attachement* qui cible l'affect des clients peuvent être considérées comme des captations amORALES, car elles ne sollicitent pas le jugement rationnel. La *captation-intéressement* prodigue quant à elle des informations marchandes qui sont comparables. Elle serait plus vertueuse parce qu'elle repose entièrement sur l'évaluation rationnelle. Enfin, la *captation-engagement* fait appel à des jugements politiques en s'appuyant par exemple sur des labels éthiques.

Les *dispositifs de captation marchande* des jeux commerciaux sont originaux parce qu'ils visent des clients qui sont aussi des joueurs. Comme nous le verrons, sur ce type de terrain les trois premières dimensions de captation sont souvent imbriquées ou peuvent qualifier différents aspects du même mécanisme marchand, il paraît donc compliqué de les mobiliser constamment dans notre analyse. Les informations à disposition pour comparer l'intérêt de chaque offre commerciale proposée dans le jeu existent bien, mais elles peuvent être trop compliquées pour certains joueurs ou faire croire à un choix exclusivement rationnel, alors que d'autres dimensions de captation moins faciles à percevoir sont à l'œuvre en même temps. Nous montrerons notamment l'influence sur les pratiques des joueurs de leur milieu socioéconomique d'origine et de formes d'attachements, qui sont moins liées à l'affect investi dans certaines activités qu'à l'importance sociale et économique qu'elles représentent pour le joueur. Cette différenciation des dimensions de la captation est toutefois modérée par un usage de la captation marchande plus proche de celui défini comme une *captation de la clientèle* dans une étude de la libéralisation du marché des pompes funèbres (Trompette et Boissin, 2000). C'est-à-dire un moyen de retenir le client sur une plateforme commerciale qui lui prodigue tous les services dont il a besoin, sans qu'il ait le loisir de se demander s'il pourrait trouver meilleure offre chez un concurrent (Dubuisson Quelier, 2009). Autrement dit, les dispositifs marchands dont il sera question fonctionnent généralement sans obliger le joueur à des évaluations chiffrées ou à des choix déterminés par des attachements affectifs. La captation du joueur est plus souvent obtenue par le recours à un formatage poussé de l'organisation des rencontres marchandes, pensé pour laisser au client un nombre réduit « d'itinéraires de circulation » à emprunter. Même s'il n'en a pas nécessairement conscience, le client se retrouve apparié à des offreurs qu'il n'aura pas nécessairement choisis sur la base d'une réflexion portée sur ses intérêts ou en se laissant guider par ses affects. En particulier, le client ainsi pris en charge ne passe pas par des étapes complexes d'attachement marchand et de formulation des prix.

Dans les jeux gratuits d'accès⁴ comme Dofus, la rétention du client s'effectue grâce à la mise à disposition sélective de ressources qui permettent le jeu gratuit dans une version dégradée. Ces ressources favorisent chez les joueurs un sentiment de libre engagement. Certains sont incités à payer régulièrement. D'autres prolongent la gratuité d'accès aux ressources de jeu et consacrent une partie de leur temps de jeu à produire de nouvelles ressources utiles à des joueurs prêts à les payer. Le *dispositif de captation marchande* des jeux en ligne d'accès gratuit comme Dofus met à profit le libre consentement, au sens propre du terme. Le dispositif de captation joue sur la double identité du participant, il met en scène la figure du joueur pour mieux retenir le client.

Parmi les jeux commerciaux, la majorité des jeux en ligne conçus jusqu'aux années 2010 sont singuliers, parce qu'il faut payer régulièrement un abonnement pour accéder à tout l'univers du jeu. Pour garantir des profits, l'entreprise doit donc retenir les joueurs le plus longtemps possible. Le dispositif de captation marchande choisi pour ces jeux tire profit des dynamiques d'entraînement social très puissantes qui naissent entre joueurs. Elle met donc en scène le libre consentement en l'ancrant nettement dans la création de dépendances mutuelles entre joueurs. Et le moyen le plus efficace de créer de telles dépendances sociales basées sur une rhétorique de libre engagement est justement la mise à disposition, non pas seulement de ressources, mais aussi de diverses interfaces graphiques, dont certaines servent à produire des ressources du jeu comme s'il s'agissait d'exercer un métier d'artisanat « pour de faux », tandis que d'autres relèvent du « jeu de la marchande » et sont réservées à l'échange de ces ressources entre participants, des ressources utiles pour les personnages joués à l'intérieur du jeu en ligne.

B - Les pratiques d'échanges entre les joueurs

Par ailleurs, nous nous intéressons de plus près aux joueurs et à leurs pratiques de production, puis de gestion et d'échange de contenus marchands. Les pratiques de jeu en ligne collectives sont aussi difficiles à analyser parce qu'elles demandent de comprendre le contexte de tout ce que le joueur fait avec le logiciel de jeu. Les études en *game studies* ont souvent des difficultés à considérer tous ces contextes avec une attention égale et encore plus à penser la manière dont les joueurs les mettent habituellement en relation.

Les contextes qu'il s'agit de tenir ensemble découlent d'une part des pratiques initiées en dehors du jeu. Notamment sur internet où les informations sur les diverses manières de jouer circulent abondamment, mais aussi à l'écart des écrans, quand par exemple un conflit avec les parents oblige le joueur en ligne à trouver d'autres moyens pour payer son abonnement. D'autre part, les pratiques de jeu en ligne sont aussi complexes à appréhender, car elles confrontent à distance les joueurs entre eux grâce à plusieurs *entités* du logiciel de jeu qui en ressortent en même temps modifiées. Ces intermédiaires ne sont par ailleurs pas tous identiques, certains étant des *personnages*, quand d'autres sont des *objets* (cf. Encadré n° 1).

⁴ Certains sont appelés « free to play ».

Le concept de *marque de progression* nous sera utile pour rendre compte des pratiques multiples des joueurs et de leurs objectifs. Il nous permet d'insister sur la hiérarchisation sociale des personnages joués. Ces marquages concernent l'apparence et le nombre de *points* associés à la fois aux *personnages* et aux *objets* que le joueur détient et dont il équipe son personnage. Les marques de progression sont donc des contenus du jeu qui sont rattachés au personnage en train d'être joué. Un premier type correspond aux *marques circulantes* qui regroupent la grande majorité des objets. Il s'agit par exemple d'une épée ou d'un casque dont le personnage est équipé pour se battre. La plupart sont attachées et détachées du personnage joué à une fréquence importante qui traduit le degré d'obsolescence de l'objet. Le personnage peut les utiliser pour se battre un temps, mais il est vite incité à en trouver de meilleurs pour poursuivre sa progression dans le jeu. Pour ce faire, il doit échanger les objets qui ne sont plus assez performants à un autre joueur moins avancé contre des Kamas, la monnaie en vigueur dans Dofus – c'est-à-dire un autre type, un peu particulier, de *marques circulantes*. Un second type de marques regroupe certains objets rares et la majorité des *points* attachés au personnage – le type de *points* qui détermine le mieux la progression aux yeux des joueurs est le « niveau d'expérience » dont nous donnons une définition détaillée dans l'Encadré n° 2. Ce sont des *marques non circulantes* que le personnage conserve de manière permanente et qui oblige à jouer avec pour continuer à les cumuler.

Encadré n° 2 : Le « niveau d'expérience » des personnages joués dans Dofus

Le « niveau d'expérience » dépend du nombre de « points d'expérience », l'un des principaux types de *points* liés de manière permanente au personnage joué (cf. *Encadré n° 1*). Le joueur fait remporter à son personnage un certain nombre de défis, le plus souvent sous la forme de combat contre des ennemis contrôlé par l'ordinateur ou d'autres joueurs. Au fil des défis remportés, une jauge se remplit de « points d'expérience » et atteint progressivement des seuils. À cet instant le personnage « monte de niveau »⁵. Par exemple, un personnage passe du niveau 99 au niveau 100, une fenêtre s'affiche à l'écran et indique au joueur qu'il vient en surplus d'acquérir de nouveaux talents spécifiques à sa « classe de personnage ». Il s'agit d'un chiffre compris entre 1 et 200 qui croît à mesure que le personnage remporte diverses épreuves avec succès, en particulier lorsqu'il défait des monstres contrôlés par l'ordinateur ou qu'il termine des quêtes particulièrement difficiles.

Plus le personnage « monte en niveau » et plus ces seuils s'espacent, exigeant la collecte d'un nombre exponentiellement croissant de « points d'expérience ». Même si le personnage devient chaque fois plus fort, chaque passage de niveau demande un investissement en temps de jeu beaucoup plus important que le précédent. C'est la raison pour laquelle le « niveau d'expérience » est un chiffre très important pour les joueurs de Dofus, servant de faire-valoir au temps et aux efforts qu'ils ont investis dans le jeu. C'est ainsi que Renaud, lors de notre première rencontre, répond aux questions posées sur son temps passé à jouer en spécifiant juste qu'il a « *plusieurs persos qui sont 200 et 199* ». Il sous-entend qu'il a atteint à plusieurs reprises le niveau maximum permis par le jeu, alors que certains joueurs moins assidus n'y parviennent pour un seul personnage qu'aux termes d'une à deux années de pratique assidue. L'incitation à faire gagner des « niveaux d'expérience » aux personnages pour qu'ils soient plus forts suppose que les joueurs doivent combattre et commercer davantage. Du point de vue de l'entreprise Ankama, ce type de design vise là encore à prolonger la pratique de jeu pour que les joueurs continuent à payer régulièrement leur abonnement.

Le but le plus fréquemment poursuivi par les joueurs est l'accumulation des marques de progression les plus légitimes et les plus rares. La progression ne se fait plus par rapport à la fin de la partie scénarisée du jeu, mais par rapport aux marques de progression en possession des autres joueurs.

Outre le « niveau d'expérience », les joueurs recherchent des objets rares utiles à leur personnage et cela débouche rapidement sur leur mise en compétition pour l'accumulation du plus possible de *Kamas* qui permettent d'acquérir ces objets. C'est de cette manière que le *désir de Kamas* devient l'un des mobiles des joueurs les plus assidus et peut servir de moteur à une discrète organisation économique qui influe pourtant lourdement sur une bonne partie des autres pratiques de jeu.

⁵ Concrètement, la dénomination de « niveau » n'a ici rien à voir avec ceux des jeux vidéo classiques comme Mario Bros où ils correspondent à un découpage spatial du jeu. Dans Dofus, le personnage qui « change de niveau » reste dans le même univers de jeu, il ne change pas de zone géographique. Dans un MMORPG, il s'agit d'échelles de progression de compétences fictives, ces échelles sont censées traduire l'accumulation d'expérience du personnage joué. À l'image d'une rémunération au temps de travail « non qualifié », les points d'expérience peuvent parfois quantifier un investissement en temps dans une activité que la majorité déprécie parce qu'elle n'y voit pas de lien évident avec l'aguerrissement d'une compétence du joueur. Le chapitre de cette thèse consacré à la notion de « farming » revient sur une de ces activités illégitimes, volontiers jugées « chronophages », « abrutissantes », voire « débilatantes ».

Dans cette thèse, nous considérons également que ces objets valorisés comme marques de progression⁶ témoignent également de l'acquisition d'habiletés⁷ auprès de publics plus ou moins étendus. Les actions à la source de telles progressions n'en restent pas moins les fruits d'habiletés diverses. Et on pourra discuter de la valeur sociale que les participants accordent à différents types d'habileté. Nous verrons au chapitre 5 que les pratiques d'un jeu en ligne sont lourdement influencées par l'organisation socioéconomique des marques de progression.

C - Une stratégie de réorganisation périodique des échanges entre joueurs au profit de l'entreprise

En définitive, nous ne pouvons pas analyser l'organisation socioéconomique de Dofus sans préserver les liens qui existent entre les pratiques économiques des joueurs tirées par les marques de progression et les choix faits par l'entreprise. Une manière d'en rendre compte est d'étudier les pratiques des joueurs depuis les choix de design des concepteurs du jeu, qui sont souvent dictés par la recherche d'amélioration de la rentabilité du jeu vidéo. Le travail des concepteurs vise à organiser la captation marchande. D'autre part, la stratégie consiste à encourager une majorité de joueurs à prolonger leur engagement grâce à de nouveaux éléments de design, régulièrement intégrés au jeu. Ceux-ci démocratisent des pratiques en résonance avec les dispositions sociales des joueurs qui ne sont pas encore bien prises en compte par le jeu. Leurs capacités sont mieux prises en compte et cela renforce leur impression de liberté, même lorsque les nouvelles pratiques semblent pourtant répétitives et contraignantes.

Nous débouchons donc sur l'identification de deux sous-questions de recherches qui structureront le manuscrit de thèse. Tout au long des premiers chapitres, nous nous demanderons comment l'entreprise créatrice incite ses clients à payer régulièrement et ajuste sa captation marchande de manière récurrente pour faire face aux nouvelles pratiques qui émergent. Les chapitres qui viennent dans un second temps sont l'occasion de nous interroger plus précisément sur l'influence du contexte social sur les pratiques les plus chronophages des joueurs.

III - Étude de la littérature

Si nous tâchons de situer nos contributions relativement aux débats académiques, alors notre apport s'inscrit tout d'abord dans la littérature concernant l'exploration par les entreprises d'une stratégie singulière pour augmenter ses profits

⁶ Nous souhaitons de cette manière éviter l'expression « marques de distinction ». Elle contient un présupposé normatif implicite qui reproduit l'appréciation supposée du joueur, « je me distingue des autres ». De plus, cette dénomination ne met pas sur le même plan les habiletés des joueurs et fait courir le risque de privilégier une critique un peu simplificatrice en termes de domination.

⁷ Nous reprenons ici la définition de l'habileté du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales qui la décrit comme une « qualité (innée ou acquise) de finesse, d'adresse dans le choix des moyens pour arriver à une fin ».

économiques en s'inspirant de certaines activités des clients d'un jeu en ligne. Elle peut profiter à des clients qui détournent le service, ou bien il peut y avoir de la part de l'entreprise une tentative de récupération de ces profits. Le cas habituel étant une réassignation des profits grâce à un changement de design du service : l'entreprise se rend compte que certains clients inventent des manières de faire originales et génèrent des profits, puis elle cherche à modifier le logiciel support de son service en ligne pour que cet argent lui revienne.

A - Une analyse des stratégies de réagencements marchands

Le contexte que nous détaillerons dans les premiers chapitres de la thèse est celui d'un service commercial qu'une entreprise doit faire évoluer très rapidement afin de rester au plus près de l'évolution des aspirations de ses clients, pour s'en inspirer afin d'améliorer les profits économiques de l'entreprise.

Nous présentons ici les principaux éléments théoriques utiles aux analyses décrites dans le reste de notre thèse. Dans un premier temps, nous décrivons les études consacrées aux principaux coûts rencontrés lors de la mise en œuvre d'un jeu en ligne. Dans un deuxième temps, nous exposons la littérature sur trois stratégies qu'utilisent fréquemment les entreprises qui entretiennent des similitudes avec Ankama lorsqu'elles décident de faire des profits à partir des pratiques de leurs clients. Dans un troisième temps, nous présentons les traits généraux d'une stratégie alternative et originale qu'Ankama met en œuvre dans Dofus. Elle consiste à tirer des profits de ses clients en proposant une amélioration d'un service commercial inspirée des usages que certains d'entre eux ont inventés. Cette stratégie est basée sur une modification en plusieurs temps des interactions marchandes. Dans un quatrième temps, nous montrons en quoi l'incertitude dans les jeux en ligne facilite la mise en œuvre de cette stratégie alternative et qu'elle découle de caractéristiques propres à la dynamique de toutes les activités de jeux et à la maintenance des logiciels en ligne à finalités commerciales.

Les principales stratégies pour tirer des profits des usages du service

Un nombre croissant d'entreprises cherche à augmenter constamment les revenus tirés des services qu'elles commercialisent, notamment lorsqu'ils sont étroitement liés à l'évolution des interactions sociales entre leurs clients, comme ce peut être le cas pour des services numériques en ligne comme Facebook, Twitter, ou encore pour des jeux en ligne. Dans ces cas, les entreprises composent souvent des stratégies d'*économisation* et de *stratégisation* (Williamson, 1991). La première et la plus commune consiste à rendre plus efficace la maîtrise de leurs coûts de fonctionnement et de maintenance. La seconde qui est davantage développée dans les entreprises qui sont en position de force sur un marché consiste à trouver un moyen d'extraire des profits supplémentaires.

Pénard et Brousseau (2007) caractérisent la stratégie d'*économisation* en identifiant les types de coûts qui doivent être maîtrisés en priorité pour les plateformes de services numériques, dont les jeux en ligne font partie. Le premier coût correspond au management des connaissances (knowledge management). Il découle de l'analyse des traces d'activité laissées par des joueurs en ligne pour

tenter d'en déduire leurs préférences. Les traces de l'activité en ligne des joueurs peuvent prendre plusieurs formes. S'il s'agit de productions textuelles sur les forums de discussion qui parlent du jeu, c'est le « community manager » qui a en charge de les étudier (Zabban, 2007, 2011 ; Kerr et Kelleher, 2015), en revanche si ces traces sont des données quantitatives directement produites par l'activité de jeu en ligne, l'étude revient au métier de « data analyst ». Le second type de coût relève de l'ajustement du logiciel au goût des joueurs tels qu'il est appréhendé par les salariés. Cela passe par la mise à jour fréquente du jeu en ligne pour prendre en compte au plus vite les résultats des analyses des conduites et des désirs des joueurs, afin de favoriser leur fidélisation au jeu, ou bien le passage à des actes d'achat par une minorité de joueurs suffisamment importante et dépensière pour que l'entreprise en retire une rentabilité. Le troisième poste de dépense concerne le « management des externalités », c'est-à-dire tout ce qui est considéré dans une perspective économique comme externe à l'usage du service commercial. En premier lieu, l'entreprise encourage la production d'« externalités de réseaux » pour privilégier sa position sur le marché. Si on prend l'exemple des jeux en ligne massivement multijoueurs comme Dofus, ces externalités se développent avec la démultiplication progressive des rattachements de clients aux jeux les plus fréquentés, parce qu'ils pensent que « plus on est de joueurs, plus on s'amuse ». La diffusion de cette croyance est renforcée par de nouvelles techniques de promotion, comme l'organisation et le partage en ligne des jugements des clients (Pasquier, 2014), notamment grâce à des systèmes publics de notation et au « bouche à oreille » (Beuscart et Mellet, 2012).

La *stratégisation* repose habituellement pour ces entreprises sur trois stratégies d'extraction de bénéfices supplémentaires. Premièrement, elles prélèvent une commission simple, comme dans le cas des jeux de hasard. Deuxièmement, elles suivent une logique de *crowdsourcing* (Von Hippel, 2009), c'est-à-dire qu'elles mettent à disposition des clients des outils pour que ceux qui sont doués de compétences expertes puissent devenir des producteurs de contenus que les autres clients peuvent consommer. Troisièmement, elles élaborent des stratégies relevant du *digital labor* (Terranova, 2000 ; Cardon et Casilli, 2015), c'est-à-dire qu'elles s'appuient sur des outils statistiques pour analyser les activités de tous les clients pour en extraire une valeur économique. Ce gain supplémentaire découle souvent de la revente à une entreprise tierce — notamment à des annonceurs publicitaires — de ces statistiques sur les activités en ligne. Dans ce dernier cas, les clients sont « mis à profit » lorsqu'ils utilisent le service commercial, bien qu'ils ne recourent pas à des compétences expertes pour produire des contenus spécifiques. Nous reprenons ci-dessous chaque méthode et voyons comment elles peuvent s'appliquer à Dofus.

Un premier modèle simple pour valoriser l'activité sociale des clients est proposé par les jeux d'argent et de hasard en ligne qui ont récemment été libéralisés en France (Trespeuch et Mangel, 2009). Comme l'explique Marie Trespeuch (2011a), le service repose sur un modèle de redistribution de la majorité des mises suivant un « taux de retour aux joueurs » qui est fixe. Ce modèle correspond à peu de choses près au prélèvement par l'entreprise organisatrice d'une simple commission sur le montant total des mises. Puis l'entreprise

redistribue aléatoirement le reste entre les joueurs⁸. Outre la place du hasard, qui est nettement plus limitée dans un jeu vidéo comme Dofus, les terrains diffèrent par leurs publics et aussi pour des raisons légales. Les jeux de hasard en ligne sont notamment sous le coup d'une interdiction aux mineurs qui est relativement contraignante. Malgré de nombreuses transgressions de la part de jeunes joueurs de pokers en ligne qui utilisent les numéros de carte bleue des parents ou vont sur des sites offshore illégaux et sans restriction étatique, l'activité reste malgré tout relativement encadrée (Piedallu, 2014). La nécessité d'accéder régulièrement à un compte bancaire pour en retirer l'argent gagné en limite donc les usages avancés à des populations plus âgées qui possèdent des comptes bancaires.

L'entreprise peut faciliter une activité productive issue d'un détournement d'une seconde manière qui relève du *crowdsourcing*⁹. Pour ce faire, elle fournit des « boîtes à outils » (toolkits) faciles à prendre en main pour produire de nouveaux contenus. Contrairement au cas de clients minoritaires qui détournent le service avec les faibles marges de manœuvre dont ils disposent, ici, un nombre bien plus conséquent de clients peut s'équiper afin de produire en grand nombre les contenus utilisables par d'autres. Ces échanges de contenus générés par des utilisateurs peuvent se faire sous la forme de dons ou d'échanges marchands qui favorisent la rétention des clients qui sont en mesure de prolonger leurs usages des services. Ce fut par exemple le cas dans l'industrie du jeu vidéo avec la popularisation des logiciels de « modding ». Ils mettent à disposition des joueurs des moyens informatiques pour intégrer au jeu de nouveaux contenus de leur invention et se les échanger entre eux. Le « modding » a pour visée principale la rétention des joueurs, l'allongement de leur pratique dans le cadre de jeux à plusieurs étant également censé finir par en attirer d'autres (Postigo, 2003 ; Kücklich, 2005 ; Postigo, 2007). Le plus souvent, ces entreprises cherchent ensuite à encourager la production et l'échange de ces contenus gratuits, mais elles tirent parfois des revenus de la vente de la boîte à outils ou d'autres fournitures diverses. Par exemple pour Ravelry, un réseau social sur internet destiné à la pratique du tricot (Zabban, 2015), ces valorisations économiques ciblées sur les moyens de production et la vente de matières premières se produisent par l'intermédiaire d'accord de l'entreprise avec des fournisseurs de laines et d'équipement destinés à la production de modèles. Enfin, lorsqu'il est plus compliqué d'établir un monopole sur la vente des moyens de production ou de circulation des marchandises, ces échanges peuvent simplement être taxés. L'entreprise met à disposition de ses clients une interface sur laquelle ils peuvent revendre leurs productions entre eux et elle ponctionne au passage une commission sur les transactions. C'est un peu ce qui se passe dans Dofus, même si Ankama n'a pas toujours pensé les interfaces graphiques pour qu'elles soient utilisées de la sorte.

⁸ Le cas des jeux comme le Poker est un peu différent parce qu'il comporte une part de stratégie qui valorise nettement certains types de compétences et n'en fait donc pas un jeu de hasard au sens strict.

⁹ Les loisirs numériques qui exploitent des logiques de *crowdsourcing* sont bien documentés dans un numéro récent de la revue Tracés que nous avons coordonné pour partie (Turquier et Vétel, 2015).

En effet, parmi les objets du jeu que les participants à Dofus s'échangent, certains sont achetés au préalable contre des euros. Dans tous les cas, aucun algorithme ne sert à faire des profits grâce à la revente d'analyses statistiques des données d'activités en ligne des clients. Elles sont bel et bien analysées, mais pour un usage interne à l'entreprise, avant tout pour modifier le service afin d'augmenter sa rentabilité¹⁰.

Le *crowdsourcing* se distingue donc d'une troisième méthode d'extraction de valeur basée sur le *digital labor*, c'est-à-dire des profits générés à partir de l'activité des utilisateurs d'un service comme Gmail. En effet, ces derniers ne se rendent alors pas forcément compte que la somme de toutes leurs activités sur la plateforme permet à Google de revendre des espaces publicitaires ciblés sur le « profilage statistique » de chacun. Cette dernière manière d'exploiter commercialement les sociabilités des clients est donc résumée par les recherches sur le *digital labor*. C'est une valorisation économique des données numériques personnelles des clients qui ne peut se faire qu'à grande échelle. Les services incriminés sont produits par des entreprises parmi lesquelles les plus cités sont généralement Google, Facebook ou Instagram lorsqu'il s'agit de services numériques, la communication à distance ou le partage de photographies numériques, d'Uber et d'AirBnB quand il est question de services plus classiques, une course en voiture ou le prêt d'un logement. Cette notion caractérise l'exploitation algorithmique de l'activité en ligne de masses de clients pour en tirer des profits sans qu'ils s'en rendent forcément compte et sans leur reconnaître un statut de travailleur protégé par le droit du travail. Des services en ligne sont incriminés parce qu'ils font des profits en s'appuyant sur des algorithmes statistiques pour extraire de la valeur économique de l'assemblage des données d'activité de leurs clients. Autrement dit, le débat oppose ceux qui considèrent que les clients profitent déjà d'un service, gratuit ou parfois rémunéré, et qu'ils n'ont pas besoin d'autre chose en plus et ceux qui considèrent qu'il y a des situations d'exploitation des clients qui exigeraient des droits supplémentaires pour encadrer ces activités de service, par exemple pour encadrer l'exploitation commerciale des données personnelles des clients, ou les conditions de dédommagement en cas de litige dans le cas des services de mise en relation de personnes comme Uber ou AirBnB.

Dans les deux derniers cas, les contributions des clients peuvent relever de pratiques relativement complexes ou longues à exécuter. Dès lors, plusieurs questionnements émergent. Si des clients s'engagent autant dans la production de valeur de l'entreprise ou si certains parviennent même à s'enrichir grâce au service qu'une entreprise leur vend, alors sont-ils des clients ou des travailleurs ? Si le contrat de travail ne permet plus seul de faire la différence entre ceux qui

¹⁰ Concernant l'analyse des données à proprement parler, il n'y a aucun salarié d'Ankama chargé de programmer un algorithme de traitement statistique compliqué capable de fournir des résultats qui peuvent être revendus à des annonceurs publicitaires. Dans le cas des données qualitatives issues des forums de discussion, ce sont les « community managers » qui s'en chargent, dans le cas des traitements statistiques de données quantitatives, c'est le rôle de « data analysts » ou de salariés « économistes des jeux vidéo ».

produisent de la valeur économique au profit de l'entreprise et ceux qui la lui achètent, est-il encore pertinent de différencier des producteurs et des consommateurs ?

Dès lors qu'il s'agit d'étudier la conception de logiciels libres, Demazière et al. (2011) adoptent une approche originale qui peut nous aider à appréhender plus clairement ces questionnements. Parce qu'ils s'intéressent à la coordination de collectifs de programmeurs de logiciels libres qui sont souvent à la fois des concepteurs bénévoles et des usagers, ils ne sont pas confrontés à des catégorisations si tranchées comme celles qui oppose souvent producteurs de contenus et consommateurs, ou encore concepteurs et usagers d'un service. Ces chercheurs associent ces désignations de rôles à des pratiques situées. Ces désignations statutaires masquent donc des pratiques situées sur un continuum, certains ont les capacités de modifier leurs manières de faire et d'endosser à titre temporaire différents statuts, à tour de rôle.

Nous revenons maintenant à des services contributifs de nature commerciale en gardant en tête que certains protagonistes peuvent exercer plusieurs types de pratiques, qu'elles relèvent par exemple d'un statut de concepteur ou d'utilisateur. Au moment de la première tentative de commercialisation d'un service contributif, le chercheur peut préciser la différenciation entre les parties prenantes en s'intéressant non pas seulement aux statuts des personnes telles qu'elles les désignent, mais aussi aux éléments de leurs pratiques qui les rattachent aux mondes de la production et à la consommation. Pour de tels services en évolution constante, le maintien des statuts habituels de concepteur et d'utilisateur est problématique parce qu'il est en décalage avec les pratiques observables. Couramment, celles-ci alternent aussi bien des gestes typiques de la conception, de la commercialisation et de l'usage (Akrich, 1992 ; Çalışkan et Callon, 2009). Pour tenter de clarifier l'analyse de ces « services contributifs », Alexandre Mallard s'intéresse aux pratiques en portant une attention particulière à ce qui relève de l'interface qui sépare traditionnellement les catégories de conception et d'usage d'un service marchand, c'est-à-dire la commercialisation.

Une stratégie alternative inspirée des détournements d'usage

Certaines entreprises développent une stratégie de modification constante de leurs services commerciaux. À l'étape de commercialisation des services, ces entreprises testent des innovations auprès de certains usagers, puis les ajustent en conséquence et les intègrent à leurs produits commerciaux. C'est ce que Mallard appelle *l'innovation par l'exploration des usages* (2011). Le chercheur distingue dans ce processus d'innovation deux manières d'appréhender l'étape de commercialisation. La première reprend le principe du « bêta test » auprès d'utilisateurs sollicités avant la commercialisation d'un produit. Ces usagers sont choisis parce qu'ils remplissent des critères d'expertise – ils sont souvent appelés des *lead users* (Von Hippel, 1986), notamment parce qu'ils sont capables de provoquer l'enrôlement d'un grand nombre de clients à leur suite. La seconde manière d'intégrer l'étape de commercialisation correspond au cas que nous allons étudier dans Dofus. C'est le test d'une innovation *in vivo*, sur un service qui est déjà

commercialisé. Cette méthode fait courir le risque de perturber la rentabilité du service, mais elle a aussi l'avantage d'inclure les modalités de commercialisation « grandeur nature » dans la phase de test pour pouvoir les modifier en quelques essais, jusqu'à déboucher sur une version stabilisée lorsqu'elle améliore les profits de l'entreprise. Une conséquence de cette méthode est de rendre le management de l'entreprise plus tolérant à des expérimentations qui soumettent des services existants à un risque commercial supplémentaire.

Pour rendre compte de ce type de stratégies commerciales testées *in vivo*, nous nous appuyons sur le concept d'*agencement marchand* (Callon, 2013). Il désigne un réseau de relations sociotechniques nouées plus ou moins intentionnellement entre des acteurs humains et non humains, afin que des échanges marchands puissent avoir lieu¹¹. Callon détaille ce processus en cinq étapes de « cadrage » consécutives. La *passivation des biens* est la première, elle correspond à la manière dont des qualités sont attribuées à un objet pour en faire un bien marchand avec des propriétés distinctes qui facilite son détachement des agents humains. *L'activation d'agences calculatrices* est la seconde étape, elle identifie la manière dont les agents humains se combinent dans des milieux sociotechniques pour formuler des jugements comparatifs sur les biens détachés qui sont donc disponibles à l'échange marchand. La troisième étape est *l'organisation des rencontres marchandes*, elle décrit le processus d'appariement des agents échangistes et des biens à échanger. La quatrième étape caractérise les *attachements marchands*, elle implique souvent les passions des acheteurs, mais ils peuvent reposer sur d'autres notions comme l'utilité. C'est cette étape-ci que nous étudions le plus dans notre thèse. Enfin, la dernière étape correspond à la *formulation des prix*, lorsque les agents doivent mobiliser leurs réseaux sociotechniques pour passer du jugement subjectif au partage social de sa formulation en vue de trouver un accord mutuel, si possible propice à l'échange.

Nous nous intéressons à une entreprise comme Ankama parce qu'elle a la particularité de mettre en place des offres commerciales qui résultent d'un processus de *réagencement marchand* qui suit un double mouvement caractéristique. Le point de départ est un service commercial établi entre des clients et une entreprise. L'usage de ce service débouche sur une profonde modification des *agencements marchands* qui est réalisée en plusieurs étapes. Dans un premier temps, l'entreprise identifie une minorité de clients qui *détourne* ce

¹¹ Cette conceptualisation permet à Callon de définir ces *agencements marchands* comme un ensemble qui inclut et dépasse les *marchés-interfaces*, c'est-à-dire ce que le sens commun nomme un « marché », à savoir une organisation sociotechnique qui réalise des échanges marchands grâce à la *performation* des principales théories de l'économie orthodoxe dite « mainstream ». *L'agencement marchand* couvre donc une pluralité de formes d'échanges qui excèdent celles qui ont traditionnellement lieu sur des « marchés ». Par ailleurs, les principales formes d'échange à l'œuvre de nos jours sont couvertes par cette définition des *agencements marchands*. Elles ont été cartographiées par Philippe Steiner (2014) et couvrent notamment l'échange marchand typique du *marché-interface*, mais aussi l'échange de biens symboliques, le don maussien entre deux personnes, le don organisationnel dont les règles d'échange sont fixées par une organisation dédiée, l'héritage, l'impôt et le trafic qui est une forme d'extorsion suite à l'exercice d'une violence physique.

service, dans certains cas pour se faire de l'argent. Pour reprendre la terminologie de Callon, cette étape correspond à l'identification des *agences calculatrices* qui sont *activées* lors du détournement marchand. Dans un second temps, elle s'inspire de ce détournement pour proposer une offre alternative qui capte les profits générés par le service détourné, parce qu'elle propose une version mieux adaptée à l'ensemble de ses clients. Cette offre alternative est souvent plus simple et plus sûre à utiliser que le détournement. En résumé, l'entreprise s'appuie sur une capacité paradoxale des *agencements marchands* issus de *détournements d'usage*. Ces derniers illustrent la mise en œuvre par une minorité de certaines dispositions communes à tous les clients, mais que la plupart ne mettent pas en pratique. L'observation des détournements des clients les plus inventifs informe l'entreprise sur l'existence de ces dispositions. La stratégie basée sur des *réagencements marchands* vise donc à identifier des dispositions latentes des clients qui peuvent être intégrées aux *agencements marchands*. Ces dispositions concernent les cinq étapes de « cadrage » du processus *d'agencement marchand*.

Malgré cela, cette stratégie de *réagencement marchand* a très souvent des conséquences imprévues. Pour les salariés de l'entreprise, une fois que le réagencement est effectif, il est difficile d'anticiper l'ampleur des nouvelles pratiques des clients. Leur étendue peut être plus large que prévu, au point de dégrader la qualité du service et sa réputation, puis d'en détourner certains profils de clients pourtant précieux pour l'entreprise. C'est par exemple ce qui se passe lorsque ceux qui s'en vont sont des meneurs dont les choix influencent des groupes entiers d'usagers. À l'inverse, les clients peuvent d'emblée se détourner du nouveau service, notamment lorsqu'une transgression morale associée avec le *détournement* d'origine n'est pas complètement évacuée par le design marchand *réagencé*. Tout au moins pendant une phase transitoire dont la durée correspond au temps de mise en place de comportements mimétiques massifs, la majorité des clients a des réticences à adopter un service pourtant mis à leur portée.

L'organisation des profits économiques de services propices à l'incertitude

Les modifications fréquentes de services commerciaux ne peuvent être mises en œuvre que si l'entreprise en a les possibilités techniques et si les clients tolèrent une relative instabilité du service. Dans la suite, nous montrons dans un premier temps en quoi l'incertitude au cœur des services informatiques en ligne et des jeux favorise des contextes particulièrement propices à de fréquentes modifications de design. Dans un deuxième temps, nous débouchons sur le constat que l'incertitude tient une place de choix dans les jeux en ligne, car ils sont à la croisée des services en ligne et des activités ludiques. Nous explorons donc l'originalité de certaines pratiques des joueurs en ligne qui peuvent émerger d'un tel contexte et en particulier celles qui peuvent servir à générer des profits.

Premièrement, nous commençons donc par décrire la place de l'incertitude dans les logiciels en ligne et dans les jeux. Les logiciels utilisés en ligne se prêtent à d'incessantes modifications de la part des concepteurs. Ce sont des agencements de logiciels distribués entre ceux qui les utilisent et ceux qui les administrent. Basés sur des architectures informatiques éparpillées chez les clients et dans

l'entreprise, ils sont faciles à transformer en profondeur grâce à de simples « mises à jour » effectuées à distance, sans générer de coûts de distribution. Les concepteurs d'un service en ligne peuvent donc le modifier à l'envi et dans le cas d'un jeu en ligne ils ne se privent pas de le faire plusieurs fois par mois, en prenant soin d'éviter le déclenchement de conflits avec la majorité des joueurs qui pourraient se sentir lésés par ces changements. Ces principes sont à la base d'une nouvelle manière de produire des services en ligne qui banalise les essais *in vivo*. Le modèle de conception de logiciels en ligne est donc original. La possibilité de les modifier à tout moment change radicalement la perspective des concepteurs. Généralement, ils ne cherchent pas à mettre à disposition un service sans défaut, mais préfèrent maintenir volontairement le logiciel dans un état d'inachèvement qui favorise des réajustements dynamiques en fonction des usages que les clients privilégient. Dans ces conditions atypiques, l'entreprise est contrainte de mener une veille permanente sur les usages de ses clients, afin de modifier fréquemment un service qu'elle commercialise déjà sous une forme inaboutie. Autrement dit, en comparaison de logiciels classiques commercialisés une fois qu'ils sont considérés comme exempts de tout défaut, les logiciels utilisés en ligne contraignent leurs usagers à élever leur seuil de tolérance aux dysfonctionnements, ne serait-ce que temporairement, le temps que plusieurs mises à jour soient mises en place et prouvent leur efficacité sur les usages observés. Le contexte ludique des jeux contribue lui aussi à favoriser le développement de services commerciaux instables et non finalisés. Si le pari reste risqué pour des services en ligne classiques, c'est parce que la plupart des clients s'attendent à bénéficier de possibilités d'interaction assez limitées qui circonscrivent un service aux fonctions relativement pauvres et rapides à cerner. Une grande portion des clients échangent généralement tout au plus des fichiers de musique, des messages textuels ou des informations sur leur position géographique.

En tant que service commercial, les jeux se distinguent nettement parce qu'une partie importante des joueurs payent pour qu'une entreprise leur garantisse une confrontation à l'imprévu. Pour ces clients atypiques, la dimension ludique du jeu découle précisément des libertés d'action qu'elle ménage pour qu'ils soient surpris et excités – et dans la plupart des jeux, ces libertés font une place importante à l'approfondissement de sociabilités entre joueurs. Comme nous le verrons dans la deuxième partie de la thèse, les engagements planifiés font toutefois partie intégrante des pratiques compétitives dans les jeux. Mais parce que le cadrage ludique préserve le joueur des conséquences physiques et sociales les plus graves, il encourage précisément un grand nombre d'entre eux à se confronter à l'incertain sans toujours minimiser les surprises et les prises de risque. Nous pouvons faire l'analogie avec l'opposition entre les comportements économiques des entrepreneurs « aventuriers » et des marchands en recherche de « rentes » (Knight, 2012). Cela se traduit à trois niveaux différents dans un jeu en ligne comme Dofus. Premièrement, les joueurs ont des marges pour expérimenter des pratiques novatrices grâce aux possibilités d'évolution très variées des marques de progression du jeu. Deuxièmement, cette diversification des pratiques est accentuée par la *persistance* au long cours des personnages joués qui détiennent ces *marques*. Ils finissent par évoluer sur des échelles de temps qui n'avaient pas été pensées à l'origine par les concepteurs et les règles du jeu ne sont plus

nécessairement adaptées à leur manière de jouer. Troisièmement, contrairement à ce qu'on pourrait penser de manière intuitive, cette émergence fréquente de nouvelles formes de sociabilité peut se trouver contrariée par les concepteurs du jeu lorsqu'ils modifient le code informatique du jeu. Le code jette les bases des cadres d'interaction à distance auxquels tous les clients doivent se conformer, ses modifications fréquentes pour adapter le jeu aux usages émergents des clients. Toutefois, cela rend souvent l'évolution des sociabilités des joueurs encore plus imprévisible, car les modifications des règles du jeu ont des effets imprévus sur des populations de joueurs très importantes et certains parviennent toujours à inventer de nouvelles manières de jouer à partir de la nouvelle mouture des règles. Ces logiciels en ligne si plastiques (Neff et Stark, 2003) ont donc tendance à produire des sociabilités entre les clients qui ne restent pas stables sur de longues durées. Les tentatives de régulation des salariés de l'entreprise sont récurrentes et certaines ne manquent pas d'offrir involontairement aux joueurs de nouvelles possibilités d'action.

La place de l'incertitude dans les jeux vidéo en ligne est donc centrale. Elle découle à la fois des caractéristiques techniques et organisationnelles liées à la conception des logiciels en ligne et de caractéristiques propres aux contextes ludiques. Les jeux en ligne sont donc des terrains de prédilection pour observer des services commerciaux aux évolutions rapides et hiératiques. Ils permettent d'étudier quelles sont les pratiques de jeu qui sont favorisées par ce contexte si particulier.

Deuxièmement, nous explorons quelques activités typiques des clients d'un jeu en ligne et en particulier le détournement d'usages scriptés qui est susceptible de générer des profits. Parmi les activités des clients d'un jeu en ligne, certaines prises de risque qu'ils n'hésitent pas à prendre sont particulièrement intéressantes à étudier pour l'entreprise. Il s'agit de l'invention au sein du jeu de nouvelles manières de faire. L'observation des usages des clients d'un service aussi instable qu'un jeu en ligne permet d'identifier certaines pratiques émergentes qui peuvent servir à générer des profits monétaires. Après un certain temps d'utilisation, un service en ligne est *domestiqué* par ses usagers, c'est-à-dire qu'ils l'utilisent en démultipliant les recours à des routines de familiarité. Pourtant, au cœur de ces usages *domestiqués* finissent par émerger chez certains des *détournements* qui bousculent profondément certaines routines d'autres participants. C'est notamment le cas dans un jeu en ligne lorsque des joueurs organisent la *commercialisation* d'objets virtuels du jeu à des fins lucratives. Si nous nous attachons à analyser les activités des clients qui peuvent potentiellement générer des profits monétaires, la notion qui semble la plus utile à mobiliser est celle de *détournement*. Madeleine Akrich (1998) le définit comme suit :

Un dispositif est détourné lorsqu'un utilisateur s'en sert pour un propos qui n'a rien à voir avec le scénario prévu au départ par le concepteur et même annihile du coup toute possibilité de retour à l'usage précédent.

Parmi les détournements d'un service, les clients en mettent en œuvre certains dont ils tirent des profits économiques pour leur propre compte. Dans le cas des jeux, ces profits aiguisent de multiples velléités d'enrichissement. Après plusieurs

années, les salariés de l'entreprise parviennent généralement à privatiser certaines sources de profits inventés par les joueurs, alors que d'autres, plus difficiles à réformer, les astreignent à des modifications de design limitant la visibilité de profits qui continuent pourtant à leur échapper.

Au regard des logiciels libres (Demazière, Horn et Zune, 2007), les jeux en ligne commerciaux imposent des rôles mieux définis et plus rigides, mais l'étude des logiciels libres reste inspirante parce que dans les deux cas les phases de conception, de commercialisation et d'usage ne suivent pas un déroulement linéaire et unique¹². Premièrement, nous observons des détournements d'usage du logiciel de jeu en ligne, mais également des détournements des procédures de paiement pour se réabonner au jeu. Autrement dit, il est insuffisant de parler de détournement tant que nous ne précisons pas qu'ils concernent aussi des usages de systèmes de paiement, au même titre que des usages du logiciel de jeu, voire que les deux se combinent presque toujours. Deuxièmement, ces détournements peuvent être de deux types. Ils sont toujours identifiés comme des usages imprévus au regard des usages « scriptés », c'est-à-dire ceux qui ont été imaginés à l'avance par les concepteurs. Toutefois, ces scripts d'usage peuvent subir des « détournements internes » lorsque les usages possibles sont sous la responsabilité technique et juridique de l'entreprise créatrice du jeu. C'est le cas lorsque le détournement a lieu exclusivement au sein du logiciel en ligne. Toutefois, certains de ces « détournements internes » ne sont possibles qu'avec l'appui de services « externes », d'autres outils techniques, notamment sur des sites internet tiers qui peuvent être des sites de paiement comme PayPal ou bien carrément des plateformes de courtage qui vendent des « d'objets virtuels » utiles aux personnages joués dans les jeux en ligne. Les modifications du logiciel de jeu en ligne peuvent donc répondre à l'un des deux types précédents de détournements. Le cas le plus fréquent est alors une adaptation du logiciel de la part de l'entreprise qui le contrôle afin de proposer un service équivalent qui va se substituer au détournement. Le plus important est alors de recadrer le détournement des pratiques de paiement. Le détournement de l'usage du reste du logiciel de jeu pouvant éventuellement être épargné s'il ne gêne pas trop d'usagers et qu'il ne risque pas de leur faire quitter le jeu.

Ankama s'inspire des détournements de son service commercial pour améliorer ses profits

En résumé, dans le cas des jeux en ligne, l'entreprise finit souvent par déclarer que ces détournements exploitent commercialement son produit et concurrencent ses bénéfices¹³. Du fait que l'entreprise créatrice d'un jeu en ligne rédige souvent des contrats de licence d'utilisation qui ne cèdent aucun droit d'exploitation commerciale à ses clients, elle revendique aisément les gains issus des détournements de ses clients. Puis, quand elle en a les capacités techniques, elle

¹² Ils ne se plient pas non plus à des rôles aux hiérarchies adossées à des contrats de travail ou aux diplômes des contributeurs. Cette originalité est discutée dans les derniers chapitres de la thèse.

¹³ Pour reprendre la terminologie des sciences de gestion, cela relève d'une forme de « coopération ».

modifie le design du jeu en ligne pour contrarier les gains des joueurs et dans le cas qui lui est le plus favorable elle capte leurs bénéfices. Cette stratégie d'entreprise se démarque donc à la fois du *crowdsourcing* et des pratiques identifiées à du *digital labor*. Contrairement à cette dernière, elles font appel à des usagers experts en détournement et non pas à une analyse statistique des pratiques de tous. D'autre part elle ne consiste pas comme dans le *crowdsourcing* à mettre tout de suite en œuvre des outils techniques et un discours de promotion d'une « plateforme d'innovation » sensée encourager des clients experts à des expérimentations nettement plus cadrées, dont ils tireront un profit personnel qui relève rarement d'un enrichissement monétaire, mais plus souvent d'un gain de notoriété qui peut déboucher sur une meilleure visibilité professionnelle. Pour Dofus, la distribution des profits entre l'entreprise et ses clients est nettement plus fluctuante, la rémunération de l'entreprise suit le processus caractéristique des détournements d'usage qu'Akrich décrit comme un éloignement progressif des premiers usages « scriptés ». Les profits issus des détournements et l'identité de leurs bénéficiaires peuvent donc changer au gré des transformations sociotechniques qui se succèdent dans le va-et-vient qui accompagne les tentatives de valorisation économique du service par des clients et par l'entreprise.

Le second espace de littérature par rapport auquel nous pouvons situer notre travail concerne plus précisément la compréhension que les chercheurs ont des activités économiques des joueurs en ligne. Nous le parcourons maintenant, ce qui sera l'occasion de préciser quel type de sociologie économique nous cherchons à développer.

B - Une sociologie économique des pratiques de jeu en ligne

En net contraste avec notre incapacité à réaliser des tests vraiment scientifiques dans des configurations économiques « réelles », les économies créées par les vidéojoueurs sont un merveilleux banc d'essai pour des expérimentations riches d'enseignements. Non seulement nous avons à notre disposition une collection d'informations complètes qui rendent tout échantillonnage superflu, mais encore plus important, nous pouvons changer les valeurs, les règles et les configurations sous-jacentes, puis nous installer confortablement et observer comment la communauté réagit, comment les prix relatifs changent, comment les nouveaux motifs comportementaux évoluent. En bref, nous pouvons jouer le rôle d'un dieu omniscient et omnipotent. Le véritable paradis pour un économiste...

Y. Varoufakis (2014)

Sept mois avant de devenir ministre de l'Économie de la Grèce, l'économiste Yanis Varoufakis explique à des chercheurs spécialistes de l'investissement financier à quoi pourrait leur servir l'étude des marchés internes aux jeux vidéo. Son intérêt pour le sujet remonte aux années 2012 et 2013, lorsqu'il travaille pour le compte de Valve Software, une célèbre entreprise américaine de jeux vidéo¹⁴. Parmi les retours sur son expérience professionnelle qu'il diffuse sur internet, nous pouvons citer un

¹⁴ Elle a notamment connu le succès grâce à la mise en ligne légale d'une modification de son jeu *Half Life* (Valve Software, 1998) réalisée par deux joueurs passionnés que l'entreprise s'empresse d'embaucher comme développeurs.

article de blog (2012), une longue interview radiophonique (2013) et une présentation dans une conférence consacrée à la finance (2014). Ces sources variées indiquent que son expérience chez Valve Software l'aurait convaincu du fait que les économies internes des jeux en ligne¹⁵ et des plateformes de téléchargement en ligne de jeux vidéo comme Steam sont des représentations parfaites des marchés d'échange théorisés par Von Mises et Hayek. C'est-à-dire que selon lui, ces environnements sociaux seraient le siège d'échanges économiques qui ne nécessitent ni de « marché du travail », ni de « marché d'échange de capitaux ».

Ainsi, certains économistes comme Varoufakis s'intéressent aux jeux vidéo, mais sans nécessairement regarder toutes les pratiques que les joueurs participent à faire émerger. Les jeux vidéo leur semblent donc reproduire en miniature des mondes sociaux avec des échanges d'objets et des monnaies spécifiques, si bien que ces économies paraissent semblables à des modèles simplifiés de la vie marchande hors d'un jeu. Cette stylisation des échanges qui se déroulent dans les jeux semble rejoindre celle des modèles théoriques de l'économie « mainstream ». Ces théories devraient donc se vérifier aisément pour ces univers simplifiés. Il suffirait pour cela de leur appliquer les méthodologies propres aux recherches académiques en économie. D'une part, l'expérimentation *in vivo* ou la collecte de données quantitatives dont une variante est couramment utilisée par les « data analysts » de l'industrie des jeux en ligne¹⁶. D'autre part, la modélisation mathématique, notamment la *simulation multiagent* basée sur l'étude des effets composés à grande échelle à partir d'interactions d'agents économiques individuels codés par des algorithmes.

Un débat sur la caractérisation des échanges marchands des joueurs en ligne s'ouvre entre les économistes des jeux vidéo adeptes de ces méthodes d'analyse et les sociologues de l'économie. Certains chapitres de cette thèse s'inscrivent dans ce débat et apportent des éléments empiriques pour défendre l'approche sociologique. Dans la suite de cette sous-section, nous décrivons les principaux arguments qui cadrent ce débat, puis nous revenons plus en détail sur les critiques majeures que l'approche sociologique permet d'opposer aux analyses des économistes des jeux vidéo.

¹⁵ Il travaille en particulier sur les activités de revente en argent réel des joueurs de Team Fortress II (Valve Software, 2007).

¹⁶ Plusieurs entretiens exploratoires avec des salariés d'une entreprise de jeux Facebook spécialisés dans l'analyse statistique des données d'activité de jeux vidéo ont pu nous confirmer que le travail des économistes au service d'un concepteur de jeux vidéo est intéressant à étudier, car il rejoint par bien des aspects celui de « data analyst ». Vers 2008, ce dernier devient un métier populaire dans les entreprises qui proposent des services en ligne, et tout particulièrement des jeux en ligne sur Facebook. Sur la foi d'analyses statistiques des données de l'activité en ligne des joueurs, le fonctionnement du service est réajusté en permanence pour retenir plus longtemps certains clients et augmenter leurs dépenses totales en euros. En mettant en avant leur statut académique, les économistes qui travaillent pour l'industrie ajoutent souvent aux fruits du travail de « data analyst » une image médiatique respectable qui donne l'impression que les joueurs participent à quelque chose qui peut être pris au sérieux parce que cela nécessite l'usage d'outils traditionnellement réservés à l'analyse des échanges économiques des nations ou de marchés transnationaux.

Dans un premier temps, nous identifions ce qui sépare les approches économique et sociologique aux prises avec les échanges dans les jeux en ligne. Dans un deuxième temps, nous identifions un apport de la sociologie, la prise en compte des contextes des joueurs qui découlent du hors-jeu. Dans un troisième temps, nous nous concentrons sur deux oublis des économistes qui concernent certains prolongements des pratiques de jeu qui sont partie prenante d'un « marché des capitaux » et d'un « marché du travail ». Nous expliquons également que sur ce second marché en particulier, le design des marques de progression organise les pratiques de jeu sous forme de hiérarchies entre des groupes de joueurs qui les produisent et les échangent sans qu'un phénomène de distinction sociale parvienne à émerger de manière importante.

Les limites de l'approche économique des activités de jeu vidéo en ligne

La première manière de considérer l'activité économique dans un jeu vidéo sous l'angle de l'analyse économique est d'adopter le point de vue de « l'économiste théoricien ». Nous aurons alors tendance à rapprocher les règles d'échange dans le jeu de celles d'un modèle théorique comme dans l'extrait de Varoufakis cité plus haut. Nous pouvons par exemple nous concentrer sur les règles du jeu telles qu'elles sont décrites par les algorithmes informatiques qui cadrent les actions économiques que peuvent mener les personnages du jeu. De cette manière, les règles du jeu sont faciles à traduire dans des théories économiques simples et élégantes. En suivant cette approche « modélisatrice », la dynamique des échanges dans le jeu a donc toutes les chances d'être prévue avec certitude par une théorie économique, puisque les joueurs n'ont pas le loisir d'échanger des objets du jeu autrement.

Penser que la stylisation des échanges sur les marchés dans les jeux vidéo pourrait en faire des manifestations empiriques très fidèles aux théories de l'économie néoclassique est une idée qui relève souvent du sens commun et qui se retrouve dans la bouche d'un certain nombre d'analystes qui ne sont pas des chercheurs. Le plus souvent, les économistes s'en détournent et préfèrent appréhender les activités d'échange dans les jeux vidéo grâce à une méthodologie basée sur la collecte de données empiriques. Dans la suite, nous montrons que ces analyses font souvent recours à deux indicateurs macroéconomiques qui subissent une transposition aux échanges marchands des jeux en ligne sans nécessairement faire l'objet d'adaptations particulières.

L'adoption du point de vue de « l'économiste empiriste » pour étudier les jeux vidéo est problématique. Varoufakis (2012) considère lui-même qu'un économiste qui étudie les échanges marchands qui se déroulent dans un jeu vidéo à partir des données quantitatives collectées en ligne effectue un travail de recherche sensiblement distinct d'un économiste ordinaire. En effet, le jeu vidéo empêche de recueillir des données de la même nature que celles que collecte un économiste empiriste. Ce dernier doit souvent recourir à des données issues d'un questionnaire. Le format des réponses possibles a été pensé par un statisticien ou un économiste. Le logiciel de jeu donne quant à lui l'accès direct à des données d'activité sous forme numérique, formatées par et pour des informaticiens et des

concepteurs de jeu. Ces données sont prêtes à subir des traitements mathématiques et statistiques destinés au pilotage du jeu. En effet, la base de données centrale du jeu en ligne offre directement l'accès aux traces de l'activité économique des personnages du jeu, des prix, des stocks qu'ils gardent en réserve, des quantités de biens qu'ils ont échangés, de l'identité des marchands influents, etc. L'activité des joueurs offre déjà sur un plateau des données formatées qu'il est facile d'analyser en produisant quelques indicateurs synthétiques. Ceux-ci rassureront les économistes qui se sentiront en terrain connu, leurs indicateurs préférés à portée de main.

Parmi ceux qui militent pour des approches économiques empiristes des jeux vidéo, le chercheur Edward Castronova est l'un des plus médiatiques. Il s'est fait connaître collectant des données qui quantifient des échanges marchands entre personnages d'un jeu en ligne, puis en les analysants à l'aide d'indicateurs macroéconomiques. Au début des années 2000, alors qu'il est étudiant en master d'économie, formé à l'économie néoclassique « mainstream », il commence à publier des articles inspirés de cette démarche (Castronova, 2001, 2002). Son travail est remarqué un peu plus tard, lors de la publication de l'ouvrage issu de sa thèse (Castronova, 2005). La rhétorique de ce livre retient à l'époque l'attention des journalistes et d'économistes mainstream, car elle traduit l'activité marchande des vidéojoueurs à l'aide des indicateurs macroéconomiques qui leur sont familiers. Ces phénomènes économiques paraissent donc tout à fait transposables au sein de jeux massivement multijoueurs.

Le premier phénomène qui attire l'attention de ces publics spécialistes de l'économie est l'inflation. Dans les jeux en ligne, elle est d'abord appelée MUDflation, en référence aux Multi-Users Dungeons (MUD), les premiers jeux en ligne ancêtre des jeux massivement multijoueurs dans lesquels elle est d'abord identifiée. C'est à l'époque le journaliste Julian Dibbell qui invente le terme pour décrire la fluctuation des prix des biens dans un jeu (Dibbell, 1998). L'inflation touche la plupart des monnaies privées en circulation dans ces jeux, entraînant une variation très rapide des prix des objets qu'on achète dans le jeu pour équiper son personnage.

Comme le remarquent d'emblée ces analystes, le rythme et l'ampleur des variations de prix sont nettement plus importants que pour l'économie d'un pays. Ils relèvent aussi que lorsque l'économie de l'univers du jeu subit de plein fouet une crise monétaire, contre toute attente l'économie du jeu ne s'effondre pas. Les échanges monétaires sont maintenus, car les informaticiens de l'entreprise ont accès aux paramètres du code informatique et peuvent donc mettre en œuvre une politique monétaire et budgétaire pour contrôler autant que possible les prix et les volumes monétaires en circulation dans le jeu. Ils ont nettement plus de leviers d'action qu'un banquier central, qu'un ministre du budget ou de l'économie d'un pays. Le succès de leurs interventions dépend donc davantage de leur compréhension de l'ensemble des conséquences économiques de leurs actes, et elle est lacunaire s'ils s'en tiennent à l'économie.

Le second phénomène économique majeur est révélé par les tentatives d'évaluer en dollar le volume des échanges qui ont lieu dans les jeux en ligne les

plus joués, pour pouvoir les caractériser par un Produit Intérieur Brut (PIB). Castronova considère que l'ordre de grandeur de ces échanges de biens virtuels est équivalent au PIB de certains pays de l'est de l'Europe comme la Bulgarie. Le choix du PIB pour caractériser l'économie des jeux en ligne invite implicitement à les considérer comme de « nouveaux pays », que les économistes pourraient étudier à l'aide de leurs théories. À commencer par les macroéconomistes qui s'intéressent spécifiquement aux indicateurs de la comptabilité nationale. Les années qui suivent, le même auteur continue à publier des articles pour prouver que la transposition aux jeux en ligne des indicateurs macroéconomiques classiques est viable (Castronova et Falk, 2009 ; Castronova et al., 2009).

En conclusion, pour l'économiste théoricien, le joueur se résume à choisir les valeurs permises par les variables prévues dans un algorithme, pour l'économiste empiriste l'action du joueur produit des données formatées qui peuvent directement être analysées par les méthodes de traitement numériques pour être ramenées à des indicateurs économiques qui ont des significations bien connues et faciles à comprendre même dans le contexte d'un jeu vidéo. Le principal problème de ces deux approches c'est qu'elles naturalisent les interactions de personnages numériques. D'une part, elles ne s'intéressent pas aux gens qui les contrôlent, alors qu'ils sont ceux qui pratiquent l'activité marchande et qu'ils sont eux-mêmes encadrés dans un environnement socioéconomique. D'autre part, ces approches font l'impasse sur le contexte ludique qui cadre certaines actions économiques des joueurs.

Le premier apport de l'approche sociologique : la prise en compte des activités hors du jeu

Quelle est donc l'activité d'un joueur en ligne ? Le joueur en ligne se contente-t-il vraiment de mettre en mouvement un programme informatique qui anticipe tout ce qu'il peut faire ? Agit-il nécessairement en respectant des règles aussi stylisées, en se contentant de participer au bon fonctionnement d'un modèle algorithmique déjà écrit ? Ou bien ses actions s'inscrivent-elles dans une logique de contrôle algorithmique un peu plus lâche dans lequel le jeu ne laisse qu'une place réduite aux libertés d'action de joueurs qui produisent des données numériques ? Autrement dit, dans les coulisses côté entreprise, l'analyse statistique à partir d'outils inspirés des sciences économiques est-elle efficace ? Les données d'activités des joueurs sont-elles suffisamment bien formatées pour que ces analyses débouchent vite sur des adaptations du design qui prendront correctement en compte tout ce que les joueurs vont faire ?

Les méthodologies qualitatives que mobilisent couramment les sociologues de l'économie permettent de mieux comprendre quelles places tiennent des individus lorsqu'ils participent à des *agencements marchands*. Notamment lorsque ces formes d'échange sont regroupées dans des « places de marché » tangibles, pensées pour fonctionner suivant les théories économiques néoclassiques. Un certain nombre de chercheurs de cette discipline ont montré qu'il y a toujours un écart important entre d'une part le projet abstrait de création d'un marché qui

respecte les canons de la théorie économique néoclassique et d'autre part sa réalisation sociotechnique.

Nous pouvons citer le travail de Marie France Garcia qui décrit l'importance des relations sociales au cœur d'un marché aux fraises destinés aux grossistes, alors qu'il est pourtant conçu pour organiser les échanges à l'aide d'un système électronique d'enchères publiques censé empêcher les arrangements informels entre les offreurs et les demandeurs (Garcia, 1986). Dans deux autres études consacrées aux marchés aux fruits et légumes de Carpentras et au marché aux puces de Saint-Ouen, de La Pradelle et Sciardet vérifient pour leur part que les échanges recouvrent une diversité de pratiques que le modèle de l'économie néoclassique ne permet en rien de modéliser (de La Pradelle, 1996 ; Sciardet, 2003). Enfin, le travail d'Alan Kirman sur la vente des poissons à la criée de Marseille semble mettre le doigt sur ce qui oppose sociologues et économistes. Il montre qu'en construisant des indicateurs économiques qui regroupent suffisamment de ventes tirées des livres de compte des marchands, ces chiffres corroborent relativement bien les prédictions du modèle néoclassique, alors que le postulat d'agents économiques aux choix rationnels et indépendants n'est pas du tout vérifié par le volet qualitatif de son étude (Kirman, 2001). Des marchés imaginés pour respecter les préceptes de l'économie néoclassique peuvent donc les respecter aux échelles de mesure qui sont mises en œuvre par les régulateurs pour vérifier le maintien de cette adéquation. Mais cette adéquation *performative* entre théorie et pratique ne renseigne pas du tout sur les contorsions qu'imaginent les agents économiques pour mettre en œuvre ou contourner les contraintes sociotechniques que les régulateurs font peser sur eux. Les modes d'échange marchand ne correspondent donc jamais tout à fait à ceux qu'imaginent les théoriciens économiques. Les sociologues de l'économie que nous venons d'évoquer le vérifient toutefois seulement dans le cas d'agencements sociotechniques dévolus à la vente de produits tangibles sur des marchés localisés dans un lieu tangible et unique, en dehors de tout contexte ludique et sans qu'il s'intéresser aux spécificités qu'apportent des usages intensifs du numérique.

En résumé, les apports de notre étude dans ce débat détaillent le cas d'un jeu en ligne comme ceux dont parlent explicitement les économistes des jeux vidéo comme Varoufakis et Castronova. Nous prenons en compte plusieurs dimensions contextuelles liées aux échanges entre les joueurs que les économistes des jeux vidéo ont tendance à occulter. D'une part, une part d'entre eux oublie de rattacher l'activité sociale des personnages d'un jeu en ligne à l'activité et aux ressources sociales des joueurs. Or la restriction de l'analyse aux échanges entre personnages joués n'a pas beaucoup de sens si l'interaction marchande est vraiment l'objet d'étude. La description du lien étroit entre l'activité économique du personnage dans le jeu et celle du joueur doit être mieux documentée, a fortiori quand il s'agit d'un jeu avec une formule commerciale complexe qui autorise une frange des participants à jouer sans payer. Une seconde négligence courante concerne le contexte ludique. Si seulement certains participants d'un jeu sont d'accord pour admettre qu'ils sont là pour s'amuser, alors la coordination entre toutes les parties prenantes n'est pas la même qu'en dehors d'un jeu. L'application des théories économiques aux échanges des participants prend donc un sens très singulier.

L'analyse des échanges doit donc prendre en compte la spécificité de ces situations qui sont perçues comme ludiques par certains collectifs de participants seulement.

Le second apport de l'approche sociologique : la caractérisation des « marchés du travail » et des « marchés des capitaux »

La deuxième partie de cette thèse contribue également à un autre débat avec les économistes des jeux vidéo. Il s'agit d'expliquer de quelle manière certaines solutions de paiement implémentées dans les jeux en ligne — par exemple, pour payer son abonnement sur internet ou avec un téléphone — peuvent se coupler avec les interfaces d'échange des marques de progression du jeu. Notamment lorsque le couplage avec des interfaces d'échange inspirées des principes d'un « marché parfait » fait émerger des transactions économiques qui débordent les cadres du logiciel de jeu et s'apparentent à des échanges que les économistes rattachent à des « marchés des capitaux » et à des « marchés du travail ».

Ces dix dernières années, l'intégration aux jeux en ligne de ces deux types de marchés a progressé et modifié leurs modèles économiques. Cela s'est fait en partie sous l'influence de certains « univers virtuels » qui ont les premiers proposé que l'entreprise créatrice intègre ces marchés secondaires à son logiciel, plutôt que de laisser l'initiative à des tierces parties de former des marchés secondaires autonomes. Les « univers virtuels » se distinguent des jeux en ligne parce que leur design ne cadre pas les interactions entre les participants suivant les modalités de jeux compétitifs ou coopératifs. Le design des « univers virtuels » donne l'impression qu'il encourage plus librement les participants à imaginer ce qu'ils veulent faire. Les dimensions créatives et sociales des pratiques sont donc censées être plus centrales aux « univers virtuels » que le format du jeu compétitif qui tient en revanche une place importante dans de nombreux jeux en ligne.

Nous nous attardons ici sur le succès de « l'univers virtuel » Second Life (Linden Lab, 2003), car il permet de comprendre comment ce type de logiciel a pu influencer l'organisation des marchés internes aux jeux en ligne, notamment en mettant au centre la production de contenus numériques créatifs par les clients, ensuite encouragés à se les échanger comme des marchandises. L'anthropologue Tom Boellstorff (2013) considère que l'économie issue de Second Life ne découle pas en premier lieu d'un goût pour l'enrichissement des participants, comme ce serait le cas si le logiciel s'inspirait de l'esprit du capitalisme protestant. Pour ce chercheur, l'économie de Second Life relève davantage d'un « capitalisme créationniste ». C'est-à-dire qu'elle fonctionne grâce à l'encouragement d'un goût pour la production de contenus créatifs qui sont ensuite utilisés comme des marchandises. Ces contenus générés par les utilisateurs (User Generated Content) financent Linden Labs en même temps qu'ils façonnent les sociabilités des clients. En effet, ceux-ci les échangent contre des « Linden Dollar », une monnaie du jeu qui peut s'acheter légalement avec des euros sur le « Linden Stock Exchange », une interface graphique qui permet une conversion bilatérale avec des monnaies nationales, suivant des taux de change flottants. C'est ainsi qu'à la fin 2006, les clients de Second Life s'échangent environ un million de dollars par jour.

La production de contenus n'est donc pas toujours désintéressée et un « marché du travail » articulé à un « marché des capitaux » semble émerger au cœur de l'univers de Second Life. C'est ce qui fait dire à Boellstorff que l'économie de cet univers fonctionne aussi suivant les règles du néolibéralisme, puisqu'en plus d'inciter l'enrichissement par la production de contenus, l'équipe de Linden Lab régule l'économie sans intervenir directement sur les prix. Elle le fait en concevant des interfaces graphiques d'échange qui encouragent la fluctuation des prix au gré d'appariements qui semblent être les produits d'une confrontation de l'intégralité des offres et des demandes du moment. La brève discussion qui suit à propos de la caractérisation des marchés du travail et des capitaux dans les jeux en ligne montre qu'ils intègrent un « marché des capitaux » typique du « capitalisme créationniste » identifié par Boellstorff. Cependant, les jeux en ligne s'en distinguent, d'une part parce que l'entreprise n'implémente pas la possibilité du change bilatéral pour que les joueurs s'enrichissent facilement, d'autre part parce que l'incitation à produire des contenus créatifs est largement remplacée par une incitation à produire des contenus extrêmement formatés. Les « univers virtuels » et les « jeux en ligne » se distinguent donc surtout par le fonctionnement de leur « marché du travail » et par leur manière de gérer la conversion de monnaies nationales en monnaies propres aux jeux.

Dans un jeu en ligne, **nous pouvons considérer que les « marchés du travail » regroupent principalement la vente d'aptitudes particulières à jouer**, surtout lorsque ces aptitudes se traduisent concrètement par la vente de marques de progression qu'un joueur a produites par lui-même. En ce qui concerne ce type de « marchés du travail », les économistes des jeux vidéo sont d'accord pour dire que des acteurs indépendants des entreprises créatrices de jeux en ligne produisent et vendent bel et bien des objets virtuels issus du jeu en ligne. Cependant, ils adoptent ensuite deux positions différentes qui nous semblent problématiques. La première est résumée par l'économiste Yanis Varoufakis (2012) qui considère que les montants collectés par ces acteurs indépendants sont trop faibles pour permettre l'organisation d'un salariat et la constitution d'un « marché du travail ». Ces acteurs se cantonneraient selon lui à la revente ponctuelle d'objets de jeux en ligne qui relèvent de l'enrichissement individuel et ne concernent que des joueurs isolés les uns des autres. La seconde est résumée par deux économistes qui écrivent dans un rapport pour la Banque Mondiale consacré à « l'économie virtuelle » :

De nos jours, les enquêtes suggèrent qu'approximativement un joueur de MMOG sur quatre y fait annuellement des achats en monnaie réelle. Le commerce n'a plus lieu entre des joueurs normaux : des fournisseurs commerciaux [indépendants] sont entrés sur le marché. (Lehdonvirta et Ernkvist, 2011,p.9, notre traduction)

Autrement dit, les achats en monnaie réelle ne doivent finalement pas être si faibles que ça puisqu'ils concerneraient un quart des joueurs en ligne chaque année. Mais ceux dont parle Varoufakis et qui ont lieu entre joueurs isolés auraient été remplacés vers 2010 par des « fournisseurs commerciaux » qui ne veulent pas jouer, mais uniquement s'enrichir. L'identité de ces fournisseurs est précisée dans la suite du rapport en s'appuyant sur l'enquête en ligne d'un autre économiste (Heeks, 2008). Il s'agit des sites internet qui proposent des reventes de marques de

progression et sont les mieux référencés par les moteurs de recherche, souvent parce qu'ils proposent les plus gros volumes de *marques* à racheter et que leurs transactions commerciales sont réputées sûres. Cependant, le rapport de la Banque Mondiale n'explique pas que les sites internet des « fournisseurs commerciaux » sont en fait des sites de courtage et qu'ils ne collectent pas tous eux-mêmes les marques de progression qu'ils revendent. La partition entre des « joueurs normaux » et des « fournisseurs commerciaux » qui ne représentent jamais des joueurs semble donc quelque peu arbitraire.

Pour notre part, dans la deuxième partie de cette thèse, nous montrons que l'analyse de Varoufakis est effectivement incorrecte parce qu'elle néglige au moins deux phénomènes. Premièrement, comme Lehdonvirta et Ernkvist (2011) l'ont compris, les faibles montants des transactions dont parle Varoufakis ne sont pas si faibles que ça pour des salariés situés dans les pays où la main d'œuvre nécessaire est peu coûteuse et le taux de change monétaire favorable. Deuxièmement, nous expliquons que la notion de « joueurs isolés » n'est pas suffisante pour décrire la situation et l'opposer à un salariat, car ces activités d'un nouveau genre peuvent toutefois engager des collectifs en ligne diversifiés qui sont hors la loi et évoluent dans une zone grise que le droit prend mal en compte. Enfin, à l'échelle individuelle, les montants d'argent collectés en revendant des marques de progression sont souvent faibles comme le dit Varoufakis, mais cumulés ces montants sont astronomiques. Des intermédiaires ont donc intérêt à proposer divers services de courtage sur lesquels des marques de progression peuvent être proposées à la revente par des joueurs issus de pays à main-d'œuvre bon marché, mais aussi par une importante partie des jeunes joueurs occidentaux qui n'ont pas encore beaucoup d'argent. Des plateformes qui ne rassemblent pas tout à fait les caractéristiques d'un « marché du travail » légal, mais qui remplissent en tout cas plusieurs fonctions comparables. En prenant en compte ces trois oublis, nous montrons que le travail rémunéré dans les jeux en ligne comme Dofus repose avant tout sur l'organisation de la production de monnaie du jeu basée sur un type de pratiques de jeu très répétitives que les joueurs appellent « farm ».

Outre l'organisation collective du travail des joueurs et la description de leurs activités individuelles, notre étude sur les activités d'enrichissement des joueurs s'inscrit également dans les recherches de sociologie du travail et des activités professionnelles consacrées aux rétributions et aux contreparties du travail. Nous nous intéressons aux pratiques lucratives de clients qui génèrent de faibles revenus et concernent en premier lieu des populations pauvres et jeunes, voire adolescentes. Contrairement aux métiers avec une rémunération symbolique forte comme les artistes (Menger, 1997 ; Bense Ferreira Alves et Leblanc, 2014) et tout particulièrement les intermittents du spectacle (Menger, 2005 ; Cardon et Pilmis, 2014), les joueurs en ligne qui s'enrichissent ne retirent généralement pas de rémunération symbolique auprès des autres participants. Ils n'obtiennent pas de prestige, sauf celui de déviants reconnus dans de petits cercles qui valorisent la dimension transgressive de leur pratique, notamment lorsqu'elle enfreint, non seulement un principe moral, mais aussi la loi. Les pratiques des joueurs en ligne les plus risquées d'un point de vue légal se rapprochent donc plutôt des petits

commerces illégaux peu rémunérateurs comme le « deal en chambre » occasionnel couramment pratiqué pour le cannabis (Nouguez, 2003).

Même lorsque leurs activités ne sont pas illégales, le plus souvent, ces jeunes joueurs en ligne n'ont aucun contrat de travail ou cadre juridique – les conditions d'utilisation du service vidéoludique ne leur accordent aucun droit de rémunération à partir de leur activité de jeu. D'un point de vue légal, leur activité n'est donc pas considérée comme un travail et se trouve de fait hors la loi (Mauco, 2011). L'identification de telles pratiques ne va pas de soi pour les chercheurs, puisque ces jeux vidéo n'ont pas la réputation de générer de revenus aux joueurs. Lorsque des chercheurs s'en aperçoivent, ils analysent souvent les pratiques des joueurs localisés dans des pays pauvres comme la Chine. Les pratiques rémunérées de ces « goldfarmers chinois » intriguent journalistes et chercheurs, car ce phénomène est de grande ampleur (Dyer-Witthford et De Peuter, 2009). Dans leur cas, la définition de l'activité lucrative se complique, car elle devient rentable seulement si elle est réitérée en boucle pour collecter des « objets virtuels » du jeu tous les jours pendant de longues heures. Les premières études de joueurs en ligne rémunérés ont décrit les activités offshores attribuées aux travailleurs non qualifiés des pays pauvres, supervisés par un manager qui planifie la gestion de la plus grande partie de leur activité de jeu et conserve en échange une bonne part des profits engrangés (Lee, 2005 ; Dibbell, 2006 ; Heeks, 2008). Dans les médias et la recherche anglo-saxonne, ces recherches sur les « goldfarmers » ont tendance à faire passer au second plan les profits que génèrent plus discrètement un grand nombre de vidéojoueurs occidentaux, alors que des jeunes avec peu de moyens financiers ont des raisons de chercher à se rémunérer en modifiant seulement leur manière de jouer à leur jeu préféré. En particulier, les adolescents les plus jeunes et les joueurs issus de milieux populaires.

Pour la plupart de ces joueurs en ligne, ces détournements peu rémunérateurs dessinent en réalité les contours d'une *économie des petits profits hors la loi* qui peuvent être observés dans d'autres domaines qui n'ont rien à voir avec les jeux en ligne, par exemple chez des ferrailleurs qui rafistolent de vieilles machines pour les revendre (Kreziak et Cova, 2010). Malgré la modestie des montants, le marquage transgressif offre une gratification symbolique qui renforce l'impression de gains valorisants. Pour tous ces vendeurs dépourvus de diplômes, soit parce qu'ils sont encore au collège, soit parce qu'ils n'ont pas été plus loin dans leurs études, ces « combines » leur donnent l'occasion de valoriser économiquement des aptitudes à collaborer pour réassembler des objets avec créativité, alors qu'aucun diplôme scolaire n'est en mesure de distinguer ces capacités. Les pratiques lucratives des joueurs occidentaux de pays riches se différencient aussi par la nature même des activités réalisées. Pour les jeunes joueurs occidentaux rémunérés, elles s'apparentent à des « petits boulots » précaires qui viennent s'ajouter dans les villes à une « économie informelle » constituée en premier lieu par des travailleurs sujets à des discriminations, comme des migrants et leurs descendants, ainsi que des jeunes et des femmes issus des milieux populaires (Rouilleau-Berger, 1999 ; Sassen, 2007). La sociologie économique qui s'intéresse aux usages de la monnaie aborde également des questions connexes à nos recherches. Viviana Zelizer (2002) précise que dans

l'économie de marché les enfants interviennent de plus en plus au niveau des étapes de consommation des biens, mais aussi de leur production et de leur circulation. Pour les services numériques, le jeune âge ne cantonne pas à une consommation facilement tempérée par un contrôle parental. Nous avons abordé plus haut la division compliquée des tâches de production et d'échange de marques de progression d'un jeu en ligne. Ces pratiques décrivent des trajectoires complexes, car le rôle des jeunes s'élargit rapidement aux sphères de la production et de la circulation de contenus numériques et marchands. L'âge ne semble pas influencer sur le goût consensuel des joueurs pour les marques de progression rares ou performantes, mais les activités pour les produire et les échanger sont en revanche marquées par une hétérogénéité sociale qui se traduit en hiérarchies basées sur l'âge et à la PCS de rattachement.

En ce qui concerne **les « marchés des capitaux », dans un jeu en ligne ils regroupent avant tout les échanges de marques de progression**. Lorsqu'ils suivent un modèle d'accès payant dit « pay to play », s'y ajoutent en surplus les crédits de prolongation du temps d'abonnement, des crédits que les joueurs achètent en ligne sur le site internet officiel du jeu, grâce à des transactions dans des monnaies nationales. La production et l'échange de ces capitaux découlent de l'usage de nombreuses interfaces graphiques qui mettent notamment en circulation plusieurs types de « monnaies privées » créées par les entreprises.

Après 2007, le contexte est celui de l'affaiblissement de la popularité des « univers virtuels » comme Second Life et d'un intérêt croissant pour les jeux asiatiques « free to play ». Les industriels des jeux en ligne occidentaux s'inspirent librement de ces modèles pour proposer des « monnaies privées » hybrides. Celles-ci peuvent être séparées en deux grands types que les économistes des jeux vidéo appellent « monnaie de gratification » (earnable currency) et « monnaie achetable » (buyable currency) (Lehdonvirta et Ernkvist, 2011). Il nous semble toutefois limitatif de qualifier ces monnaies en référence à leur mode d'acquisition. De plus, la manière de les obtenir et leur qualification morale font l'objet de questionnements dans la seconde partie de notre thèse¹⁷. Nous reprenons donc pour notre part la distinction Polanyienne entre une *monnaie à usage spécifique* (special purpose money) qui ne peut être dépensée que pour certains achats et une *monnaie à usage général* (general purpose money) qui peut servir à acheter n'importe quelle marchandise (Blanc, 2006b).

Les jeux en ligne font le plus souvent cohabiter ces deux types de monnaies. Du point de vue du personnage joué, la plus utilisée est une *monnaie à usage général* qui s'obtient après avoir remporté des épreuves du jeu. Elle ne peut circuler qu'entre les personnages du jeu et elle a divers usages même si elle sert surtout à l'échange contre des objets du jeu, en particulier des équipements et des consommables qui facilitent les combats du personnage joué ou bien des matières premières pour confectionner ces objets. C'est pour ces raisons, nous la qualifions de *monnaie du jeu*. Un second type relève d'une *monnaie à usage spécifique* qui

¹⁷ Notamment parce que le premier type de monnaie est achetable sur des marchés parallèles et le second peut parfois s'obtenir comme une gratification.

s'achète uniquement contre des euros et peut ensuite seulement se dépenser pour acheter certains objets du jeu. Cette monnaie donne accès à l'achat d'une liste réduite d'objets du jeu. Des chercheurs en *game studies* (Oh et Ryu, 2007) expliquent qu'à partir de 2006, les jeux en ligne asiatiques d'accès gratuit, dit « free to play », ont les premiers introduit ce type de *monnaies à usage spécifique* pour acquérir des objets du jeu sans lesquels le joueur n'arrive presque plus à progresser. Ces objets spécifiques sont extrêmement difficiles à obtenir contre de la monnaie du jeu, à moins de jouer parfois pendant plusieurs dizaines d'heures et de manière très répétitive — ce que les joueurs de Dofus appellent le « farm ». Depuis, de nombreux jeux en ligne occidentaux « free to play » ont adopté ce système de double « monnaie privée », pour inciter des joueurs qui ont commencé à jouer gratuitement à payer s'ils veulent continuer leur progression de la même manière que les autres. Dans les faits, ce deuxième type relève donc d'une *monnaie de péage et de dopage* qui contraint à payer des euros pour continuer à progresser et encourage à en dépenser davantage pour avoir des bonus et battre plus facilement les autres participants.

Toutefois, un certain nombre de producteurs de jeux en ligne occidentaux considèrent souvent que la formule « free to play » « à l'asiatique » a tendance à ne pas suffisamment se cantonner à faire payer un péage pour progresser, mais qu'elle avantage trop les joueurs riches qui peuvent aussi acheter avec des bonus de jeu. Pour cette raison, ce type de monnaies dans les jeux d'origine occidentale donne souvent accès à des listes d'objets du jeu distinctes de celles qui peuvent être acquises grâce à la monnaie du jeu. Dans ces jeux, la monnaie de péage et de dopage donne un pouvoir de dopage plus modéré, car les objets achetés avec n'ont que deux fonctions : soit ils permettent d'élargir la gamme d'apparences disponibles pour son personnage, soit ils améliorent modérément les performances du personnage pour un temps limité sans que les autres joueurs ne puissent le remarquer de manière flagrante. Autrement dit, l'adaptation de la logique « free to play » aux jeux en ligne occidentaux s'accompagne d'une réticence à montrer à tous les participants que les plus riches ont des privilèges qui vont au-delà de facteurs de distinction liés à l'apparence de leur personnage.

En définitive les ressorts du jeu autorisent les joueurs à inventer des formes variées de production et d'échange entre eux. Leur diversité est d'une ampleur au moins comparable à celle qui est observée hors des jeux en ligne (Steiner, 2014). Ce phénomène se traduit par l'organisation de processus économiques extrêmement complexes que les joueurs mettent en œuvre pour maximiser la progression de leur personnage dans le jeu.

Parmi les objets de production et d'échange les plus utilisés par les joueurs se trouvent les monnaies qui ont valeur dans les jeux en ligne. Les recherches en économie des jeux vidéo ont tendance à se limiter à l'analyse de leurs taux de change relatifs, alors que cet indicateur économique traduit seulement l'intensité d'activités qui se distinguent par des valorisations dans deux monnaies différentes. Autrement dit, le taux de change ne documente pas la nature des activités ainsi mises en relation, il ne permet pas de comprendre ce qui les rend complémentaires et empêche leur substitution. Il n'informe pas davantage sur les *communautés de*

paiement qui identifient les échangistes en fonction des situations d'appropriation des deux monnaies, des types de dépense en achats divers qu'elles permettent, ou encore de leurs processus de conversion monétaire (Blanc, 2006a).

Certains capitaux qui sont utilisés comme des monnaies peuvent être distingués. Notamment les *biens terminaux* qui ont la particularité d'être achetés pour être consommés directement, ce qui cause leur destruction immédiate, par exemple de la nourriture. En temps normal, ils ne font pas l'objet de nombreux échanges, mais la situation peut amener des personnes à les détourner de leur utilisation ordinaire pour les *marchandiser*, c'est-à-dire les mobiliser pour leur valeur d'échange dans un nombre inhabituel de transactions marchandes successives (Kopytoff, 1986). Parfois, un type de *bien terminal* est pourvu de caractéristiques économiques et sociotechniques favorables à la généralisation de sa *marchandisation* et à son utilisation en tant que *pseudomonnaie*. C'est par exemple ce qui s'est passé dans l'Allemagne d'après-guerre pour les cigarettes des marines américains que les populations pouvaient s'échanger plusieurs centaines de fois avant qu'elles soient fumées (Bignon, 2004). De semblables *pseudomonnaies* se développent fréquemment dans les jeux en ligne. Celles qui connaissent le succès le plus durable détournent des crédits achetés contre quelques euros sur le site internet officiel du jeu pour prolonger son abonnement un certain temps. Les joueurs en ligne les échantent contre de la monnaie qui se collecte en remportant certains types d'épreuves dans le jeu. Ainsi s'établit dans un grand nombre de jeux en ligne une mise en équivalence de l'aptitude à acheter du temps d'abonnement avec celle qui consiste à passer du temps à gagner en jouant. La première doit être reliée à des éléments de la situation socioéconomique du joueur et la deuxième dépend de ses actions à l'intérieur du jeu.

Même si ces conversions monétaires peuvent apparaître sans que l'entreprise créatrice l'ait anticipée, elles relèvent de transferts de valeur entre des joueurs qui sont tous clients. Les profits de l'entreprise ne s'en trouvent donc pas grandement modifiés tant que ces conversions monétaires n'empêchent pas trop de joueurs de s'amuser. La menace est en revanche plus grande si des détournements de joueurs affectent la quantité des bénéfices que touche l'entreprise. Ce problème est a priori peu probable, en effet, dans la première partie de la thèse, nous montrons déjà que pour la plupart des jeux en ligne comme Dofus, les populations de personnages joués sont fragmentées entre des « serveurs de jeu » que les salariés de l'entreprise contrôlent relativement bien. Sur le plan économique, l'entreprise exerce un monopole sur les moyens de produire et d'échanger les marques de progression sur chacun des serveurs de son jeu. L'entreprise semble donc détenir tous les moyens nécessaires à la maîtrise de l'émission et des flux d'échange de marques de progression sur chaque « serveur de jeu », à l'inclusion des monnaies qui ont valeur pour les échanges dans le jeu.

Le monopole de l'entreprise se trouve pourtant remis en cause de deux manières. Premièrement, par les administrateurs de *serveurs parallèles*, des versions pirates et hors-la-loi qui reproduisent les « serveurs de jeu » hors du contrôle des entreprises créatrices et peuvent parfois générer des bénéfices qui reviennent aux administrateurs de ces serveurs indépendants. Cette situation

montre que les « serveurs de jeu » peuvent être considérés de deux manières complémentaires. D'une part, comme des capitaux rivaux qui peuvent chacun être assimilés à un centre d'encaissement dont une seule personne à la fois peut tirer des bénéfices. D'autre part, comme des banques centrales que cette même personne contrôle pour réguler l'émission de la monnaie du jeu¹⁸. Ces détournements des jeux en ligne de la même génération technologique de Dofus préfigurent la mise en place par certains issus de la génération suivante d'une formule d'achat légale d'un « serveur de jeu » qui peut être administré par n'importe qui. C'est par exemple la stratégie mise en œuvre depuis 2011 avec le jeu Minecraft (Mojang, 2011).

Le monopole d'Ankama sur ses « serveurs de jeu » est mis à mal d'une seconde manière bien plus subtile, par l'intermédiaire de filières de production à la chaîne de monnaies du jeu et par des circuits parallèles de revente d'occasion de certaines marques de progression. Cette deuxième forme de contestation du monopole de l'entreprise créatrice sur des marchés qu'elle est censée pouvoir parfaitement contrôler relève de pratiques assimilables à des « marchés du travail » sur lesquels se vend l'aptitude à jouer d'une certaine manière.

IV - Méthodologie

La méthode que nous avons utilisée dans ce travail de thèse est hybride. Elle résulte d'une enquête de terrain menée entre 2010 et 2012 auprès de participants de jeux en ligne qui sont en majorité des jeunes joueurs de Dofus âgés de quatorze à vingt-cinq ans de la région parisienne et de salariés trentenaires qui travaillent dans la région de Roubaix pour Ankama, l'entreprise créatrice de Dofus. La retranscription des 41 entretiens semi-directifs que nous avons réalisés en face à face avec ces enquêtés est complétée par des observations. Certaines sont réalisées sur plusieurs salons de jeux vidéo franciliens et lillois, là où nous avons recruté nos enquêtés joueurs, puis à leur domicile à l'occasion des entretiens. Les entretiens avec des salariés nous ont donné l'occasion de visiter les locaux de l'entreprise et leurs lieux de sociabilités principaux dans le voisinage. En complément, d'autres observations sont effectuées en ligne¹⁹. Elles portent à la fois sur des sites internet et des forums de discussion consacrés au jeu, ainsi que sur les activités dans le jeu. Enfin sur la même période s'y ajoute le recueil de données quantitatives qui nous permettent des analyses statistiques de certaines activités exécutées par l'ensemble des personnages joués dans Dofus. L'ensemble de ces méthodes et leur articulation sont présentés en détail dans le chapitre 1 de la thèse.

¹⁸ Cette régulation est principalement obtenue en changeant les variables qui décrivent le volume et la vitesse de réapparition des ressources de valeur que les joueurs peuvent collecter en cours de partie.

¹⁹ La manière de mener ces observations en ligne a tendance à recouper celles à l'œuvre dans les *netnographies* (Kozinets, 2002 ; De Valck, 2005b ; Kozinets, 2010).

V - Structure de la thèse

La thèse est structurée par quelques grandes questions de recherche. Le chapitre 1 ouvre la discussion par un retour sur notre méthodologie, à la fois attentive à ce qui se passe sur les écrans des joueurs et à leur intégration sociale hors du jeu, notamment dans leur famille, à l'école et avec leurs amis.

Le reste du manuscrit de thèse s'organise autour de deux ensembles. Le premier est composé des chapitres 2 et 3 qui répondent à une question de recherche sur l'élaboration de la stratégie adaptative de l'entreprise. Le second formé par les chapitres 4, 5, 6 et 7 s'intéresse davantage au lien qui existe entre les activités des joueurs les plus consommatrices de temps et leur contexte social en jeu et hors du jeu.

La question de recherche principale du chapitre 2 peut être formulée de la manière suivante : **comment l'entreprise créatrice d'un jeu en ligne parvient-elle à ce que ses clients payent des abonnements régulièrement ?** Pour augmenter ses chances de progression et accroître la richesse de son personnage, il est déterminant pour le joueur de passer du temps dans Dofus. Ce mécanisme sert la rentabilité d'Ankama, car il incite à prolonger son abonnement en le payant à nouveau tous les mois, sans avoir nécessairement pour effet de prolonger le plaisir des joueurs. Nous développons dans la suite plusieurs sous-questions qui précisent autant d'éléments de réponse.

Pour découvrir ce que provoque la rétention des joueurs suite à leur réabonnement, nous pouvons désormais nous poser la question suivante : **la rentabilité de l'entreprise conduit-elle à des choix de design spécifiques pour Dofus ?** Le début du chapitre 2 apporte des éléments de réponse en décrivant le modèle économique de Dofus comme un système de péages multiples qui incite les participants à payer régulièrement pour prolonger leur plaisir en débloquent de nouvelles possibilités de jeu. Ce modèle économique ne se limite pas à l'offre dite « freemium » qui sert aux salariés pour désigner le mode de financement officiel du jeu, un mécanisme d'incitation au paiement qui concerne surtout les premières heures jouées. Les sources de profit issues de Dofus comprennent aussi d'autres éléments de design qui participent plus implicitement à la rentabilité du jeu. Ce sont ceux que les concepteurs ajoutent progressivement à Dofus au fil des années. Ils ont la particularité de s'inspirer de certains détournements qu'inventent des joueurs pour surpasser les autres.

Des *réagencements marchands* mettent donc en place une légitimation graduelle de ressorts de profit inspirés de *détournements* peu répandus, pour conduire à leur adoption rapide par un grand nombre de joueurs. Partant d'un modèle « freemium » qui incite les joueurs à vite cesser le jeu gratuit pour s'abonner, le design du jeu finit par promouvoir chez les joueurs avancés deux types de pratiques de jeu au long cours. Il en découle une autre sous-question abordée à la fin du chapitre sur le rapport qu'entretient l'évolution du jeu à plus long terme : **l'évolution rapide d'un jeu en ligne fréquenté par des personnages persistants influe-t-elle sur son économie interne et sa rentabilité ?** Un jeu en ligne est instable, du fait de son code informatique qui est

constamment modifié par les salariés de l'entreprise pour corriger des problèmes techniques, ajouter de nouveaux contenus ou en modifier certains pour satisfaire les joueurs. L'instabilité du jeu découle également de la caractéristique de *persistance* spécifique aux MMORPG. Les interactions des personnages sur l'environnement numérique de jeu y laissent des traces. La durée écoulée depuis la création du jeu peut correspondre à des dizaines d'années de fréquentation du même environnement numérique par des multitudes de personnages joués. Chacun le modifiant à l'occasion de ses passages. Cette accumulation d'amendements débouche sur des situations difficiles à prévoir avec précision. Ces changements peuvent être évalués en observant le rythme de la production et des échanges de certaines marques de progression. Pour que la rentabilité du jeu puisse quand même être préservée, les joueurs doivent être fidélisés et revenir suffisamment souvent pour payer la reconduction de leur abonnement. Dans cette dernière moitié du chapitre 2, nous utilisons des données publiques qui quantifient l'activité des personnages joués sur plus d'une année afin de vérifier que l'évolution temporelle du jeu s'accompagne d'une amélioration des indicateurs quantitatifs qui caractérisent la plupart des marques de progression lorsqu'on en calcule la moyenne pour la population totale des personnages joués. Cela traduit une rétention des personnages joués qui sont abonnés, probablement synonyme de maintien de la rentabilité d'Ankama. Ce design implique un *réagencement marchand* qui découle de la manipulation des algorithmes de canalisation des populations de personnages joués dans des espaces de jeu confinés. Un autre changement de design plus visible est le « multicompte », c'est-à-dire la possibilité pour le joueur de démultiplier des abonnements simultanés pour pouvoir diriger plusieurs personnages en même temps. La conséquence principale est de lier l'amélioration des profits d'Ankama à des pratiques de jeu plus individualistes.

Si des éléments de design participent à la rentabilité de Dofus en imposant des péages contraignants aux joueurs qui veulent progresser et devenir les plus forts, d'autres assurent la rétention des joueurs en pariant sur leur capacité à collaborer entre eux et ménagent à dessein des espaces de liberté. Le chapitre 3 aborde cette dimension collaborative au travers de l'acquisition des objets du jeu. Le début du chapitre décrit des activités d'acquisition, puis la fin se structure autour d'une interrogation complémentaire qui porte donc sur le lien entre le logiciel de jeu et l'autonomie des pratiques des joueurs : **les détournements du design de Dofus incitent-ils à rester jouer ?** Les techniques de rétention des joueurs les plus fondamentales dans les MMORPG s'appuient sur des éléments de design qui accentuent les interdépendances sociales entre les personnages situés à différents niveaux de progression dans le jeu (voir à ce sujet l'Encadré n° 1). Cela comprend en particulier les échanges économiques de marques de progression et l'encouragement des joueurs à entrer en conflit les uns contre les autres pour accaparer certaines marques de progression qui sont rares. Dans les faits, la rétention des joueurs grâce à des éléments de design contraignants que nous allons décrire au chapitre 2 fonctionne bien. Mais cela est tolérable pour la plupart seulement à condition que d'autres éléments de design leur préservent une marge de liberté. Ceux-ci les incitent à s'organiser entre eux et à trouver des stratégies collectives aptes à satisfaire à la fois les débutants et les joueurs plus avancés. Le chapitre 3 rend compte de la diversité des types d'échanges de marques de

progression mises en place par les personnages des joueurs de différents niveaux de progression. Ils se confrontent aux interfaces graphiques de Dofus qui sont à l'origine conçues pour la réalisation d'échanges marchands contre de la monnaie du jeu. Les joueurs les détournent parfois des scripts prévus par les concepteurs et réinventent une grammaire d'échange, dont la variété des formes semble faire écho à la cartographie des échanges que Philippe Steiner dresse pour rendre compte de contextes économiques plus classiques²⁰ (Steiner, 2014). Les échanges des joueurs de Dofus couvrent des transactions non marchandes comme les dons, ainsi que des échanges marchands où l'euro est couramment substitué à la monnaie du jeu, requalifiant un commerce « pour le plaisir » en une pratique avec une signification supplémentaire, d'ordre économique.

Le contexte du jeu se différencie parce qu'il crée souvent des malentendus relatifs à la signification des échanges entre les joueurs. Lors d'échanges problématiques et notamment d'arnaques et de vols, les plaintes reçues par les salariés d'Ankama font état d'une situation particulière. Certains joueurs et salariés considèrent que le contexte ludique justifie une dédramatisation de la faute morale, ces échanges inclus dans un jeu devraient être considérés comme partie prenante de l'amusement et de l'apprentissage de ce qui relève d'une action imitée « pour de faux ». D'autres objectent que ce n'est pas toujours envisageable pour eux avec autant de légèreté. L'obtention initiale d'un objet du jeu découle parfois d'importants investissements en temps de jeu, voire parfois en euro et cela peut créer chez le joueur un attachement important à l'objet. Les libertés potentielles offertes par le design des interfaces d'échange incitent donc à des détournements du jeu qui peuvent eux aussi produire des conflits sociaux. Cette démultiplication des conflits s'accompagne d'une individualisation des pratiques de jeu. Les joueurs se fragmentent en communautés de pratiques distinguées par la qualité de leurs marques de progression. À terme, certains abandonnent plus rapidement et cela débouche sur un appauvrissement général des pratiques de jeu et une homogénéisation des publics de joueurs. Les trajectoires de joueurs permettent d'identifier ces scissions communautaires avec des différences qui sont d'une part liées au niveau de progression des personnages et d'autre part à l'interprétation morale que les joueurs se font des arnaques et du vol. Ces communautés cohabitent parfois difficilement et les déçus qui abandonnent définitivement la partie se comptent surtout parmi les débutants. La liberté d'action permise par le design des échanges de marques de progression implique donc une démultiplication des détournements du jeu qui pousse finalement Ankama à agir en retour. Les salariés de l'entreprise changent le design de Dofus afin de promouvoir une séparation des joueurs avec différents niveaux de progression. Ils modifient également certaines interfaces d'échange pour qu'elles ne permettent plus si facilement l'arnaque ou le vol des marques de progression les plus prisées.

Tout au long des chapitres restants, une seconde question de recherche est abordée de manière transversale : **l'ancrage social des joueurs a-t-il des répercussions sur leurs pratiques ?** Pour y répondre, la trame du texte tente de

²⁰ Ces contextes économiques ne prennent pas spécifiquement en compte, ni les usages de supports numériques, ni les échanges dans le cadre des jeux.

répondre systématiquement à une autre question plus descriptive : **quelles sont les pratiques des joueurs qui leur font passer le plus de temps dans le jeu ?**

Pour que leurs personnages échangent des marques de progression, certains joueurs doivent d'abord passer beaucoup de temps à les collecter dans le jeu. Les premiers chapitres de la thèse montrent que pour retenir les joueurs afin d'assurer la rentabilité d'Ankama, il faut les encourager grâce au design du jeu à la fois à avoir envie de progresser plus que les autres, mais aussi à démultiplier les détournements possibles pour s'échanger des marques de progressions. Toutefois, même si ces échanges sont suffisamment réguliers pour fidéliser les joueurs et les incitent à payer souvent, ils ne leur prennent pas nécessairement beaucoup de temps dans la journée. Ces chapitres restants rendent compte des pratiques qui retiennent longtemps les participants dans le jeu et attachent le plus étroitement l'activité économique des administrateurs du jeu à celles des personnages joués. Nous montrons que l'origine sociale et la richesse des joueurs donnent à certains des moyens pour s'affranchir de la production de marques de progression.

Les chapitres 4, 5 et 6 se concentrent sur l'opération de production des marques de progression et ses variantes les plus intensives que les joueurs appellent couramment « *farm* ». Ces pratiques consistent à réitérer une séquence d'actions de jeu très simples sur de longues durées, parfois étendues sur plusieurs heures d'affilée, afin de produire des marques de progression. La mise à disposition d'interfaces de production et d'échange marchand dans le jeu débouche finalement sur l'organisation à grande échelle de formes de délégation des tâches de collecte de marques de progression qui s'apparente en bien des points à un marché du travail.

Le chapitre 4 est consacré au « *farm* » qui a pour visée le réabonnement à Dofus sans payer. Il est traité au travers d'un cas spécifique qui permet de mettre en exergue l'influence sur les pratiques des joueurs de leurs relations hors du jeu et de leurs divers statuts sociaux. Ce cas est celui de l'introduction en 2010 d'une monnaie intermédiaire appelée Ogrine. Elle sert à échanger de manière sûre la monnaie du jeu contre du temps d'abonnement, sans pour autant permettre aux joueurs de revendre ces crédits d'abonnement contre des euros. Un résultat de la mise en place des Ogrines est l'accentuation du rôle des classes sociales des joueurs dans l'instauration des rapports de force liés aux écarts de « richesse » des personnages du jeu²¹. Parmi les *joueurs sans budget* qui ne peuvent pas payer pour se réabonner, les joueurs issus de milieux populaires sont davantage encouragés à collecter de la monnaie du jeu pour se réabonner. Les classes populaires sont encouragées au « *farm* » lors des vacances scolaires, quand ces joueurs restent à leur domicile et n'ont pas grand-chose d'autre à faire que de jouer à Dofus. Les marques de progression qu'ils produisent durant cette période sont échangées au bénéfice des joueurs issus de milieux plus aisés qui peuvent ainsi économiser du temps de jeu pendant leurs vacances et les consacrer à d'autres loisirs hors de leur domicile.

²¹ Cette « richesse » est généralement exprimée en fonction de la qualité et de la quantité de *marques de progression* du personnage.

Les échanges dans Dofus reposent sur la production préalable de marques de progression. Une sous-question de recherche concerne les éléments du jeu qui incitent des joueurs à passer beaucoup de temps à produire des marques de progression : **comment le design et les sociabilités dans le jeu conduisent-ils tant de joueurs au « farm » ?** Nous apportons des réponses dans le chapitre 5 en analysant les pratiques de « farm » qui sont les mieux circonscrites au jeu, celles qui ne visent pas autre chose que la maximisation de la collecte de marques de progression utiles pour avancer plus facilement dans le jeu. Nous montrons que des éléments de design du jeu modifient le regard que les joueurs portent sur leur habileté et celle des autres. Le jugement porté sur l'habileté des autres est influencé par le design des marques de progression et notamment leur visibilité sur le personnage joué. Ce mode d'évaluation est fondamental entre les joueurs et il les conduit à l'adoption massive de pratiques de « farm ». Le contexte socioéconomique des joueurs a aussi un rôle pour en décider certains à pratiquer le farm au sein de collectifs. En particulier, les groupes de joueurs compétitifs influent sur leurs manières de « farmer » et cet effet a tendance à se renforcer avec l'intensification des pratiques compétitives décrite dans la première partie de la thèse.

Certaines pratiques de farm ne sont pourtant pas toujours mises en œuvre pour servir à prolonger des activités de jeu. Une sous-question complémentaire porte sur le lien entre l'ancrage social de certains joueurs et leur propension à développer des formes de production de marques de progression qui incorporent des préoccupations économiques. **Comment le contexte social et le pays de résidence des joueurs induisent-ils différentes pratiques de « farm » à but lucratif ?** Le chapitre 6 porte sur les joueurs qui pratiquent le « farm » pour gagner des euros ou les devises d'autres pays. Nous montrons que la revente de la monnaie du jeu à des joueurs plus riches débouche sur l'organisation de la production et de la revente de monnaie du jeu dans différents pays du monde. Ce travail met en concurrence plusieurs types de joueurs en ligne. Certains sont des joueurs issus de pays relativement pauvres qui peuvent être caractérisés par l'accès facile et bon marché à une main-d'œuvre non qualifiée et des taux de change qui favorisent les courtiers locaux lorsqu'ils sont payés par des joueurs de pays plus riches. D'autre part, des joueurs d'origine populaire qui habitent dans des pays occidentaux cherchent aussi à s'enrichir à partir de leurs pratiques de jeu, mais leurs bénéfices sont fortement limités par la concurrence des revendeurs situés dans des pays pauvres ainsi que dans une moindre mesure d'informaticiens difficiles à identifier qui captent ces bénéfices grâce à la revente aux jeunes joueurs d'origine populaire de logiciels chers et peu performants pour gagner un peu d'argent en jouant à Dofus.

En dernier lieu, dans le chapitre 7 nous abordons une question de recherche à l'intersection des deux précédentes, il s'agit d'étudier le cas particulier des copies illégales de Dofus, des versions du logiciel qui ne sont pas contrôlées par Ankama. Elles peuvent être assimilées à des *émulateurs informatiques*. Ils permettent de faire fonctionner un logiciel ancien sur une machine plus récente, qui à l'origine n'était pas prévue pour le lire. La question de recherche que nous abordons est alors la suivante : **quel lien existe-t-il entre les choix de design que les**

administrateurs font pour ces copies modifiées de Dofus et les velléités de certains à s'enrichir ? Les éléments de design en question sont différents de ceux qu'utilise Ankama pour retenir des joueurs. Le design de ces copies de Dofus a la particularité de canaliser les joueurs en fonction de la popularité de chacune de ces versions modifiées et de l'éventuelle volonté des administrateurs de retirer un profit de leur activité. Dépourvues d'un accès par abonnement, les copies de Dofus ne visent pas nécessairement à ce que les joueurs passent du temps à produire des marques de progression. Certaines copies offrent toutefois la possibilité de payer des bonus de jeu, mais la rétention des joueurs n'est alors pas nécessaire pour que l'administrateur s'enrichisse. La valorisation économique du jeu officiel et des émulateurs lucratifs de Dofus repose donc sur un argument statistique commun que le design du jeu a pour difficile charge de mettre en œuvre : une minorité de joueurs voudra progresser plus vite que les autres et sera prête à payer pour cela. La différence principale est que pour maintenir leur fonctionnement les émulateurs hors la loi de Dofus ne nécessitent pas de renouveler constamment d'importants apports financiers. Ils peuvent garantir un accès gratuit à tous, parce qu'ils fonctionnent grâce au soutien de bénévoles et au piratage du jeu officiel. Les revenus du jeu officiel doivent prendre en charge une partie des coûts d'investissement dont profitent gratuitement les pirates.

Chapitre 1

Comment étudier les pratiques d'un service numérique commercial ?

Dofus, moi je me dis que c'est qu'un jeu. Faut pas confondre le IG [In Game] et l'irréel, heu l'IRL [In Real Life]. Je voulais dire, à l'intérieur du jeu et à l'extérieur.

Mohamed, 17 ans, joueur de Dofus depuis 2009

Dans ce chapitre nous proposons de décrire comment nous avons composés différentes méthodes d'enquêtes pour analyser l'organisation sociotechnique d'activités basées sur un jeu en ligne. Nous montrons comment un terrain qui fait une large place aux activités informatiques – les usages du jeu en ligne et de sites internet qui y sont consacrés – peut être étudié en les pratiquants, afin de comprendre de l'intérieur l'expérience qu'en ont les usagers. En complément, ce travail peut être enrichi par une enquête auprès des joueurs afin de comprendre quels sont les facteurs exogènes qui jouent un rôle important dans leur expérience d'utilisateur – notamment, des facteurs socioéconomiques.

La section 1 décrit les biais les plus problématiques qu'introduisent les chercheurs qui étudient les jeux vidéo, notamment lorsqu'ils réduisent le terrain à l'une de ses manifestations informatiques, et se concentre par exemple exclusivement sur ce qui se passe sur un écran d'ordinateur. La section 2 présente les traits généraux et théoriques de notre approche méthodologique. Les sections 3, 4 et 5 détaillent la construction de notre méthodologie comme un processus graduel qui a accompagné notre travail d'enquête. Dans les sections 3 et 4, nous faisons le récit du déroulement de notre enquête auprès des joueurs de Dofus, puis des salariés d'Ankama et dans la section 5 nous précisons les différentes méthodes de collectes de données quantitatives que nous avons réalisées en complément.

1.1 – Les biais des études des jeux en ligne menées derrière un écran

Nous présentons ici les principales méthodes empiriques utilisées pour l'étude des jeux en ligne. Elles servent à la collecte de données dites « qualitatives » qui proviennent d'expériences de jeu subjectives, ou bien de données « quantitatives » qui tirent leur origine de catégories construites avec une visée totalisante et objectivante. Comme nous le verrons, les chercheurs de certains courants de

recherche qui s'opposent sur le plan théorique peuvent avoir recours aux mêmes méthodes empiriques.

Ces méthodes ont toutes un biais en commun. Il découle d'une transposition des méthodes empiriques classiques aux interactions à distance médiatisées par des écrans. Elle est sous-tendue par une hypothèse forte, l'activité en ligne peut être assimilée aux faits qui se déroulent sur l'écran observé, voire dans la fenêtre du logiciel manipulé. Dans le cas des jeux en ligne, l'analyse est focalisée sur ce que fait le joueur dans la fenêtre du logiciel de jeu, au détriment du reste du contexte de jeu qui disparaît. Le chercheur qui utilise cette méthode n'étudie pas l'activité des joueurs dans son ensemble, il occulte ce qui se passe sur chaque écran d'ordinateur, « dans les autres fenêtres » qui servent parfois à exécuter en même temps des logiciels tiers, ainsi que ce qui se déroule en dehors des écrans, dans le lieu tangible où chacun se trouve.

Comme nous allons le voir, les chercheurs qui étudient les jeux vidéo viennent de disciplines qui se diversifient. Progressivement, le périmètre de leurs méthodes empiriques tend à rendre compte de manière plus fidèle de la diversité des pratiques des joueurs en ligne mais un certain nombre de limitations ont tendance à demeurer.

1.1.1 – **Première simplification : la focalisation sur ce que fait le personnage joué**

Historiquement, les médias plus anciens, comme le livre ou le cinéma, sont le domaine des études de narratologie qui les analysent sous l'angle du récit. Un courant anglo-saxon appelé la ludologie cherche à autonomiser l'étude des jeux vidéo des approches narratologiques en montrant que ce nouveau média doit être analysé non pas comme un récit, mais comme un objet interactif²². Pourtant à la fin des années 1990, les ludologues s'inspirent des méthodes empiriques héritées de la narratologie et ils étudient les jeux vidéo comme contenu sémiotique sans prendre en compte, ni la diversité des pratiques de réception, ni le contexte social des joueurs (Aarseth, 1997 ; Juul, 1999). Les ludologues s'en tiennent donc souvent à des analyses du contenu des jeux vidéo qu'ils généralisent en s'inspirant plus ou moins explicitement sur leur propre expérience de jeu, bien souvent restreinte à ce qui se passe sur leur écran, dans la fenêtre du logiciel de jeu qui les intéresse.

Les fragments des activités en ligne qui sont pris en compte se limitent alors à ce que le chercheur juge le plus légitime à observer une fois qu'il a démarré le logiciel de jeu (cf. l'Encadré n° 3 pour une brève illustration tirée d'un document de travail que nous avons rédigé en 2011 afin de présenter succinctement Dofus).

²² Pour une vue plus complète sur l'évolution des *game studies* voir notamment la revue de littérature de Vinciane Zabban (2012).

Encadré n° 3 : La représentation habituelle des pratiques légitimes des joueurs de Dofus

Cet encadré restitue une vision typique des activités de jeu en ligne que les chercheurs ont coutume d'attribuer aux joueurs quand ils s'en tiennent à des observations dans le jeu et à distance. Ce compte rendu occulte ce que font les joueurs mais qui n'apparaît pas clairement par l'observation en ligne de leur pratique de jeu.

La première observation concerne les activités des personnages joués qui prennent place dans un univers graphique inspiré des canons du genre « heroic fantasy » et de l'iconographie des mangas japonais. Ces choix esthétiques s'intègrent à des modes adolescentes apparues depuis les années 2000 et cela a tendance à définir l'âge des joueurs et le peu de maturité de leurs conduites dans le jeu. Comme dans la plupart des jeux en ligne, le récit-fleuve fixe comme objectif officiel la punition par les armes de monstres en lutte contre un peuple pacifique. Imaginons un joueur qui contrôle dans le jeu un personnage d'archer. Celui-ci doit explorer un continent imaginaire programmé pour lui causer de nombreux problèmes. Son personnage n'est pas seul, ses alliés sont joués par des amis rencontrés dans les villages du jeu, un peu comme sur la Figure 1. Sur ces territoires imaginaires, le collectif de joueurs se construit progressivement, au gré de combats contre de dangereux monstres qui s'étendent sur plusieurs heures et jour après jour puisque les personnages reviennent très régulièrement. Une fois le massacre achevé, notre archer victorieux peut enfin toucher ses récompenses. Cette fois-ci, trois épées magiques, quelques pièces d'or appelées Kamas et l'amélioration des capacités du sortilège qu'il vient d'utiliser pour améliorer les caractéristiques de son arc. Il s'agit de récompenses sans fondement matériel qui permettent aux joueurs en ligne de se comparer à d'autres participants, elles sont au cœur des dynamiques de jeu et les motivent souvent à payer pour renouveler leur abonnement et continuer l'aventure.

Cette organisation collective des activités des joueurs se caractérise également par un rythme de jeu et une renommée auprès des autres qui sont propres à Dofus et dépend de son modèle économique. Des fenêtres s'affichent à plusieurs moments au début du jeu qui laissent croire que « Dofus est gratuit », mais qu'il faut payer pour utiliser toutes les fonctions de jeu. Cela encourage les débutants à essayer le jeu quelques heures, puis à payer un abonnement.



Figure 1 : L'entrée de la minoterie d'un village de Dofus où attendent quelques monstres et plusieurs personnages de joueurs qui font partie d'un même groupe d'aventuriers

Nous montrerons pour notre part en quoi nos rencontres en face à face avec des joueurs permettent d'approcher leurs activités en dépassant l'observation de ce qui se passe à l'écran comme l'ont fait les *game studies* à leur début en rabattant l'activité des joueurs sur ce qui est observable à distance dans le jeu en ligne.

Les premières études des jeux en ligne par ce courant de recherche remontent aux années 2000, lorsque les courants formalistes de la ludologie et de la narratologie accueillent progressivement un ensemble plus large de travaux anglo-saxons au sein des *game studies*. Nous pouvons par exemple citer les approches instrumentales et procédurales qui remettent la règle du jeu au centre de l'analyse (Salen et Zimmerman, 2004a ; Juul, 2005 ; Bogost, 2008), ainsi que les approches culturelles et sociales qui sont intégrées aux *game studies* par les chercheurs spécialistes des cultures de « fans ». Certains d'entre eux privilégient la transposition au jeu en ligne de la méthode ethnographique classique, mais restreinte à l'étude de ce qui se passe en ligne, négligeant l'observation des joueurs devant leur ordinateur.

Une tentative de compensation de ce biais passe parfois par l'analyse des échanges textuels publics des participants, via la messagerie instantanée du jeu ou sur des forums de discussion. D'autres ont aussi recours à la collecte de données quantitatives liées à l'activité de jeu d'un grand nombre de joueurs.

Même pour obtenir des informations sur la vie des joueurs hors du jeu, ces chercheurs ont donc très souvent recours à des collectes de données en ligne. Le croisement de ces méthodes a donc tendance à couper leurs analyses de ce qui se passe du côté des joueurs hors de leur fenêtre de jeu, pendant et en dehors des temps passés connectés au jeu. Les données issues d'activités en ligne rabattent donc les comptes rendus et les analyses sur ce qui se passe sur l'écran plutôt que derrière, que l'analyse repose sur l'étude de l'activité de jeu du chercheur, sur l'étude des échanges textuels publics opérés via la messagerie du jeu, ou encore sur des indicateurs quantitatifs qui traduisent certaines actions d'une multitude de personnages joués.

Progressivement, les ethnographies de jeux en ligne prennent de plus en plus souvent en compte le lien entre les sociabilités nouées hors du jeu et celles qui sont tissées en ligne. Ces analyses sont mises en perspective avec le contexte social des joueurs (Taylor, 2006a ; Nardi, 2010 ; Berry, 2009) et avec celui des salariés des entreprises de jeux en ligne (Malaby, 2011 ; Zabban, 2011).

1.1.2 – **Deuxième simplification : la prise en compte de ce qui se passe sur l'écran du joueur**

D'autres types de biais apparaissent lorsque les chercheurs veulent enrichir la compréhension des actions du personnage qu'ils jouent. Ils tentent d'expliquer ce que fait le joueur et quelles sont ses sociabilités en adjoignant d'autres types de données à celles qui sont issues de leurs sessions de jeu. Ces apports complémentaires concernent souvent la multitude d'interfaces graphiques qui servent à la gestion des contenus de jeu qui appartiennent au joueur.

La distinction est d'autant plus compliquée à faire que les joueurs en ligne manipulent un langage autochtone avec une virtuosité qui peut, un temps, désarmer les enquêteurs, puis les faire adhérer à ces discours de sens commun, ne serait-ce qu'en reprenant à leur compte le vocabulaire et les descriptions d'éléments techniques qui sont censés qualifier les activités en ligne. « Joueur », « compte joueur », « personnage », ces désignations semblent très vite communes à tous les joueurs en ligne. L'illusion est totale lorsqu'un chercheur un peu trop pressé s'essaie à recomposer ce panorama sémantique sans passer par la visite des lieux de sociabilité des joueurs, à commencer par leur domicile et les salons de jeux vidéo que certains fréquentent. Ces enquêtes de terrain renseignent sur la manière qu'ont les joueurs d'articuler les mots à leurs contextes de vie et aux actes qu'ils entreprennent devant un écran et non pas seulement à sa surface. Dans de très nombreux cas, ce biais est renforcé parce que les enquêteurs sont eux-mêmes des joueurs en ligne chevronnés et pensent savoir l'essentiel sur la pratique de leurs enquêtés.

Nous étions nous-mêmes dans ce cas de figure au début de cette thèse en 2010. À cette époque, nous avons réalisé le schéma reproduit à la Figure 2. Il a été construit après un certain temps passé derrière l'ordinateur de notre bureau à scruter les interfaces graphiques et le site web de Dofus. C'était avant de nous être rendu sur les lieux de sociabilité des joueurs, de visiter des salons spécialisés, puis d'avoir saisi des opportunités pour mener des entretiens en face à face avec eux à leur domicile.

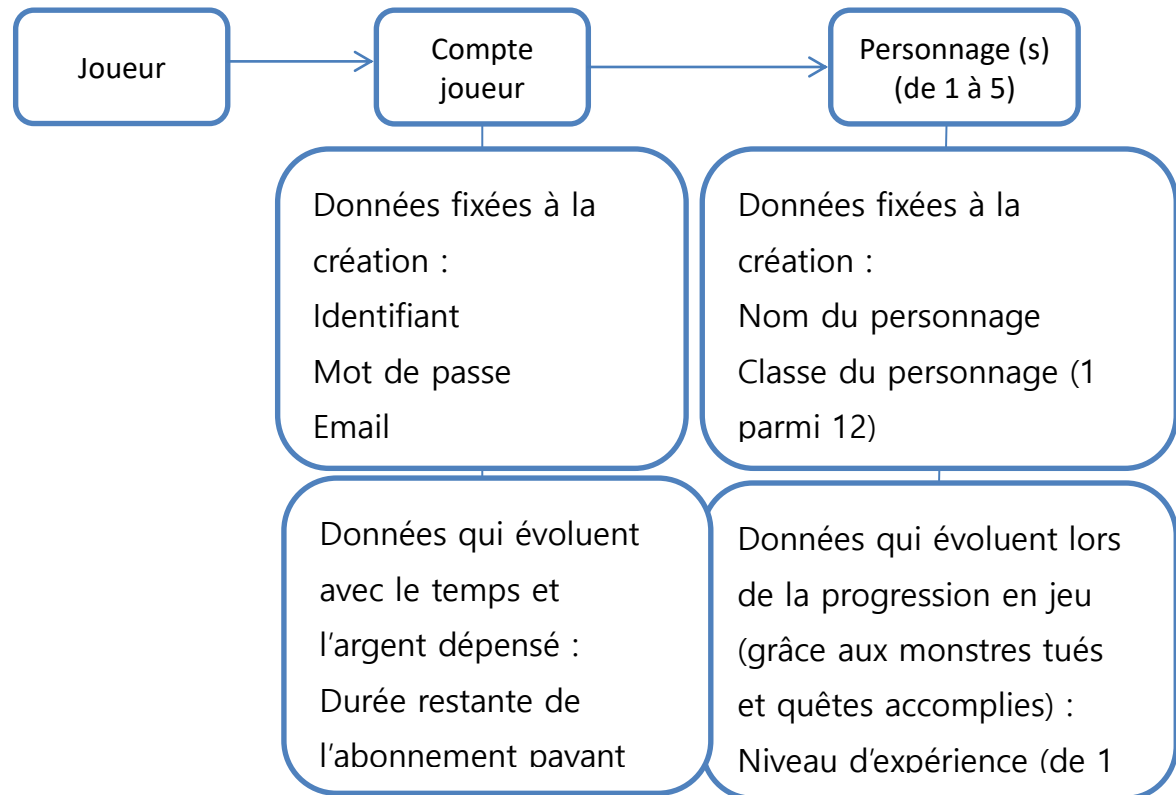


Figure 2 : Notre premier résumé des principales données informatiques qui structurent les interactions d'un joueur de Dofus

Sur ce schéma figurent deux catégories qu'on rencontre usuellement dans les nombreuses interfaces des jeux en ligne pour individualiser la pratique des joueurs. Premièrement, le « compte joueur », parfois aussi appelé « compte client », ou simplement « compte ». Deuxièmement, le « personnage » joué. Les principales données qui sont rattachées dans le jeu au « compte joueur » et au « personnage » sont listées dans les boîtes de la partie inférieure de ce schéma. Elles permettent de prendre conscience des efforts que font les concepteurs du jeu pour personnaliser la relation du joueur à un nombre restreint – mais pas nécessairement unique – de représentations numériques relativement autonomes les unes des autres.

Ce diagramme pourrait d'abord être pris pour une représentation fidèle des données nécessaires pour décrire un pan du « script » d'usage destiné aux joueurs, tel qu'il est anticipé par les concepteurs de Dofus. Il résume les données logicielles qui permettent, pour certaines, d'identifier les conduites d'un joueur lorsqu'il est en ligne, pour d'autres, de traduire et d'enregistrer la trace de ces conduites sous forme de données informatiques. Le vocabulaire pour désigner ces données semble clair et précis, leur organisation logique suit une structure hiérarchique sans

ambiguïté ni recouvrement. Ce diagramme permet de comprendre pourquoi une fraction de chercheurs en *game studies* peut penser que des données informatiques et leurs représentations graphiques suffisent pour décrire fidèlement l'activité des joueurs, leurs discours et leurs croyances. Cette organisation des données est aussi trompeuse parce qu'elle incite à croire qu'elle est à la base de représentations communes aux joueurs et aux concepteurs des jeux en ligne, ce qui n'est pas exactement le cas.

1.1.3 – *Troisième simplification : l'analyse de données quantitatives sans maîtriser leur construction*

En deuxième lieu, le chercheur peut s'appuyer sur des indicateurs quantitatifs de deux types différents. Le premier type est illustré par le projet « Daedalus » (2006) consacré aux joueurs de World of Warcraft. À cette occasion, Nick Yee a demandé de répondre à un questionnaire disponible sur un site internet conçu pour l'occasion. C'est ce qu'a aussi pu faire en France Samuel Coavoux (2011) auprès de quelques milliers de joueurs du même jeu, mais avec un échantillonnage des répondants un peu différent, parce que le questionnaire a été publié sur une page Facebook plutôt que sur un site internet autonome. L'enquête française Ludespace menée auprès de plusieurs milliers de répondants a quant à elle été réalisée par téléphone au moyen d'un questionnaire plus général, consacré aux pratiques vidéoludiques des Français (Coavoux, Rufat, Ter Minassian et Boutet, 2013). Ces trois exemples d'enquêtes par questionnaires au sujet des pratiques de jeux en ligne ont mené à la collecte de données qui portent notamment sur la caractérisation des personnages joués, sur des informations sociodémographiques et géographiques des joueurs, ou encore sur les autres pratiques culturelles qu'ils exercent en plus de jouer en ligne. Elles ont toutes en commun de construire des indicateurs quantitatifs a priori indépendants du jeu.

Les indicateurs quantitatifs étudiés peuvent être d'un second type. Une alternative pour gagner du temps dans la collecte des données est d'enregistrer puis d'analyser des indicateurs déjà conçus par les concepteurs du jeu. Ces indicateurs leur servent souvent à la maintenance ou à la régulation de l'ensemble des sociabilités de jeu. Un certain nombre d'entreprises de jeux en ligne mettent également certains indicateurs à la disposition des joueurs et donc potentiellement aussi de chercheurs. World of Warcraft (Blizzard entertainment, 2004) est un exemple de jeu en ligne qui a été étudié par des chercheurs grâce à des logiciels tiers qu'ils ont programmés pour recombinaison habilement certaines données produites par le logiciel de jeu pour en tirer des informations sur les relations entre les personnages joués (Ducheneaut, Yee, Nickell et Moore, 2006). Ces données décrivent certaines activités en ligne dans leur ensemble, elles sont alors souvent produites indépendamment d'une situation de jeu en particulier, comme par exemple celle du chercheur.

Ce deuxième type de données quantitatives construites par les concepteurs du jeu peut également être analysé d'une autre manière. Certains chercheurs tentent de les mettre au service de l'économie expérimentale en les considérant comme des « boîtes de Petri numériques » (Castronova et Falk, 2009). Ils assimilent ces environnements à des milieux paramétrables où se déroulent des

interactions sociales impliquant des milliers d'individus. D'après eux, les interactions entre les personnages joués en ligne peuvent être considérées comme des modèles stylisés des activités sociales qui ont lieu hors des jeux. Il suffit pour cela que l'entreprise créatrice du jeu en ligne donne l'accès à l'intégralité des traces numériques générées par les activités en ligne, souvent des indicateurs quantitatifs stockés dans des bases de données. Ces chercheurs doivent légitimer une double réduction des activités de jeu en ligne, d'une part à un ensemble de variables numériques, d'autre part à l'activité exercée hors du jeu et qui est à l'origine de l'imitation jouée. La première réduction revient à expliquer des comportements marchands à l'aide d'indicateurs économiques. La seconde établit une correspondance entre les interactions à distance que des joueurs établissent par l'intermédiaire de personnages joués et la manière qu'ont les individus d'agir en dehors des jeux vidéo. Nous considérons pour notre part que cette réduction occulte un nombre d'interdépendances sociotechniques trop importantes, entre le joueur et les outils techniques dont il dispose pour contrôler à distance son personnage. Par ailleurs, le modèle qui en découle ne prend pas en compte le contexte ludique des interactions dans un jeu, une variable qui distingue pourtant considérablement les motifs et les conduites marchandes des joueurs en ligne de celles d'autres acteurs économiques.

Les données issues de questionnaires et celles qui correspondent à des activités en ligne permettent la collecte de données sans se rendre chez de multiples joueurs. Pour un chercheur, elles ont l'avantage d'être économiques en main d'œuvre et de ne pas nécessiter de déplacement. Ces collectes sont relativement rapides à entreprendre au regard des quantités de données collectées, puisque quelques chercheurs aux compétences complémentaires peuvent couvrir l'étude d'indicateurs qui décrivent un grand nombre d'activités en ligne. Malheureusement, cette prouesse n'est possible qu'en contrepartie d'un appauvrissement considérable du caractère situé des activités. De surcroît, certaines méthodes demandent des précautions spécifiques, notamment lors du recours à des données formatées par les concepteurs d'un jeu et non par le chercheur comme dans le cas d'un questionnaire. Il est alors souhaitable d'étudier avec précision la manière dont les formats inventés par les concepteurs façonnent les significations que les joueurs donnent à ces données afin de ne pas les adopter sans recul lors de leur analyse. Cette attention aux formats est tout particulièrement importante lorsque ces données sont publiques et destinées à produire une représentation des collectifs de joueurs. Ce problème est abordé dans le chapitre suivant de cette thèse. Nous l'avons également complété par la publication d'un article complémentaire consacré à la problématique peu explorée du *quantified ourselves*, c'est-à-dire le dénombrement de collectifs en ligne par leurs propres membres (Vétel, 2015).

1.2 – Notre cadrage méthodologique : la prise en compte du contexte sociotechnique situé hors du jeu

Pour appréhender les difficultés que nous venons de répertorier, la méthodologie utilisée pour produire les données analysées dans cette thèse est hybride et

s'inspire des nombreux travaux en *game studies* qui découlent de « l'ethnographie du virtuel » telle qu'elle est théorisée (Hine, 2000). Il s'agit de mener une étude de terrain inspirée d'une ethnographie des interactions médiatisées grâce aux réseaux informatiques, mais en ayant recours à des données collectées de deux manières différentes, à la fois en ligne et hors des réseaux informatiques. Dans notre cas, « l'ethnographie du virtuel » est construite par le rapprochement d'entretiens semi-directifs en face à face d'une heure et demie à quatre heures, avec des observations en ligne menées dans un jeu en ligne, sur des sites internet et des forums de discussion consacrés au jeu, ainsi que deux jeux de données quantitatives collectées sur internet.

Nous nous distinguons toutefois de l'approche générale de Hine et tout particulièrement de son utilisation dans le cadre d'une l'étude de l'univers virtuel *Second Life* (Boellstorff, 2013). Dans le chapitre 3 de son ouvrage ce chercheur considère que ces interactions médiatisées grâce à des réseaux informatiques visent à la production de relations en ligne autonomisées des contraintes sociales qui ont cours hors des écrans. D'après Boellstorff, l'étude des cultures en ligne doit donc s'appuyer sur des observations qui ne portent pas sur la vie des enquêtés une fois qu'ils ont cessé leur activité informatique.

Nous considérons pour notre part que nos questions de recherche nécessitent d'élargir la collecte des données à ce qui influe sur les pratiques numériques des enquêtés, y compris ce qui se passe hors ligne. Occulter ces éléments revient à considérer que les enquêtés réalisent des activités en ligne une fois qu'ils ont neutralisé les effets de la vie sociale qu'ils mènent loin des écrans. Or dans la suite de ce manuscrit, nous montrerons en particulier qu'il est indispensable de rattacher les activités en ligne aux caractéristiques socioéconomiques des enquêtés, à commencer par la place que tient l'argent, le travail professionnel, l'école et la famille dans leur vie quotidienne.

1.2.1 – **La synthèse de nos méthodes d'enquête**

L'enquête qualitative rend compte aussi précisément que possible des trajectoires de pratiques et des représentations de joueurs ligne et de concepteurs de ces jeux. Nous avons réalisé 41 entretiens répartis entre deux grands types d'enquêtés. Cinquante pour cent de nos enquêtés ont travaillé à la conception de jeux en ligne (n=20), soit comme salariés d'entreprises productrices de jeux en ligne (n=15) avec dans ce cas une majorité qui a travaillé plusieurs années chez Ankama (n=11) à diverses périodes entre 2003 et 2015 pendant lesquelles ils ont pratiqué quatre types de métiers en relation avec le jeu Dofus : les métiers du design du jeu, du marketing, de l'édition de site web et de la gestion des communautés de joueurs. D'autres enquêtés sont des joueurs en ligne assidus qui ont aussi contribué à la conception ou au fonctionnement de copies modifiées et hors la loi qualifiées d'*émulateurs* de jeux en ligne (n=5). Les cinquante pour cent restants sont des joueurs de Dofus (n=21), dont la majorité a été recrutée en présentiel à partir de salons de jeu vidéo (n=17).

Nous avons mené une enquête complémentaire pour recruter des adeptes du *jeu à but lucratif*, ceux qui tirent une rémunération de leur activité dans le jeu.

Une partie est composée des joueurs français recrutés après de longues négociations avec les joueurs, souvent mineurs, et leurs parents. Un petit nombre de ces joueurs ont accepté un entretien (n=4), suite à une quarantaine de demandes téléphoniques et à quatre rendez-vous annulés au dernier moment, ou auxquels les enquêtés ne se sont pas rendus. Leurs numéros ont été collectés sur le site internet de petites annonces yakaz.com, sur lequel se trouve à l'époque de l'enquête un nombre conséquent d'annonces de vente en euros « d'objets virtuels » et de personnages de Dofus, environnés d'un nombre considérable d'offres de revente d'objets d'occasions plus ordinaires, allant des cafetières aux scooteurs. Une étude spécifique des joueurs rémunérés situés dans des pays étrangers complète cette enquête avec des entretiens en ligne par messagerie instantanée de responsables du service client des cinq principales plateformes internet de courtage en monnaie du jeu Dofus. Enfin, une observation de sites internet consacrés à Dofus et des joueurs au travers de sessions de jeu est menée tout au long de la thèse. Elle porte en particulier sur les sociabilités nouées avec d'autres joueurs au travers des personnages joués à distance. Un intérêt particulier est porté aux joueurs qui fréquentent les premières zones géographiques du jeu, là où les débutants et les joueurs expérimentés se côtoient.

Enfin, le dernier chapitre consacré aux *serveurs parallèles* résulte d'une méthodologie un peu différente. Premièrement, elle fait appel à l'investigation de sites web spécialisés dans la diffusion d'*émulateurs* de jeux en ligne. Nous avons sélectionné les émulateurs de jeux en ligne les plus populaires depuis la fin des années 1990, puis consulté plusieurs forums de discussion issus de leurs communautés d'utilisateurs. Pour chaque jeu en ligne retenu, nous avons observé les sites internet de la communauté qui les diffusent. Nous nous sommes concentrés d'une part sur le premier émulateur mis en ligne et d'autre part sur ceux qui sortent du lot et sont les plus populaires. Ces derniers ont été identifiés en observant l'évolution de la popularité des émulateurs de chaque jeu en ligne à partir des archives de chacun de ces forums qui discutent abondamment des performances de chacun d'entre eux. Quand ils sont encore disponibles aujourd'hui, ces émulateurs ont été téléchargés et mis en fonctionnement pour une durée courte afin de prendre conscience de l'ampleur de la communauté qui y joue et des contraintes liées au déploiement de chaque logiciel. En dernier lieu, nous avons complété ces données par des entretiens semi-directifs avec certains de nos enquêtés joueurs de Dofus, qui ont révélé qu'ils étaient pratiquant d'émulateurs de jeux en ligne ou administrateurs de certains de ces émulateurs. Quelques membres qui ont participé à la conception d'émulateurs ont aussi été interrogés (n=5). Enfin certains salariés d'Ankama ont déclaré être au courant de ces pratiques hors la loi et nous en ont parlé.

Sur le volet quantitatif, les sources de nos données chiffrées sont de plusieurs origines. Une première collecte concerne les statistiques publiques qu'Ankama publie régulièrement sur le site web de Dofus, elles caractérisent les effectifs complets de personnages du jeu²³. 3247 observations quantitatives ont été

²³ Le travail de captation des données a été réalisé en collaboration avec Thomas Beauvisage et Cezary Ziemlicki, tous deux membres du laboratoire SENSE.

collectées entre octobre 2010 et février 2013, soit en moyenne 2 observations mensuelles sur chacun des 53 serveurs pendant 29 mois. Chacune est codée par une variable exogène au serveur de jeu, le jour de collecte des données²⁴ et quatre variables endogènes au serveur, le nom du serveur de jeu, sa date de création, le « niveau d'expérience » moyen de tous les personnages du serveur et la langue parlée dans le pays de connexion à internet des joueurs du serveur (chacun est rattaché à une aire linguistique seulement)²⁵. Une deuxième a duré 19 mois et se concentre sur les taux de change entre des monnaies²⁶, d'une part, les Kamas et les Ogrines, qui ont valeur dans le jeu Dofus, d'autre part les taux de change entre Kamas et euro tel qu'ils apparaissent sur les cinq plateformes internet de courtage en monnaie du jeu indépendantes d'Ankama. La collecte semi-automatisée de ces données n'a pas pu être plus régulière, car elle est sujette à de nombreux aléas qui demandent un travail de veille et de maintenance des routines de récupération de données qui est considérable. Il est en particulier imputable aux modifications des formats des tables de données mises à disposition par Ankama et aux plantages intempestifs de notre matériel informatique qu'il s'agissait de détecter au plus vite pour ne pas stopper nos mesures trop longtemps.

1.2.2 – Vers une « sociologie des marionnettistes » ?

Nos choix des méthodes multiples à mettre en œuvre débouchent sur des résultats qui vont à l'encontre de l'idée du joueur qui fait corps avec son personnage de jeu, tout au long d'une *carrière* (Hugues, 1996) ludique à la progression linéaire. Afin de maintenir la cohérence avec nos résultats empiriques, nous parlerons des jeux en ligne pratiqués à distance et à plusieurs en ne gardant pas en tête que l'analogie la plus courante du « lieu virtuel » où se déroulent les actions de personnages contrôlés à distance, comme s'ils étaient rassemblés à la surface des écrans. Les enquêtés parlent effectivement de « lieux virtuels » singuliers qu'ils partagent avec les autres participants, mais dans une perspective sociologique il semble indispensable de rattacher à ces représentations -pensées pour autonomiser les relations de certains groupes de joueurs- les soubassements sociotechniques qui trouvent leurs origines en dehors des écrans distants. En particulier, les usages des personnages joués peuvent seulement être cernés correctement s'ils sont considérés comme l'une des parties des agencements sociotechniques les plus attachantes et les plus visibles aux joueurs. Dans une perspective pragmatiste, nous

²⁴ Nous avons programmé la plupart des sessions de collectes à deux horaires, 10 heures et 14 heures, les mises à jour, arrêts temporaires et redémarrages de certains serveurs par Ankama étant généralement réalisés tôt chaque matin.

²⁵ Dans le chapitre 2, nous avons seulement écarté l'analyse des « classes de personnages » que nous avons pourtant collectées de manière exhaustive sur les 29 mois. Les conclusions principales au sujet de cet indicateur sont déjà présentées dans les études menées par des joueurs de Dofus que nous résumons dans la note 6. Ces données sont par ailleurs mobilisées dans l'un des chapitres consacrés au farming pour traiter le cas des stratégies d'optimisation du jeu rémunéré.

²⁶ La récupération semi-automatisée de ces données informatiques distantes a été réalisée en paramétrant un script sous cURL capable de s'authentifier auprès du serveur de Dofus avec nos paramètres de compte client du jeu. Puis les données de taux de change contenues dans les fichiers html récupérés ont été formatées (« parsées ») pour permettre leur importation sous Excel et Access. Cette ultime étape a été réalisée grâce à des outils de traitement de masse de données de la suite open source Pentaho data integration.

proposons de distinguer les désignations autochtones de « lieu virtuel » de concepts que nous utiliserons pour les étudier, comme l'a notamment déjà fait Manuel Boutet afin d'analyser un autre jeu en ligne francophone (2008). Pour favoriser la prise en compte de la dimension sociotechnique des agencements que nous allons étudier, nous considérerons que nos concepts analytiques répondront à une autre analogie, celle des marionnettistes. Cette analogie traduit bien la relation entre des joueurs en ligne qui manipulent leurs personnages joués. Comme ils le feraient avec des marionnettes, ils s'engagent avec leurs personnages à participer à des interactions qui aboutissent souvent à des histoires partagées avec d'autres personnes. Des histoires parfois improvisées, inventées pour le plaisir des participants au jeu ou celui d'un éventuel public non-joueur, parfois gratuitement ou pour gagner sa vie. Dans toutes ces situations, les marionnettes restent à tout moment des objets auxquels il est possible de faire produire une réaction, une réponse. Ce ne sont donc pas des êtres sociaux humains, doués d'une capacité d'initiative autonome. Dans ces conditions, étudier les relations sociotechniques qui attachent entre eux les marionnettistes ne peut se faire par le recours exclusif à une « sociologie des marionnettes », en attribuant implicitement des jugements à des non-humains qui les détachent des intentions et des milieux sociaux d'origine de ceux qui les manipulent.

L'épaisseur sociotechnique que nous souhaitons redonner aux activités des joueurs nous conduit à dépasser l'observation de ce que fait un seul et unique personnage de jeu à la surface d'un écran d'ordinateur. Pour ce faire, nous recomposons des comptes rendus de ce que font les joueurs en ligne en nous appuyant d'une part sur des récits factuels de joueurs et de concepteurs du jeu, d'autre part en analysant les principaux objets numériques que les joueurs préparent sur leurs écrans pour susciter des réactions de la part d'autres participants.

Deux échelles d'analyses différentes servent à appréhender les réactions sur les écrans. D'une part, une analyse agrégée à partir de figures statistiques associées aux joueurs et qui émergent à partir des données quantitatives que nous avons collectées²⁷. D'autre part, des observations en situation de jeu sur notre propre écran, lorsque nous manipulons un personnage de jeu ou que nous fréquentons les sites internet que consultent d'autres joueurs.

1.2.3 – *La prise en compte des pratiques hors-jeu*

Depuis la fin des années 1990, si des entreprises du secteur parviennent à commercialiser des jeux avec succès, c'est aussi parce qu'elles ont su rester attentives à des pratiques moins légitimes, que les clients développent plus discrètement, en périphérie de leurs jeux en ligne. Malgré le fait que les joueurs les rattachent à des univers de sociabilités qui sont du domaine du *hors-jeu*, un concept défini comme « l'ensemble des espaces d'information et de communication dédiés aux joueurs, focalisés sur l'activité de jeu, hors de l'espace

²⁷ Le chapitre suivant revient sur la construction de figures statistiques de types de joueurs de Dofus.

logiciel » (Zabban, 2009). Malgré tout, ce que les joueurs font *hors-jeu* dépend des pratiques de jeu légitimes. C'est ainsi que la chercheuse précédente centre son étude de cas sur les forums de discussion que les joueurs en ligne mobilisent au gré d'adresses plus ou moins légitimes qu'ils destinent à différents cercles de participants. La prise en compte des activités de *hors-jeu* est donc un enjeu important pour l'étude des sociabilités des joueurs en ligne, comme ont notamment pu le montrer tout au long de leurs travaux de thèse des chercheurs comme Vincent Berry (2009), Vinciane Zabban (2011) et Julien Rueff (2014).

Un des autres domaines qui se retrouve au centre des activités de *hors-jeu* concerne la consultation des informations qui facilitent la progression dans le jeu et qui sont parfois appelées « solutions » ou « soluces » quand les joueurs ne les qualifient pas sans détour de « triches ». Mia Consalvo (2007) a étudié ces contenus qu'elle considère comme les principaux *paratextes* accompagnant les pratiques de jeu légitimes. Elle reprend le concept de *paratexte* à Gérard Genette qui s'en sert pour qualifier certains formats d'écriture d'un ouvrage. Notamment ceux qui ne composent pas son corps principal, comme la quatrième de couverture, la table des matières, ou les notes de bas de page. Genette montre que le format de ces textes modifie la signification que les lecteurs attribuent au texte principal. Ces formats indiquent au lecteur qu'il doit reléguer les *paratextes* en périphérie du propos principal, mais du fait de cette opération sémiotique, les *paratextes* se trouvent organiquement liés à l'expérience de lecture du corps de l'ouvrage. Ramené au contexte des jeux vidéo, ce *paratexte* désigne donc l'objet des activités complémentaires dont les joueurs ont besoin pour prolonger leur participation aux pratiques de jeu plus légitimes, qui sont souvent aussi celles que l'entreprise créatrice contrôle le mieux. La définition du *paratexte* telle que l'utilise Consalvo a toutefois une portée plus vaste, mais moins précise que celle de Zabban, car son étude montre de manière plus explicite qu'elle va au-delà des seuls espaces de communication et de socialisation, et ne se limite pas non plus aux contenus numériques disponibles sur internet. Nous ferons pour notre part un usage du *hors-jeu* intermédiaire, recentré sur les moyens de socialisation, sans pour autant le limiter aux moyens disponibles sur internet, car le téléphone, les chambres des frères et sœurs et l'école font partie intégrante des moyens de socialisation des joueurs de Dofus.

Contrairement à ce qu'on pourrait croire, les industriels ne prennent pas nécessairement en charge toutes les activités en rapport avec leur jeu. Certains joueurs prennent en charge l'organisation d'une bonne partie des activités considérées comme du « hors jeu ». Un certain nombre d'informations qui décrivent et commentent les contenus du jeu sont également produites par des joueurs qui administrent des sites internet spécialisés. Vers 2010, dans Dofus ce sont notamment les sites www.lezaap.com, www.jahlovehot.fr et www.barbok.fr qui mettent ces contenus à disposition de la grande majorité de nos enquêtés joueurs. Ils regroupent une multitude de fonctions, notamment des forums de discussion indépendants de l'entreprise pour échanger sur ce qui se passe dans le jeu, ou encore la liste des monstres qui peuvent être rencontrés dans le jeu, ainsi que leurs caractéristiques et parfois aussi les objets qui peuvent être collectés sur chacun des monstres. Des cartographies des territoires de jeu accompagnent

souvent ces répertoires pour débloquer la progression de joueurs en difficulté, comme sur la Figure 3.

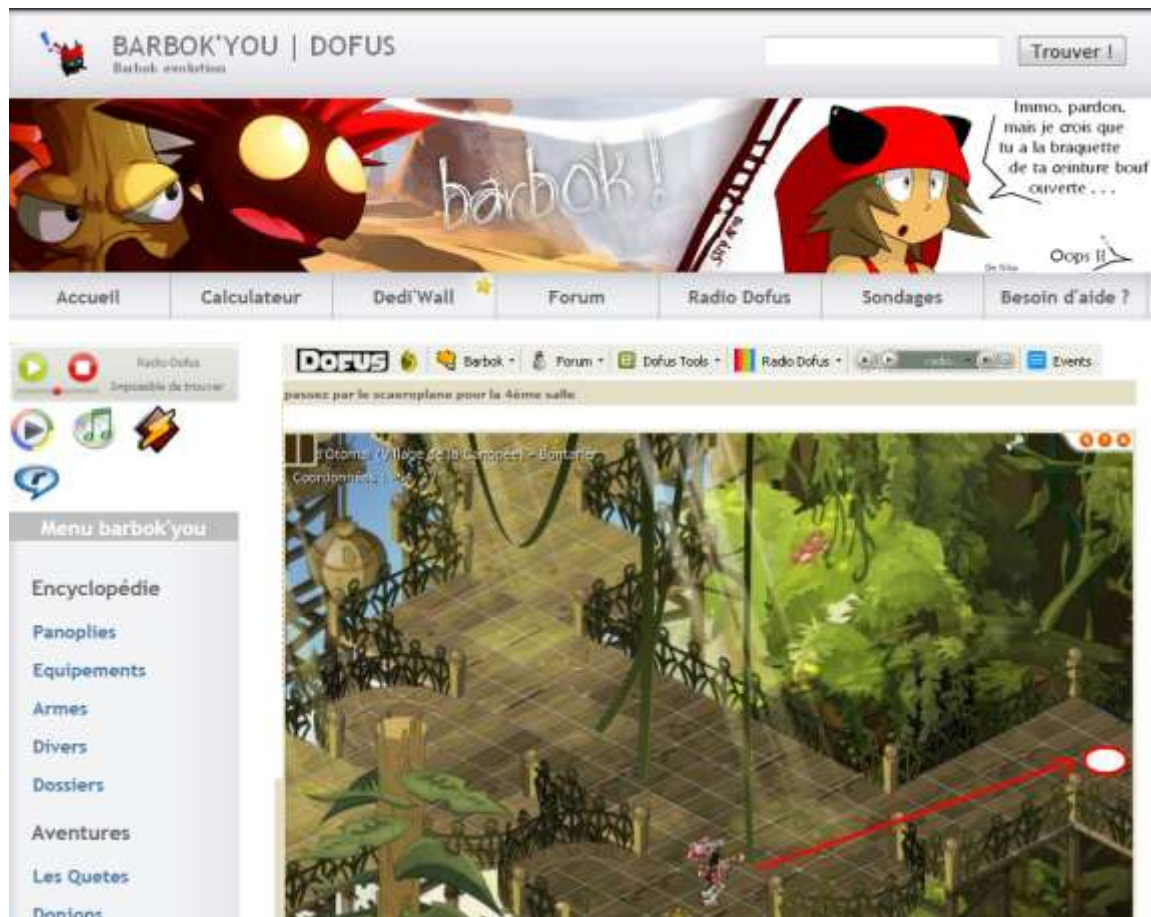


Figure 3 : Un fragment de cartographie d'un des donjons de Dofus tel qu'il apparaît sur le site indépendant www.barbok.fr

La production de contenus rattachés au « hors jeu » revient donc souvent à présenter de véritables bases de données sous forme de « vues » structurées à l'aide de tableaux et de pages de texte et d'images aptes à simplifier la consultation des informations par des lecteurs qui voudront s'en servir pour modifier les activités de leurs personnages dans Dofus.

Pour certains de nos enquêtés, une alternative est l'achat du magazine d'Ankama appelé « Dofus Mag ». Il comporte dans chaque édition les cartographies de certains territoires du jeu et quelques tableaux qui présentent des explications sur certains monstres et les lieux où les trouver. Ce magazine populaire auprès des joueurs semble se démarquer des sites internet que nous venons de présenter parce qu'il réunit dans un volume qui paraît régulièrement des informations fragmentaires sur une grande diversité de sujets liés à Dofus. L'exemple de « Dofus Mag » montre qu'Ankama est une entreprise attentive aux activités de ses propres joueurs, fussent-elles du domaine du *hors-jeu*. Ankama construit son jeu en prenant en compte ces activités et lorsque c'est possible elle n'hésite pas à s'en inspirer pour proposer des produits commerciaux complémentaires qui nourrissent d'une autre manière le domaine des activités de « hors jeu ». La lecture des cartes géographiques d'une partie d'un jeu en ligne dans un magazine est un

exemple parmi d'autres de pratiques *hors-jeu* qui ne se font pas à partir d'un support informatisé.

1.2.4 – **Les techniques d'entretien utilisées**

Nous pouvons distinguer trois grandes séquences temporelles au long de notre enquête. Au tout début de notre thèse, des observations en jeu et sur des sites internet nous ont permis d'évoquer rapidement un certain nombre de sujets importants dès les premiers entretiens avec des joueurs. Dans un second temps, les connaissances du jeu acquises lors des entretiens avec des joueurs ont pu nous servir pour limiter les réticences au recrutement des salariés d'Ankama. Lors de l'enquête sur les salariés de l'entreprise créatrice du jeu, l'évocation des points du jeu soulevés par des joueurs et qui leur ont récemment posé des problèmes nous a permis de les mettre plus facilement en confiance et d'être mis en relation avec leurs réseaux de proches collaborateurs sans provoquer un blocage du département communication ou des juristes de l'entreprise.

La manière de conduire les entretiens découle en partie de notre méthode de recrutement. Aussi bien auprès des joueurs que des salariés d'Ankama, les premiers enquêtés ont été recrutés indépendamment, puis nous avons procédé à des recrutements de pairs, de joueurs qui sont amis ou en couple, ou de collègues de travail. Ces recrutements ont permis de mettre en oeuvre un guidage des entretiens qui s'apparente en plusieurs points à celui que Demazière utilise pour interroger des chômeurs sur les conditions d'interruption de leur trajectoire professionnelle et la manière dont ils composent au quotidien avec les représentations sociales auxquels ils sont constamment renvoyés (2011). Nous avons recoupé les récits et points de vue formulés par différents enquêtés et le cas échéant nous avons fait alterner l'enquêté entre d'une part la production de discours narratifs et biographiques et d'autre part l'élaboration de propos dialogiques, qui le confronte avec ce que nous ont déjà racontés ses pairs. Cela fait apparaître des décalages d'interprétation ou des faits contradictoires qui obligent l'enquêté à approfondir une description, à clarifier sa relation avec les pairs évoqués en cours d'entretien, ou à revoir des justifications. L'étude préalable des traces numériques que nos enquêtés avaient laissées sur internet a également permis de leur demander des explications au cours de l'élaboration de leurs récits. En ce qui concerne un grand nombre de joueurs majeurs et de salariés de l'entreprise créatrice du jeu, ce fut notamment le cas des profils professionnels qu'ils avaient renseignés sur LinkedIn ou Viadeo. Nous n'avons toutefois pas pu pousser cette enquête préalable à l'étude des personnages joués, car en raison de la gratuité de la création d'un compte client dans le jeu étudié, les joueurs ont coutume de ne pas renseigner leurs véritables informations biographiques ce qui complique singulièrement le traçage préalable de leurs personnages de jeu.

1.2.5 – **De la nécessité de démultiplier les approches en ligne et hors ligne d'un même terrain**

Début 2010, alors que nous commençons notre thèse, nous adoptons la posture de ces chercheurs qui se désintéressent des activités et des discours de la majorité des joueurs. Nous avons identifié notre objet de recherche comme un certain nombre

d'entre eux le font, sur un écran d'ordinateur, voire exclusivement en observant ce qui se passe dans le logiciel de jeu. Toutefois, au fur et à mesure de nos lectures, de la participation à des séminaires et des discussions avec des chercheurs inscrits dans plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales, notre enquête s'est modifiée. Nos collectes de données quantitatives, nos observations et nos entretiens situaient avec plus de nuance les pratiques et les socialisations des joueurs. Les activités vidéoludiques gagnaient en complexité, elles n'avaient plus seulement l'apparence d'actions individuelles, de mises en relation à distance de joueurs interchangeables, rendu abstraits par la réduction à leurs activités en ligne.

Observations, calculs statistiques et entretiens mettent l'accent sur certaines dimensions des activités des joueurs, en occultent d'autres. Les pratiques des joueurs ne semblent finalement pas se plier si facilement aux « scripts » d'usage prévus par les concepteurs de Dofus. De nouvelles pratiques s'articulent au jeu, des techniques de jeu novatrices émergent, des catégories pour désigner des usages sont inventées sur le tas par certains joueurs, puis parfois rapidement reprises par la majorité. Ces appropriations et ces déplacements des significations sont plastiques et temporaires. Il est déjà complexe d'étudier leurs adaptations constantes aux changements du jeu au fil de mises à jour logicielles incessantes, de changements de règles du jeu que les concepteurs imposent parfois à un rythme mensuel, il l'est encore davantage de prendre en compte le contexte social des enquêtés, leur situation familiale et scolaire quand ce sont des joueurs, leur position organisationnelle quand ils sont salariés dans l'entreprise qui produit et commercialise le jeu que nous souhaitons étudier.

1.3 – L'enquête auprès de joueurs de Dofus

Nous décrivons dans cette section la partie de notre enquête auprès de joueurs de Dofus. Nous résumons l'origine de nos recrutements dans le Tableau 2 ci-dessous.

Origine du recrutement	Effectifs (n)	Fréquentation de salons de jeux vidéo
Salons de jeux vidéo	7	> 1 fois
Amis des joueurs recrutés sur des salons	5	> 1 fois
Notre entourage personnel	5	Jamais
Sites internet d'annonces pour Dofus	4	Jamais

Tableau 2 : L'origine du recrutement de nos enquêtés joueurs de Dofus

Notre échantillon peut être divisé en deux parties, la première se compose des joueurs qui visitent des salons où Ankama expose ses produits. Ils ont été recrutés sur place (n=7) ou dans leurs cercles d'amis (n=5). La seconde représente les joueurs recrutés par d'autres moyens et dont aucun ne fréquente de salons de jeux vidéo. Ils proviennent de notre entourage indirect et représentent des joueurs de niveau intermédiaire à très avancé (n=5) et d'autres recrutés sur des sites internet de petites annonces pour Dofus qui sont fréquentés par des joueurs expérimentés (n=4).

1.3.1 – Les salons de jeux vidéo

Près de la moitié de nos entretiens sont le reflet du discours de passionnés de Dofus et de leurs amis qui investissent le jeu pour faire partie du même groupe de participants. Les salons qu'ils fréquentent drainent dans toute la France un très grand nombre de *fans* de Dofus, dont ceux que nous avons rencontrés anticipent la date de l'évènement, payent une place pour y accéder et parfois même passer une nuit, à l'hôtel ou hébergé chez des amis. Lors de plusieurs salons parisiens auquel participe l'entreprise Ankama, nous rencontrons par exemple des joueurs venus de la plupart des arrondissements de la ville, de ses diverses banlieues (Bois-Colombes, Goussainville, Stains, Le Raincy, Le Kremlin-Bicêtre, Antony, Palaiseau), d'un village situé à 40 kilomètres d'Orléans, d'un autre en Normandie, de Tours ou encore de la banlieue de Lille. D'autres participants, parfois encore mineurs, ont fait le voyage avec leur famille ou un groupe d'amis depuis des villes plus éloignées comme Marseille ou Gant en Belgique. Nous réalisons des observations comparables lors de la visite d'un salon organisé par Ankama en 2012 à Lille, avec une meilleure représentation de jeunes des banlieues et villes voisines, mais là encore de nombreux visiteurs sont venus du reste de la France, de grandes villes éloignées, de leurs banlieues et des campagnes, ainsi que des pays francophones limitrophes, la Suisse et la Belgique.

Parmi ces salons, la plupart sont entièrement organisées par l'équipe d'Ankama, en particulier le « pôle communication » et quelques salariés mis en avant parce qu'ils sont populaires auprès des joueurs, par exemple Gabrielle l'attachée de presse d'Ankama Game, Jérôme le community manager de Dofus, et Frédéric le responsable des « game designers ». Ces salons qui durent un week-end sont appelés « Ankama convention », en référence aux conventions de fans de culture populaire qui voient le jour un peu partout et dont les premières ont été organisées dans les années 1930 aux États-Unis (Hellekson et Busse, 2006). Des animations récurrentes sont organisées pour renforcer les liens avec la communauté de *fans* des jeux en ligne, une communauté que le département marketing des entreprises de jeux vidéo considère souvent comme le principal relai du *bouche à oreille* auprès du « marché de masse » (Beuscart et Mellet, 2012)²⁸. Parmi ces animations citons des séances de réponses aux questions du public de la part des salariés les plus connus des jeux vedettes de la marque, donc notamment de Dofus, la présentation de nouveaux jeux encore en cours de développement, ou les bandes-annonces des prochaines saisons du dessin animé Wakfu.

²⁸ La position de « leader d'opinion » des participants à ces communautés en font par la même occasion de bons informateurs pour expliquer quelles sont les activités des participants avec lesquels ils jouent mais qui ne participent pas tous à ces salons de *fans*.

À titre illustratif, nous avons pris la photographie reproduite à la Figure 4 lors de la « Ankama Convention #5 » de 2011. Le public assiste ici à la diffusion en avant-première d'un épisode du dessin animé Wakfu qui raconte une histoire située dans le monde de Dofus.



Figure 4 : L'estrade principale dans le hall réservé à la « Ankama convention #4 » (Porte de Versailles, en mars 2011)

Les foules massées devant l'estrade principale à l'occasion de ces événements populaires donnent un modeste aperçu de la fréquentation de ces « conventions ». Pour ces fans et leurs amis, la popularité du jeu imprègne la plupart des impressions qu'ils gardent de leur visite. Les preuves qu'ils avancent alors pour justifier du succès du salon et de Dofus sont la densité de la foule, les files d'attente observées à l'entrée des salons et aux boutiques accessibles sur place pour acheter des produits dérivés de l'entreprise. À partir de 2010, l'accroissement du nombre de ces événements organisés dans toute la France a tendance à renforcer aux yeux des fans cette impression d'une entreprise à succès.

1.3.2 – *Le profil des joueurs vus en entretien*

Nous avons mené 21 entretiens semi-directifs avec des joueurs de Dofus dont 16 jouent encore fréquemment au moment de l'enquête et 5 ont arrêté depuis moins de 3 ans. Le guide d'entretien est présenté dans l'annexe au Tableau 9. Il est conçu en cinq parties. La première porte sur la trajectoire générale des pratiques ludiques de l'enquêté, leur localisation géographique et leur encastrement social, ainsi que la place que tient Dofus au sein des autres pratiques et la manière dont ce jeu est rattaché à des sociabilités *hors jeu*. La seconde partie porte sur les activités du joueur dans le logiciel de jeu Dofus, avec une attention particulière portée aux personnages du joueur. La troisième partie regroupe des questions sur les comportements économiques du joueur, ses manières d'évaluer des objets de valeur dans le jeu et de faire du commerce dans Dofus. La quatrième partie revient sur les activités déviantes que le joueur pratique ou dont il pense avoir été victime. Une cinquième et dernière partie regroupe les questions au sujet des activités menées sur le site web officiel de Dofus qui sont en lien avec l'abonnement au jeu.

Dans la suite, nous expliquons l'origine de plusieurs biais importants de notre échantillon dont la répartition par âge, lieu de résidence, professions et

catégories socioprofessionnelles (PCS) sont résumées en annexe. Premièrement, la moyenne d'âge plus basse pour les enquêtés recrutés sur des sites internet de revente de biens du jeu. Deuxièmement, les PCS qui indiquent une surreprésentation des cadres et des habitants des villes dans notre échantillon. Troisièmement, la difficulté à recruter des participants aux versions pirates de Dofus issus de milieux populaires. Quatrièmement, la surreprésentation masculine chez nos enquêtés, alors que Dofus attire un certain nombre d'adolescentes.

Premièrement, l'âge moyen des joueurs recrutés est de 20 ans, avec des collégiens (n=3) qui ont en moyenne 14 ans et demi, des lycéens (n=7) 17 ans, des étudiants (n=2) 20 ans et des salariés (n=9) 23 ans et demi. En face à face, lors de salons de jeux vidéo ou via des contacts personnels, les enquêtés recrutés ont là aussi en moyenne 20 ans. Toutefois cet âge diffère sensiblement pour les recrutements effectués à partir de sites internet. La moyenne est de 16 ans. Elle reflète l'âge de 3 lycéens et d'un collégien. Cette différence importante mérite de s'attarder sur cette partie de notre terrain. Cette moyenne d'âge plus basse n'est pas seulement imputable au hasard et aux petits effectifs de joueurs enquêtés que nous avons recrutés sur internet (n=4). Pour obtenir ces 4 entretiens, nous avons dû réaliser des appels téléphoniques auprès de 40 joueurs choisis parce qu'ils habitaient en région parisienne et que leurs annonces concernant Dofus étaient datées de la semaine en cours. Sur les 40 annonces, l'objet est dans 25 pour cent des cas l'achat de « comptes joueurs » de Dofus contenant tous les personnages joués, dans 25 pour cent la vente de biens du jeu (monnaie ou équipements rares) et enfin pour 50 pour cent la vente de « comptes joueur » de Dofus. Au téléphone, nous avons discuté des motifs de l'annonce un peu plus longuement avec 18 d'entre eux, âgés de 18 ans en moyenne²⁹. Cet échantillon de 18 personnes est composé seulement de garçons, dont 50 pour cent sont scolarisés au lycée, 20 pour cent au collège et 30 pour cent salariés ou étudiants de moins de 25 ans.

Notre statut de chercheur était affiché ouvertement, ce qui a souvent posé problème pour obtenir l'autorisation des parents des mineurs. Ceux-ci ont toujours cherché à l'accorder à condition que notre discours auprès de leur enfant valorise l'institution scolaire au détriment d'une passion pour les jeux vidéo jugée trop encombrante. La date de l'enquête au regard du calendrier scolaire est une variable qui doit également être prise en compte. Ces entretiens ont eu lieu lors des « ponts » du mois de mai 2011, au moment où une majorité d'élèves préparait leurs examens blancs de fin d'année pour le bac de français et le baccalauréat général. Nos trois entretiens avec des lycéens recrutés sur internet correspondent tous à des ventes de « comptes joueurs » et ont confirmé que ces joueurs revendent leur personnage pour arrêter définitivement de jouer à Dofus. Ces lycéens mettent fin à

²⁹ Soit l'âge est déclaré directement par ces enquêtés, soit nous l'avons déduit suite à des discussions téléphoniques ultérieures avec leurs parents qui ont souvent évoqué leur scolarité. Les défections parmi ces 40 sollicitations ont souvent suivi des concertations avec les parents, justifiant leur refus de l'entretien par un souci de privilégier les devoirs scolaires de leur enfant. Ils précisent dans beaucoup de cas que l'enfant est scolarisé au collège ou au lycée. Les 4 entretiens réalisés par ce mode de recrutement ont suivi de longues négociations avec des parents, insistants sur notre rôle pour dissuader leur enfant de continuer à jouer autant à Dofus, ils nous ont souvent prié de lui rappeler qu'il est important de réussir à l'école et de faire ses devoirs.

leur pratique, car ils doivent préparer leurs examens de fin d'année sous une forte pression parentale³⁰. L'arrêt d'une carrière de joueur en ligne a souvent lieu pour des raisons scolaires, mais peu de recherches s'attardent sur la trajectoire du « compte joueur » délaissé, une fois la carrière du joueur achevée. Le nombre important d'annonces hebdomadaires de vente de compte de jeux en ligne sur internet, le contenu de nos 4 entretiens menés en face à face et l'âge moyen de 18 ans des joueurs contactés par téléphone permettent de reconstituer le contexte d'une pratique qui n'est pas étudiée par les chercheurs, alors que la situation apparaît fréquente. Il s'agit de la valorisation économique de l'interruption de la carrière des joueurs en ligne scolarisés dans le secondaire.

Deuxièmement, notre échantillon compte environ 30 pour cent de personnes de références qui exercent un métier d'ouvrier (PCS n° 6), 30 pour cent de cadres (PCS n° 3), 15 pour cent de professions intermédiaires (PCS n° 4) et 15 pour cent d'employés (PCS n° 5), ce qui aux vues des faibles effectifs est satisfaisant pour couvrir les PCS de rattachement des joueurs de Dofus vivant au voisinage de grandes villes françaises. Les variations en pourcentage de ces 4 PCS peuvent difficilement être interprétées en raison des faibles effectifs concernés. Un biais prévisible pour le recrutement via des contacts personnels. En comparaison des autres modes de recrutement, il privilégie les cadres et professions intellectuelles supérieures (PCS n° 3) de même PCS que l'enquêteur. Les effectifs concernés sont réduits (n=4) parce que nous avons diversifié les modes de recrutement, ils ne permettent donc pas pour autant de biaiser sensiblement nos analyses. Les PCS de l'échantillon ont par ailleurs quelques caractéristiques liées à notre mode de recrutement qui privilégie les habitants des abords des grandes villes. Sur l'effectif total (n=21), les agriculteurs (PCS n° 1) sont absents. Cette PCS n'est vraisemblablement pas majoritaire parmi les foyers de joueurs de Dofus, mais pour autant rien ne justifie l'absence totale dans ces foyers d'une personne de référence qui exerce la profession d'agriculteur. Cela paraît peu probable, étant donné le nombre de joueurs de Dofus en France et sa popularité parmi un grand nombre de jeunes du territoire national. Nous n'avons pas eu accès à de tels foyers parce que nos lieux de recrutement en face à face sont dans des grandes villes et privilégient les résidents situés à proximité ou dans des villes similaires. Nos recrutements à distance par internet visent le même type de population urbaine et conservent le même biais. Les sites où nous avons recruté sont spécialisés dans les petites annonces de vente d'objets courants et parmi eux sont aussi à vendre des biens virtuels de Dofus. Les arnaques lors de la passation de ces biens n'étant pas rares, il faut souvent être à même de se rencontrer physiquement pour racheter ces biens virtuels en toute confiance, à des arrêts de buts, ou dans l'idéal dans des cybercafés ou à l'un des domiciles afin de pouvoir garantir la réciprocité de l'échange en testant que l'accès aux contenus rachetés fonctionne effectivement. Ceci a tendance à limiter l'implication de joueurs situés dans des zones rurales isolées des grands centres urbains, a fortiori quand ils n'ont d'accès facile à un moyen de transport.

³⁰ L'entretien avec un collégien de 14 ans traite des pratiques lucratives de vente systématique d'objets du jeu qui sont souvent couplées avec la vente de biens virtuels pour un serveur de jeu parallèle, une question traitée dans le chapitre de cette thèse consacré aux émulateurs.

Troisièmement, au cours de notre enquête, nous avons tenté d'identifier certains joueurs particulièrement impliqués dans le jeu sur des versions pirates de Dofus appelées « serveurs privés ». Parmi nos 21 enquêtés vus en entretiens, environ un tiers ont indiqué y avoir joué, mais ils l'ont pratiquement tous évoqué en cours d'entretien, rarement sur leur lieu de recrutement, en particulier lorsqu'il s'agissait d'un salon de jeu vidéo avec un stand d'Ankama à proximité. Par ailleurs, pendant les salons sur lesquels des stands d'Ankama étaient présents, nous nous sommes entretenus de manière informelle avec de nombreux joueurs que nous n'avons pas revus en entretien. Dans un peu moins d'une dizaine de cas, le joueur interrogé a déclaré avoir essayé une copie pirate de Dofus, ou avoir participé à sa mise à disposition publique sur internet pour attirer d'autres joueurs. Aucun d'eux n'a donné suite à nos demandes d'entretien. En particulier, deux groupes de deux et quatre adolescents familiers des copies pirates de Dofus sont venus entre amis à des salons. En quelques minutes ils ont pu nous confirmer qu'ils savaient très bien de quoi il s'agissait et les grands principes du fonctionnement technique de ces copies pirates. Ils étaient tous issus de quartiers populaires lillois et parisiens, mais ont déclaré qu'à Nîmes et à Marseille des cousins et des amis participaient régulièrement à leurs activités sur ces serveurs pirates. Ils ont dans un premier temps accepté le principe d'un entretien, mais n'ont accepté de nous communiquer que leurs prénoms et des adresses email ne contenant que des pseudonymes. En contrepartie, ils ont exigé un paiement en euros sur le champ. Dans le cas du groupe rencontré en premier lors d'un salon parisien, nous avons refusé. Nous avons rencontré le second groupe un peu plus tard à Lille et nous disposions à cette occasion de quelques chèques cadeaux prévus pour la circonstance. En échange de l'un de leurs numéros de téléphone mobile, nous leur en avons laissé deux à se partager, soit 20 euros. Par la suite, nous n'avons obtenu aucune réponse, ni à nos emails, ni à nos appels téléphoniques. Nous revenons dans le chapitre 6 sur la continuité d'un tel rapport à l'argent et à la transgression d'accords et de règles au sein même de l'activité de jeu de pratiquants de copies pirates de Dofus.

Quatrièmement, la plupart des garçons ont été enthousiastes à l'idée de parler de leur passion lors d'un entretien. Ils mobilisent souvent Dofus pour se valoriser au travers de leur pratique vidéoludique, n'hésitant pas à élaborer des discours sur diverses formes de performance de leurs activités, à se vanter de leurs exploits et de leurs victoires sur d'autres joueurs ou encore à tester les connaissances que l'enquêteur a du jeu pour s'assurer qu'ils sont écoutés, que malgré leur plus jeune âge ce sont eux qui savent le mieux. Cependant, les tentatives de recrutement de femmes ont laissé entrevoir une relation parfois assez différente à l'enquêteur et à Dofus. Les vidéojoueuses n'étaient pas pour autant absentes de notre enquête, mais elles apparaissent constamment en retrait ce qui peut s'expliquer en raison de la différence d'âge, mais aussi du genre de l'enquêteur. Sur les salons de jeux vidéo, nos demandes d'entretien auprès de jeunes joueuses ont très souvent été déclinées. Les joueuses sont réticentes à divulguer leur numéro de téléphone mobile, leur email, ou encore à réaliser un entretien sur place. Quand elles ont argumenté leur refus d'entretien, elles ont souvent expliqué qu'elles ne sont pas les mieux placées pour parler du sujet, parce qu'elles ne sont, comme le dit l'une d'elles, « pas vraiment des joueuses à part entière ». Nous sommes finalement parvenus à recruter deux femmes. Lors des

entretiens, elles n'ont pas manifesté l'attrait des garçons pour les récits de jeu aptes à valoriser leur personne. Elles ont davantage insisté sur les relations nouées grâce au jeu et sur le personnage de jeu comme construit historique, comme un objet de mémoire pour se rappeler certaines situations, notamment lorsqu'elles ont une dimension sociale. La plus jeune s'appelle Hélène, elle a 18 ans. Nous l'avons rencontrée sur un salon de jeux vidéo où elle accompagne son petit ami Gwenaël que nous avons aussi vu en entretien. En fin d'entretien, elle nous a demandé un grand nombre de conseils d'orientation pour sa formation après son bac et pour trouver un stage d'été en entreprise, ce qui semble avoir en partie motivé sa démarche pour nous revoir. Marie, notre seconde enquêtée, est âgée de 29 ans. Nous l'avons recrutée par l'intermédiaire de nos propres amis sans que cela pose de difficulté. Tout comme Hélène, elle commence sa carrière de joueuse incitée par son petit ami, un joueur en ligne assidu. Dans le cas des joueurs enquêtés qui sont salariés ou chômeurs, ils ont une pratique assidue des jeux vidéo à laquelle participe activement leur petite amie, puisque la majorité est en couple. Toutefois, là où nous devons parfois demander au père, aux frères ou aux copains des enquêtés de nous laisser seuls faire un entretien avec le joueur de Dofus recruté, il n'était pas rare que la mère, les sœurs, ou la petite amie de nos enquêtés quittent le domicile dès notre arrivée, ou s'isolent spontanément dans une chambre à part le temps de notre entretien. Lors des entretiens avec des joueurs, des participantes à Dofus étaient régulièrement citées, mais elles étaient présentées au sein des groupes d'amis comme des personnes à part, presque toujours avec le statut de petite amie d'un membre du groupe, le statut d'« ex » étant souvent synonyme de départ du groupe de jeu. Nos tentatives pour obtenir les coordonnées de ces joueuses pour les rencontrer ont débouché sur des fins de non-recevoir. Toutes ont suscité, sinon une réticence polie, au moins un certain malaise de la part des garçons enquêtés auxquels nous soumettions la demande.

1.3.3 – Les pratiques de jeux vidéo hors la loi. Travers et détours d'une enquête complémentaire

La méthodologie mobilisée pour le dernier chapitre de cette thèse a nécessité une méthode d'enquête spécifique pour recueillir des données en entretiens. Dès qu'il est question de pratiques hors la loi, les suites judiciaires étant aujourd'hui moins rares, le chercheur qui ne renonce pas à enquêter sur ces pratiques court des risques accrus (Laurens et Neyrat, 2010). Écrire à propos de pratiques impliquant des salariés et des produits commerciaux couverts par des départements juridiques accentue encore ce risque. Pour protéger de tels travaux, il peut être utile de prendre en compte cette judiciarisation dans le travail d'enquête (Fassin, 2008). Dans notre cas, la difficulté principale consiste à éviter d'incarner le rôle d'indicateur auprès du « camp adverse », l'identité des enquêtés est donc dissimulée et toutes les pratiques ne seront pas décrites en détail lorsque cela n'est pas nécessaire à notre analyse sociologique.

Concernant la méthodologie à appliquer à la fraction de notre terrain consacré aux émulateurs de jeux en ligne, il est important de remarquer que dans la seule étude entièrement consacrée à de tels émulateurs pour un MMORPG (Debeauvais et Nardi, 2010), les sociologues s'interrogent sur la popularité des

émulateurs d'un jeu alors même que la version officielle peut aussi être accessible gratuitement. Ceci diffère du jeu Freemium étudié ici, pour lequel le paiement du jeu officiel devient nécessaire à la plupart des joueurs après quelques heures de pratique. Les membres votent pour leur *serveur parallèle* préféré sur un site web chargé d'ordonner leur référencement. Or, ce site qui centralise les offres ludiques dissidentes sert aux sociologues de point d'entrée pour choisir un « serveur » où recruter les joueurs. Ils sont ensuite interrogés à distance avec la messagerie interne du *serveur parallèle* sélectionné. Ces choix méthodologiques conditionnent l'entretien à deux titres. D'une part, les recrutements sont fortement soumis à des métriques de classements en ligne. D'autre part, la communication à distance relâche le couplage entre les propos de l'enquêteur et la totalité du contexte d'énonciation local de l'enquêté.

La méthode mobilisée par ces chercheurs rendant difficile la réalisation d'entretiens supplémentaires en face à face, nous avons donc préféré diversifier les moyens de prise de contact. Dans ces dernières sections du chapitre, nous n'étudions que les pratiques autour d'un seul MMORPG, dont les joueurs du jeu officiel sont jeunes en comparaison des autres jeux du genre, la plupart ayant entre 10 et 25 ans. Huit joueurs de *serveurs parallèles* mineurs ont été recrutés dans le cadre plus large de la thèse, sur des salons spécialisés et des sites de petites annonces permettant l'achat hors la loi de personnages du jeu.

Pour un joueur, se débarrasser du personnage de jeu, qu'il contrôle et incarne à chacune de ses connexions, moyennant finance est parfois un passage obligé. Ces joueurs empruntent souvent cette voie sous la pression de parents qui s'imaginent améliorer les résultats scolaires de leur enfant par l'interdiction d'une de ses passions. Le jeu sur *serveur parallèle*, moins consommateur d'euros, devient dans ce cas une solution de contournement du veto parental. Rien d'étonnant alors à ce que le désaccord des parents soit la cause de la grande majorité des refus d'entretiens que nous avons pu essuyer lors de cette partie de l'enquête. Les parents sont apparus préoccupés par l'irruption d'un sociologue plus intéressé par la passion de leur enfant, que par le rapport distancié que l'enfant avait souvent instauré au travail scolaire. Les entretiens acceptés par les parents ont en conséquence souvent été l'occasion pour eux de faire pression pour que nous relayions leur discours moral auprès de l'enfant.

En définitive, ces entretiens couvrent en parts égales les pratiques des deux types de *serveurs parallèles* qui nous intéressent : ceux entièrement gratuits et ceux comportant des options payantes. Nous avons recoupé ces entretiens à l'aide de nombreuses observations sur internet, en particulier sur les forums d'aide aux *fans* de *serveurs parallèles*, et de discussions en ligne sur des *serveurs parallèles* des deux types. Outre les joueurs, nous nous sommes intéressés aux acteurs impliqués dans le déploiement de ces *serveurs parallèles*, ainsi qu'aux salariés responsables de leur surveillance et de leur filature. Enfin, nous avons conduit un entretien en face à face avec un administrateur de *serveur parallèle* à option payante de 14 ans. Son recrutement n'a pu aboutir qu'à l'issue de négociations téléphoniques de plusieurs semaines, passant par des tentatives incessantes de marchandage contre de l'argent et un accord parental accompagné d'une injonction très explicite à remettre dans le

droit chemin l'enfant en situation d'échec scolaire. Le contexte de la rencontre dans laquelle s'inscrit l'entretien a toutefois permis de comprendre qu'ici la relation des parents est nettement plus ambiguë que la préoccupation éducative annoncée. Dans cette famille aux revenus modestes, un enfant administrateur de « serveur privé » à option payante apporte au ménage une somme d'argent non négligeable de plusieurs centaines d'euros par mois. Nous garderons toutefois à l'esprit qu'il aura fallu un contexte familial, scolaire et économique très particulier pour parvenir à réaliser l'entretien avec cet administrateur de serveur. Cela informe davantage sur l'absence d'une telle conjonction contextuelle lors des nombreux refus d'entretien avec d'autres administrateurs.

Nous avons mêlé une observation participante et des entretiens en adoptant deux types de postures. Pour les interactions exclusivement en ligne, nous endossions en fonction du contexte le rôle de joueur de *serveur parallèle* ou d'apprenti administrateur de *serveur parallèle* en quête de conseils. En ligne, le statut de membre de la communauté était donc assumé afin d'être accepté en dépit de la méfiance qui y règne, un peu à la manière dont Humphreys (2007) a pu participer comme guetteur de « pissotières publiques » au commerce sexuel, illicite et à haut risque, pratiqué par des homosexuels dans le Chicago des années 1960. Contrairement à ce sociologue, notre statut de chercheur était affiché ouvertement pour les entretiens, ce qui a souvent posé problème pour obtenir l'autorisation des parents des mineurs. Ceux-ci ont toujours cherché à l'accorder à condition que notre discours auprès de leur enfant valorise l'institution scolaire au détriment d'une passion pour les jeux vidéo jugée trop encombrante.

Finalement, notre démarche a donc permis de mettre en lumière, d'une manière générale, le goût prononcé des enquêtés, principalement les joueurs et les administrateurs, pour la transgression des règles. Qu'il s'agisse de règles qui concernent le jeu ou celles qui régissent les interactions que nous avons pu avoir avec eux lors du recrutement ou de discussions informelles. La majorité a en particulier eu recours à divers stratagèmes pour tenter de nous soutirer de l'argent contre une promesse de divulgation d'informations, soulignant leur préoccupation pour le profit monétaire. Nous mentionnons également le degré de méfiance dont tous les enquêtés ont si souvent fait preuve à notre égard. Il en ressort également que le contournement du contrôle social exercé par les parents dans le but de limiter l'usage par leur enfant du jeu officiel, d'accès payant, est une des raisons du jeu sur *serveur parallèle*. Parce qu'il est plus discret à réaliser à la maison, car son accès gratuit n'exige pas le recours aux parents et parce que des bonus payants peuvent y être achetés bon marché avec un téléphone mobile, sans éveiller l'attention parentale. Ceci apporte à l'étude des explications pour comprendre l'usage des *serveurs parallèles* en présence d'un public jeune. La circulation d'argent dissimulé et l'obtention de reconnaissance par l'exercice d'une activité qualifiée de déviante semblent gagner en importance par rapport aux pratiques similaires des adultes.

1.3.4 – Un échantillon représentatif des joueurs masculins, abonnés et résidant en milieu urbain

En résumé, nos données renseignent très précisément sur les pratiques des fans qui fréquentent des salons de jeux vidéo français. Toutefois, malgré les différents biais de notre enquête auprès des joueurs, la diversification de nos sources de recrutement nous permet de conserver une représentativité suffisante pour couvrir un panel plus large de pratiques lorsqu'elles concernent des hommes, joueurs depuis au moins un an et habitant à proximité de villes françaises. Les biais principaux concernent d'une part les joueurs qui abandonnent rapidement, et parmi eux, ceux qui ne souscrivent pas d'abonnement au jeu et se limitent donc à tester rapidement la version d'essai de Dofus.

En dernier lieu, la démultiplication de nos méthodes de recrutement nous permet de couvrir, l'âge de la plupart des joueurs (de 14 à 29 ans) comme les joueurs scolarisés et salariés. Nous documentons également plus finement le cas des joueurs dans des foyers familiaux isolés, notamment ceux qui sont situés dans des banlieues mal reliées aux grandes villes et qui ne peuvent pas se déplacer facilement, à commencer par les joueurs issus de milieux modestes. En revanche, nous n'avons pas de données pour expliquer en quoi ils se différencient des joueurs de milieux ruraux qui vivent plus éloignés des villes. Enfin, nous prenons en compte le cas des joueuses, mais nous n'avons pas suffisamment de données pour proposer une analyse des principales spécificités de leurs usages de Dofus.

1.4 – L'enquête auprès des salariés d'Ankama

Cette section décrit la partie de notre enquête que nous avons menée dans un second temps auprès de salariés d'entreprises du secteur des jeux vidéo (n=15). Parmi ces entretiens, nous nous concentrons ici plus particulièrement sur ceux que nous avons réalisés auprès des salariés qui ont travaillé pour la société Ankama sur le jeu Dofus pendant au moins un an dans leur carrière (n=11). Le guide d'entretien est présenté dans l'annexe par le Tableau 11. Une première partie relativement courte concerne les pratiques ludiques et la trajectoire professionnelle de l'enquêté. Puis une seconde partie vise à approfondir les questions organisationnelles, le volet consacré au design et à la régulation des divers aspects du jeu. En complément, le Tableau 12 présente un guide spécifique conçu pour les entretiens auprès des salariés impliqués dans la régulation des « serveurs privés » de Dofus qui sont abordés dans le dernier chapitre de cette thèse.

Le récit restitué dans cette section présente brièvement l'historique de l'entreprise et insiste sur un certain nombre de difficultés spécifiques à ce terrain. En particulier, nous expliquons en quoi les entretiens auprès de salariés d'une entreprise sont complexes à réaliser dans de bonnes conditions à partir du moment où l'enquêteur s'intéresse à des problèmes majeurs d'un des produits qu'elle commercialise. Ce récit nous permet du même tenant de rendre compte le plus finement possible de la manière dont nous avons tenté de recueillir des informations sur les modes de création et de régulation du jeu Dofus. Ces

entretiens permettent enfin de documenter les tensions organisationnelles en lien avec la production et la régulation du jeu Dofus.

Cette démarche nous a amenés à réaliser des entretiens semi-directifs avec 11 employés d'Ankama dont quelques caractéristiques sociodémographiques sont présentées en annexe dans le Tableau 13. Au cours de leur carrière professionnelle, à diverses périodes entre 2003 et 2015, ils ont été salariés d'Ankama et ont pratiqué quatre types de métiers en relation avec le jeu Dofus. Certains métiers de la « production » du jeu comme le « game design » et le « level design » et d'autres spécifiques à la « postproduction », notamment le marketing et la gestion des communautés de joueurs, la communication publique et enfin le développement et l'administration de sites web.

Nous avons amorcé l'enquête principale en entreprise en démultipliant les points d'entrée auprès de salariés qui ont travaillé pour Ankama. Des chercheurs connaisseurs de l'industrie vidéoludique française nous ont fourni trois contacts initiaux, puis nous avons recruté dans leurs réseaux d'interconnaissances afin d'obtenir onze entretiens avec des salariés d'Ankama qui ont tous participé à des activités en lien avec le jeu Dofus.

1.4.1 – *Les entretiens en dehors de l'entreprise. Les salariés chargés de la « production » du jeu*

Une première partie de l'enquête se déroule entre l'été 2011 et l'hiver 2012. Elle concerne les salariés spécialisés dans les tâches de conception du jeu Dofus. Ces salariés expriment des critiques vis-à-vis de la stratégie de la direction d'Ankama et du département marketing. Certains sont d'anciens salariés (n=3), d'autres sont encore en poste au moment des entretiens (n=3), mais ils ont alors tenu à être rencontrés hors de l'entreprise, sans que leur hiérarchie soit mise au courant. Ces six enquêtés ont en commun de ne pas exercer de responsabilité importante au niveau de la représentation médiatique de l'entreprise et logiquement leur bureau est situé au même endroit que ceux qui sont chargés de la production d'autres jeux vidéo, des dessins animés et des compositions musicales d'Ankama, c'est-à-dire en retrait, au premier étage des locaux de l'entreprise.

Dans les entretiens, les métiers qu'exercent ces six salariés sont désignés de manière relativement homogène et concernent tous les étapes de réalisation et de modification du jeu à des fins de régulation des conduites des personnages joués. Ils ne sont pas développeurs informatiques, ils interviennent en aval dans la composition de l'univers de jeu, surtout grâce à la manipulation de deux outils, un logiciel « éditeur de cartes » qui est mis à leur disposition par les développeurs informatiques de l'entreprise³¹ et pour certains un logiciel pour interroger la base de données qui contient les traces de toutes les activités en ligne des joueurs.

³¹ Nous ne les avons pas rencontrés.

Trois de ces enquêtés sont « level designers » et manipulent surtout l'éditeur de niveaux représenté à la Figure 5 pour disposer les contenus interactifs sur lesquels les joueurs vont agir avec leur personnage.

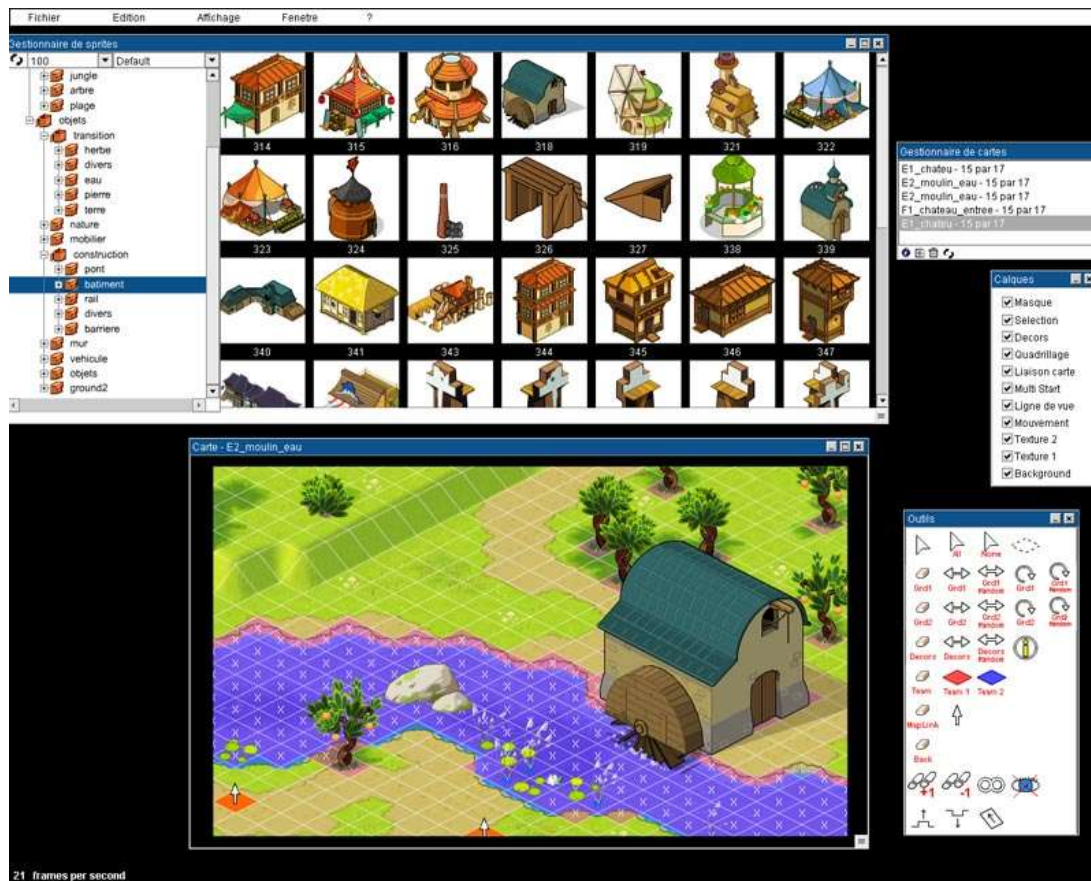


Figure 5 : L'éditeur de cartes de Dofus (2004)

Deux sont « game designers » et s'occupent de gérer la cohérence d'ensemble des contenus créés par l'équipe de « level design ». Un dernier salarié travaille au rez-de-chaussée au « support client » à côté du grand hall commun dédié aux pauses-cafés. Il a un poste officiel de gestionnaire des relations clients sur la plateforme téléphonique de l'entreprise, mais son travail l'oblige à passer également beaucoup de temps à résoudre les problèmes de joueurs, notamment lorsqu'ils connaissent des dysfonctionnements lors d'un abonnement, des vols d'objets du jeu et des vols comptes clients. Pour annuler certaines données qui posent problème à des joueurs, il doit accéder au plus près de l'activité de jeu, aux « logs » de la base de données de Dofus qui sont les enregistrements de l'activité de tous les personnages de jeu.

Ces salariés apportent également une vision historique sur l'ensemble du cycle de vie du jeu Dofus. Deux « level designers » fréquentent Ankama à l'été 2004, et ils participent aux dernières semaines de travail qui débouchent en septembre sur la commercialisation de Dofus³². À l'époque, ce sont de jeunes

³² Cette période généralement appelée « crunch time » qualifie la finalisation d'un projet important lié à un jeu vidéo, la plus emblématique étant les dernières semaines avant sa mise sur le marché. Les professionnels du secteur partent souvent du principe, qu'à cette occasion, il est normal qu'une

« potes de promo » d'une vingtaine d'années, issus d'une des écoles qui forment aux métiers du jeu vidéo à côté de Roubaix. Ils sont embauchés comme stagiaires pour réaliser le tiers des cartes géographiques de Dofus qui manquent encore au monde de jeu, y placer de manière cohérente et esthétique les décors, les monstres et aussi rédiger les dialogues des « personnages-non-joueurs » contrôlés par l'ordinateur. Le troisième enquêté participe à l'équipe des « level designers » de Dofus entre 2006 et 2010. Une période qui s'achève au tout début de notre thèse et pendant laquelle le jeu a commencé à se populariser auprès d'un grand nombre de jeunes adolescents français qui ont partagé cette pratique entre amis de collège et de lycée.

Début janvier 2012, nous nous rendons à Roubaix pour nous entretenir avec des salariés d'Ankama qui sont encore en poste sur la partie « production » de Dofus. L'un des anciens level designers nous a recommandé auprès de collègues et amis toujours en poste qui exercent la fonction de « game designer » (n=2). Nous rencontrons en particulier François qui dirige les « game designers » de Dofus. Parmi nos onze entretiens, c'est le salarié qui a passé le plus de temps dans l'entreprise. Depuis la fin de son DEUG d'informatique en 2003, il travaille par intermittence pour Ankama qui n'est alors qu'une petite « Web agency » de quelques salariés. L'entreprise offre à ses clients divers services web pour des entreprises locales comme La Redoute. Parmi les services proposés figure une offre de jeux vidéo modestes (cf. Figure 6).



Figure 6 : Le premier site web d'Ankama propose une offre marketing de jeux vidéo d'entreprise (2002)

Comme la capture d'écran le montre, les entreprises clientes d'Ankama peuvent acheter et personnaliser l'un de ses jeux vidéo pour le placer sur leur site web à des fins marketing, par exemple sous la forme de jeux-concours. François ne travaille pourtant pas sur ces jeux publicitaires, il enchaîne les stages à Ankama sur un jeu

majorité des salariés va devoir travailler beaucoup d'heures supplémentaires sur une période de temps courte. C'est que ce semble confirmer la littérature en game studies (Deuze, Martin et Allen, 2007 ; Dyer-Witthford et de Peuter, 2006).

vidéo réalisé par les dirigeants comme un « side project ». Ce jeu de duel qui deviendra Dofus se situe dans un univers qui mélangera progressivement l'ambiance des univers médiévaux fantastiques avec celle des mangas japonais. Le projet le passionne et en surplus de tous ses stages, il décide de passer la totalité de ses vacances scolaires dans l'entreprise. Malgré la réticence de ses parents, après l'échec de ses examens en licence d'informatique, il met fin à ses études et signe un CDI chez Ankama pour rejoindre « l'équipe Dofus ». C'est un salarié qui cumule trois compétences très différentes. Grâce à sa pratique en amateur de la conception de niveaux pour des jeux vidéo qui remonte à son adolescence, il connaît bien les bases du métier de « level designer ». Par ailleurs, même s'il n'a pas obtenu tous ses diplômes, sa formation académique l'a acculturé au langage et aux pratiques des développeurs informatiques. Enfin, au cours de son travail de stagiaire il a su acquérir une légitimité auprès de la direction, de l'équipe marketing et des développeurs de l'entreprise. C'est à partir de ces savoir-faire hybrides qu'il établit son rôle dans l'entreprise et dirige depuis maintenant huit ans les « game designers » et les « level designers » de « l'équipe Dofus ». Il est le principal artisan de l'économie interne de Dofus c'est-à-dire des systèmes de création et d'échange des objets et monnaies du jeu qu'il réalise à l'origine dans de simples tableaux sous Excel.

À l'issue de l'entretien, il nous met en contact avec Alan, son collègue depuis 2009, le responsable du « Support client » aussi en charge de la « hotline » de Dofus. D'après François, « [il] devrait pouvoir [nous] renseigner sur les trucs qui [nous] intéresse » à ce stade de notre enquête, à savoir des affaires particulièrement complexes qui concernent les clients de Dofus, les vols d'objets du jeu, la régulation de la revente d'argent du jeu en euros par des inconnus et les copies pirates de Dofus qui génèrent parfois beaucoup de bénéfices pour leurs propriétaires hors la loi. Ce nouvel enquêté, Alan, est issu d'un milieu populaire et n'a pas terminé son BTS, préférant consacrer son temps à jouer en ligne. L'intensité de sa pratique et ses compétences de jeu lui ont permis de se faire des amis déjà en poste dans l'industrie vidéoludique. Ils ont pu l'aider à se faire recruter dans des entreprises du secteur en France et à l'étranger. Son poste nécessite un travail de médiation auprès d'interlocuteurs divers, parfois des parents de milieux sociaux différents qui appellent la hotline lorsqu'ils découvrent que leur enfant s'est abonné à Dofus sans leur permission, parfois des joueurs qui ont souvent entre dix et trente ans, se plaignent et réclament la restitution d'objets ou de personnages du jeu volés. Alan fixe le rendez-vous le jour suivant, juste à côté l'entreprise. Là non plus, il ne s'agit pas de pénétrer dans les locaux, mais nous avons néanmoins une bonne raison pour observer ce qui se passe autour. Nous décidons de faire un repérage des lieux un peu à l'avance.

L'adresse est boulevard d'Armentières à Roubaix, c'est là qu'Ankama s'est établit en 2007 pour s'agrandir. 10 000 mètres carrés de bâtiment d'usine. De quoi loger les presque quatre cents salariés qui composent l'entreprise désormais établie sur de nombreux marchés des industries culturelles. Un « pôle jeux vidéo » historique qui s'étend de la production de jeux pour ordinateur à celle de jeux sur consoles et sur smartphones. Un « pôle presse » qui produit plusieurs magazines, un « pôle édition » qui développe des dizaines de bandes dessinées différentes, un

« pôle animation » qui produit par exemple le dessin animé Wakfu diffusé sur France 3, et enfin un pôle « musique » qui compose celles des autres productions du groupe et produit également en parallèle quelques musiciens. Le complexe dans lequel toutes ces entités « production » sont hébergées aux côtés de départements réservés à l'administration et aux tâches de « postproduction » est celui de l'ancienne filature Vanoutryve. C'est une usine de la fin du XIX^e siècle autrefois à la pointe de la technologie (cf. Figure 7).

Le mouvement de désindustrialisation qui commence en 1960 arrive à sa fin en 2000, avec la fermeture définitive de l'usine. Entre-temps, ce quartier de tradition ouvrière continue de perdre les anciens employés des sites industriels voisins. Entre 2007 et 2012, les friches industrielles de Roubaix perdent encore un peu plus de 2000 ouvriers. L'installation d'Ankama joue un rôle essentiel dans le projet de réhabilitation de la localité.



Figure 7 : Les locaux d'Ankama situés dans une ancienne filature roubaisienne s'étendent jusqu'au bout de la rue (côté gauche)

Ankama s'installe dans cet ensemble gigantesque désormais destiné à réunir des entreprises du secteur des nouvelles technologies au sein du pôle de compétitivité « Plaine Image ». Pour les inciter à s'établir, les entreprises touchent des subventions et des intéressements fiscaux. Les autorités locales consentent des efforts considérables pour qu'un nouvel écosystème d'entreprises viables ramène la croissance dans cette zone d'emploi parmi les plus sinistrées de France. Il est sans doute encore un peu tôt pour parler de succès, puisqu'entre 2007 et 2012 le

chômage sur la commune de Roubaix stagne autour de 30 pour cent des actifs, totalisant 11 000 chômeurs³³.

Dans ce quartier en réhabilitation, à proximité des locaux nous ne remarquons pas de bar qui soit destiné à ses jeunes cadres dynamiques qui composent la majorité des salariés de l'entreprise. Nous allons donc préparer notre entretien dans le seul café que nous trouvons à proximité, le bar PMU « La patrie », situé à 400 mètres des locaux de l'entreprise, le long de la voie ferrée. À l'heure du rendez-vous, nous retrouvons Alan en face d'Ankama où il nous annonce : « on se choppe une table tranquille au bar en face. Je leur demanderais de nous faire un coup sympa avec deux bières et pas trop de bordel, car chez moi, c'est pratique, car c'est à cinquante mètres, mais c'est Bagdad. J'ai trop de boulot, pas eu le temps de faire la fée des logis avant ton arrivée ». Nous pensions que l'adresse sur le trottoir juste en face des locaux de l'entreprise était seulement un restaurant chic, car sur l'enseigne neuve qu'il montre du doigt c'est écrit « ANKA.MA restaurant ». Nous rentrons ensemble, il salue à peu près tout le monde, clients et propriétaires du lieu, puis explique que c'est le lieu de sociabilité de prédilection de bon nombre de salariés de l'entreprise qui viennent de terminer leur journée de travail. Et ce lieu appartient à Ankama.

1.4.2 – *Les entretiens dans les locaux de l'entreprise. Les salariés chargés des sites web, du marketing et de la relation client*

Quelques mois avant de venir à Roubaix réaliser notre enquête auprès de salariés qui veulent nous voir en dehors de l'entreprise, nous prenons contact avec Gabrielle, Jeanne et Florent. Gabrielle est la responsable des relations presse « d'Ankama Game ». Elle nous invite dans les locaux pour réaliser des entretiens avec chacun d'eux. Gabrielle précise que l'entretien avec Florent, le chef de produit de Dofus, aura lieu en sa présence. Après avoir annoncé d'emblée qu'il est impossible pour eux de divulguer le moindre « chiffre sensible » sur l'entreprise, ces salariés acceptent de répondre à nos questions qui ont plutôt l'air de les rassurer, car elles ne portent pas sur des sujets qu'ils jugent trop sensibles. En définitive, Gabrielle reste surtout tout le long de l'entretien avec Florent pour en apprendre un peu plus sur le travail des salariés sur Dofus. Elle nous explique plus tard en entretien individuel qu'avec l'intensification de son activité professionnelle, elle n'arrive plus vraiment à s'informer sur l'évolution de tous les contenus des jeux d'Ankama, alors que cela l'intéresse beaucoup, en particulier le jeu Dofus auquel elle est attachée parce qu'elle l'a suivi de très près lors des premières années après son embauche.

En premier lieu, Jeanne nous reçoit dans les locaux à onze heures. Il n'y a pas de salle de réunion disponible ce matin-là, Florent et Gabrielle sont d'ailleurs occupés en réunion et malgré cela beaucoup de salariés sont en pause dans la cafeteria qui est grande et bruyante. Le premier entretien se déroule donc avec elle dans la partie du hall d'entrée de l'entreprise qui sert à faire patienter les visiteurs. L'entretien permet donc à Jeanne de donner un peu de temps aux deux autres

³³ Voir à ce sujet les données détaillées de l'INSEE: http://www.insee.fr/fr/themes/dossier_complet.asp?codgeo=COM-59512, consulté le 10/11/2015.

salariés. Depuis 2008, Jeanne est la correctrice des textes mis en ligne sur les sites internet d'Ankama et elle est à ce titre rattachée à l'entité « Ankama web ». Officiellement, elle s'est d'abord occupée sur la boutique en ligne « Ankama Shop » de la mise en ligne de textes pour le « pôle presse » qui édite les magazines Dofus Mag' et IG Magazine, puis pour le « pôle édition » qui publie des bandes dessinées aux graphismes qui sont souvent inspirés des mangas japonais. Dans les faits, elle a également travaillé sur tous les textes publiés sur le site web de Dofus et se définit comme « la littéraire qui fait partie des emmerdeurs », parce qu'elle doit veiller au respect par des salariés de « la production » d'une qualité minimale des écrits qu'ils publient sur le site web du jeu. Malgré sa posture relativement critique, elle a tendance à nous renvoyer systématiquement à nos deux futurs interlocuteurs, car selon elle, elle n'est pas assez spécialiste de Dofus pour être légitime.

Vers midi, elle repart travailler et nous laisse dans la cafeteria au centre du bâtiment d'Ankama, le temps d'aller chercher Gabrielle et Florent. Ce dernier arrive seul, retourne la chaise en face de nous, s'assoit en s'accoudant au dossier et nous dit : « Mattkaz, enchanté ». Chaque salarié régulièrement présenté au public des joueurs doit suivre l'exemple des trois dirigeants de l'entreprise et se faire appeler par un surnom. Cette identité leur sert lors de salons de jeux vidéo, sur les sites internet de l'entreprise ou dans ses jeux. « Mattkaz » est le surnom du chef de produit de Dofus. C'est lui qui est désigné comme l'expert de l'économie de Dofus dans « Inside Ankama », l'émission hebdomadaire que l'entreprise diffuse sur la « Web TV » de son site internet. Elle est destinée aux fans des produits d'Ankama et participe à leur fidélisation, poussant un certain nombre de salariés du groupe à venir présenter leurs activités dans les studios du groupe, face caméra, de la manière la plus détendue et conviviale possible. Après une heure d'entretien, Gabrielle nous rejoint et nous invite à poursuivre l'entretien à trois à l'écart, dans une salle de réunion.

Elle pousse une porte qui donne sur un grand « open space » séparé par un couloir central. D'un côté du couloir sont regroupés plusieurs métiers transverses à tous les produits de l'entreprise. D'une part, une « équipe marketing » et des graphistes chargés de dessiner les visuels pour les diverses campagnes publicitaires, notamment celles des sites web. D'autre part, « Ankama Web » avec les développeurs, les administrateurs des sites web de l'entreprise. Au fond se trouvent également les concepteurs d'un prototype de jeu de plateau et d'un jeu de cartes qui n'ont apparemment rien à voir avec les autres métiers présents dans cet espace. « L'équipe marketing » est une entité importante d'Ankama qui travaille en relation étroite avec « l'équipe web », dans laquelle se trouvent les salariés qui exercent les métiers du design et de la gestion du portail de sites web d'Ankama. Florent est l'un de nos deux enquêtés qui y est rattaché, il sort tout juste d'une école de commerce de la région alors qu'avant son embauche, Jacques, notre second enquêté du département, a conçu de nombreux sites web pour d'autres entreprises et connaît personnellement un des créateurs d'Ankama qui l'a recruté. Ces deux salariés occupent une position complexe vis-à-vis de l'organisation de l'entreprise et en particulier de « l'équipe Dofus » chargée de la conception et de la régulation du logiciel de jeu de Dofus. Parmi les projets auxquels ils participent tous deux, ils sont à l'origine de la mise au point d'une monnaie virtuelle appelée

« Ogrine » qui doit être intégrée à la fois au site web de Dofus, mais aussi à l'intérieur du logiciel du jeu. En 2007, dès le début du projet, l'Ogrine est envisagée comme une monnaie commune à tous les jeux d'Ankama, mais elle ne sera déployée que progressivement, en commençant en 2010 par le jeu Dofus dans lequel elle doit surtout jouer un rôle pour mettre fin à des arnaques entre joueurs et à l'enrichissement en euros de certains joueurs sans qu'Ankama en retire de profit³⁴. La distribution des Ogrines aux joueurs se fait sur le site web réservé à Dofus, mais aussi dans des fenêtres qui s'affichent à l'intérieur même du jeu. La responsabilité de l'administration du système des Ogrines est laissée marketing à la fois sur le site web et dans le jeu. Cela informe sur la position organisationnelle originale de l'équipe marketing de Dofus qui a des raisons historiques. En effet, le lancement des Ogrines intervient presque simultanément avec une mise à jour majeure qui fait basculer Dofus en version 2.0. Concrètement la version 2.0 du jeu le modifie en profondeur. Les game designers se retrouvent débordés et acceptent de déléguer la supervision de l'intégralité des interfaces liées aux Ogrines au marketing qui la conserve par la suite. « L'équipe marketing » garde la maîtrise de tous ces contenus liés aux Ogrines, qu'ils soient affichés sur le site web ou dans le jeu. La mise en place des Ogrines modifie donc les activités traditionnelles dans l'organisation d'Ankama, puisqu'elle attribue la maîtrise d'une interface graphique du jeu Dofus aux salariés responsables des sites web d'Ankama qui sont pratiquement intégrés au marketing de l'entreprise, alors que ceux-ci étaient jusqu'ici uniquement responsable du site web de Dofus qui jouait le rôle de support du jeu, via une interface graphique complètement séparée du logiciel de jeu et qui servait principalement à renouveler son abonnement au jeu.

De l'autre côté du couloir, « l'équipe Dofus » avec le bureau de Jeanne et celui d'Gabrielle. Elles partagent de grandes tables réservées à quelques salariés du marketing qui concentrent leur travail sur les joueurs de Dofus. À la table voisine travaillent les community managers de Dofus qui se répartissent la gestion des forums de discussion des communautés de joueurs de Dofus qui sont séparés par langue parlée. Le français est la langue la plus utilisée, l'italien et le néerlandais couvrent par exemple des communautés de joueurs européennes plus restreintes, en revanche l'espagnol, le portugais et l'anglais intègrent aussi les joueurs des Amériques qui sont relativement nombreux. Une fois l'entretien avec François et Gabrielle terminé, nous insistons un peu auprès pour rencontrer le jour d'après un membre du pôle de la « gestion des communautés de joueurs ». Nous précisons que cela serait idéal de rencontrer celui qui a son bureau en face du sien et que nous avons préalablement identifié comme « Fungsten » sur les vidéos de « Inside Ankama ». C'est le community manager de la communauté francophone, l'interlocuteur principal des joueurs qui conversent sur le forum officiel francophone de Dofus, celui qui répond à leurs questions et décide également de les interrompre quand il les juge inappropriées. L'attachée de presse nous présente Jérôme, le responsable de la gestion de communautés des joueurs francophones. La majorité de ces salariés se font appeler par les joueurs des « community managers » et par les salariés d'Ankama des « CM ». La plupart sont des bénévoles sélectionnés

³⁴ Nous revenons sur le rôle des Ogrines dans Dofus dans un des chapitres suivant.

parmi les joueurs volontaires. Ils ne sont pas présents dans les locaux de l'entreprise et leur mission se limite à veiller sur les interactions entre personnages à l'intérieur du jeu. Outre la légitimité que leur rang leur confère aux yeux des joueurs, leur personnage de jeu a des pouvoirs dont ne disposent pas les autres et ils peuvent si nécessaire en faire usage pour résoudre des conflits entre joueurs, par exemple en expulsant du jeu certains personnages pour une durée donnée. Certains sont aussi modérateurs du forum officiel du jeu, ils ont pour rôle d'informer et de conseiller la communauté de contributeurs du forum. Jérôme fait quant à lui partie des « Game Masters », des salariés d'Ankama en charge de l'encadrement de ces bénévoles. Ils ont été recrutés par divers moyens atypiques qui attestent tous une certaine proximité avec les joueurs et leur culture. Depuis 2003, Jérôme était modérateur bénévole du forum non officiel de Dofus sur la plateforme jeuxonline.info³⁵. Depuis de longues années, la direction d'Ankama le connaît, car elle entretient avec jeuxonline.info des relations étroites et n'hésite pas à recruter certains de ses membres. Dans le cas de Jérôme, le PDG d'Ankama l'a incité à terminer ses études avant d'être recruté, mais Jérôme a insisté pour se faire embaucher en 2007, avant de passer ses examens de première année de licence de philosophie.

1.4.3 – Une enquête sur l'organisation de la production du jeu

En résumé, sur onze salariés d'Ankama enquêtés, presque la moitié ont arrêté leurs études avant d'obtenir un diplôme de niveau BAC+3 et ce sont les salariés qui restent ensuite le plus longtemps dans l'entreprise. Concernant les salariés vus dans l'entreprise, leurs discours ne s'attardent pas non plus sur l'intégration de l'entreprise à son voisinage. Ils se focalisent sur les conditions de travail dans l'entreprise, qui semblent bonnes sur le plan matériel, mais avec ces dernières années une montée en charge de travail significative pour la plupart et des problèmes d'adaptation normaux causés par des réorganisations des manières de travailler assez soudaines. Enfin, en dehors de la question des chiffres commerciaux qui apparaît comme extrêmement sensible, la plupart des sujets ont pu être abordés, même si bien évidemment, les salariés du marketing et l'attachée de presse cherchent à valoriser ce que fait leur entreprise et à minimiser certaines difficultés vis-à-vis de la concurrence, notamment des jeux Facebook et de World of Warcraft. Autant de points qu'ont par ailleurs pu nous expliquer en détail les salariés vus en dehors des locaux.

L'enquête auprès de salariés rencontrés à l'extérieur de l'entreprise nous donne quelques informations précieuses, à la fois sur le contexte local de production du jeu Dofus et sur les tensions organisationnelles entre salariés et départements de l'entreprise. D'abord, au sujet de l'environnement social et urbain où se trouve l'entreprise, aucun enquêté n'a évoqué de lui même le décalage de niveau de vie et le maintien à distance des habitants d'origine populaire qui composent une partie considérable du voisinage. Le chômage et la précarité n'ont été évoqués par certains enquêtés qu'au sujet des jeunes diplômés qui sortent des

³⁵ Depuis 2009, parmi les sites francophones consacrés aux jeux vidéo, JeuxOnline.info est l'un des cinq plus fréquentés. Depuis sa création en 2000, il s'est progressivement institutionnalisé, devenant une association loi 1901, puis une entreprise commerciale florissante.

écoles de jeux vidéo de la région, certains considèrent qu'ils n'ont pas reçu une formation adaptée aux entreprises recruteuses. Les effets sociaux de l'implantation d'Ankama dans le voisinage semblent toutefois être pris en compte progressivement par l'entreprise. D'un côté, une des initiatives de l'entreprise dans le quartier a été l'ouverture d'un restaurant et d'un « salad-bar » aux prix plus élevés qu'aux alentours. Cela a eu tendance à renforcer la segmentation sociale dans les environs. Une brève recherche dans les archives du journal local nous apprend que quelques mois avant notre enquête l'entreprise a été cambriolée et ses dirigeants commencent apparemment à prendre conscience des problèmes sociaux que pose leur établissement dans un quartier pauvre. Parmi nos enquêtés figurent deux femmes salariées d'Ankama, dont l'une est enceinte. Elles évoqueront toutes deux leur satisfaction de voir ouvrir prochainement une crèche à proximité des locaux. Cette crèche de quarante places fait partie des premières initiatives de l'association Sésame³⁶, que les dirigeants d'Ankama fondent alors pour favoriser l'émergence de projets réalisés avec le concours d'habitants des environs. Mais trente places sont réservées aux salariés de l'entreprise, les dix restantes bénéficiant aux autres habitants de Roubaix. Il serait donc intéressant d'observer l'évolution des initiatives de l'association pour savoir si elles vont s'accroître au profit d'une proportion accrue des populations défavorisées, ou si elles n'auront pour effet majeur que l'amélioration de l'image d'Ankama, notamment auprès des autorités locales.

Concernant le fonctionnement du jeu Dofus et des équipes qui en ont la charge, leurs discours sont relativement plus critiques que ceux qui sont formulés au sein même de l'entreprise. La relative liberté de parole d'enquêtés recrutés grâce à des réseaux de pairs de confiance nous a permis d'aborder de manière plus directe certaines questions délicates, puis de les comparer aux discours plus indulgents des salariés rencontrés dans les locaux de l'entreprise. Nous avons pu aborder longuement les principaux sujets évoqués dans cette thèse, notamment la gestion de certaines activités de jeu qui génèrent des tensions entre joueurs. Par exemple, le jeu en « multicompte » avec plusieurs personnages contrôlés simultanément et la collecte très répétitive d'objets du jeu appelée « farm ». En dernier lieu, nous avons pu recueillir leurs avis et leurs descriptions portant sur des activités lucratives des joueurs en ligne qui sont interdites par Ankama, à commencer par la rente en euros d'objets du jeu sur internet et l'exploitation lucrative de copies pirates de Dofus.

1.5 – Les collectes de données quantitatives

L'enquête auprès des joueurs et des salariés d'Ankama est complétée par la collecte de données quantitatives. Celle-ci a débuté relativement tôt au cours de notre travail de thèse. Quand elle débute, nous ne savons pas encore exactement ce que nous allons en faire. L'analyse de ces données a toutefois eu des effets sur les questions que nous avons pu poser ultérieurement en entretiens, au sujet des

³⁶ <http://asso-sesame.fr/>, consulté le 19/11/2015.

pratiques des joueurs, mais aussi pour mieux comprendre la manière dont ces indicateurs quantitatifs ont été élaborés par les salariés d'Ankama. Nous présentons quelques-unes de ces analyses dans certains chapitres, mais sans jamais en faire le socle de notre enquête. Ces données sont souvent là pour apporter des précisions ou pour appuyer les hypothèses qui accompagnent certaines montées en généralité de notre argumentaire.

L'usage relativement limité que nous faisons de ces données quantitatives se justifie de notre point de vue parce qu'elles sont à l'origine mises en forme par Ankama ou des courtiers en monnaies de jeux en ligne. Dans les deux cas, il ne s'agit donc pas de manipuler des données dont nous maîtrisons le formatage comme cela aurait pu être le cas si nous avions mené une enquête par questionnaires. Les données que nous collectons et analysons sont de deux types. Les premières sont des données publiques issues du site officiel de Dofus, elles caractérisent les populations de personnages joués sur la cinquantaine de « serveurs de jeu ». Le second type de données caractérise des taux de change entre Kamas et euros. Elles sont collectées d'une part sur cinq sites internet de courtiers spécialisés dans la revente de monnaie de jeux en ligne où nous enregistrons les taux de change entre Kamas et euros pour chaque serveur de Dofus. D'autre part, au sein même du jeu Dofus, en enregistrant pour tous les serveurs du jeu les cours entre deux monnaies du jeu, les Kamas et les Ogrines.

1.5.1 – *Les populations de personnages joués*

Les données publiques qui sont collectées sur le site officiel de Dofus y sont présentées comme sur la capture d'écran de la **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**

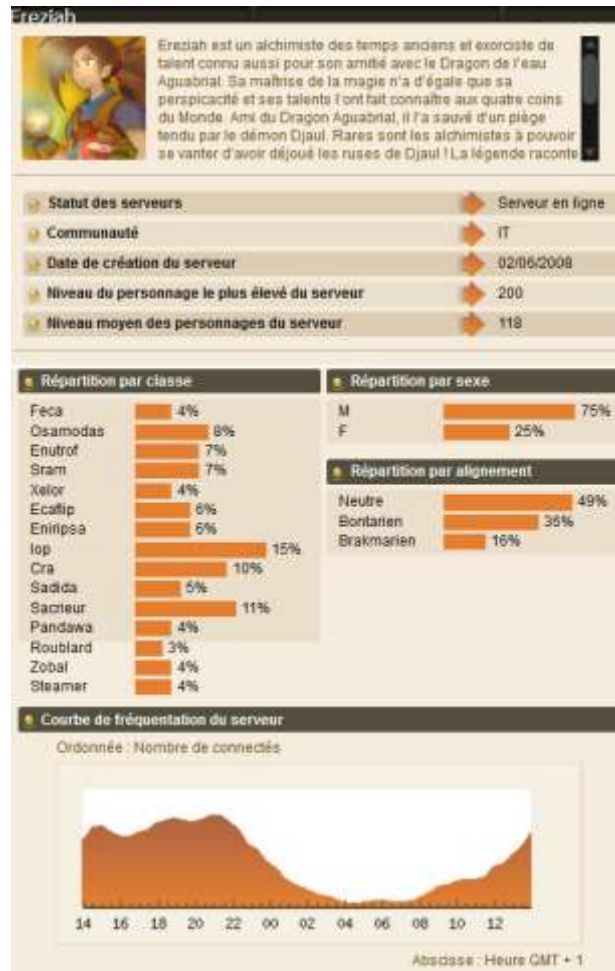


Figure 8 : Les données d'un des 50 serveurs du jeu Dofus (septembre 2008)

Ces informations caractérisent les effectifs complets de personnages joués, mais sans pour autant divulguer le nombre de personnages joués par serveur de jeu. Elles présentent seulement les proportions relatives de chaque « classe de personnage » choisie par les joueurs. Les joueurs choisissent ces « classes » lors de la création de leur personnage afin qu'elle lui assigne une représentation graphique et des talents de combat spécifiques. Les joueurs débutants ne choisissent généralement pas les mêmes « classes » que ceux qui sont confirmés, leur proportion est donc souvent liée à la date de création du serveur de jeu, car un serveur ouvert depuis plus longtemps a le temps d'attirer plus de joueurs expérimentés. Quelques informations complémentaires intéressantes sont également données sur le « niveau d'expérience » de la population de personnages du serveur. Ces données sont analysées en détail dans le chapitre 2.

La collecte semi-automatisée de ces données a été réalisée dans un premier temps sur notre ordinateur personnel grâce au logiciel Spoon et à certains outils de traitement de masse de données de la suite open source Pentaho data integration. Dans un second temps, Thomas Beauvisage et Cezary Ziemlicki, tous deux membres du laboratoire SENSE d'Orange Labs, ont mis à notre disposition des serveurs connectés à internet en permanence afin d'exécuter les requêtes informatiques de collecte de données distantes sans dépendre de notre ordinateur et de notre connexion internet personnelle. Ils ont également optimisé notre script

informatique pour qu'il demande un peu moins d'opérations de maintenance. En agrégeant toutes ces données, nous obtenons un total de 3247 observations quantitatives collectées entre octobre 2010 et février 2013, soit en moyenne 2 observations mensuelles sur chacun des 53 serveurs de Dofus pendant 29 mois. Nous avons programmé la plupart des sessions de collectes à deux horaires, 10 heures et 14 heures, les mises à jour, arrêts temporaires et redémarrages de certains serveurs par Ankama étant généralement réalisés tôt chaque matin. Finalement, chaque observation quantitative est codée par une variable exogène au serveur de jeu, le jour et l'heure de collecte des données et quatre variables endogènes au serveur, le nom du serveur de jeu, sa date de création, le « niveau d'expérience » moyen de tous les personnages du serveur et la langue parlée dans le pays de connexion à internet des joueurs du serveur (chacun est rattaché à une aire linguistique seulement). Dans le chapitre 2 de cette thèse, nous analysons la plupart de ces données, sauf les « classes de personnages » que nous avons pourtant collectées de manière exhaustive sur les 29 mois. Les conclusions principales au sujet de cet indicateur sont déjà présentées dans les études menées par des joueurs de Dofus que nous résumons plus bas. Ces données sont par ailleurs mobilisées dans l'un des chapitres consacrés au farming pour traiter le cas des stratégies d'optimisation du jeu rémunéré.

Nous revenons maintenant plus en détail sur l'usage que les concepteurs et les joueurs de Dofus font de ces données quantitatives publiques. Les actions des joueurs sont collectées à distance sur les « serveurs de jeu » d'Ankama. Puis, ces serveurs répercutent ces informations de manière coordonnée chez tous les joueurs concernés. Les salariés d'Ankama disposent donc de traces numériques pour toutes les interactions des joueurs dans l'environnement de jeu. Ils peuvent se servir de ces traces pour produire des données quantitatives qui font la synthèse collective des agissements d'importantes populations de personnages joués. Ces données participent à la construction d'une figure statistique qui décrit les agissements des populations de personnages joués.

Les utilisateurs de ces données sont de deux types. Initialement, elles sont destinées aux salariés d'Ankama qui ont en charge de contrôler le bon déroulement des interactions de jeu. Et le cas échéant d'adapter le design du jeu pour corriger des effets jugés indésirables, ou simplement pour agir sur la rentabilité du jeu, tenter d'accroître le temps de présence des personnages joués et les dépenses en euros des joueurs. Les modifications de design basées sur ces statistiques ont tendance à minimiser le rôle des caractéristiques sociales des joueurs dans les dynamiques de jeu sur chaque serveur. Pour cette raison, les salariés d'Ankama complètent ces données quantitatives d'observations en ligne et sur le forum du jeu, autant de tâches qui sont prises en charge par un nouveau type de métier qui émerge dans l'industrie des jeux en ligne, le « community management » (Zabban, 2007, 2011 ; Kerr et Kelleher, 2015). Peu après la commercialisation du jeu, elles ont également été publiées sur le site internet de Dofus, à l'attention des joueurs. Toutefois, ces données publiques sont simplifiées³⁷. Elles ne décrivent que

³⁷ L'identification des informations manquantes renseignent sur ce que les salariés évaluent comme stratégique pour l'entreprise et ce qui doit être gardé secret. Les informations divulguées

quelques variables caractérisant les actions des personnages de jeu. Pour chaque serveur, elles illustrent en particulier deux caractéristiques des populations de personnages. D'abord, le « niveau d'expérience », reflet de l'état de la progression des personnages joués, il donne une idée approximative du temps que les joueurs ont consacré à Dofus. Mais aussi, le pourcentage de chaque type de personnage joué, une variable qui renseigne en particulier sur les manières de combattre préférées des joueurs.

Généralement, les joueurs expérimentés qui les consultent volontiers le font pour identifier rapidement un serveur de jeu sur lequel créer un nouveau personnage. Leur choix se porte souvent sur ceux qui hébergent les personnages les plus avancés en « niveau d'expérience », parce que cela a tendance à indiquer une focalisation d'une part des personnages du serveur sur des activités de combat contre des ennemis difficiles à battre, ce qui laisse penser que les combats seront à la hauteur pour des entrants déjà aguerris. Malheureusement, cette représentation de la fragmentation des populations de personnages par serveur est biaisée. Ces statistiques omettent certains types de personnages et des pans de populations de personnages manquent donc à l'appel. Les joueurs expérimentés doivent donc choisir le serveur où ils désirent créer de nouveaux personnages sans pouvoir cerner complètement ce qui s'y passe.

D'après nos entretiens, peu de joueurs utilise ces statistiques de manière approfondit. Les plus expérimentés en ont toutefois tiré quelques analyses statistiques, elles sont rassemblées sur le forum de discussion Jeuxonline.org (Eckhaert, 2011). Ces études s'intéressent exclusivement à la répartition des « classes de personnage » moyennée sur la totalité des serveurs de jeu. Les résultats informent sur les « rééquilibrages des classes » au moment de mises à jour importantes du jeu. Cela correspond à des changements de classes simultanés de nombreux personnages, lorsque leur classe est « nerfée », c'est-à-dire que les salariés de l'entreprise décident d'affaiblir ses capacités pour que les combats soit plus équitable. En surplus, les joueurs qui s'essayent aux calculs statistiques s'intéressent souvent au décompte des personnages, voire des joueurs. Pour en calculer des estimations, ils confrontent les pourcentages d'utilisation de chaque classe avec le « ladder » de Dofus, c'est-à-dire le classement par « points d'expérience » de la plupart des personnages du jeu. Ils en tirent une estimation de la popularité de chaque classe par tranche de « niveaux d'expérience ». Toutefois, ces données comportent là encore un certain nombre d'imprécisions qui donnent lieu à de nombreux débats entre joueurs³⁸. Le passage de ces statistiques à une estimation du nombre de personnages effectivement joués dans Dofus est donc grossier, et cette imprécision s'accroît encore s'il est question du comptage des joueurs.

renseignent sur la représentation que se font des chercheurs qui limiteraient leurs investigations à ce type de données, dont rien n'est publiquement dit de l'origine ou de la manière de les calculer et que nous pourrions donc considérer comme seulement « à moitié ouvertes ».

³⁸ Nous avons rendu compte des débats autour du dénombrement des joueurs en ligne dans un article spécifique (Vétel, 2015).

Dans le chapitre 2, nous menons une étude statistique de ces données quantitatives, elle conduit à la représentation d'une multitude d'espaces de jeux en ligne isolés. La difficulté est d'interpréter ces données portant sur des effectifs de personnages joués pour les lier correctement aux activités des populations de joueurs. Comme nous le verrons une nouvelle fois à cette occasion, le lien entre joueurs et personnages de jeu est plus complexe que ce que l'analyse exclusive des données statistiques laisse penser.

Revenons sur les principaux biais des données publiées sur le site internet de Dofus. Ces analyses renseignent sur les activités principales qui peuvent être observées sur des serveurs de jeu. Toutefois, cette vision statistique a ses limites. D'une part, les salariés de l'entreprise et les joueurs admettent volontiers que certaines activités ne peuvent pas être représentées à partir du seul indicateur du « niveau d'expérience » des personnages. Par exemple, les échanges économiques d'objets du jeu à l'intérieur des serveurs de Dofus. Ils mobilisent des prix qui d'après eux évoluent suivant des tendances de fond propre à l'ancienneté des serveurs et à l'enrichissement inéluctable de leurs populations de personnages. Pourtant, dans Dofus comme pour la plupart des entreprises de jeux en ligne massivement multijoueurs, les prix ne sont pas diffusés publiquement sous forme d'indicateur statistique facilement accessible à tous. Les salariés d'Ankama nous assurent que c'est pour ne pas encourager des dynamiques commerciales spéculatives qui dénatureraient l'esprit de Dofus.

Malgré cela, la vision statistique que nous pouvons tirer des données publiques d'Ankama semble étonnamment cohérente pour rendre compte d'activités qui ont pourtant lieu sur des serveurs de jeux en ligne, des environnements sociotechniques forts complexes. Cette représentation des activités de populations de personnages de jeu est dépendance des indicateurs quantitatifs tels qu'ils sont publiés sur le site internet de Dofus³⁹. Il est donc pertinent de se demander si ces indicateurs n'oublient pas certaines activités un peu compliquées à comptabiliser, ou d'autres, un peu ennuyeuses à admettre pour une entreprise. À ce titre, le « community manager » des serveurs francophones donne des informations déterminantes pour comprendre quelles fractions des populations de personnages des serveurs nous venons en réalité d'étudier :

En fait, pour calculer le niveau moyen d'expérience diffusé sur le site, on ne prend que les personnages du niveau supérieur à 20 et que les personnages abonnés qui ont joués récemment. Donc bon, c'est que des personnages plus ou moins actifs sur une période de 3 ou 6 mois on va dire. (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

³⁹ Ces biais ont tendance à faire passer Dofus pour un jeu en ligne qui fait progresser les personnages joués de la même manière que dans les jeux « pay to play » classiques, comme World of Warcraft. Ce dernier est à l'époque le plus populaire du genre. Il privilégie de par son design une corrélation très forte entre le « niveau d'expérience » des personnages et le temps passé à jouer avec. Williams et al. (2006) l'ont documenté grâce à des données quantitatives collectées dans le jeu au prix d'efforts considérables, car les données n'étaient pas directement mises à disposition par Blizzard Entertainment sous forme de bases de données structurées. En contrepartie de cette difficulté technique, ces données comportent un peu moins de biais que celles mises à disposition par Ankama.

Les statistiques de « niveau d'expérience » librement accessibles sont donc biaisées. D'une part elles ne reflètent pas le niveau moyen d'expérience de l'ensemble de la population de personnages de chaque serveur de jeu. Elles sont restreintes aux personnages qui dépassent le niveau 20, avec lesquels il a généralement fallu jouer plus d'une dizaine d'heures. L'intégralité des personnages des joueurs débutants est donc évincée de nos données. D'autre part, les personnages qui ne sont pas assez « actifs » sont aussi retranchés des statistiques. La notion « d'actif » est ici simplement associée à la fréquence d'utilisation du personnage, un personnage qui n'est pas joué assez souvent disparaît des décomptes au bout de quelques mois.

En résumé, plusieurs idéaux types de joueurs qui concernent pourtant un très grand nombre de participants sont occultés des données publiques. D'une part, ceux dont le personnage a un niveau d'expérience inférieur à 20, c'est-à-dire à la fois les joueurs débutants, mais aussi ceux qui maintiennent volontairement leurs personnages à des niveaux d'expérience très bas⁴⁰. D'autre part, les joueurs qui ne connectent pas assez souvent leur personnage. Certains peuvent être assidus, mais sans pour autant jouer toujours le même personnage. D'autres ont une pratique de Dofus intermittente et comme nous le verrons, le design du jeu et des formules de paiement de l'abonnement à Dofus incitent à jouer de cette manière, en particulier pour les joueurs aux revenus irréguliers, qui n'arrivent pas à dégager un budget durable pour jouer. Comme nous le verrons dans les chapitres suivants, ces catégories de personnages exclues des statistiques publiques du jeu correspondent à des cas de figure fréquents au cours de la carrière de joueur de nos enquêtés.

⁴⁰ Le chapitre sur le farming revient sur le phénomène des joueurs rémunérés, dont la stratégie est justement de démultiplier les personnages de très faible niveau, profitant de la formule d'essai de Dofus qui permet de jouer gratuitement tant que le personnage reste en deçà du niveau d'expérience 20.

1.5.2 – Les taux de change entre Kamas et euros

Une deuxième collecte se concentre sur les taux de change entre des monnaies, d'une part, le taux reliant Kamas et Ogrines, qui ont valeur dans le jeu Dofus. Ces données ont été collectées entre novembre 2010 et mai 2012 (19 mois). Nous avons enregistré une observation quotidienne sur chacun des 23 serveurs de jeu francophones de Dofus, totalisant un peu plus de 20 000 observations du taux de change entre Kamas et Ogrines. D'autre part les taux de change entre Kamas et euros tels qu'ils apparaissent sur cinq plateformes internet de courtage en monnaie du jeu indépendantes d'Ankama. Celles-ci ont été choisies parce qu'elles étaient les plus citées dans nos entretiens semi-directifs. Un total de 64 000 observations ont été collectées sur deux mois sur tous les serveurs de Dofus. La collecte semi-automatisée de ces données n'a pas pu être plus régulière, car elle est sujette à de nombreux aléas qui demandent un travail de veille et de maintenance des routines de récupération de données considérable. Il est en particulier imputable aux modifications des formats des tables de données mises à disposition par Ankama et par les sites de courtages indépendants, ainsi qu'aux plantages intempestifs du matériel informatique dévolu à la collecte qu'il s'agissait de détecter au plus vite pour ne pas stopper nos mesures trop longtemps.

La procédure de récupération des taux de change entre Kamas et euros sur les sites de courtage en monnaies de jeux en ligne est la même que celle que nous avons utilisée pour recueillir les informations sur les personnages joués publiées sur le site internet de Dofus. Les tableaux de données sont disponibles publiquement sur des sites internet sans nécessiter de s'authentifier, il a donc suffi d'aller sur les cinq sites de courtage pour identifier les URL des pages internet correspondant aux tableaux des taux de change de chacun des serveurs de Dofus. Afin d'en enregistrer régulièrement les contenus de manière automatisée, le chercheur Thomas Beauvisage a mis à notre disposition sur un des serveurs du laboratoire SENSE un script codé en PERL qui était déjà suffisamment bien adapté aux formats de ces tableaux.

En revanche, la récupération semi-automatisée des taux de change entre Kamas et Ogrines a été est relativement complexe, car elle ne concerne pas des tableaux consultables directement sur internet avec un navigateur web. Les tableaux sont affichés dans le logiciel de jeu de Dofus. Il a donc fallu au préalable identifier l'adresse internet correspondant à l'affichage dans Dofus de la fenêtre des taux de change. Nous avons pour cela utilisé un logiciel de type « sniffer » qui affiche l'état du trafic des données chiffrées qui sont échangées entre la carte Ethernet de notre ordinateur et le serveur distant de Dofus au cours d'une partie, comme l'illustre la Figure 9.

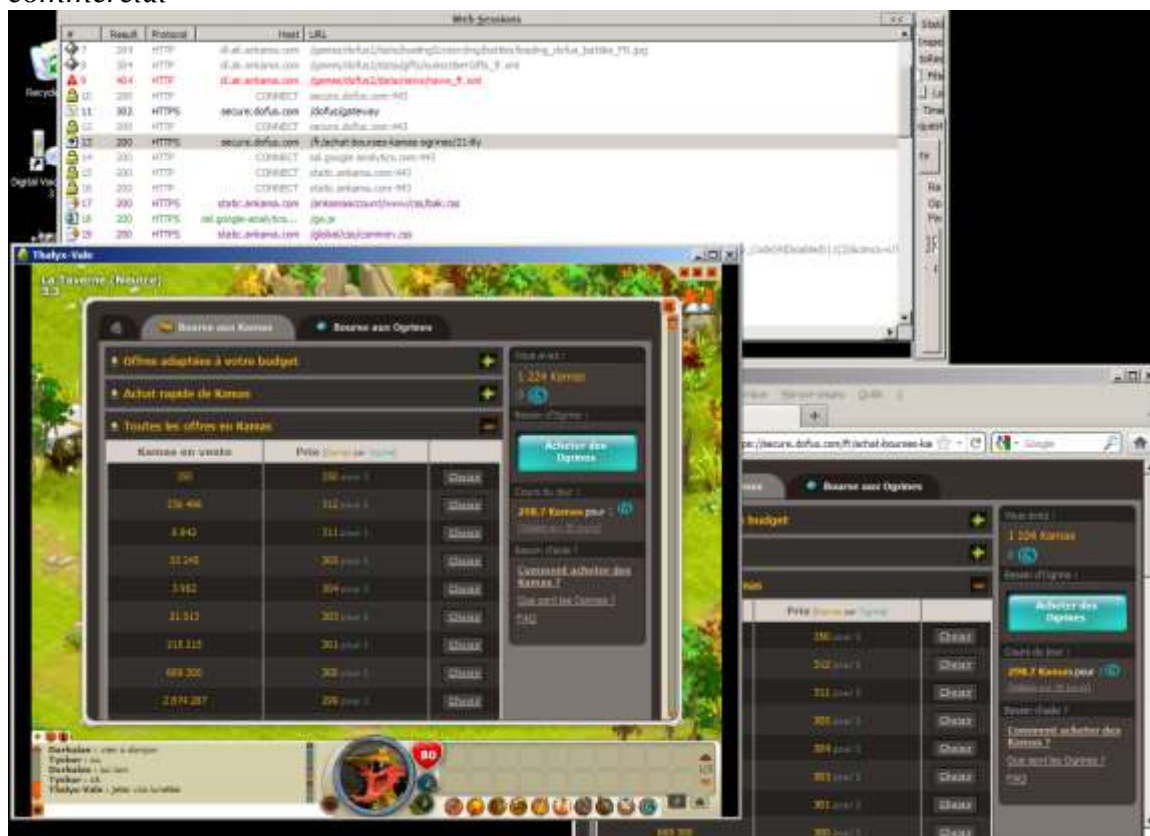


Figure 9 : La fenêtre des taux de change entre Kamas et Ogrines dans le jeu Dofus (gauche) correspond à une page web dont l'adresse (URL) est identifiée en grisée dans un logiciel « sniffer » (haut). Cette URL est affichée dans un navigateur internet pour tester sa validité (arrière droite).

Une fois l'adresse de la fenêtre de Dofus correspondant aux tableaux des taux de change entre Kamas et Ogrines identifiée, les tableaux de taux de changes contenus dans les fichiers HTML correspondants sont récupérés à intervalle régulier à l'aide d'un script informatique exécuté avec le logiciel cURL. Ce logiciel est capable d'établir une connexion sécurisée en s'authentifiant tout seul auprès du serveur de Dofus. Il prend en quelque sorte la place d'un joueur qui se connecte à l'adresse internet demandée avec son identifiant Dofus et son mot de passe personnel. Une fois ces données collectées sur tous les serveurs de jeu de Dofus pendant 19 mois, nous avons ensuite reformaté (« parsées ») les tableaux de données pour permettre leur importation, puis leur analyse sous Excel et Access. Cette ultime étape a été réalisée grâce à des outils de traitement de masse de données de la suite open source Pentaho data integration.

1.6 – Conclusion : la prise en compte d'un contexte d'observation élargi

Un service numérique commercial comme un jeu en ligne coordonne à tout moment les actions à distances de milliers de participants. Il est donc d'une grande complexité à produire et à maintenir en fonctionnement. Du côté des clients, cet outil débouche sur une grande diversification des pratiques, au point d'en devenir

Chapitre 1. Méthodologie pour l'étude des pratiques d'un service numérique commercial 97

difficilement gérable par l'entreprise qui en a la responsabilité. Cette activité est d'autant plus complexe à analyser qu'elle se déroule en simultané sur plusieurs échelles d'observations. Dans la pièce où les utilisateurs se trouvent, dans le logiciel correspondant que chacun utilise sur son écran et également sur les autres logiciels qu'ils exécutent en même temps – par exemple, certains regardent des films ou écoutent de la musique en même temps qu'ils jouent sur leur ordinateur.

Pour le chercheur qui s'intéresse à de tels objets informatisés, il est préférable de se limiter à l'étude d'une portion de ces pratiques foisonnantes. Toutefois, même si l'étude doit se contenter d'aborder seulement certaines échelles de l'usage d'un service numérique, ou certaines particularités de son mode de production par des salariés, il semble hasardeux de ne pas rendre compte au moins de ce qui se passe aux échelles qui excèdent le cadre d'observation principal, même si toutes ces données contextuelles sont bien entendues trop riches pour toutes apparaître explicitement dans les comptes rendus finaux.

Chapitre 2

Le modèle économique de Dofus

Donner votre service gratuitement, éventuellement en l'adossant à de la publicité, captez un grand nombre de clients par le bouche à oreille, des réseaux de recommandations, du marketing ciblé en fonction des recherches en ligne, etc. Ensuite, offrez à votre clientèle des services à valeur ajoutée, ou bien des versions améliorées de votre service pour des prix élevés.

F. Wilson (2006)

Fred Wilson est un « venture capitalist » connu pour avoir investi dans le démarrage d'entreprises à succès comme Twitter, Zynga ou Kickstarter. En 2006, il invente le terme « freemium » pour qualifier certains services en ligne alors florissants. Ce néologisme indique que l'expérience d'un service internet est gratuite, mais qu'elle s'améliore significativement pour ceux qui payent. Le préfixe rappelle qu'il est possible d'accéder gratuitement au service, alors que le suffixe fait référence aux formules « premium », ces améliorations graduelles de services en ligne qui sont proposées aux clients qui payent davantage. Dans son ouvrage « Free : The Future of Radical Price » (2009), Chris Anderson détaille les caractéristiques d'un service en ligne de type « freemium ». Il insiste en particulier sur une répartition originale des coûts de production. Contrairement à un bien tangible, proposer l'offre gratuite d'un produit numérique en version bridée à un utilisateur supplémentaire s'accompagne pour l'entreprise d'une croissance négligeable de ses coûts. Sans pour autant engager de coûts de production importants, la mise à disposition d'un service « freemium » peut donc se faire auprès d'un segment de clients potentiels composé d'un grand nombre de curieux. L'expérience des bridages du service numérique gratuit attise leur curiosité et produit chez eux une frustration, ce qui peut déboucher sur le paiement de l'offre améliorée (« premium »). L'adoption du service a tendance à former des « leaders d'opinion » qui ont à leur disposition un outil de « diffusion virale » (Mellet, 2009) capable d'accompagner et renforcer leurs recommandations auprès de cercles de connaissances. La manière d'agencer l'essai gratuit au service payant articule étroitement les normes de pratiques communautaires aux normes commerciales en vigueur dans le service. Ce type d'*agencement marchand* a donc des effets qui se rapprochent de certaines techniques de marketing par le bouche-à-oreille utilisées sur internet auprès de diverses communautés de consommateurs (De Valck, 2005a ; Kozinets, De Valck, Wojnicki et Wilner, 2010).

Dofus est considéré comme un jeu en ligne « freemium » par les experts du jeu vidéo. La dénomination découle de son design original. D'abord, il permet de jouer gratuitement à une version en ligne bridée sans limitation de temps. Puis,

pour parvenir à tirer des bénéfices des utilisateurs de la version gratuite, le jeu les frustre, les incite progressivement à payer un abonnement, puis à accroître leurs dépenses. L'entreprise Ankama tire donc des bénéfices de Dofus grâce à la mise à disposition

pour ses usagers d'un produit capable d'organiser une *captation marchande* (Cochoy, 2004) en trompe-l'œil. Dans un premier temps, la captation se fait sans que le participant paye pour jouer, puis progressivement il se trouve impliqué dans de nouveaux agencements sociotechniques qui le retiennent tout en l'encourageant avec une insistance croissante à dépenser régulièrement son argent. Comment la pratique de jeu gratuit permet-elle d'encourager les joueurs à engager des dépenses ? L'entreprise Ankama se limite-t-elle véritablement à une rétention de joueurs qu'elle fidélise pour prolonger la durée de leurs dépenses, comme le sous-entend la définition que Fred Wilson donne du « freemium » ? Enfin, quelles conséquences les agencements marchands qui incitent les joueurs à dépenser ont-ils sur leurs façons de jouer et plus généralement sur l'équilibre de l'ensemble des pratiques sociales au sein du jeu ? Pour tenter de répondre à ces trois questions, ce chapitre reconstitue la progression d'une carrière typique de joueur. Au fil de nos descriptions, nous ne portons toutefois attention qu'à certaines dimensions sociotechniques du design du jeu : celles qui sont en rapport avec des pratiques vidéoludiques qui incitent les joueurs à dépenser des euros. Puis nous étudions les conséquences sociales que ces incitations ont sur les pratiques de Dofus.

Outre les figures des joueurs débutants et des joueurs abonnés, nous traçons également les contours d'une autre figure de joueur, plus originale, que nous appelons *joueur sans budget*. Elle caractérise d'anciens débutants qui n'ont pas eu les moyens de s'abonner durablement, mais qui n'abandonnent pas pour autant le jeu et préfèrent chercher une alternative pour s'y maintenir. La description de leurs pratiques et de celles des joueurs abonnés est indispensable pour comprendre les interactions sociales dans Dofus, car ces figures de joueurs sont interdépendantes et fortement différenciées. De surcroît, ces pratiques interdépendantes sont des détournements de Dofus qu'Ankama décide finalement d'encourager en renforçant leur intégration au design du jeu, parce que cela améliore ses profits.

Les sections 1 et 2 se concentrent sur l'étude des trajectoires typiques des joueurs débutants qui exercent des activités dans Dofus pour s'amuser. Elles décrivent les conséquences des principaux choix de design de jeu que les salariés d'Ankama mettent en œuvre pour favoriser la rentabilité de l'entreprise. La section 1 retrace les premiers pas que la majorité des débutants fait gratuitement dans Dofus et détaille à cette occasion les mécanismes de *captation marchande* à l'œuvre dans la formule « freemium » pour inciter au paiement d'un abonnement. La section 2 décrit les pratiques des joueurs nouvellement abonnés qui se familiarisent avec les possibilités du jeu ouvertes pas l'abonnement d'un compte client. Durant cette phase de découverte, la pratique normale consiste à connecter à tour de rôle différents personnages aux serveurs de jeu. La section 3 part de données quantitatives pour expliquer comment Ankama met en place plusieurs *réagencements marchands* pour tirer profit des activités des joueurs abonnés au long cours. D'abord, nous expliquons comment les concepteurs organisent

progressivement les serveurs de jeu en regroupant sur chacun d'entre eux les joueurs qui créent leur personnage au cours des mêmes périodes de temps. Nous expliquons comment ce mécanisme de *captation marchande* permet de limiter les conflits entre des joueurs aux niveaux trop hétérogènes et finalement de retenir les joueurs abonnés en formatant leurs activités de jeu sans qu'ils s'en rendent compte. Cette organisation permet à Ankama de s'assurer que les joueurs restent longtemps abonnés en limitant les abandons causés par la cohabitation d'activités de jeu conflictuelles. Ensuite, nos entretiens nous permettent de préciser quelles sont les principales activités de jeu qui entrent en conflits et qui sont privilégiées en fonction de l'avancement des personnages dans le jeu. Nous montrons que si Ankama est incité à isoler sur des serveurs spécifiques les personnages les plus avancés, c'est pour tirer profit d'un *détournement* populaire appelé « multicompte » qui permet le jeu simultané avec plusieurs personnages. Celui-ci a des incidences néfastes pour les débutants, or l'entreprise a trouvé un moyen de s'en inspirer et d'en proposer un *réagencement marchand* qui lui assure d'importants profits.

2.1 – Les premiers pas dans le jeu. La cohabitation du gratuit et du payant

Dans cette section, nous abordons la première étape de la carrière des joueurs, le jeu gratuit des débutants et ses multiples interactions avec les aspects payants de Dofus. Les trois premières sous-sections décrivent la progression linéaire des débutants dans un environnement qui fait cohabiter gratuit et payant. La sous-section 1 décrit leur rattachement à un « serveur de jeu », un espace de jeu isolé et délimité, la sous-section 2 rend compte de leurs premiers pas dans la zone « Incarnam » censée leur transmettre les fondamentaux du maniement de l'interface de jeu, la sous-section 3 explique comment se passe leur arrivée dans le village d'« Astrub », l'entrée dans la partie principale du jeu, là où ils se confrontent à tous les joueurs, y compris les experts. La sous-section 4 détaille les principaux effets de la formule d'entrée en jeu gratuite proposée par Dofus.

2.1.1 – Le rattachement du personnage joué par un débutant à un « serveur de jeu »

La carrière de joueur débute par la création du premier compte client, une étape qui demande très peu d'informations personnelles, tout au plus de renseigner un nom, un prénom, une adresse postale et une adresse email. Cette dernière est la seule qui sera obligatoirement vérifiée par Ankama. Le joueur est ensuite invité à donner un identifiant et un mot de passe à son compte client, à télécharger le jeu⁴¹, puis il exécute le logiciel de jeu et s'authentifie lorsque s'affiche l'invite de connexion. La prochaine étape est la création du premier personnage de jeu. Elle est semblable dans la plupart des jeux en ligne massivement multijoueur, il faut

⁴¹ De manière facultative, le joueur peut également payer un premier abonnement pour une durée de son choix comprise entre 45 euros pour un an et 2 à 3 euros pour une semaine. Dans ce dernier cas, le joueur doit payer en recourant à « Audiotel », un service de facturation par messagerie téléphonique surtaxée.

donner un nom à son personnage, choisir sa « classe de personnage » — dans Dofus parmi douze types d'humanoïdes aux caractéristiques et talents différents — puis personnaliser son apparence, couleurs de vêtements et coupes de cheveux, pour finalement valider la création de son personnage.

La plupart des jeux massivement multijoueurs comme Dofus sont basés sur une architecture informatique centralisée autour de « serveurs de jeu ». Nous décrivons leur fonctionnement plus en détail dans l'Encadré n° 4.

Encadré n° 4 : Une définition des « serveurs de jeux » en ligne

Comme la grande majorité des jeux en ligne, Dofus est soumis aux limitations techniques des infrastructures informatiques, dites « client-serveur ». Ces limitations s'imposent aux infrastructures sociotechniques qui maintiennent la coordination à distance des personnages du jeu en ligne d'une manière satisfaisante pour les joueurs. Du point de vue des techniques informatiques, il n'est pas possible de relier en temps réel des millions de joueurs distants grâce à un seul espace numérique qui leur permettent d'interagir tous, les uns avec les autres. Identifier Dofus avec un espace de jeu en ligne a tendance à laisser penser qu'il s'agit d'un seul et unique univers numérique dans lequel se retrouvent tous les joueurs qui ont créé un personnage. Ce que les joueurs appellent Dofus regroupe en réalité une collection de « serveurs de jeu » indépendants, tous capables d'accueillir quelques milliers d'utilisateurs simultanément.

Du point de vue du joueur, chaque serveur donne accès à une étendue géographique de jeu qui est toujours la même, la topographie du terrain, ses forêts, ses donjons, les dialogues à choix multiples qu'un joueur peut entretenir avec des personnages de jeu préprogrammés et les monstres qui en habitent certaines zones sont clonés sur tous les serveurs. De surcroît, les interactions de jeu sont pratiquement toujours régies par les mêmes règles⁴². Dans presque tous les jeux en ligne, lorsqu'un joueur crée un personnage, le logiciel lui impose le rattachement à un seul de ces univers clonés seulement. Le personnage est donc sédentaire, il ne peut pas migrer d'un serveur à l'autre comme bon lui semble. Au fil des interactions, des populations sédentaires composées de personnages toujours différents vont progressivement faire évoluer chaque univers de manière singulière.

Nos enquêtés abordent souvent la description de leur personnage par l'évocation de choix du « serveur de jeu ». Ce moment intervient juste après la création du personnage, le débutant se retrouve confronté pour la première fois à la fenêtre représentée à la Figure 10 qui lui demande de faire le « choix du serveur de jeu ».

⁴² Le dernier chapitre de cette thèse qui est consacré aux émulateurs de jeux vidéo détaille le cas des jeux en ligne, le rôle joué par le concept d'architecture « client-serveur » et la manière dont des *serveurs parallèles* créés et administrés par des joueurs permettent justement de s'affranchir de certaines règles du jeu habituellement édictées par Ankama.

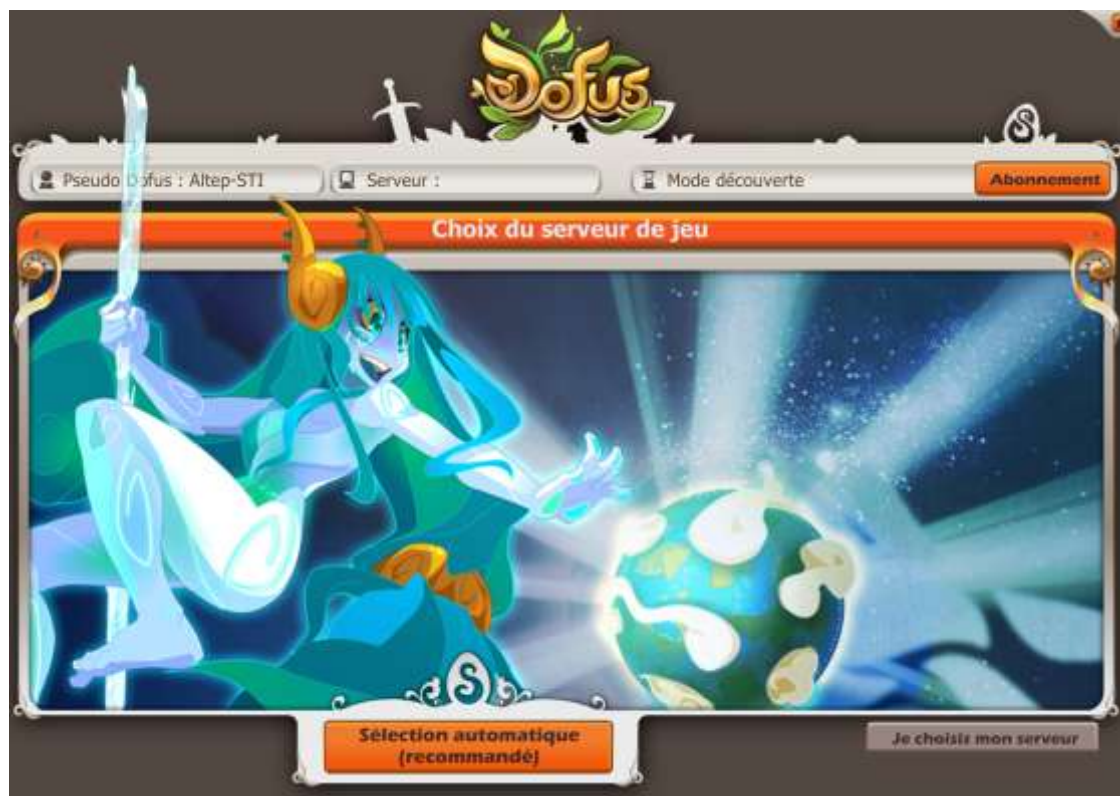


Figure 10 : La fenêtre de « choix du serveur de jeu », premier affichage lors de la création d'un personnage

Aucune explication supplémentaire n'est donnée au novice pour l'aider à décoder le contenu de la fenêtre. Il ne perçoit alors souvent que le bouton orange le plus visible « Sélection automatique (recommandée) », et clique dessus, manquant à sa droite le bouton grisé qui permet de choisir manuellement son « serveur de jeu ». Comme la plupart de nos enquêtés, à sa première entrée en jeu, Marc a cliqué sur le bouton de « sélection automatique » du serveur. Il fait état des déconvenues qu'il rencontre après le rattachement de son tout nouveau personnage à un serveur de jeu :

En fait, au départ, on ne se retrouvait pas avec mes potes dans le jeu. Je sais pas, franchement, en fait, au départ, étant donné que je connaissais rien, ben au final je ne jouais pas vraiment avec eux quoi, tu sais, je ne comprenais rien à l'époque. En fait, j'étais arrivé sur un autre serveur qu'eux ! (18 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

À l'instar de Marc, les joueurs qui débutent et veulent rejoindre des amis déjà en jeu depuis un moment se retrouvent souvent séparés de ceux qui les avaient paradoxalement incités à venir jouer. Ils suivent la procédure de « sélection automatique » du serveur et leur premier personnage se retrouve assigné à un serveur différent. En pratique, cela les empêche de faire se rencontrer leurs personnages respectifs, car les « serveurs de jeu » sont des territoires de jeu séparés, sans lien entre eux.

Le choix du serveur par le joueur à partir d'une liste est partiellement dissimulé, car pour y accéder il faut cliquer sur un petit bouton grisé représenté en bas à droite sur la Figure 10. Cette organisation de l'interface graphique profite au

rattachement « automatique » du personnage joué, suivant des critères ignorés des joueurs débutants, avec des conséquences sur le tout début de carrière des novices. Leurs débuts se font souvent à l'écart de leurs connaissances sociales préalables, amis d'écoles et autres frères et sœurs dont les personnages se trouvent sur d'autres serveurs de jeu. L'entreprise prend toutefois conscience des problèmes que cela peut poser et elle tente de les atténuer à partir de 2011. Il devient possible de « faire migrer » son personnage d'un serveur à un autre, moyennant un paiement de quelques euros et des quotas de migration mensuels de personnages par serveur. Ces mesures restrictives visent à dissuader des joueurs de profiter des différences de prix des objets sur chaque serveur pour en faire un commerce en monnaie du jeu par l'intermédiaire de « personnages migrants », ainsi les salariés d'Ankama maîtrisent plus facilement les économies de chaque serveur. Pour ces salariés, cette extension des échanges participerait à l'instabilité des économies de chaque serveur de jeu en ouvrant trop largement leurs frontières à d'importants volumes « d'importations » et « d'exportations » des objets et monnaies du jeu en possessions des personnages joués. Nécessairement, des joueurs seraient encouragés à spécialiser certains de leurs personnages dans ce rôle classique de marchands nomades que les salariés d'Ankama ont tendance à percevoir comme des spéculateurs.

2.1.2 – « *Incarnam* ». La découverte guidée des fondamentaux du jeu

Le personnage du débutant est donc rattaché à un « serveur de jeu » sur lequel il ne retrouve pas nécessairement de joueurs connus. Vient alors le temps de la première connexion au jeu. Le primo arrivant se retrouve alors pour la première fois avec son personnage affiché à l'écran. Celui-ci apparaît au milieu d'une zone géographique appelée « *Incarnam* », dans laquelle le joueur est guidé pas à pas, à l'instar de Jorge qui commence Dofus en 2008 :

Au tout début du jeu c'était facile à comprendre, ils t'envoyaient sur une petite île où il n'y avait pas beaucoup d'adversaires, vraiment c'était des adversaires de bas niveau et ils t'expliquaient pendant deux ou trois jours toutes les étapes que tu devais faire. Par exemple, les sorts que tu avais, à quoi ça servait, c'est quoi ta place, qu'est-ce que ton perso pouvait faire, c'est quoi sa spécialité de classe, ils t'expliquaient tout de A à Z, donc ça facilitait vraiment le jeu. (16 ans, joueur de Dofus entre 2008 et 2011)

Incarnam a été créé en 2007 pour servir d'espace d'apprentissage réservé aux joueurs dont le personnage a un « niveau d'expérience » faible, qui est inférieur à 15⁴³. Ce niveau maximum reflète souvent chez le joueur une connaissance sommaire de Dofus, acquise sur *Incarnam* au cours d'une à cinq heures de pratique, étalée parfois sur quelques jours comme dans le cas de Jorge. Ce joueur évoque le « bas niveau des adversaires », cela correspond aux monstres dirigés par l'ordinateur que les joueurs doivent affronter quand leur personnage a un « niveau

⁴³ Le 5/04/2007, à l'occasion de la mise à jour Dofus v1.18, *Incarnam* est ajouté au tout début du jeu, pour éviter aux débutants de commencer directement dans la zone d'Astrub sans guidage particulier. Sur la période allant de 2007 à l'été 2010, la zone est seulement ouverte aux personnages avec un niveau d'expérience inférieur à 15, au-delà ils ne peuvent plus revenir sur *Incarnam* s'ils sont déjà partis visiter le reste du jeu.

d'expérience » faible. Le « niveau d'expérience » — que les joueurs appellent parfois seulement « niveau » — est un indicateur quantitatif fixé à 1 à la première connexion du personnage. Il augmente progressivement au cours des défis remportés, notamment des combats. Au cours de leur exploration des zones géographiques de Dofus, les personnages joués rencontrent des monstres et des animaux qu'ils peuvent délibérément provoquer en combat, au rythme qui leur convient, comme le raconte par exemple Hélène :

Moi sur Incarnam, à cette époque une fois que j'avais compris les bases, je combattais sans arrêt. J'enchaînais les combats pour augmenter de niveau. Enfin, au début j'étais pas trop jeu, je jouais seulement deux heures par jour, après ça me prenait la tête, ça se répétait à chaque fois. (18 ans, joueuse de Dofus depuis 2008)

Au début, les monstres sont simples à battre et permettent de se familiariser avec les interfaces graphiques et les principes du combat en tour par tour de Dofus qui ressemble un peu à un jeu d'échecs perfectionné. L'accumulation de « points d'expérience » du personnage débute avec la répétition fréquente de ces petits défis, puis le personnage change de « niveau d'expérience » au-delà d'un seuil de victoires toujours plus élevé et acquiert de nouvelles capacités de combat. Cette phase de jeu est relativement monotone si, comme dans le cas d'Hélène, le joueur ne porte pas son intérêt sur de nouvelles dimensions du jeu qui deviennent progressivement à sa portée. Au fil des victoires, le personnage joué collecte aussi des objets laissés par les monstres défaits, parfois des équipements entiers ou des matières premières pour en produire ultérieurement, parfois des Kamas, la monnaie en vigueur pour les échanges dans Dofus.

Les joueurs sont alors encouragés à s'organiser en équipes pour mener à bien des séquences de combats appelées « donjons » qui se déroulent contre des monstres plus nombreux et plus dangereux. Une fois le joueur un peu aguerri, son personnage est suffisamment fort pour qu'il aille réaliser le premier « donjon » de Dofus appelé « donjon d'Incarnam » en s'associant avec d'autres joueurs, généralement des inconnus trouvés sur place, dont le personnage dispose à peu près du même niveau qu'eux. Les donjons sont peuplés de monstres et tout à la fin se trouve un « boss », un monstre un peu plus fort que les autres, dont la défaite octroie beaucoup de points d'expérience aux personnages vainqueurs, ainsi que des objets du jeu relativement rares pour s'équiper ou en faire du commerce.

Ces espaces sont donc des dédales peuplés de monstres, mais pourvus de règles d'affrontement spécifiques qui les rendent plus difficiles à parcourir qu'une simple forêt généralement infestée d'animaux sauvages. Un personnage blessé ou mis en difficulté lors d'un combat peut sortir de la forêt quand il le souhaite et y revenir autant de fois qu'il le veut, sans aucune contrainte, seul ou accompagné de personnages contrôlés par d'autres joueurs. En revanche, le personnage d'un joueur ne peut entrer dans un « donjon » que s'il est accompagné d'un certain nombre d'autres personnages joués. Ceci l'oblige à former un groupe, à « grouper » disent les joueurs, ce qui revient à utiliser une fonction du jeu qui facilite la gestion d'un

collectif de personnages⁴⁴. Ce filtrage de « groupes » à l'entrée des « donjons » a deux fonctions. D'une part, il permet d'envoyer chaque groupe entrant dans une « instance », c'est-à-dire une version « clone » du « donjon », avec la même géographie et les mêmes monstres, mais dans laquelle les groupes ne peuvent jamais se rencontrer. Chaque groupe évolue dans une sorte d'univers parallèle, spécifique au collectif et complètement coupé de ce qui se passe au même moment dans le reste du jeu. D'autre part, ce filtrage force leurs membres à collaborer entre eux lors des combats et tend à terme à renforcer les liens au sein d'un collectif si ses membres s'entendent pour réaliser ensemble plusieurs « donjons ». Cette solidarité est d'autant plus importante à cultiver que si un personnage vient à mourir en cours de « donjon », il en est expulsé et doit le recommencer depuis le début dans une autre « instance » indépendante, abandonnant à son sort le reste de l'équipe encore en train de parcourir « l'instance » précédente du « donjon ».

Pour les joueurs de Dofus, le donjon est donc le principal mécanisme d'incitation à s'organiser en groupe. Les collectifs plus ou moins pérennes qui rattachent les joueurs entre eux concernent les combattants alliés qu'il faut recruter, mais aussi les marchands qui fournissent les équipements adaptés à la survie dans chaque donjon. À l'origine, le commerce des échanges d'objets et de monnaies du jeu a été pensé par les concepteurs en vue de la préparation de l'entrée des groupes dans les donjons, même si comme l'Encadré n° 5 le décrit, à l'instar de la plupart des règles du jeu, celles qui régissent l'accès aux différentes zones d'Incarnam évoluent considérablement au gré des activités de jeu et des adaptations constantes du logiciel de Dofus grâce à sa fréquente mise à jour.

⁴⁴ Un affichage spécifique précise sur une icône statique le « niveau d'expérience » des personnages membres du groupe, leur état de santé et permet de jeter un sort sur un personnage, par exemple pour le soigner, sans forcément devoir le localiser à l'écran. Cela fait gagner du temps, car les combats sont chronométrés. Il est également possible de communiquer via la messagerie textuelle du jeu en ne s'adressant qu'aux membres du groupe. Toutes ces fonctions de l'interface « groupe » sont particulièrement utiles pour favoriser la coordination des joueurs rassemblés lors des combats.

Encadré n° 5 : La difficile stabilisation des conditions d'accès à la zone d'Incarnam

La description que nous donnons plus haut à propos de l'accès à Incarnam et à son donjon n'est valide que jusqu'à 2010. Les choses se compliquent à partir de cette date, jusqu'à ce qu'en 2012 un nouveau compromis soit trouvé pour favoriser l'accès du donjon aux débutants.

Incarnam n'est effectivement plus réservé aux débutants depuis l'été 2010. Les joueurs expérimentés peuvent y revenir et ceux qui le font proposent des objets à la vente en « mode marchand » et parcourent le donjon d'Incarnam en boucle pour gagner des objets spécifiques tout en accompagnant leurs amis qui ont suspendu leur abonnement faute de paiement et jouent dans cette zone d'accès gratuit faute de mieux. Cette situation a des conséquences sur les débutants qui ne peuvent plus vraiment jouer entre eux et finissent par s'ennuyer, car ils sont souvent regroupés en donjon avec ces experts qui font tout le travail et parlent surtout à leurs vieilles connaissances.

À partir du 25 février 2011, des discussions entre joueurs qui souhaitent trouver une solution ont lieu sur le forum officiel (DesignGraph, 2011). Le 29 mars 2011, la mise à jour de Dofus v2.3.4 bloque le donjon d'Incarnam aux personnages de niveau supérieur à 30, pour réserver à nouveau son entrée aux débutants. Les joueurs expérimentés peuvent toujours parcourir le reste d'Incarnam et ils se recentrent sur la fréquentation de la zone dite « des chafers » pour tuer les monstres qui la peuple, les plus agressifs et parmi ceux qui rapportent le plus de points d'expérience sur Incarnam. Les joueurs experts causent ainsi encore plus de problèmes aux débutants qui n'arrivent plus à trouver des chafers libres pour se battre avec et augmenter significativement leur niveau d'expérience juste avant de rejoindre la partie suivante du jeu prévue pour des personnages un peu plus forts.

Le 26 septembre 2011, avec la mise à jour de Dofus v2.4.0, il est désormais possible d'entrer seul dans le donjon, sans groupe de partenaires. Cela facilite la progression des débutants qui se sentent encore trop intimidés par le jeu en groupe. Le 10 décembre 2012, la mise à jour de Dofus v2.9.0 débloque à nouveau l'accès au donjon pour les personnages quelque soit leur niveau d'expérience. Cela facilite en contrepartie l'accès des débutants aux chafers. Enfin, le 21 mai 2015, la mise à jour de Dofus v2.29.0 comprend une refonte graphique complète de la zone, avec une nouvelle scénarisation pas-à-pas pour accompagner les débutants, mais les paramètres d'accès au donjon sont maintenus en l'état.

2.1.3 – « Astrub ». L'expérience des limites de l'accès gratuit

Une fois le premier donjon réussi, les joueurs novices se dirigent généralement vers une montgolfière qui les transporte hors du didacticiel d'Incarnam, un territoire représenté par une île suspendue dans les airs. Le ballon les dépose plus bas, sur l'étendue géographique principale du jeu, plus précisément dans l'un des villages appelé Astrub. Quelques heures de jeu plus tard (à ce stade les joueurs totalisent généralement moins d'une vingtaine d'heures de jeu), l'exploration aux alentours d'Astrub est suivie par l'expérience des premières limitations qu'impose l'accès gratuit « freemium ». C'est ce qui fait par exemple réagir Émile quand nous lui demandons si Dofus est un jeu gratuit :

Dofus c'est pas un jeu gratuit, non non non, tu vois moi l'abonnement, c'était obligé que je le prenne ! Au début je jouais sans abonnement, mais au tout début seulement. L'abonnement, ça devient vite obligatoire. Quand on dit Dofus est un jeu sans abonnement c'est pas vrai, c'est vrai pour les trois ou quatre premières heures, c'est tout. Après, l'abonnement devient obligatoire, de toute façon ils te le

disent, au bout d'un moment c'est marqué en gros « abonne-toi maintenant Kevin⁴⁵ ! » (16 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

L'accès gratuit a la particularité d'être illimité dans le temps, mais de restreindre les interactions avec l'environnement à une aire géographique autour du village d'Astrub et sur le didacticiel Incarnam.

Au-delà de ces deux territoires, une fenêtre de texte avec un cadenas géant apparaît à l'écran comme sur la capture d'écran de la Figure 11.



Figure 11 : Les joueurs peuvent accéder gratuitement à Dofus, mais avec certaines limitations. Ils ne peuvent par exemple pas interagir sur tous les territoires du jeu

Dès lors, la distance limite de l'accès gratuit est dépassée et le personnage perd la capacité d'interagir, devenant spectateur de cette partie payante du jeu, aussi longtemps qu'il ne rebrousse pas chemin. En surplus d'une restriction des interactions à une zone géographique, le jeu gratuit impose des seuils à

⁴⁵ Au cours des années 2000, dans les jeux vidéo en ligne, un joueur qui « joue mal » ou se comporte de manière immature est qualifié avec beaucoup de mépris de *Kevin* par ceux qui veulent s'en démarquer. Cet étiquetage renvoie plus précisément à l'image d'un préadolescent, souvent issu d'un milieu modeste. L'émergence de ce qualificatif dévalorisant dans les jeux en ligne, et plus largement sur internet, fait suite à la démultiplication du nombre de jeunes garçons français appelés *Kevin* (d'après les données de l'INSEE, en 1991 le pic est de 14 087 enfants ; au cours de la décennie 2000, ce sont donc des adolescents âgés de neuf à dix-neufs ans). Concernant le lien entre le milieu social d'origine et ce prénom, le sociologue Baptiste Coulmont a tendance à confirmer qu'il est donné en priorité dans les milieux populaires : il indique qu'entre 2012 et 2015, ce prénom désigne une des populations de garçons les plus grandes à avoir un taux de mentions très bien au bac inférieur à 5% (cf. <http://coulmont.com/bac/nuage.html>, consulté le 30/11/2015).

l'accroissement des principales capacités des personnages, notamment du « niveau d'expérience » qui ne s'accroît plus au-delà de 20. Les personnages joués gratuitement peuvent par ailleurs combattre des monstres, mais tant qu'ils n'ont pas payé d'abonnement, ils ne peuvent pas participer au système de combat entre personnages appelé « PvP » (Player Versus Player), pourtant très populaire chez les joueurs abonnés qui sont très attachés à leur classement les uns par rapport aux autres et par les marques de progression spécifiques qui reflètent le nombre de victoires contre d'autres joueurs.

2.1.4 – Les effets de l'accès gratuit sur les pratiques des débutants

Les trois sous-sections suivantes décrivent la manière dont l'accès gratuit à une partie incomplète du jeu génère une frustration qui incite à payer un abonnement. Cette incomplétude apparaît, tant en terme de limitation des possibilités de socialisation, que de l'accès aux divers contenus du jeu.

La mise en visibilité des privilèges incite les débutants à payer

Du point de vue des joueurs débutants, les deux zones circonscrites par Incarnam et le voisinage d'Astrub sont des espaces qui garantissent le mélange entre des joueurs aux profils différents. Le design de ces espaces géographiques est étroitement articulé aux modes d'accès gratuit et payant du jeu afin d'inciter les joueurs débutants à intensifier leur pratique et à s'abonner. Nous avons construit le Tableau 1 pour résumer les types de fréquentation des différentes zones géographiques du jeu, en fonction du moyen d'accès au jeu et du niveau d'expérience du personnage joué.

Type d'accès du joueur	Niveau d'expérience du personnage <15 ⁴⁶	Niveau d'expérience du personnage >15
Gratuit	Incarnam et Astrub <i>Fréquentation sans « familier⁴⁷ d'abonnement »</i>	X ⁴⁸ (Progression dans Dofus impossible au-delà du niveau 20, assortie d'une obligation de s'abonner)
Abonnement payant	L'intégralité du monde de Dofus (cohabitation avec les non-abonnés circonscrite à Incarnam et Astrub) <i>Accompagné d'un « familier d'abonnement »</i>	L'intégralité du monde de Dofus, à l'exception d'Incarnam (cohabitation avec les non-abonnés circonscrite à Astrub) ⁴⁹ <i>Accompagné d'un « familier d'abonnement » et d'une monture. Exhibe des équipements exubérants</i>

⁴⁶ À partir de l'été 2010, Incarnam est accessible quel que soit le niveau d'expérience du personnage. Il n'y a donc plus d'interdiction formelle de l'accès aux joueurs expérimentés.

⁴⁷ La souscription d'un abonnement associe au personnage joué un « familier d'abonnement », un petit animal qui l'accompagne et l'aide à combattre.

⁴⁸ Jusqu'à l'été 2010, Incarnam est seulement accessible aux joueurs dont le niveau est inférieur à 15, ce qui en exclut également les joueurs non abonnés qui ont un niveau compris entre 15 et 20.

⁴⁹ Les abonnés dont le personnage a un niveau supérieur à 15 retrouvent l'accès à Incarnam à partir de l'été 2010. Sur Astrub, ils ont toujours fréquenté tous les non-abonnés, dont le niveau d'expérience est nécessairement inférieur à 20.

Tableau 1 : Une synthèse des zones de jeu accessibles en fonction du type d'accès du joueur et du « niveau d'expérience » de son personnage

En premier lieu, sur Incarnam se côtoie les joueurs dont les personnages sont généralement en jeu depuis moins de cinq heures, une durée juste assez longue pour maîtriser les fondamentaux du jeu et qui correspond souvent pour le personnage à un niveau d'expérience inférieur à 15. Ces joueurs peuvent être « non abonnés » et accéder au jeu gratuitement, ou « abonnés » et avoir payé pour accéder un temps à l'intégralité des contenus du jeu. La restriction de l'accès à Incarnam aux personnages de niveau d'expérience inférieur à 15 permet de réserver la zone aux débutants en agissant sur un paramètre des personnages du jeu qu'Ankama vérifie directement à partir de ses bases de données de comptes joueurs. Toutefois, sur certains serveurs cela a tendance à dépeupler un peu trop la zone ce qui permet de comprendre pourquoi la zone est rouverte à tous à partir de l'été 2010.

À ce stade du jeu, la différence principale est la présence d'un « familier d'abonnement » pour les joueurs qui ont payé. Il s'agit d'un petit animal obtenu en cadeau lors de l'abonnement. Il aide le joueur dans ses combats, lui facilitant un peu la progression. Le « familier d'abonnement » accompagne presque partout et à tout instant le personnage joué, cette visibilité publique quasi constante suscite le mimétisme et la convoitise, incitant à s'abonner rapidement. En fonction de la durée d'abonnement choisie, le cadeau de bienvenue est plus ou moins important⁵⁰. Généralement, l'utilité en combat du « familier » est proportionnelle à la durée d'abonnement et donc aussi à la somme d'euros dépensée. Il aide le joueur lors des combats, si toutefois celui-ci pense à se connecter au jeu régulièrement pour le nourrir à la manière d'un « Tamagotchi » (Bandai, 1996). Les « familiers » font partie des *dispositifs de captation* (Cochoy, 2004) présents dans un grand nombre de jeux en ligne. Ils servent principalement à retenir le joueur qui doit prendre l'habitude de venir assez régulièrement jouer, de préférence toutes les 5 à 72 heures dans Dofus s'il veut éviter que son animal personnel finisse par mourir de faim.

Le familier est le premier dispositif pour susciter la convoitise auprès d'une frange des joueurs, afin de les inciter à dépenser des euros. Malgré cet avantage attribué aux abonnés, les concepteurs doivent veiller attentivement à ce que le sentiment de convoitise des joueurs les moins favorisés ne se transforme pas en sentiment d'injustice. C'est le rôle de la limitation de l'accès à Incarnam aux personnages de faible niveau. Elle a tendance à préserver la zone d'une fréquentation par la majorité des joueurs expérimentés⁵¹, la perception des

⁵⁰ En surplus du familier, quelques jetons de loterie virtuelle sont offerts. Ils peuvent faire gagner des bonus de jeu relativement modestes qui rendent des services pendant une durée limitée et relativement courte.

⁵¹ Le design d'une séparation par « niveau d'expérience » du personnage ne permet pas pour autant de séparer de manière stricte les joueurs débutants et expérimentés. Il est quand même possible pour un joueur expérimenté de créer plusieurs personnages qu'il peut jouer indépendamment, à tour de rôle. Au-delà du premier personnage, le joueur vétéran profite donc des connaissances déjà cumulées en jouant avec le précédent personnage et ces connaissances ne sont pas repérables par

asymétries de jeu dues à l'achat d'un abonnement est ainsi atténuée. Les débutants peuvent progresser à leur rythme, entourés de participants, dont certains abonnés sont un peu avantagés par leur « familier d'abonnement », mais qui restent tous relativement peu expérimentés, font des erreurs qui laissent l'avantage aux joueurs les plus talentueux et qui apprennent vite à mieux jouer.

Dans un second temps, dans le village d'Astrub et ses alentours, un nombre significativement plus important de joueurs expérimentés sont mélangés aux débutants abonnés et non abonnés qui se sont déjà fréquentés sur Incarnam au cours d'une progression commune de quelques heures. Ces joueurs que les débutants voient en grand nombre pour la première fois sont abonnés, mais depuis parfois plusieurs années et leurs personnages ont souvent des niveaux d'expérience bien au-delà de 20. En comparaison des équipements qu'arborent les personnages de débutants, ceux des joueurs expérimentés sont exubérants et ces derniers sont en surplus pourvus de montures avec lesquelles ils se déplacent vite et sont en surplomb des autres personnages qui se déplacent lentement et à pied. Tout cela donne aux joueurs experts un avantage significatif lors des combats et des diverses activités sociales entre personnages, si bien que peu de collaborations ont lieu avec des joueurs de faible niveau. Les parties étant trop déséquilibrées, les joueurs experts évitent souvent de s'engager dans des combats aux côtés de débutants de peur de s'ennuyer fermement. La ségrégation des groupes de combattant par niveau d'expérience renforce d'autant l'attrait pour des personnages aguerris qui symbolise l'inconnu aux yeux des débutants. Là encore, les novices sont incités à s'abonner si ce n'est pas déjà fait et sinon à venir jouer plus souvent dans l'espoir de parvenir un jour à s'équiper comme les personnages des joueurs experts. Enfin, si les joueurs rechignent malgré tout à payer pour continuer leur progression, au bout d'une dizaine d'heures supplémentaires passées aux alentours d'Astrub, le joueur est finalement averti qu'il ne peut plus progresser, et doit penser à payer pour explorer davantage le jeu.

Les conflits sociaux imprègnent toutefois les relations nouées entre débutants abonnés et joueurs expérimentés comme l'indique le récit suivant qui décrit une arnaque présentée de manière fractionnée en deux verbatims consécutifs. Tout d'abord, près de la moitié de nos enquêtés ont eu en cadeau de bienvenue un familier d'abonnement comme Antoine :

Quand on s'abonne un an, en fonction de la durée de l'abonnement, il y a des cadeaux avec, et moi, il y avait une dragoune. C'est un familier d'abonnement qui permet de faire évoluer plus vite ton niveau d'expérience [...]. C'était à l'époque très recherché. Ça coûtait très cher et on me proposait un prix assez sympathique en Kamas, on me disait..., je sais plus, je dis peut-être une connerie, peut-être 2 millions de Kamas pour mon dragon. Quand tu commences, c'est énorme hein. (24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Pour un joueur expert qui possède des millions de Kamas, le familier d'abonnement est l'un des principaux objets de valeur qu'il peut convoiter chez des débutants abonnés. La Dragoune est le familier offert en cadeau d'un abonnement

un autre participant qui ausculte les équipements visibles sur le personnage du voisin, ce qui peut produire certaines surprises lors de rencontres sur Incarnam.

d'un an, la durée maximale qui correspond à une dépense de 45 euros. Beaucoup de joueurs experts convoitent donc ce familier, soit pour l'échanger ensuite à meilleurs prix en Kamas et faire des bénéfiques, soit pour le garder lorsqu'ils n'ont eux-mêmes pas pu s'abonner en une seule fois pour 45 euros et l'obtenir en cadeau. Les joueurs non abonnés ne sont donc pas les seuls à être envieux, c'est aussi le cas de certains joueurs experts qui se sont abonnés régulièrement pour des durées inférieures à une année. Antoine poursuit son récit :

Pour faire l'échange [de la dragoune contre des Kamas], on était sur une carte de terrain et il me disait « oui, tu vas poser ton item — parce qu'on peut jeter ses items par terre — tu me poses l'item et moi, je te donnerai l'argent après et tout ça ». Moi, j'ai dit « non, je veux pas ! », j'ai dit « c'est bon, c'est une arnaque ! », je le savais, je sais que c'est une arnaque, je voulais pas le faire. Et puis, après, il s'y remettait « mais si, regarde » et en fait, on s'est mis sur une carte où il y avait une sorte de petite rivière qui passait et il y avait deux côtés totalement séparés par le cours d'eau. Lui, il s'est mis d'un côté, moi, je me suis mis de l'autre côté, ce qui fait qu'on ne peut pas traverser. Et moi, pour déconner, j'ai juste jeté ma dragoune par terre et j'ai voulu la ramasser. Et en fait, c'est là que je me suis rendu compte qu'il y avait un deuxième complice avec un sort pour être invisible. Ce qui fait que lui était de mon côté de la rivière en étant invisible et qu'il a récupéré mon item avant moi. C'est là que j'ai appris sur le jeu qu'on pouvait être invisible avec des parchemins, je sais plus c'est quoi le nom. Là, j'ai subi ma première arnaque. (24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Le vol de ces familiers est une pratique extrêmement répandue dans Dofus. Ce cas « d'arnaque de dragoune » analyse un objet qui incite à cesser le jeu gratuit et à s'abonner à Dofus. Il illustre une première tendance du design de Dofus à l'encouragement aux conflits sociaux entre les joueurs. Ceux-ci trouvent leur source dans la possibilité d'échanger les familiers d'abonnement contre de la monnaie du jeu, sans que les mécanismes de jeu utilisés garantissent toujours la réciprocité de la transaction.

Le jeu est donc conçu pour mettre en visibilité des privilèges de certains groupes de joueurs, avec pour but d'instrumentaliser leur cohabitation, afin de susciter la convoitise des participants situés à proximité. La convoitise incite à l'abonnement et le design du jeu permet de maîtriser une partie des frictions entre joueurs, afin d'en atténuer la violence. Pour ce faire, l'incitation à s'abonner à Dofus se fait de manière progressive, d'abord sans trop d'insistance, seule la présence des « familiers d'abonnement » rappelle de manière indirecte que l'abonnement apporte quelques avantages aux débutants. Puis de manière plus explicite par l'irruption de joueurs experts qui incitent à démultiplier sa fréquentation du jeu pour devenir comme eux. En dernier lieu, des fenêtres demandant explicitement au joueur de s'abonner s'il veut poursuivre l'exploration apparaissent lorsqu'il s'aventure dans le restant des zones géographiques du jeu. Malgré cela, un nombre considérable d'arnaques visent les débutants abonnés et notamment leurs familiers lorsqu'ils ont de la valeur pour les joueurs experts. Elles peuvent être assez mal vécues par les joueurs les plus jeunes. Ces arnaques traduisent les débordements les plus complexes à réguler pour l'entreprise lorsque le jeu a vocation à ne pas s'opposer aux échanges en monnaie du jeu, y compris des objets les plus rares. En particulier, les familiers d'abonnement dont l'obtention est

fortement dépendante, non pas de l'aguerrissement du joueur, mais des montants dépensés en euros. Le rapport de force est en défaveur des joueurs riches qui n'ont pas une bonne expérience du jeu, il favorise ceux qui maîtrisent le mieux les rouages des modes d'échange réciproques d'objets du jeu.

L'essai temporaire prépare le regroupement ultérieur avec des proches

Le plus souvent, nos enquêtés sont des joueurs qui ont su à terme maintenir durablement leur pratique de Dofus, même si elle est souvent ponctuée d'interruptions temporaires et s'achève parfois définitivement après plusieurs années de fréquentation assidue. La plupart des récits rétrospectifs qu'ils font de leurs premiers pas commencent comme celui de Marc :

La première fois que j'ai joué à Dofus, si je ne me trompe pas, c'était fin de troisième donc, c'était il y a trois ans. C'était la première année de lycée que je faisais, où je me suis vraiment mis dedans, donc ouais, il y a trois ans. J'avais des potes à moi qui jouaient et je voulais essayer, c'était pour voir comment ça marchait. On parlait de jeux et de trucs comme ça et c'est parti sur les jeux auxquels on jouait. Et du coup, ils m'ont dit : « Dofus, Dofus, Dofus ! ». Après c'était des mecs que je connaissais, dans mon entourage. On devait être sept ou huit à jouer, un truc comme ça et c'était que des mecs avec qui j'étais en cours. (18 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Comme chez la majorité de nos enquêtés, Marc débute par une description du rôle des proches qui l'ont encouragé à les rejoindre pour jouer en ligne. Le relais peut être un frère, un ami d'école ou d'étude, un collègue de travail, ou quand il s'agit d'une future joueuse l'intermédiaire est souvent son petit ami. Il souligne l'importance donnée à l'effet d'entraînement qu'exercent des pairs, ce qui est typique des récits de joueurs en ligne massivement multijoueur. Samuel Coavoux en a par exemple déjà rendu compte dans son étude des carrières de joueurs de World of Warcraft (2009). Tout comme Marc, la plupart de nos enquêtés se limitent d'abord à l'évocation d'une phase de jeu intensif aux contours temporels un peu flous, marquée à ses débuts par la collaboration avec des amis et la souscription d'un abonnement pour des montants que ces joueurs jugent conséquents.

Les joueurs n'évoquent donc pas spontanément ce qu'ils ont déjà fait dans Dofus avant cette phase de jeu bien établie, notamment lors des premières heures passées à jouer gratuitement. Nous les avons questionnés à ce sujet pour reconstituer des trajectoires de jeu complètes, à l'inclusion des premières heures de jeu. À cette occasion, Éric décrit précisément ses débuts dans Dofus :

Un des premiers jeux en ligne auxquels j'ai joué, c'est Dofus. Je l'ai découvert seul sur internet, par hasard en fait. J'ai testé en gratuit dans mon coin, pendant un mois. Ensuite, j'ai arrêté parce que j'avais plus trop le temps, parce que j'étais avec une fille qui trouvait que je jouais trop. J'ai repris un peu moins d'un an après, quand on s'est séparé. Là j'ai rejoué en abonné pendant un an avec Antoine, un ami en fait. Ouais, parce que (pause), on parlait beaucoup et on cherchait un truc à faire tous les deux, quand on était chez nous et séparé quoi. Bref, on cherchait un jeu qui soit pas cher et qui soit sympathique. J'ai dit « Yes, moi, il y a longtemps, j'ai joué à Dofus, c'était super sympa, on a qu'à s'y mettre quoi ! » Et

donc on s'y est mis tous les deux assidûment, j'ai recommencé un perso en même temps que lui et puis voilà. Et on a joué ensemble pendant un an. (25 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

Éric perçoit l'accès gratuit comme un moyen d'essayer le jeu seul de son côté. Le paiement d'un abonnement pour jouer au long cours n'est évoqué ici que dans un second temps, lorsqu'une configuration sociale particulière émerge. Il rompt avec une petite amie qui l'incitait à ne pas jouer en ligne et un ami lui offre l'opportunité de recommencer le jeu avec lui. La gratuité d'accès familiarise donc Éric avec la pratique de Dofus et lui donne l'occasion de proposer à son ami une pratique collective qu'il connaît déjà un peu, pour s'y être déjà brièvement essayé avec des inconnus. Les deux joueurs n'ont donc plus besoin d'essayer le jeu gratuitement et payent d'emblée un abonnement d'un an par carte bleue pour jouer au long cours. Éric nous le confirme peu après, « L'abonnement moi j'ai toujours fait comme ça, toujours par carte bleue et à l'année ». Le rôle réservé à la gratuité et au paiement d'un abonnement au cours des deux phases décrites par Éric n'est pas toujours aussi clair. Le récit de Corentin permet de nuancer ce point :

Au départ Dofus c'était en me disant « tiens, c'est gratuit ! », il y avait le côté gratuit aussi qui jouait hein. J'ai un tout petit peu testé sans payer quand j'étais en prépa' tu vois, des moments où t'as des vacances, et cetera, mais j'ai assez peu joué à ce moment-là en fait, par manque de temps, j'y ai joué de manière un peu plus casual on va dire. Et je crois que le plus haut perso que j'ai eu devait être à un niveau [d'expérience] 45, 50⁵², un truc dans le genre, tout en ayant passé pas mal de temps sans payer le jeu en fait. C'était « casual » quoi. C'est plus en sortant de prépa' avec l'école d'ingé' que j'avais du temps et que j'ai repris, en accéléré. Donc voilà, ouais j'ai vraiment commencé ce MMO plus tard. Quand je suis rentré en école d'ingé' et que j'étais en coloc'. (28 ans, joueur de Dofus depuis 2005)

Corentin distingue pour sa part le « jeu casual », suivi plus tard du « vrai commencement de Dofus ». La première *phase d'essai* ne correspond pas au jeu gratuit. Elle est en grande partie réalisée sans payer d'abonnement, en accédant gratuitement à une partie du jeu pendant quelques heures, jusqu'à ce que le personnage atteigne le niveau 20. La *phase d'essai* s'achève quand le personnage de Corentin atteint un « niveau d'expérience » d'à peu près 50. L'abonnement est obligatoire au-delà du niveau 20, le joueur a donc nécessairement dû payer un abonnement de quelques semaines pour arriver à ses fins en jouant avec assiduité. Cet extrait recoupe le récit d'autres enquêtés pour lesquels les deux phases, l'essai et le *jeu durable*, ne coïncident pas nécessairement avec la pratique du jeu gratuite et payante. La plupart se contentent de séparer une phase de découverte du jeu pendant laquelle ils ne sont pas encore impliqués dans des collectifs stabilisés, d'une phase de pratique pérenne synonyme d'une meilleure intégration sociale. Même si celle-ci est souvent ponctuée d'arrêts intermittents, elle est maintenue, en particulier grâce aux incitations sociales des pairs.

La spécificité de l'entrée dans les deux phases de jeu – l'essai et le jeu durable — est donc intimement liée à l'accès dual que propose le modèle « freemium ». La *phase d'essai* débute par le jeu gratuit et se poursuit

⁵² Le niveau d'expérience maximum dans Dofus est 200.

éventuellement par une souscription à un abonnement de courte durée, souvent de moins d'un mois. En revanche, la phase de *jeu durable* débute par l'abonnement du joueur, qui peut l'interrompre par moment, puis le renouveler à plusieurs reprises. Ce qui différencie ces phases est donc, d'une part l'entrée dans chacune des deux phases qui est respectivement gratuite ou payante, d'autre part l'importance pour entrer dans le *jeu durable* d'entretenir des relations de jeu avec des pairs qui étaient déjà connus avant de jouer.

L'entrée gratuite favorise la venue des clients de jeux concurrents

Tout comme il est difficile pour nos enquêtés d'articuler pratique d'essai temporaire de Dofus et *jeu durable*, il est également compliqué pour eux de rendre compte précisément de la manière dont ils pratiquent plusieurs jeux en ligne. Les joueurs de Dofus interrogés ne s'y adonnent pas toujours exclusivement, ils livrent souvent un récit de leurs pratiques des jeux en ligne qui fait apparaître une alternance entre plusieurs jeux. Par exemple, Renaud déclare :

Moi je me rappelle que WoW [World of Warcraft] et Dofus j'ai toujours un peu joué, enfin j'ai joué aux deux, j'ai joué alternativement à l'un ou l'autre, mais c'est vrai que ça s'est toujours un peu chevauché. (24 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Comme Renaud, une majorité de nos enquêtés joueurs a aussi pratiqué d'autres jeux similaires à Dofus. Comme lui, non seulement ils pratiquent plusieurs jeux en ligne sur une période donnée, mais dès qu'ils tentent d'expliquer succinctement la manière dont ils les alternent, les propos se font relativement flous, donnant l'impression que le joueur s'adonne simultanément à des jeux différents, alors que ce n'est en réalité presque jamais le cas⁵³. Les joueurs sont relativement fidèles à un jeu en ligne à la fois et l'offre de jeu gratuit d'un concurrent augmente les défections, en particulier chez les joueurs qui n'ont pas beaucoup d'économies. Ceux-ci tirent parti de la formule gratuite de deux manières différentes, soit pour l'essayer et le comparer à l'autre jeu en ligne qu'ils fréquentent, soit pour jouer gratuitement à des fins lucratives pour augmenter leurs profits monétaires.

Premièrement, dans la mesure où payer avant de découvrir un jeu comporte le risque d'investir dans un loisir décevant, les joueurs disposant de peu d'économies ne sont pas en mesure de réitérer de tels paris à de nombreuses reprises. Finalement, un accès au jeu conditionné par des paiements classiques, par exemple en carte bleue, peut les dissuader d'entrer dans un nouveau jeu en ligne qui leur aurait peut-être plu. Ankama cherche donc à contourner le problème et à se faire une place sur un marché du jeu en ligne qui jusqu'à la décennie 2010 repose en grande partie sur un modèle d'accès après paiement, dit « pay to play ». Dès la

⁵³ Nous revenons dans la seconde section du chapitre sur le jeu simultané qui consiste à lancer en même temps plusieurs programmes de Dofus. Les joueurs appellent parfois cela le « multicompte ». Son intérêt principal étant de faire collaborer plusieurs personnages contrôlés simultanément dans la même partie. En comparaison, la pratique simultanée de deux jeux différents ne permet pas une coopération entre plusieurs personnages que le joueur contrôle dans le même environnement numérique. L'absence d'avantages pour la pratique de Dofus explique que l'exercice simultané de plusieurs jeux en ligne n'ait jamais été évoqué par nos enquêtés – et vraisemblablement qu'ils ne le pratiquent presque jamais.

commercialisation de Dofus en 2004, les salariés de l'entreprise proposent un accès gratuit aux premiers contenus du jeu, suivant la formule « freemium ». La création d'un compte client peut se faire gratuitement, elle est uniquement soumise à la saisie préalable d'une adresse email qui ne figure pas encore dans les listings des comptes clients d'Ankama.

Entre 2004 et 2010, la popularité croissante de jeux en ligne « freemium » comme Dofus s’accompagne de l’apparition de formules d’accès gratuits à des versions d’essai de World of Warcraft. Ce jeu est l’un des concurrents les plus importants de Dofus et il finit par devenir lui aussi « freemium » à partir de l’été 2011, même si les salariés de Blizzard Entertainment ne revendiquent pas l’étiquetage. Ces modifications historiques des modes d’accès à World of Warcraft sont regroupées dans le Tableau 2 et mises en regard du mode d’accès gratuit de Dofus.

	Dofus (Ankama Games, 2004)	World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004)	
Nom de la formule d'accès gratuit au jeu	« Jeu gratuit sans limites de temps »	« Essai gratuit »	« Édition découverte » (remplace la formule « Essai gratuit »)
Disponibilité	À partir du 09/2004	À partir du 09/2006	À partir du 07/2011
Durée de l'accès gratuit	Illimitée	10 à 14 jours	Illimitée
Principales fonctions du jeu indisponibles	<p>Les capacités des personnages ne peuvent pas s’accroître au-delà d’un certain seuil.</p> <p>Les interactions sont restreintes à une aire géographique limitée (Amakna et Astrub), au-delà le personnage peut se déplacer et visualiser le monde, mais ne peut pas interagir.</p> <p>Les personnages ne peuvent combattre que des monstres, ils ne peuvent pas combattre entre eux.</p>	<p>Toutes les fonctions du jeu sont activées.</p> <p>Les joueurs avec un abonnement payant sont prioritaires pour se connecter au jeu (il faut parfois attendre plus longtemps pour obtenir une place dans le jeu avec un accès gratuit).</p>	<p>Les capacités des personnages ne peuvent pas s’accroître au-delà d’un certain seuil.</p> <p>Les personnages ne peuvent pas échanger des objets. Ils ne peuvent pas détenir plus d’un certain montant, assez faible, d’argent du jeu.</p>

Tableau 2 : Une synthèse des caractéristiques de l’accès gratuit de deux jeux en ligne concurrents (Dofus et World of Warcraft)

Comme ce tableau l’indique, depuis sa commercialisation en 2004, l’accès gratuit à Dofus est permis autant de temps qu’on le souhaite. Jusqu’à l’été 2011, l’offre d’essai gratuit de Dofus se différencie nettement de ce que propose le principal concurrent World of Warcraft. Or, nous avons mené la plupart de nos entretiens sur une période qui s’achève avant l’été 2011. De surcroît, les récits de joueurs que nous

avons recueillis reviennent sur une carrière débutée entre 2004 et 2009 et qui se termine dans plusieurs cas avant nos entretiens. Parmi nos enquêtés, seuls de rares cas font état d'un abandon de Dofus pour s'en aller jouer à World of Warcraft, alors que parmi les joueurs de notre échantillon qui sont des experts, l'inverse concerne la majorité.

Comme nous allons le voir, l'asymétrie des offres d'essai des deux jeux a un rôle dans la capacité de Dofus à attirer des clients venus du principal jeu concurrent. Chez les joueurs en ligne expérimentés qui en ont pratiqué d'autres avant de s'investir durablement dans Dofus, ce dernier est d'abord essayé en version « freemium ». Nous pouvons qualifier ce type d'enquêté de *joueur sans budget* en nous référant à la définition de l'Encadré n° 6.

Encadré n° 6 : La définition du joueur sans budget

Pour définir la figure du *joueur sans budget*, nous revenons à l'étymologie de « budget » qui désigne ceux qui ne peuvent pas placer une somme par avance dans une bourse de voyage — une « bougette ». Autrement dit, ceux qui ne peuvent pas anticiper leurs dépenses, parce qu'ils ont des difficultés économiques, quelles qu'en soient les raisons sociales ou institutionnelles. Dans la suite de cette thèse, l'usage que nous faisons de la catégorie des *joueurs sans budget* ne thématise pas le problème général de l'anticipation des dépenses, nous nous contentons d'étudier les palliatifs que les joueurs inventent en cas de difficultés de paiement pour prolonger leur pratique. Les solutions qu'ils trouvent, d'une part pour convertir leurs divers avoirs monétaires dans des formes qu'ils peuvent dépenser dans Dofus, d'autre part pour collecter des sommes d'argent suffisantes pour s'abonner. Notre catégorie de *joueur sans budget* caractérise les joueurs qui ont des difficultés à payer régulièrement leur abonnement à Dofus. Ils peuvent être des salariés précaires avec des revenus irréguliers, des salariés ou des chômeurs pauvres, avec des revenus faibles qui les obligent à suspendre fréquemment leurs dépenses de loisirs, ou encore des jeunes scolarisés, dont les apports financiers dépendent encore beaucoup de leurs parents, de l'état de leurs propres finances et de leur volonté à financer certaines dépenses de leur enfant.

Comme l'explique Loïk, un jeune enquêté, employé à Buffalo Grill qui partage le logement social de ses parents :

À l'époque, moi je jouais déjà à World of Warcraft, en parallèle de Dofus-Arena qu'est un autre jeu d'Ankama totalement gratuit. Déjà lâcher 10 euros d'abonnement par mois pour Warcraft c'est une somme, donc je ne vais pas lâcher en plus 5 euros par mois pour Dofus, c'est soit l'un, soit l'autre, ça va pas être les deux. Donc j'ai essayé le début gratuit de Dofus pour m'aider à me décider quoi. (19 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

L'accès gratuit à Dofus permet donc d'amorcer l'essai de Dofus sans rien déboursier. Couplé à un tarif mensuel très inférieur aux concurrents, le jeu « freemium » offre des avantages comparatifs décisifs pour capter la clientèle d'un concurrent « pay to play » qui fait déjà payer mensuellement un accès payant à ses joueurs, par exemple World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004) jusqu'à l'été 2011 avec l'apparition de son « édition découverte » qui se rapproche de la formule gratuite de Dofus.

Deuxièmement, aux côtés des *joueurs sans budget* qui recherchent à prolonger leur pratique à des fins d'amusement et de socialisation avec d'autres participants, nous pouvons identifier un autre type qui tire profit de l'offre d'accès

« freemium » à Dofus. Il s'agit des *joueurs sans budget* qui pratiquent le jeu à des fins lucratives. Au cours de l'histoire de Dofus, les bridages du jeu pour les personnages joués gratuitement dans la version « freemium » ont rarement été modifiés par les salariés d'Ankama. Pourtant, le 25 mai 2010, ils ont changé de manière très sélective les contraintes appliquées aux non-abonnés. Le nombre de monstres que les abonnés peuvent affronter en 24 heures est brusquement contingenté, il ne peut plus dépasser le seuil de 200 combats par personnage joué gratuitement. Les messages textuels instantanés qui peuvent être diffusés à tous les autres joueurs connectés se voient eux aussi restreints à 200 par jour. Ces mesures peuvent paraître à première vue incongrues parce que ces limites sont très élevées en comparaison du nombre de combats ou de messages envoyés par la plupart des joueurs. Elles visent en réalité à empêcher la prolifération de certains usages qui se sont répandus en peu de temps. Les joueurs qui sont ciblés sont ceux qui réalisent des tâches très répétitives avec leur personnage, le plus souvent dans le but de faire par la suite des profits en euros.

Deux activités très redondantes qu'ils exercent avec une finalité lucrative sont la cible de ces limitations⁵⁴. Elles font clairement référence à des pratiques de jeu qui sont de l'ordre du détournement que les salariés d'Ankama n'avaient pas nécessairement prévues. Nous les détaillerons davantage dans la deuxième partie de cette thèse. Toutefois nous abordons dès à présent ces pratiques de détournement de manière brève. En effet, elles permettent de comprendre comment World of Warcraft a configuré son offre d'accès gratuits pour empêcher ces pratiques, alors que les salariés qui ont conçu Dofus l'ont instaurée dès sa commercialisation et ont dû les limiter à certaines variantes qui lui rapportent de l'argent.

La première activité répétitive consiste à terrasser des monstres pour collecter les objets laissés par leur dépouille. Cela permet de produire une grande quantité d'objets utiles à d'autres personnages du jeu. Ces objets peuvent ensuite être revendus contre de l'argent du jeu, puis cet argent du jeu proposé à l'échange sur des sites internet à d'autres joueurs qui n'en ont pas assez. Le plus souvent ce transfert d'argent du jeu se fait à l'aide du chat du jeu, des interfaces d'échange d'objets dans le jeu, puis d'un versement PayPal de quelques euros réalisé en contrepartie. Les concepteurs de Dofus contingentent donc le nombre de combats, afin de limiter la production de biens du jeu de la part de personnages non abonnés qui pourraient être employés pour tuer systématiquement des monstres présents au début du jeu. Avant la mise en place de cet empêchement, ces joueurs convertissaient les objets trouvés sur les dépouilles des monstres contre des euros pour leur propre profit et ils empêchaient les débutants d'accéder à ces monstres.

⁵⁴ Ces tâches sont parfois réalisées par des joueurs passionnés qui souhaitent gagner un peu d'argent avec leurs compétences et le capital d'objets du jeu qu'ils ont accumulé. Parfois elles sont réalisées par des salariés employés par un tiers totalement indépendant d'Ankama, on les appelle alors des *goldfarmers*. Pour pallier à l'ennui que peuvent générer de telles actions répétitives, l'usage de programmes d'automatisation de certaines tâches est également courant, les personnages dirigés par de tels programmes sont alors appelés *bots*, contraction du mot *robots*. La plupart des tâches répétitives qui sont décrites dans ce chapitre sont réalisées à l'aide de *bots*.

La seconde activité répétitive que les concepteurs ont interdite consiste à faire au sein du jeu de la publicité pour les sites internet qui revendent de l'argent du jeu contre des euros. Des personnages du jeu sont chargés d'envoyer en permanence des messages à tous les joueurs connectés, contenant l'adresse internet du site à visiter. En forçant ces joueurs qui souhaitent réaliser ces deux tâches aux fins lucratives à s'abonner, les salariés de l'entreprise cherchent, sinon à les faire disparaître, tout au moins à en diminuer la rentabilité économique. Parce que ces changements de design de Dofus forcent les joueurs qui pratiquent à des fins lucratives à s'abonner, Ankama capte une partie des revenus que les plus persévérants de ces joueurs continuent de générer avec leurs personnages abonnés.

Nous revenons brièvement sur les modes d'accès gratuit à World of Warcraft, car ils répondent eux aussi à une manière de limiter les pratiques de jeu gratuites à des fins lucratives. La possibilité d'essayer le jeu complet pour une durée de 10 jours est ajoutée à partir d'octobre 2006. Au-delà de cette période d'essai, si l'on souhaite se servir plus longtemps de son personnage, il faut payer un abonnement. En juillet 2011, ce mode d'accès temporaire au jeu complet est remplacé par un accès gratuit semblable à celui qui est en vigueur dans Dofus depuis 2004. Ce nouvel accès gratuit se fait sans limites de temps, mais impose un certain nombre de restrictions aux actions que peut entreprendre le personnage que le joueur contrôle. Le Tableau 2 fait apparaître une différence notable avec l'accès gratuit proposé sur Dofus, d'une part il n'y a pas de limitation géographique pour les interactions des personnages et la cohabitation entre joueurs disposant de droits inégaux en est donc d'autant plus fréquente. D'autre part, les restrictions portent sur les échanges de biens que peuvent réaliser les personnages. Blizzard est également confronté à un grand nombre de pratiques de jeu très répétitives qui visent à revendre les biens du jeu accumulés contre des euros. Afin de les limiter, le choix de Blizzard a donc été différent de celui d'Ankama, l'entreprise américaine n'a pas limité les capacités de production des joueurs non abonnés, comme c'est le cas dans Dofus à partir de 2010. Elle a en revanche supprimé la capacité d'échange ultérieure des richesses de jeu entre personnages, tant que les joueurs n'ont pas payé d'abonnement. La version d'essai gratuit pour World of Warcraft donnait accès au jeu complet pendant un temps limité, l'accès que propose Dofus — et maintenant aussi World of Warcraft — est sans limites de temps, mais pourvu de multiples bridages pour le personnage joué. Ceux-ci sont à même d'accroître la rentabilité des entreprises créatrice de jeux en ligne en captant une partie des revenus de ceux qui jouent à des fins lucratives.

2.1.5 – Les frictions entre le jeu gratuit et payant incitent à payer

En résumé, toutes les formules d'accès gratuits que nous avons évoqués relèvent d'une logique commune, la pratique gratuite frustre les joueurs et les incite à payer un abonnement. Dans le cas des joueurs débutants, la raison du paiement est la convoitise des autres, l'envie d'accéder à un statut de privilégié et d'obtenir plus de droits que les personnages des joueurs qui ne payent rien. La formule « freemium » de Dofus repose sur une organisation très originale de l'espace géographique de jeu. Le système de choix automatique du « serveur de jeu » place au préalable le débutant dans un espace de jeu qui n'est souvent pas celui des pairs qui l'ont incité

à venir jouer. Le nouveau venu se retrouve donc assez souvent contraint de faire ses premiers pas entouré d'inconnus. Au fil de sa progression, chaque nouvelle zone géographique le fait cohabiter avec des joueurs qui sont abonnés depuis de plus en plus longtemps. La frustration croît au fur et à mesure de la prise de conscience des privilèges de ces abonnés et les amis de longue date ne sont souvent pas à ses côtés dans le jeu pour soutenir le débutant, lui donner de quoi progresser plus facilement. Ce design du jeu organise donc l'entrée des débutants dans une première phase qui débute par l'essai gratuit et la découverte du jeu coupée des liens sociaux antérieurs, souvent de leurs amis d'école. Le design de la partie gratuite du jeu permet à cette occasion d'aguerrir les joueurs dans un environnement séparé de leurs amis qui sont déjà familiarisés avec Dofus, cela évite également que des débutants abandonnent, déçus de ne pouvoir partager la partie avec leurs amis proches qui maîtrisent le jeu bien mieux qu'eux.

Une seconde phase caractérise l'engagement au paiement durable de l'abonnement et à la pratique assidue de Dofus. Elle repose sur un mécanisme différent : les retrouvailles avec des personnages joués par des connaissances antérieures, issues de relations nouées de longue date dans d'autres contextes quotidiens, notamment la famille, l'école et le lieu de travail. Cette deuxième phase marque les débuts des pratiques de jeu auxquelles les joueurs accordent le plus de valeur, l'amusement au sein de bandes de copains organisées en « guildes », dont plusieurs chercheurs ont déjà bien décrit les dynamiques sociales (Taylor, 2006a ; Williams et al., 2006 ; Berry, 2009 ; Zabban, 2011).

Aux côtés des débutants qui n'ont jamais joué à un tel jeu en ligne et sont orientés vers des espaces séparés de leurs amis, ce processus d'entrée graduelle a tendance à attirer aussi des joueurs en ligne qui en pratiquent déjà d'autres et comprennent vite comment se regrouper sur les mêmes « serveurs de jeu ». Cela concerne en particulier des *joueurs sans budget*, pour lesquels le jeu gratuit est motivé de deux manières. Premièrement, l'essai gratuit conserve uniquement sa fonction la plus classique, il permet d'établir des comparaisons avec d'autres jeux connus, puis parfois de se décider à adopter Dofus et à s'y abonner pour un moment, quitte à abandonner d'autres jeux s'ils n'ont d'entretenir leur engagement dans plusieurs jeux en même temps. L'envie de découvrir un jeu plus intéressant que celui auquel ils jouent déjà régulièrement n'est pas la seule raison, certains de ces participants tirent aussi parti du jeu gratuit pour faire usage de personnages de jeu à des fins lucratives.

2.2 – Les débutants abonnés. Le jeu à tour de rôle

À ce stade de la carrière, le joueur dispose depuis plusieurs jours d'un compte client abonné, avec un personnage qu'il a créé et rattaché à un serveur de jeu. Les connexions au jeu se suivent et font reprendre la partie dans la peau du même personnage qui est surtout utilisé par combattre, discuter avec d'autres joueurs et éventuellement faire un peu de commerce pour s'échanger des objets du jeu qui ont assez peu de valeur. Tout cela se déroule sur un seul et même serveur, et

reprend à chaque retour du joueur à l'endroit où il s'était déconnecté la fois d'avant.

La partie se déroulant dans un « univers persistant » commun à tous les joueurs — avant que l'un d'eux ne revienne jouer — des événements ont eu lieu entre les personnages des joueurs qui sont restés connectés sur le serveur. Au même titre qu'un salarié revenu de vacances trouve l'entreprise dans une situation nouvelle, l'environnement du jeu et les personnages des joueurs continuent à se développer lorsque certains prennent congé. D'autres participants auront continué à jouer, modifiant sensiblement l'environnement de jeu tel qu'il est trouvé au retour. Cette explication du concept de « monde persistant » est la plus répandue dans les recherches en *game studies* sur les jeux en ligne. Elle est censée décrire la pratique de jeu attribuée à la majorité, aux « joueurs normaux », sans pour autant être mise en regard des usages effectifs des personnages de jeu. Les joueurs qui incarnent un seul et unique personnage à chaque partie font en réalité référence non pas à un usage normal du jeu, mais au cas particulier des premières heures de jeu des débutants que nous avons documenté dans les sections précédentes. Tout au moins dans le cas de Dofus, la généralisation de cette pratique « monopersonnage » à tous les joueurs en ligne est une simplification abusive qui débouche sur de nombreuses erreurs d'appréciation.

Dans cette section nous présentons les usages qui tirent parti de la démultiplication des personnages qu'un même débutant abonné met progressivement en œuvre. Cette phase correspond à l'exploration des contenus du jeu. Nous décrivons les pratiques les plus courantes chez les débutants qui sont abonnés depuis quelques semaines. Ils démultiplient progressivement les personnages rattachés à un compte client, des personnages qui doivent être connectés à tour de rôle à leur serveur de jeu.

2.2.1 – *Le choix d'un personnage joué*

Une des spécificités de la structure des comptes joueurs de nombreux jeux en ligne est la possibilité d'enregistrer plusieurs personnages du jeu sur un seul compte client. Dans le cas de Dofus jusqu'à cinq peuvent être créés, comme l'illustre la Figure 12 extraite d'une vidéo de présentation du jeu que m'a autorisé à filmer Renaud, un joueur expérimenté de 24 ans qui fréquente Dofus depuis 2009.



Figure 12 : Une capture d'écran extraite de la vidéo de présentation des personnages de Renaud

Une fois authentifiés avec le compte joueur de Renaud, les cinq personnages de la figure apparaissent, un seul personnage peut être choisi. Ils ne peuvent être joués qu'à des moments différents. Le joueur est empêché de jouer plusieurs personnages simultanément, il ne peut pas démarrer en même temps plusieurs sessions du jeu avec le même identifiant. Parmi les cinq personnages disponibles, celui avec lequel le joueur a passé le plus clair de son temps à jouer dispose d'un statut à part. Les joueurs de MMORPG le désignent couramment comme leur « perso principal », ou utilisent la désignation anglaise et parlent de *main*. L'indicateur le plus mis en avant par les enquêtés pour caractériser le statut à part de ce personnage est son « niveau d'expérience ». Le *main* que Renaud présente à la figure précédente est par exemple au niveau 199, alors que les 4 autres personnages du compte ont des niveaux plus faibles, compris entre 60 et 150.

Le temps d'usage de chacun d'eux n'est pas exactement reflété par ces « niveaux d'expérience »⁵⁵, car les modes de jeu des 4 personnages secondaires du

⁵⁵ À la fin de la section 1.1, nous précisons que les personnages jugés peu « actifs » sont supprimés des statistiques publiques, les personnages secondaires qui servent occasionnellement sont

compte ne sont pas voués à gravir les niveaux au fil de victoires remportées sur des monstres et de l'accomplissement de quêtes. Ce sont surtout ces deux seuls types de succès qui octroient au personnage des « points d'expérience » et leur cumul est attaché au personnage de manière permanente, sans possibilité de les transférer à d'autres.

2.2.2 – L'apprentissage des autres « classes de personnages »

À partir d'une dizaine d'heures de jeu, les joueurs ne parlent plus simplement de « leur personnage », mais ils déclarent jouer le plus souvent avec leur *main*. C'est au même moment que les quatre personnages supplémentaires sont progressivement créés pour remplir d'autres fonctions. Samuel détaille comment il les utilise :

Ma mère, elle connaît que les classes de ses deux persos à elle, donc les siens elle les connaît extrêmement bien, il n'y a rien à dire là-dessus, mais vu qu'elle ne connaît pas les autres classes, elle se trouve handicapée en combat contre d'autres joueurs. Et du coup, elle ne peut pas faire de PvP [Player versus Player]. Avec mon petit frère, on a des persos qui sont temporaires, on s'affronte avec, juste en défi, sans trop monter leur niveau d'expérience. Comme ça pour s'amuser et puis après on en fait d'autres à la place. Le but derrière, c'est qu'on teste vraiment tous les types de persos, on crée tel perso avec telles caractéristiques. Et au final quand on rencontre avec nos *main* quelqu'un après qui a ce type de perso, c'est tout de suite beaucoup plus facile de le battre. C'est plus pour s'amuser qu'on le fait, mais au final, même en s'amusant on apprend toujours deux ou trois choses. (18 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

Samuel compare ses connaissances élargies d'une dizaine de « classes de personnage » avec celles de sa mère qui se distingue par des connaissances resserrées autour des « classes » de « ses deux persos »⁵⁶. La « classe du personnage » est le choix à faire en premier lors de la création d'un personnage. Elle assigne une apparence générale au personnage, généralement mi-humaine mi-animale. Pour chaque classe, les caractéristiques de combat du personnage sont différentes, ce choix fixe une liste de sorts réservés à chaque classe, qui se débloquent progressivement, au cours de la progression du personnage en « niveaux d'expérience ». Jouer quelque temps avec chacune des classes pour se distraire permet donc au joueur d'augmenter ses connaissances du jeu, en prévision d'interactions entre son *main* et des adversaires jouant les autres types de

vraisemblablement ceux qui seront écartés en priorité par ce filtrage. Les données étudiées dans la section 1.1 caractérisent donc davantage les populations de personnages « mains ».

⁵⁶ La connaissance étendue des classes de personnage que développe Samuel est une connaissance formelle qu'il déclare valoriser pour jouer contre d'autres joueurs en « PvP » (Player versus Player). Pourtant, elle lui sert aussi pour jouer en « PvM » (Player versus Monsters) c'est-à-dire dans le mode de jeu coopératif qui rassemble des collectifs de joueurs au sein de groupes pour affronter des monstres contrôlés par une intelligence artificielle. Cette connaissance formelle des personnages de Dofus est sans doute d'une utilité plus limitée que Samuel ne le croit, puisque sa mère est tout aussi experte que lui du « PvM », mais contrairement à lui, elle construit ses représentations du « rôle » des membres de son groupe en se fiant moins au formalisme des « classes de personnages » qu'à leurs conduites routinières en situation.

personnages. Le plus important étant de connaître parmi la dizaine de « classes de personnage » celles qui sont les plus jouées.

La plupart des joueurs ne vont pas jusqu'à faire comme Samuel en explorant de manière exhaustive les classes de personnage, remplaçant régulièrement leurs personnages secondaires par des nouveaux. La majorité fait plutôt comme sa mère et se contente de créer des personnages qui ont une durée de vie de plusieurs années. Cela réduit la connaissance des stratégies de combat à quelques « classes de personnage » que les joueurs choisissent généralement parmi celles qu'ils rencontrent fréquemment en jouant avec leur *main*.

2.2.3 – L'apprentissage de la gestion des stocks d'objets

À l'instar de la mère de Samuel, la majorité des joueurs décide de conserver leurs personnages secondaires après avoir testé seulement trois ou quatre « classes de personnage ». S'ils les conservent longtemps, c'est qu'en jouant moins sérieusement qu'avec leur *main* ils se rendent compte qu'ils cumulent quand même des marques de progression. Les personnages secondaires qui servent à explorer différemment le jeu sont presque toujours utilisés pour naviguer dans le jeu au petit bonheur la chance, afin de générer des surprises avec moins de peur de perdre la partie qu'en jouant son *main*. Avec ces personnages secondaires, les joueurs ne se concentrent pas sur les épreuves de combat, mais ils en réalisent de temps à autre qu'ils remportent finalement assez régulièrement, si bien que le niveau d'expérience du personnage augmente malgré tout progressivement. Parce qu'il est irrémédiablement lié à chaque personnage, ce niveau embarrasse bien des joueurs, car c'est un capital de points qui reflète les durées de jeu, même s'il le fait imparfaitement. Beaucoup de joueurs trouvent qu'il est dommage de ne pas exploiter ce capital, car passé certains seuils de points, de nouveaux talents propres à la « classe de personnage » sont débloqués. Au fil de leur socialisation avec d'autres joueurs, ils se rendent par ailleurs compte que les personnages secondaires peuvent avoir d'autres usages intéressants auxquels ils n'avaient pas pensé. C'est précisément leur niveau d'expérience modéré qui rend ces personnages aptes à de nouveaux usages et qui justifient leur conservation.

Jouer sans trop se soucier de l'accumulation des niveaux d'expérience est généralement un bon moyen pour s'ouvrir aux autres pratiques sociales de Dofus. Parmi elles, le design de Dofus met tout particulièrement en valeur le commerce d'objets du jeu. L'obtention de ces objets est la conséquence du système de gratification lors des victoires à l'issue de combats. Ce dernier n'est pas basé exclusivement sur l'accumulation de points d'expérience. À chaque victoire, le personnage accumule aussi des marques de progression transférables, c'est-à-dire quelques objets et de la monnaie du jeu qui peuvent toujours être échangés à volonté entre personnages. Au fil des nombreuses aventures du joueur, l'inventaire du *main* dont la taille est limitée se sature d'objets encombrants. Les personnages

secondaires sont donc progressivement utilisés pour leurs capacités de stockage⁵⁷, pour débarrasser le *main*. C'est ce qu'explique Éric, un ancien joueur :

Progressivement, mes persos supplémentaires, j'en ai fait des persos-sacs quoi. J'avais deux persos pour tout ce qui est bijoux, j'en avais un qu'était pour le loot générique⁵⁸ du style le bois, la pierre, et cetera. [...] Comme ça, je savais quand j'avais besoin de quelque chose, je n'avais pas à fouiller 12 sacs ou 12 endroits quoi, je savais que ce perso-là est avec tout ce qu'est bois, minerais, et cetera. Hop je vais sur lui, je récupère. Pas besoin de me dire « attends, mais dans quel endroit du jeu je l'ai planqué ? ». C'est vachement pratique, t'arrives, tu jettes les objets par terre, tu changes de perso, tu ramasses. Quatre secondes. (25 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

Le stockage d'objets dans l'inventaire des personnages supplémentaires facilite le rangement de collections. Avec à disposition cinq personnages, les joueurs peuvent trier les objets au moins en cinq catégories⁵⁹ très rapides d'accès. Si un joueur souhaite restituer une épée magique à son *main*, il suffit de déposer temporairement l'objet dans un lieu sûr du jeu avec le bon personnage secondaire, de le déconnecter, de reconnecter la partie avec son *main* et de s'y rendre rapidement pour récupérer l'épée. Ce gain de temps est parfois même synonyme de gain en monnaie du jeu. C'est le cas pour les joueurs engagés dans le commerce à grande échelle d'objets du jeu, à l'instar d'Éric, qui après deux années de jeu a finalement spécialisé sa pratique dans la confection d'objets pour les revendre à d'autres joueurs. Il décrit son adaptation spéciale de l'usage de personnages secondaires afin de concevoir des objets du jeu :

Vu mon activité principale de marchand dans le jeu, je stockais en fait plus ou moins un type de ressources de métier par perso. Globalement, ce que j'avais sur mes persos-sacs, je m'en servais régulièrement parce que je crafaitais⁶⁰ souvent avec mon *main* qu'avait les compétences pour. C'était vraiment pour des trucs de craft, à vendre après pour se faire des K [des Kamas, la monnaie du jeu]. (25 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

La possibilité de créer cinq personnages autonomes qui ne peuvent être joués qu'à tour de rôle incite donc les joueurs à leur assigner des rôles complémentaires. Cela façonne les manières de jouer avec leur *main* et spécialise progressivement chaque personnage. Le rôle de *main* n'est donc pas une désignation basée sur un attachement strictement affectif qui traduirait le temps passé à jouer avec. C'est en

⁵⁷ Cette alternative est préférée au rangement des objets dans des espaces du jeu prévus à cet effet (coffres de maisons ou de banques). En effet, l'accès à ces coffres se fait contre l'argent du jeu et leur dispersion en différents endroits du territoire de jeu les rend pénibles à visiter, surtout quand il faut en fouiller plusieurs pour retrouver un vieil objet parfois rangé à la hâte plusieurs mois avant.

⁵⁸ Les matières premières les plus communes que le joueur collecte dans l'environnement du jeu en coupant des arbres, cassant des pierres, etc.

⁵⁹ Plus si chaque personnage dispose de sacs additionnels qui subdivisent d'autant les espaces de rangement.

⁶⁰ Le « craft » est la pratique de confection d'objets du jeu à partir de matières premières collectées dans l'univers de Dofus. Ces matières premières sont généralement classées en deux types, les ressources de base et les ressources rares.

partie le résultat de l'appropriation par les joueurs de contraintes techniques qui s'imposent à eux, par exemple une limitation du nombre de personnages qu'ils peuvent créer et l'impossibilité de les jouer simultanément. Le cas d'Éric illustre une forme d'appropriation très courante dans Dofus, elle vise à développer les sociabilités spécifiques au rôle d'artisan, de producteur et de revendeur d'objets du jeu contre des Kamas, la monnaie en vigueur pour les échanges entre personnages de Dofus. Destinés à explorer certaines dimensions du jeu plus intensivement que les autres personnages du compte, les « mains » sont joués plus souvent. Leurs équipements sont par conséquent choisis avec plus de soin, ils sont plus spécifiques à leur classe de personnage, mieux adaptés à la manière dont le personnage est utilisé. Les objets de valeur qui ne sont pas indispensables aux tâches à réaliser sur-le-champ sont évacués progressivement vers d'autres espaces de stockage parmi lesquels on trouve les personnages supplémentaires. C'est en particulier l'usage pour accéder vite et fréquemment à une multitude d'objets hétéroclites. Cela explique qu'on retrouve en bonne place les joueurs commerçants parmi les usages les plus intensifs de personnages spécialisés.

2.2.4 – *La découverte des principales dimensions sociales du jeu*

En résumé, avec la possibilité de créer sur son compte client plusieurs personnages qu'ils jouent à tour de rôle, les débutants trouvent une occasion d'explorer le jeu et d'en approfondir la connaissance et la maîtrise. Certains de ces personnages supplémentaires créés pour s'essayer temporairement à d'autres manières de jouer sont finalement conservés. Avec l'accroissement progressif de leur « niveau d'expérience », ces personnages secondaires qui s'avèrent tout compte fait plus joués que d'autres ont développé des talents propres qui peuvent s'avérer utiles pour progresser dans Dofus. Leur conservation est également l'occasion d'augmenter l'espace de rangement des objets que le joueur collecte au gré des victoires. Cela développe les compétences de tri des joueurs, mais repousse d'autant la mise sur le marché interne du jeu des objets qu'il possède. Tout cela dans le but d'améliorer de futures rencontres avec d'autres joueurs, que ce soit pour entrer en compétitions en les défiant en équipe ou en duel, ou bien pour commercer avec. Le résultat de ces interactions entre joueurs tend donc à renforcer leurs interdépendances et à diversifier leurs manières d'agir au sein de collectifs.

2.3 – Les joueurs abonnés au long cours. La séparation des combattants et des marchands

Nous avons pour le moment décrit le début du cycle de vie des personnages joués. Dans cette section, nous croisons des données quantitatives et qualitatives afin de comprendre comment évoluent au long cours les pratiques de jeu des abonnés et comment Ankama les accompagne par des actions de *captation marchande* et de *réagencement marchand* dans le but de limiter les tensions entre des joueurs aux activités trop hétérogènes.

Ce sont ces risques de tension qui justifient la tentative d'Ankama de séparer les personnages en fonction de leur niveau d'expérience.

2.3.1 – *L'organisation des serveurs de jeu pour limiter les conflits*

Dans cette sous-section, nous commençons par décrire la technique qu'Ankama a mis en place pour confiner les populations de personnages sur des serveurs de jeu distincts. Nos données quantitatives portent sur le niveau d'expérience des personnages de chaque serveur de jeu⁶¹. Ce chiffre renseigne principalement sur l'intensité des combats remportés par les personnages joués sur chacun des « serveurs de jeu ». L'évolution temporelle de l'indicateur informe donc sur la diversité des activités exercées par chaque population de personnages. Ces données sont analysées comme le reflet d'activités des personnages joués qui sédimentent sur chaque serveur de jeu au cours de leur fonctionnement. Toutefois, cet indicateur ne caractérise que les personnages joués avec un « niveau d'expérience » supérieur à 20, ce qui correspond presque toujours à l'arrivée des joueurs aux limites du jeu gratuit, au voisinage de la ville appelée « Astrub ». Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre 1, ce biais est intentionnel, les concepteurs font le choix de ne pas rendre compte de l'activité des personnages de débutants qui sont utilisés gratuitement, car cela élude par la même occasion les activités de jeu gratuites que les concepteurs et les joueurs légitimes considèrent comme problématique lorsqu'elles visent des fins lucratives – nous reviendrons sur ces activités dans le reste de la thèse.

Le nombre de serveurs de jeu influe sur la diversité des activités de jeu

Dans un premier temps, nous traçons le graphique général de la Figure 13. Le niveau d'expérience global des populations y est renseigné pour chacun des 53 serveurs de jeu en fonction d'une « durée de fonctionnement ». Quelques explications complémentaires doivent être données pour cerner avec exactitude ce qu'est la « durée de fonctionnement » figurant en abscisse du graphe. Pour un serveur donné, cette durée croissante représente le nombre de jours écoulés entre deux dates particulières. La première correspond à la mise en fonctionnement initiale du serveur par les salariés d'Ankama – une date située entre 2004 et 2012. La deuxième correspond au moment de la collecte de nos données, qui se déroule entre 2010 et 2012 pendant 29 mois. La seconde date suit donc parfois de plusieurs années la mise en fonctionnement du serveur⁶². Les mesures du niveau d'expérience qui concernent des serveurs récents figurent donc à gauche, alors que celles des serveurs plus anciens sont représentées à droite.

Si nous prenons l'exemple des serveurs hispanophones, nous pouvons distinguer 4 suites de points rouges alignés, dont chacune donne l'évolution temporelle du niveau d'expérience sur un serveur de jeu, ceux qui sont en fonctionnement depuis le plus de temps figurant à droite. Il y a en réalité 7 serveurs de jeu hispanophones, 3 suites de points sont donc confondues avec les

⁶¹ Ces données chiffrées comportent des biais que nous avons déjà évoqués dans le chapitre 1, dans la suite du présent chapitre nous en discuterons toutefois certains aspects qui permettent de comprendre comment nos données qualitatives peuvent les compléter utilement.

⁶² Les représentations graphiques que nous en tirons ne permettent donc pas d'analyser les événements qui auraient pu affecter les différents serveurs à des dates calendaires données.

autres. Nous pouvons considérer qu'en réunissant l'ensemble des points rouges, ces 7 suites de points forment un nuage de points cohérents qui donne une approximation de l'évolution du niveau d'expérience pour un serveur hispanophone typique dont la durée de fonctionnement augmente progressivement. Ce graphe nous permet donc d'évaluer le positionnement relatif des nuages de points correspondant aux serveurs de chacune des aires linguistiques.

En nous appuyant sur cette construction graphique, nous cherchons à tester les limites empiriques de l'hypothèse suivante : les populations de personnages ont un « niveau d'expérience » qui dépend principalement de la durée de fonctionnement du serveur et du nombre de serveurs de l'aire linguistique.

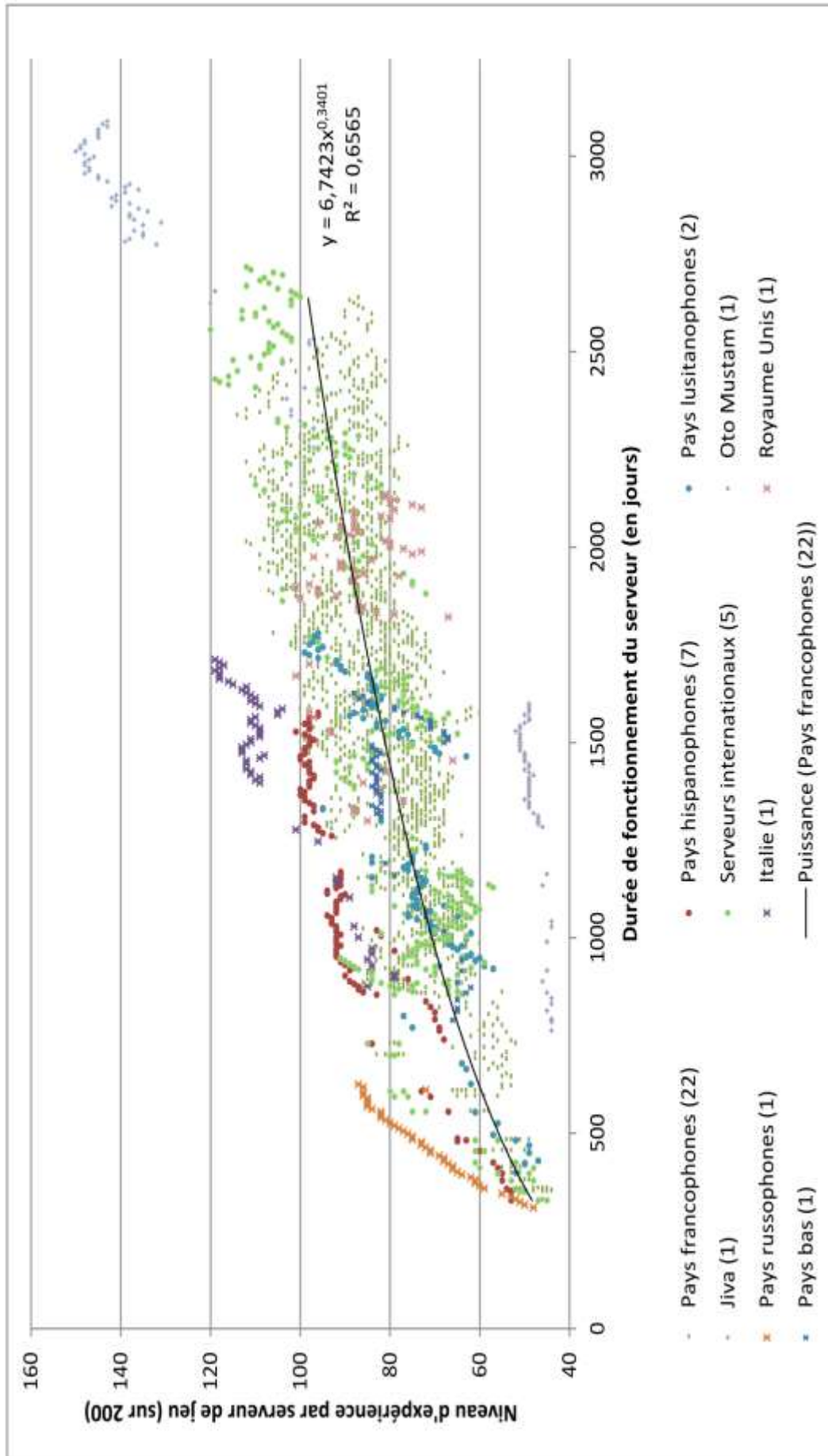


Figure 13 : Un graphe du « niveau d'expérience » des populations de personnages de chaque serveur, en fonction de la durée de fonctionnement du serveur

Un code par couleur et par type de symbole permet de regrouper les données des serveurs par aire linguistique de rattachement. Lorsqu'il n'existe qu'un serveur pour une langue donnée, nous avons utilisé des étoiles pour représenter les mesures, sinon nous avons représenté le nuage de points du groupe de serveurs rattachés à la même aire linguistique sous forme de points, ou de carrés dans le cas singulier de l'aire francophone qui compte le plus de serveurs. Enfin, des croix distinguent les cas particuliers de 2 serveurs, l'un nommé « Jiva » fait partie des serveurs francophones, mais il s'agit du premier serveur créé pour le jeu en 2004, il a été fermé aux nouveaux joueurs sur une longue période ce qui a sensiblement accru le niveau d'expérience de cette population composée de vétérans. L'autre nommé « Oto Mustam » est un serveur international accessible de n'importe quel pays, il est appelé « serveur héroïque » par les joueurs francophones et il se distingue par des règles du jeu qui diffèrent sensiblement de celles des autres serveurs.

Les ensembles de points composés d'étoiles colorées représentent les données issues d'aires linguistiques qui ne disposent que d'un seul serveur accessible aux joueurs qui se connectent via internet depuis les pays correspondants. Pour les pays anglo-saxons – étoiles bleues pour le Royaume-Uni et étoiles roses pour les Pays-Bas –, les valeurs sont relativement proches de la majorité des serveurs de Dofus, notamment des serveurs internationaux représentés par des points verts. Ces derniers sont accessibles de tous les points du globe, mais les joueurs y parlent surtout en anglais ce qui exclut ceux qui ne maîtrisent pas la langue. En revanche, lorsqu'il s'agit des aires linguistiques avec un seul serveur, pour lesquels une langue non anglo-saxonne est parlée – étoiles orange pour les pays russophones et étoiles violettes pour l'Italie –, les valeurs se situent au-dessus des autres nuages de points. Ce phénomène traduit pour ces joueurs de moindres possibilités de mobilité vers d'autres serveurs, parce que la majorité est sans doute trop jeune pour parler anglais. Un grand nombre de personnages débutants se concentre sur chacun de ces espaces de jeu non anglophones. Les interactions des personnages joués sur chacun de ces serveurs sont plus fréquentes – qu'il s'agisse de conflit ou d'entraide – si bien que la croissance moyenne du « niveau d'expérience » de ces populations de personnages est plus rapide. Nous devons donc ajouter une condition à notre hypothèse initiale, puisque la langue parlée par les joueurs modifie le nombre de serveurs auxquels ils ont accès et par conséquent la croissance du niveau d'expérience par serveur. Concrètement, les serveurs où se rassemblent des jeunes qui maîtrisent un peu mieux l'anglais ont accès aux 5 serveurs internationaux et peuvent tous être rassemblés au sein d'une aire commune. Ce nuage de points s'étend sur des zones couvertes par les serveurs de l'aire francophone et semble donc décrire le même genre de dynamiques pour les activités des personnages joués.

Enfin, pour le cas de la francophonie, une courbe de tendance est tracée en noir à côté de sa formule mathématique. Cette aire linguistique compte le plus de serveurs. L'équation de cette courbe montre une tendance de long terme de ces populations de personnages : ils gagnent en « niveaux d'expérience » avec

l'allongement de la durée de fonctionnement des serveurs, mais dans le même temps cette croissance ralentit de plus en plus. Autrement dit, un serveur de jeu qui héberge des personnages de jeu depuis longtemps voit la croissance de leur « niveau d'expérience » progressivement ralentir. Cela pourrait s'expliquer par plusieurs réactions des joueurs, notamment une augmentation des abandons du jeu et une désaffection progressive pour les combats qui font gagner des points d'expérience au profit d'autres types de pratiques de jeu qui sont rétribuées différemment.

La séparation des personnages débutants et confirmés sur différents serveurs

Nous restreignons désormais notre analyse aux 22 serveurs francophones du corpus⁶³, car ils forment la communauté linguistique de loin la plus nombreuse. Notre enquête qualitative auprès de joueurs français permettra ensuite de compléter nos analyses. Dans un premier temps, nous rendons compte des variations du « niveau d'expérience » pour le cas d'un serveur typique de l'aire linguistique, puis nous nous intéressons au temps de fonctionnement des serveurs.

La Figure 14 présente les données de tous les serveurs francophones sous la forme d'un nuage de points. Plus la couleur des points est claire, plus la durée de fonctionnement déjà écoulée est importante. Nous nous intéressons plus précisément aux variations temporelles du « niveau d'expérience » pendant les 29 mois de mesure. Nous partons de l'hypothèse suivante : les populations de personnages joués évoluent en fonction de la durée de fonctionnement des serveurs de jeu. Pour discuter la portée et les limites de cette hypothèse, nous étudions le profil moyen d'un serveur francophone, c'est-à-dire la tendance suivie par le « niveau d'expérience » sur tous ces serveurs lorsque leur temps de fonctionnement s'accroît. Cette analyse de tendance est facilitée en adjoignant au graphe une courbe noire qui décrit pour chaque jour la moyenne du « niveau d'expérience » sur tous les serveurs avec une durée de fonctionnement identique. La courbe est ensuite lissée en appliquant une *moyenne mobile*, c'est-à-dire en multipliant chaque valeur par la moyenne des 10 valeurs précédentes. Le lissage atténue l'impact sur la courbe des valeurs singulières très élevées et il facilite la lecture et l'analyse des inflexions principales, caractéristiques de baisses ou de hausses au long cours. Ce profil a une limite puisqu'il résulte d'une moyenne de moyennes. Nous montrerons toutefois que cette analyse de tendance donne certains résultats dont les ambiguïtés peuvent être, sinon toutes levées, tout au moins en partie discutées et mises en perspectives à partir de nos données qualitatives.

⁶³ Nous avons exclu de l'analyse le serveur Jiva dont les spécificités sont décrites dans la note précédente.

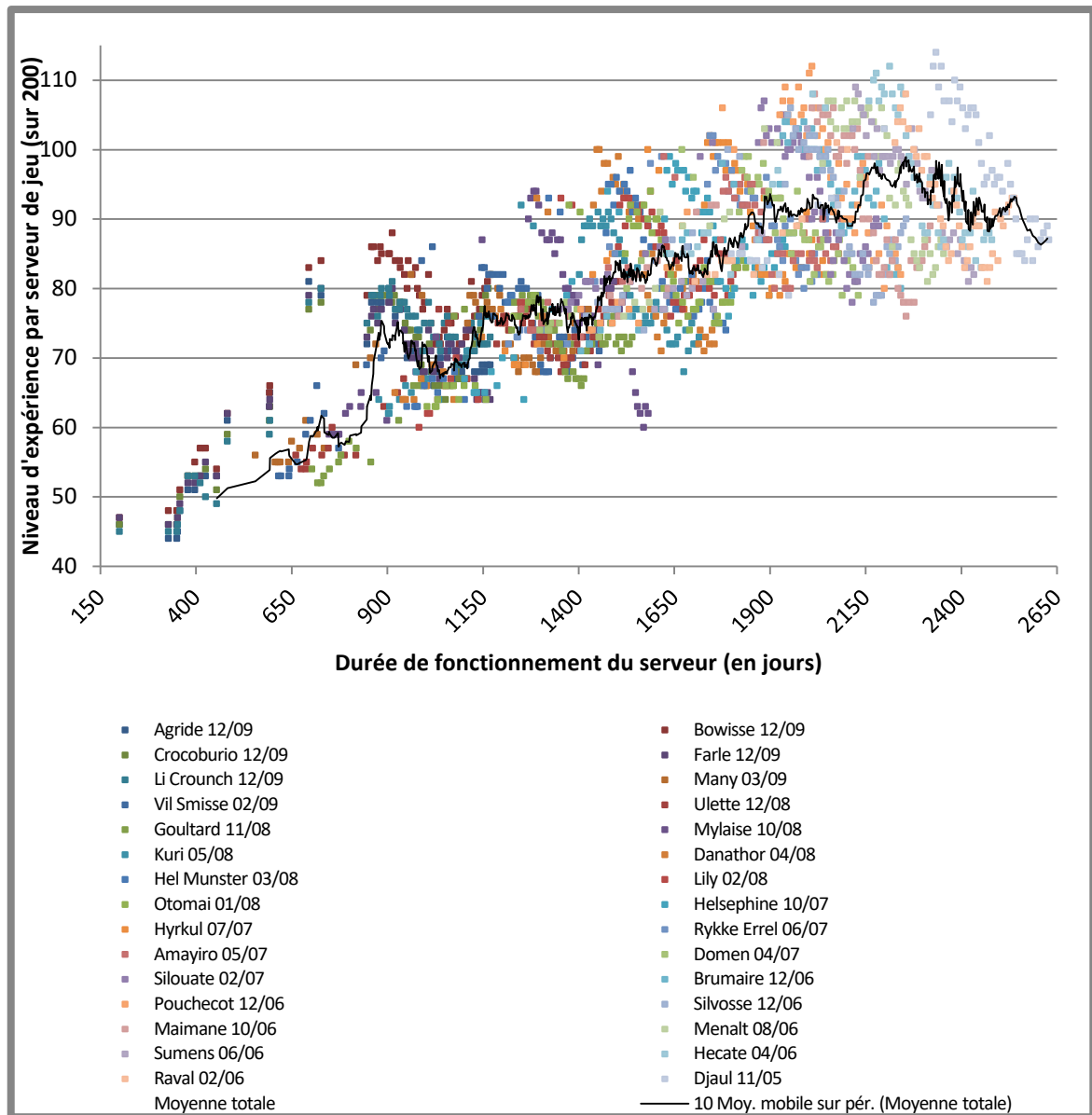


Figure 14 : Un graphe du « niveau d'expérience » par serveur francophone

Une première constatation peut être faite à la lecture du graphique. Nous vérifions l'hypothèse que l'allongement de la durée de fonctionnement d'un serveur a tendance à s'accompagner d'une augmentation continue du niveau d'expérience moyen des personnages. Cette tendance à la croissance constante du niveau d'expérience s'explique en décrivant deux mécanismes de jeu complémentaires.

D'une part le fonctionnement des règles du jeu. Dans Dofus, un personnage qui ne remporte plus de combats voit son « niveau d'expérience » stagner, mais il ne régressera presque jamais. Les règles qui gouvernent la progression des personnages empêchent le plus souvent leur niveau d'expérience de baisser. Le design du jeu explique donc pourquoi le niveau d'expérience ne peut généralement pas baisser. D'autre part, la tendance générale à la croissance du « niveau d'expérience » des personnages d'un serveur est exogène au jeu, elle traduit

l'organisation des serveurs de jeu. Elle relève d'un effet de l'algorithme de « sélection automatique » qui désigne le serveur de rattachement d'un personnage qui vient d'être créé. Dans la majorité des cas, lorsque le joueur crée un nouveau personnage, cet algorithme sélectionne à sa place un serveur de destination « par défaut » grâce au bouton « choix automatique du serveur » (cf. Figure 10) — cela a été évoqué au début du chapitre. Ce choix automatique découle d'un calcul qui oriente le débutant vers les serveurs de son aire linguistique de rattachement et parmi eux vers le serveur avec le niveau d'expérience le plus faible, c'est-à-dire presque toujours l'un de ceux qui ont été créés très récemment.

La procédure pour choisir un autre serveur par soi-même est sciemment mise au second plan et ne permet de toute manière pas facilement de changer d'aire linguistique. Elle est réservée à la minorité de joueurs expérimentés qui désirent créer un personnage supplémentaire — ce que les joueurs appellent entre eux un *reroll*, par opposition au *main* (en anglais), leur personnage principal, celui sur lequel ils investissent le plus de temps de jeu et qui est souvent un des premiers créés. Ces joueurs expérimentés cherchent le plus souvent à cibler un serveur sur lequel ils ont déjà un réseau social, si bien que l'incidence générale du choix manuel d'un serveur est faible et n'apparaît pas clairement sur nos statistiques.

Chaque serveur contient des personnages joués depuis la même période de temps et ils ont pour la majorité fait progresser leur niveau d'expérience en réalisant des combats à des rythmes et sur des durées relativement comparables. L'algorithme de sélection automatique du serveur des débutants synchronise donc l'âge des personnages de jeu avec celui des serveurs, ce qui se traduit par un niveau d'expérience qui croît avec le vieillissement des serveurs. Une manière simple de considérer cette organisation démographique est d'associer l'âge de chaque serveur avec une génération de personnages créés au cours de mois consécutifs. Ceci explique que les deux graphes précédents décrivent une tendance générale à la croissance du niveau d'expérience en fonction de l'âge des serveurs de jeu, et des personanges qu'ils hébergent.

Variations du niveau d'expérience et changement progressif des activités de jeu

Malgré cette tendance générale à la croissance, une attention plus grande aux variations de la courbe moyenne montre non pas une croissance ininterrompue de l'indicateur, mais cinq intervalles de temps relativement longs, qui correspondent à des changements de pente brutaux de l'indicateur. Des « intervalles de jours » peuvent être déterminés pour préciser les bornes de chaque phase en se référant au décompte de jours depuis la mise en fonctionnement d'un serveur type. Nous avons construit le Tableau 3 pour résumer ces résultats.

Intervalle de jours de fonctionnement du serveur	Durée de fonctionnement en jours sur l'intervalle	« Niveau d'expérience » initial et final sur cette durée	Variation de l'indicateur « niveau d'expérience »	Nombre de jours pour faire varier de 1 le « niveau d'expérience »
[200 ^e -818 ^e]	618	[46-59]	+13	47 (croissance)
[818 ^e -920 ^e]	101	[59-74]	+15	7 (croissance)
[920 ^e -1056 ^e]	136	[74-68]	-6	23 (décroissance)
[1056 ^e -2262 ^e]	1026	[68-96]	+28	43 (croissance)
[2262 ^e -2629 ^e]	367	[96-89]	-7	52 (décroissance)
[1^e -2262^e]	2261	[46-96]	+50	45 (croissance)

Tableau 3 : Les changements de rythmes d'évolution du « niveau d'expérience » par serveur

Nous constatons sur ce tableau qu'il existe deux phases de décroissance, apparemment contradictoire avec les règles du jeu, autour du 1000^e et du 2000^e jour de fonctionnement, respectivement pendant 101 et 367 jours. Nous remarquons que la seconde baisse se termine avec la fin de nos mesures et que nous ne savons donc pas par conséquent sur quelle durée elle se prolonge ultérieurement.

Nous considérons que la décroissance du niveau d'expérience peut avoir plusieurs causes différentes. Cette décroissance peut être due à des phénomènes qui ont deux actions différentes sur la courbe, les premiers peuvent mener à l'annulation de la pente positive et éventuellement à la baisse négative de la pente de la courbe, les seconds uniquement à l'annulation de la pente positive de la courbe.

Les premiers types de phénomènes pourraient découler de la suppression des personnages par leurs propriétaires, mais pour vérifier cette hypothèse nous devons nous intéresser aux habitudes des joueurs qui abandonnent Dofus, ainsi qu'aux biais introduit par Ankama dans les données que nous utilisons. Après avoir épuisé tous les ressorts du jeu, les participants tentés d'abandonner le jeu sont réticents à détruire leur personnage. Cela s'explique parce que ces personnages ont atteint un « niveau d'expérience » élevé et acquièrent une valeur considérable auprès d'autres participants moins avancés. L'arrêt définitif du jeu est alors souvent synonyme de démarches volontaires pour se séparer de ses personnages⁶⁴ sans les détruire, comme l'explique le chef de produit responsable de Dofus :

⁶⁴ Le cas de la suppression du compte joueur par des salariés d'Ankama après détection de personnages « bots » est mis à part, il est abordé dans le chapitre 6 et 7.

Il y a un phénomène sur Dofus aussi qu'est vraiment intéressant, que j'explique pas, c'est quelque chose de très particulier, le compte a sa propre vie, j'entends par là qu'un joueur va créer un compte et puis quand il va arrêter Dofus, il va dire « bah, tiens je passe à mon ptit frère », puis le petit frère va dire « je le passe à un pote », et puis le pote va le passer à son grand frère, ainsi de suite. Et finalement ça va être le même compte client qui va avoir 4, 5, 6 propriétaires différents. Quelque part nous, on peut supputer qu'ils existent, car le payeur de l'abonnement est plus le même. Donc on peut voir, on peut tracer au moins le payeur quand il est régulièrement le même et que brusquement il change. Bref, dans Dofus c'est « je transmets mon compte comme un héritage plus ou moins aux joueurs ». (Florent, 28 ans, responsable marketing de Dofus)

Nos entretiens avec des joueurs confirment effectivement qu'avant de quitter le jeu, ils font souvent don de leur compte joueur contenant des personnages à un ami proche ou à un membre de leur famille, ou bien ils le revendent contre des euros s'ils ont besoin d'argent et qu'il contient des personnages de haut « niveau d'expérience »⁶⁵. Dans tous ces cas, au niveau des indicateurs statistiques du serveur de jeu, cela n'occasionne pas de baisse drastique du « niveau d'expérience » global. Le personnage continue d'exister dans les bases de données d'Ankama, des données à la source des statistiques que nous étudions. Ce niveau a toutefois tendance à progresser nettement moins vite⁶⁶. Ce qui indique le changement avéré du détenteur du compte est souvent le changement du payeur de l'abonnement, même s'il ne permet pas de détecter les cas où par exemple un parent continue de payer le compte transmis entre deux enfants, ni de les discriminer des cas où deux amis se relaient pour payer l'abonnement d'un « compte commun ». Il peut enfin arriver qu'un arrêt pur et simple des connexions au jeu soit décidé, sans qu'il soit fait quoi que ce soit du compte joueur, qui reste comme abandonné, mais peut toujours être joué gratuitement des années plus tard. Nos entretiens avec les concepteurs de Dofus indiquent que ce cas de figure, « l'inactivité du personnage pendant trop longtemps », constitue une raison de le radier des statistiques publiées sur le site web du jeu. Cette exclusion des comptages par les salariés responsables de Dofus contribue donc sans doute en partie aux deux principales baisses de niveau d'expérience que nous observons et qui ne correspondent donc pas nécessairement à de véritables suppressions de personnages.

Les seconds types de phénomènes pourraient découler du regroupement sur des serveurs isolés de différentes générations de personnages joués. En effet, les personnages nouvellement créés ont tendance à gagner plus rapidement des niveaux d'expérience pour que les joueurs débutants ne se découragent pas et aient

⁶⁵ Le vol puis la revente de comptes clients sont détaillées dans le chapitre 4.

⁶⁶ Nos entretiens montrent toutefois qu'un personnage d'occasion de haut niveau coûte généralement moins d'euros que le paiement d'un tiers pour faire progresser son propre personnage d'autant de niveaux, une pratique appelée « power levelling ». En effet, dans le premier cas, son pseudonyme, ses équipements de haut niveau et son apparence restent souvent inchangés, si bien que le nouvel acquéreur a des difficultés à se l'approprier complètement, d'autre part le passé du personnage poursuit l'acheteur. Son personnage est reconnu dans le jeu par ses anciens compagnons et ses ennemis d'autrefois. En conséquence, l'usage du personnage d'occasion n'est pas tout à fait le même, il a tendance à être moins investi, plus rapidement revendu et moins souvent joué.

l'impression de progresser rapidement quand ils jouent. L'algorithme prive donc les serveurs très anciens de nouveaux entrants qui progressent vite en niveaux d'expérience. Cela favorise un ralentissement de la croissance du « niveau d'expérience » sur les serveurs qui fonctionnent déjà depuis longtemps. Si ce ralentissement se couple avec une suppression des statistiques de personnages inactifs depuis trop longtemps, cela peut déboucher sur une baisse importante et prolongée du niveau d'expérience des personnages, peut être comme celle que nous observons à partir du 2000^e jour de fonctionnement des serveurs de jeu. Toutefois, cette explication ne permet pas de comprendre en détail ce qui se passe sur ces vieux serveurs. Nous ignorons pour le moment quelles changements interviennent dans les activités de jeu exercées pour que la croissance du niveau d'expérience sur un serveur ralentisse.

Nos entretiens expliquent comment se traduit dans les activités de jeu le ralentissement de la progression en « niveau d'expérience » sur chaque serveur. Nous montrons ainsi comment les activités de jeu qui prédominent changent avec le vieillissement du serveur et de la population de personnages joués qu'il héberge. En effet, avec l'augmentation du niveau d'expérience du personnage, un grand nombre de joueurs change son activité de jeu principale et renonce à progresser en niveau d'expérience, comme l'indique un salarié d'Ankama :

Tu retrouves globalement la même répartition sur tous les serveurs à savoir une population qui malgré l'ancienneté du jeu va se retrouver essentiellement entre le niveau 70 et 140 quoi, où on a le gros de nos joueurs, dont certains joueurs à ce niveau-là qui jouent depuis 6 ans, mais qui ont jamais dépassé le niveau 150. Et une plus, une très petite minorité qui va être entre le niveau 190 et 200, donc c'est vrai que, mais c'est quelque chose que j'ai toujours eu beaucoup de mal à expliquer, c'est cette particularité de Dofus, où les gens foncent pas vers la fin du jeu quoi. Contrairement à un jeu comme WoW [World of Warcraft] qui se commence « vraiment » pour la plupart au dernier niveau d'expérience. Après, il y a la difficulté de l'accumulation de niveaux dans Dofus, qu'on a gommée au fur et à mesure en l'accélération. Mais malgré cette difficulté qui persiste un peu, on a quand même une grande partie de nos joueurs qui en fait n'a pas l'envie, « l'envie d'XP », l'envie d'atteindre le niveau le plus puissant. Au final, c'est nos joueurs qui décident et nous on suit et en fait il y a ce côté social qu'est énormément développé quoi, et c'est au travers du commerce que ça se fait pas mal. (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

Au-delà d'un certain niveau d'expérience du personnage, tuer le maximum de monstres en groupe pour « gagner des niveaux » devient moins important et la pratique du jeu prend petit à petit d'autres formes. Ces pratiques variées ne font pas pour autant baisser le niveau d'expérience des personnages, mais elles en ralentissent nettement la croissance. Conjugée à la difficulté croissante du jeu au-delà des 50 premiers niveaux, cette diversification explique donc qu'une brusque décélération du niveau d'expérience s'opère sur l'intervalle [1056-2262]. Suivant les dires de Jérôme, nous pouvons considérer qu'au-delà du 2262^e jour les données chiffrées confirment que pour la majorité des personnages joués la tendance est la stagnation autour du « niveau d'expérience » 100.

Parmi les nouvelles activités qui détournent les joueurs d'une progression inéluctable du « niveau d'expérience » de leur personnage, la revente d'objets du jeu occupe une place importante. Même si nos entretiens montrent que nos enquêtés ne s'en rendent pas toujours tous bien compte. Cependant, parce que ces tâches sont très fréquentes et routinières, elles structurent grandement le reste des interactions sociales dans Dofus. Pour ces joueurs avec des personnages de niveaux intermédiaires souvent compris entre 70 et 150, la revente contre de la monnaie du jeu d'objets et d'équipements inutiles à leur personnage les occupe de plus en plus régulièrement. La plupart d'entre eux sont conscients qu'il existe un lien entre l'intensité de ces commerces « pour de faux » et l'ancienneté de leur serveur de jeu, à l'instar de Mohamed :

Je connaissais les prix du début un peu après que je suis arrivé. Il y a environ trois ans, le « Gelano » qui était le plus recherché des objets était à 1 million de K [Kamas], maintenant, il vaut 300 000, même pas. Pareil pour les « Dofus turquoises », avant, le plus faible, ça valait quarante, ou la cinquantaine [de millions de Kamas] et aujourd'hui, à 9M ou 10M [millions de Kamas], on en a, donc je me dis les prix ça a baissé quoi. (17 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Ce joueur de niveau intermédiaire se rend compte que certains prix baissent sur son serveur, sans pour autant être capable d'expliquer à quoi cela est dû. C'est le cas de la plupart des joueurs qui sont restés sur le même serveur pendant toute la durée de leur carrière de joueur de Dofus. Les raisons de l'évolution des prix à la baisse sur les serveurs de Dofus nous sont précisées par Loïk, un joueur depuis la commercialisation de Dofus en 2004. Entretemps, il a eu le temps de fréquenter un grand nombre de serveurs de jeu et d'observer l'évolution de leurs prix :

Sur tous les serveurs, l'évolution de l'économie ça se ressemble. Les serveurs les plus anciens, les items seront presque tous moins chers, sauf les items très haut niveau qui seront plus chers, car il y aura plus de joueurs avancés qui en veulent. Genre, les items pour faire les parchemins seront chers, car c'est des items très haut niveau. Mais ceux qu'utilisent les joueurs jusqu'au niveau 120, ça coûtera pas spécialement cher, genre tous les stuffs [équipements] et les panoplies de base. Et puis aussi au fur et à mesure les joueurs avancent et deviennent plus riches. Donc bref, avec le temps, petit à petit, le commerce occupe un peu plus les joueurs, car ce qu'on achète est quand même de moins en moins cher par rapport à la richesse totale du joueur qui a progressé. (19 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

D'après ce joueur expert, la baisse des prix de la plupart des équipements du jeu dépend de l'ancienneté du serveur, parce que la population globale de personnages joués progresse en « niveau d'expérience » en même temps qu'elle s'enrichit en Kamas et cumule davantage d'objets inutiles. Au cours du vieillissement de ses personnages, le joueur trouve moins d'adversaires à sa hauteur, mais ceux-ci lui fournissent de plus en plus d'objets destinés à des personnages moins avancés. Parallèlement il s'enrichit en Kamas à chaque victoire et peut mieux s'équiper. Les combats se répétant et se resserrant autour de quelques adversaires de taille, une proportion importante de joueurs démultiplie les échanges commerciaux ce qui fait baisser les prix de vente en écoulant ces objets encombrants. Toutefois, une autre dynamique a tendance à renforcer cette baisse générale des prix, comme l'explique Antoine :

Les prix sur les serveurs de Dofus ça évolue en baisse des prix, mais pour plusieurs raisons. Il y a les joueurs qui progressent et revendent plus aux bas level, mais pas seulement. Il y a aussi de nouveaux équipements qui arrivent dans le jeu avec la sortie de nouvelles extensions comme Frigost. Les gens qui avaient les anciens équipements, ils se disent « comme il y a des nouveaux stuffs inédits, faudrait les tester ». Donc ils abandonnent les anciens même s'ils sont bons. Et comme il y a beaucoup d'anciens équipements qu'ils abandonnent, leurs prix, forcément, ils baissent. Et le prix des nouveaux, comme tout le monde s'y intéresse, il augmente. Maintenant, même les derniers équipements arrivés dans Dofus commencent à baisser, donc il n'y a pas que ça hein, il y a aussi les joueurs qui progressent et deviennent riches. (Antoine, 24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Comme pour la plupart des jeux en ligne, des contenus, et en particulier des « extensions », sont ajoutés au jeu original. Les « extensions » qualifient l'introduction dans le jeu de nouveaux territoires agrémentés de récits, de monstres et d'équipements inédits qui sont parfois vendus par l'entreprise et peuvent s'accompagner d'une campagne publicitaire d'envergure. Ils sont ajoutés périodiquement pour susciter l'attente et l'envie des joueurs, dans le cas de Dofus ces contenus s'adressent en priorité aux joueurs les plus avancés pour ne pas qu'ils s'en aillent, lassés de refaire les mêmes aventures en boucle. Toutefois, comme le remarque Antoine, ces ajouts bouleversent considérablement l'économie des objets pour ces populations de personnages avancées.

En résumé, l'évolution du « niveau d'expérience » montre que les activités des joueurs de Dofus dépendent du nombre de serveurs entre lesquels les personnages sont répartis au sein de leur aire linguistique. En particulier, la création progressive d'un grand nombre de serveurs francophones a tendance à diminuer la compétition entre personnages joués et à accélérer le délaissement des combats contre les monstres et la diversification des manières de jouer. Nous remarquons également que l'arrêt définitif du jeu n'est pas une notion facile à appréhender dans un MMORPG, parce qu'elle ne correspond pas souvent à la destruction des comptes clients ou des personnages. Ceux-ci ont suffisamment de valeur – en marques de progressions *non-circulantes* comme le niveau d'expérience – pour que les comptes et leurs personnages soient le plus souvent transférés à d'autres joueurs. Enfin, les pratiques de jeu sont tributaires du mode de rattachement des personnages aux serveurs. Un algorithme attribue automatiquement un serveur de jeu aux personnages des débutants avec pour conséquence d'isoler sur des serveurs distincts chaque génération de personnages qui ont été créés à peu près à la même période. Les personnages des joueurs débutants sont donc plus rarement en contact avec ceux qui sont très avancés. Cette organisation des serveurs qui sépare les personnages par génération se répercute sur les activités de jeu prépondérantes au sein de chacun d'entre eux. Avec le vieillissement des personnages s'engage un basculement progressif de la majorité des activités, de combats vers des pratiques marchandes qui permettent de manière distrayante de se débarrasser du nombre croissant d'objets cumulés à chaque victoire et qui ne se révèlent utiles qu'aux personnages moins avancés. Dans les deux sous-sections suivantes, nous expliquons plus en détail quels sont les points de tension majeurs qui émergent entre les personnages avec des niveaux

d'expérience trop hétérogènes pour exercer des activités compatibles. Ce sont ces risques qui de conflits qui pourraient peser sur la rétention des joueurs et les profits de l'entreprise qui justifient la tentative d'Ankama de séparer les personnages en fonction de leur niveau d'expérience.

2.3.2 – *La pratique du « multicompte » accentue l'individualisation du jeu et des inégalités sociales*

Nous décrivons dans cette sous-section le basculement de certains joueurs confirmés dans une pratique de jeu moins exploratoire, davantage planifiée et avec une finalité explicitement productiviste. Celle-ci passe par l'affranchissement des dépendances sociales d'entraide avec d'autres joueurs et la démultiplication des duels solitaires qui rapportent rapidement des objets rares et de la monnaie du jeu pour en faire commerce à d'autres et s'enrichir autant que possible.

Le mode de combat en tour par tour de Dofus, qui rappelle une partie d'échecs en temps limité, provoque rarement l'émergence de moments où il faut agir dans la précipitation, soumis à une tension nerveuse qui favorise l'immersion dans l'action. Certes, des moments d'urgence se reproduisent aussi dans Dofus, mais à une fréquence suffisamment faible pour que le joueur reste relativement calme et puisse maîtriser en toute circonstance le déroulement de sa partie. Les tours chronométrés donnent toujours la possibilité au joueur de prendre un certain recul et d'élaborer une stratégie, de ne pas être dans une conduite trop précipitée, où il faut réagir au quart de tour sans avoir le temps de réfléchir. C'est a fortiori le cas quand le nombre de participants à un combat s'accroît, il faut alors attendre parfois une minute avant de pouvoir jouer son tour⁶⁷. Il en découle des différences fondamentales entre les expériences ludiques proposées par les jeux tour par tour comme Dofus et d'autres jeux en ligne où les combats ont lieu en temps réel à l'instar de World of Warcraft. La principale caractéristique d'un jeu avec des combats en tour par tour est de simplifier la participation simultanée avec plusieurs personnages. Le joueur les déplace à son rythme, chacun leur tour, s'il décide à un moment de participer à un combat, chaque personnage peut alors être manipulé tour à tour pendant un temps limité de quelques dizaines de secondes. Cela favorise l'émergence du jeu avec plusieurs personnages qui devront simplement être mis en action par le même joueur chacun leur tour.

Cette particularité de Dofus se combine avec d'autres que nous allons évoquer dans la suite pour conduire finalement à la généralisation de la pratique du « multicompte », dont les effets se font sentir sur l'étendue entière du jeu. Le « multicompte » suppose de manipuler en simultané plusieurs copies du logiciel de

⁶⁷ Cette situation donne toutefois naissance à une pratique sociale qui limite couramment la durée des tours de combat des joueurs de Dofus. Les joueurs attendent des autres qu'ils « jouent leur coup » sans attendre que la durée de leur tour s'étende systématiquement autant que permis. Ceux qui ont tendance à répéter des coups trop lents peuvent être sommés d'accélérer, voire se faire injurier par les autres participants au combat via la messagerie instantanée du jeu. Quand il s'agit d'un joueur allié, il arrive parfois qu'il se fasse attaquer par des membres de son propre groupe en guise de représailles, quitte parfois à ce que le conflit finisse par faire perdre la partie au groupe entier, qui peut alors être amené à se désolidariser pour la suite de la partie.

jeu en connectant sur chacune un compte différent. Un joueur détenteur de plusieurs « comptes clients » peut donc créer plusieurs personnages sur le même serveur de jeu pour les utiliser en même temps au cours d'une seule partie, voire gérer un groupe de personnages entier qu'il contrôle de manière autonome⁶⁸.

Le « multicompte » est une pratique très répandue parmi les joueurs qui jouent déjà depuis plusieurs mois. Cette technique de jeu est généralement mise en place pour gagner du temps en supprimant les dépendances sociales aux personnages des autres joueurs de son équipe. Le joueur en « multicompte » n'a plus besoin d'attendre que des joueurs se regroupent pour réaliser des donjons particulièrement difficiles, il peut les faire seul avec tous ses personnages. Enfin, la conséquence de ce gain de temps lors des sessions de combat est une concentration progressive des richesses entre les mains des joueurs en multicompte. Cette pratique normale débouche rapidement sur une manière de jouer solitaire qui n'oblige en rien à aller vers les autres joueurs pour collaborer. Ces joueurs experts en sont réduits à nouer des liens sociaux avec d'autres participants en entrant en conflit avec eux.

Premièrement, nous décrivons les exclusions sociales que génère le multicompte. Notamment pour les joueurs en monocompte qui sont susceptibles d'être plus souvent des *joueurs sans budget*. Nous montrons ensuite qu'une individualisation de la pratique de jeu découle du multicompte et qu'elle finit par produire aussi des inégalités sociales en défaveur des joueurs en monocompte. Enfin, nous décrivons les nouvelles conflictualités qui se développent autour du multicompte.

Les personnages de soutien et l'individualisation du jeu

Lorsqu'il est possible de démarrer de nouvelles fenêtres de jeu sur le même ordinateur, comme c'est le cas pour Dofus⁶⁹, nos enquêtés parlent de « jeu en multicompte » pour désigner toutes les pratiques de jeu qui peuvent être inventées. Pour comprendre plus en détail quelles sont les conséquences de toutes ces pratiques du multicompte, il faut se pencher sur son organisation lors des sessions de jeu, lorsque différents personnages sont joués en même temps.

⁶⁸ Le « multiboxing » est une variante pratiquée avec plusieurs ordinateurs disposés autour du joueur, avec sur chacun le jeu démarré et un personnage supplémentaire à contrôler dans le même univers. Cette pratique n'est pas très présente dans Dofus, car les ordinateurs actuels sont suffisamment performants pour le démarrer plusieurs fois en même temps.

⁶⁹ Il s'agit de « jeu en multiboxing » lorsque chaque nouvelle fenêtre du jeu doit être ouverte sur un ordinateur différent. C'est souvent le cas parce que le jeu est trop gourmand en ressources de calcul pour être démarré sur une seule machine. De ce point de vue Dofus consomme assez peu de ressources informatiques et permet d'être démarré à de multiples reprises mêmes sur des ordinateurs assez anciens. Les joueurs adolescents qui héritent souvent de l'ordinateur le moins performant de la famille peuvent donc eux aussi pratiquer le « multicompte ». Il n'y a donc pas, contrairement à d'autres jeux en ligne, de discrimination évidente entre les joueurs qui peuvent accéder à du matériel informatique cher et ceux qui n'ont pas ce capital dans leur famille.

Nous commençons par analyser la place de l'adresse dans la pratique du multicompte. Le principe de cette activité consiste surtout pour un joueur à se battre avec plusieurs personnages qu'il dirige pour vaincre un adversaire difficile sans faire appel à d'autres participants. La technique à mettre en œuvre est décrite dans l'Encadré n° 7, un compte rendu d'observations réalisées suite à une visite chez un de nos enquêtés joueurs.

Encadré n° 7 : Le jeu avec plusieurs personnages sur un écran. Compte rendu d'observations du 31 janvier 2011

Luc utilise plusieurs personnages simultanés pour « combattre en multicompte ». Très concrètement, quand Luc combat de la sorte, un observateur qui n'en a pas l'habitude ne comprend strictement rien à ce qui se passe à l'écran. Plusieurs fenêtres du jeu représentent la même scène de combat, mais chacune est centrée sur un personnage différent.

L'observateur ressent un étrange effet de strabisme, les représentations graphiques sont légèrement décalées dans l'espace du jeu, les indicateurs quantitatifs qui parsèment chaque fenêtre sont quelque peu différents parce qu'ils ne sont pas les mêmes pour chaque personnage. Les fenêtres s'animent simultanément, le curseur de la souris passe sans cesse de l'une à l'autre, il n'y a pas de temps morts, un monstre est attaqué ici, les points de dégât s'affichent quelques secondes, presque en même temps un chiffre d'une autre couleur apparaît au-dessus de son *main*, Luc est déjà ailleurs sur l'écran, sur la fenêtre d'un « personnage de soutien », affairé à soigner son *main*. S'il n'y a pas assez de place à l'écran pour afficher simultanément toutes les fenêtres, la confusion est accrue, les fenêtres passent séquentiellement les unes derrière les autres, si bien que seul Luc est encore capable de comprendre à quel personnage il est en train de faire réaliser une tâche. Le combat peut durer ainsi une dizaine de minutes, jusqu'à ce que tous les monstres s'effondrent sous les coups de cette multitude de personnages.

Luc est sans conteste un habitué du jeu solitaire en « multicompte ». En témoigne sa manière originale d'organiser en séquences ses actions en jeu, puisque chaque personnage reçoit une tâche de quelques secondes à réaliser, le temps pour Luc de s'occuper du second, puis de repartir vers le premier, avant peut être de solliciter un troisième personnage. Cette manière d'assigner à tour de rôle les actions à plusieurs personnages lui demande une attention et une adresse certaine, pour être à même de manipuler la souris et son clavier si rapidement sur un seul écran. Elle est le fruit de centaines d'heures de jeu en « multicompte ».

En résumé, le joueur affiche sur son écran plusieurs fenêtres du jeu Dofus et il doit cliquer séquentiellement sur chacune pour que le personnage qui s'y trouve connecté amorce une action. S'il coordonne bien ses déplacements à la souris, il peut faire collaborer plusieurs personnages qu'il contrôle, sans l'aide d'autres joueurs, conservant pour lui tous les objets obtenus en récompense qu'il pourra ensuite redistribuer comme il l'entend à ses personnages.

Jorge donne l'une des autres raisons les plus évoquées par les joueurs pour s'adonner au multicompte, celle-ci qui dépend directement du design du jeu et de la conduite des autres joueurs :

Il y a des donjons où on en a besoin du multicompte. Dans la plupart des donjons on a carrément besoin d'un Eni [Eniripsa], d'un soigneur, et c'était très difficile à recruter dans le jeu, les gens veulent pas le faire, et chaque fois on était bloqué avec ma *team*, quand on avait besoin d'un Eni pour les donjons. Aucun de mes amis n'avait ça, n'avait cette classe et un jour je me suis dit « pourquoi ne pas me faire un Eni ? », j'ai commencé à rêver c'était comment avec, après j'ai dit, « j'essaye, si ça marche pas tant pis, c'est un risque qu'il faut prendre ». Je l'ai fait,

j'ai commencé à prendre goût, j'ai vu que c'était plus facile à deux comptes, c'était vraiment bien plus amusant et tout, on pouvait facilement se défendre en connectant le deuxième. Après j'ai commencé à prendre goût et je me suis dit « pourquoi pas un troisième ? », et puis, ainsi de suite, jusqu'à ce que je me suis fait une *team* entière avec 4 comptes. (Jorge, 16 ans, joueur de Dofus entre 2008 et 2011)

L'exploration du monde de Dofus nécessite de se mesurer à des monstres qui barrent le passage. Or, l'aide d'autres personnages devient vite indispensable pour vaincre les plus dangereux, notamment dans les donjons qui sont pensés pour forcer les joueurs à se regrouper. De manière générale, la grande difficulté de certaines zones de jeu est censée stimuler le jeu en équipe, la collaboration avec d'autres joueurs qui possèdent des personnages de classes différentes, aux talents complémentaires⁷⁰. Malheureusement certaines « classes de personnages » sont plus populaires que d'autres et cela crée des pénuries qui encouragent le développement de personnages sur des comptes secondaires avec des classes peu jouées par la plupart des « mains ». La pratique du « multicompte » en combat a donc pour conséquence principale d'individualiser la pratique, alors que Dofus est pourtant conçu à l'origine pour favoriser les interactions sociales en créant de nombreuses interdépendances entre les personnages joués.

Comme nous allons le voir, les joueurs sans budget ne peuvent pas abonner beaucoup de comptes clients en même temps. Or la démultiplication des comptes pour combattre à un niveau d'expérience élevé, supérieur à 20, suppose de s'abonner régulièrement avec tous les comptes, comme le fait Jorge :

En gros, la plupart du temps, mes comptes je les abonnaiss en même temps. Par exemple, s'il y en avait un qu'était pas abonné pour un jour où les autres étaient encore abonnés, je préférais le laisser un jour de côté avant de le réabonner, jusqu'à ce qu'il puisse être abonné tous en même temps pour les jouer tous en multi. Donc j'achetais 4 codes audio en même temps et je les abonnaiss tous une semaine. Des codes audio que t'as par téléphone et ça faisait 20 euros pour un mois, à peu près. Après, mes parents ils veulent pas payer avec leur carte bleue sur internet, même sur des sites de confiance, ils préfèrent pas essayer, si jamais ils ont besoin d'un truc ils le font par chèque ou face à face, pas par carte. [BV : Ils savaient un peu que tu t'abonnaiss ?] Heu, pas, pas toujours (sourire), vu que c'était mon crédit de téléphone, enfin, je pouvais faire ce que je veux hein. (Jorge, 16 ans, joueur de Dofus entre 2008 et 2011)

Les habitudes d'abonnement des joueurs que nous avons interrogés varient, mais la plus courante consiste à s'abonner simultanément comme le fait Jorge. Cela permet de tirer le meilleur parti du rassemblement des divers personnages au sein des

⁷⁰ Dans tous les MMORPG, il faut choisir quelques caractéristiques qui spécialiseront les usages du personnage. Dans Dofus, il s'agit de « classes » qui correspondent à des races humanoïdes dont chacune possède sa spécialité. À titre d'exemple, le joueur peut opter pour une fée capable de guérir ses alliés, un diablotin invocateur d'animaux, ou bien encore un homme des bois pourvu de poupées vaudou.

mêmes combats. Par rapport au jeu avec un seul personnage à la fois qui coûte environ 5 euros par mois, les montants d'abonnement augmentent significativement. Dépourvus d'accès à un compte bancaire, les *joueurs sans budget* comme Jorge privilégient donc l'abonnement avec leur crédit de téléphone mobile. Dans la mesure où il est couramment d'une vingtaine d'euros par mois, cela limite très souvent à quatre le nombre de personnages joués en multicompte par ces jeunes joueurs équipés d'un téléphone mobile avec un forfait bloqué à un montant modeste. Ceux-ci finissent généralement par se faire battre par des joueurs qui ont suffisamment d'argent pour se payer huit abonnements en même temps, ce qui correspond au cours d'un combat à la limite maximale du nombre de personnages alliés. Antoine nous décrit finalement l'équilibre auquel mènent actuellement les pratiques de multicompte :

Le multicompte, en fait c'est pas un problème pour la société Ankama, tout le monde n'est pas dupe. Ils disent dès qu'ils peuvent que c'est pas bien, mais ils font rien pour vraiment l'arrêter en PvM [Player Versus Monsters]. Ils savent que ça leur fait beaucoup plus d'argent de le laisser. Six comptes à abonner égalent six fois plus à payer pour jouer. Ça ressemble à une forme de triche pour faire seul un donjon où faut normalement être cinq ou six personnes, mais bon c'est comme ça les joueurs en multicompte ça me dérange pas, moi ça me permet de me débrouiller tout seul avec 4 comptes sans faire chier mon monde quand je veux entrer dans un donjon et que personne est connecté, donc c'est hypocrite, mais tout le monde y gagne quoi. (Antoine, 24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Nos enquêtés pratiquent tous le multicompte et tout comme Antoine ils comprennent bien l'intérêt financier qu'a Ankama de le maintenir en « PvM », c'est-à-dire lorsque les joueurs affrontent des monstres dirigés par l'ordinateur⁷¹. Comme nous allons le voir dans la section suivante, cette décision se combine à l'amélioration progressive des graphismes du jeu et débouche sur une accentuation des inégalités en défaveur des *joueurs sans budget* qui ont plus de mal à posséder un matériel informatique suffisamment puissant pour jouer en multicompte.

En 2010, le passage à la version 2.0 de Dofus marque un changement majeur pour les joueurs, car le style graphique du jeu est complètement revu. Les concepteurs ont dû changer le logiciel utilisé pour les animations et l'affichage des graphismes du jeu, passant d'Adobe Flash à Adobe Air, avec l'inconvénient pour ce dernier d'être nettement plus consommateur de ressources informatiques. Ce bouleversement s'observe par exemple chez Luc quand on l'interroge sur l'installation informatique qu'il a mise au point avec son frère Renaud dans la chambre à coucher où celui-ci a emménagé il y a quelques années. La Figure 15 reproduit une photographie de l'installation.

⁷¹ Le multicompte a finalement été interdit en « PvP » (Player versus Player) pour éviter la démultiplication des plaintes de joueurs monocptes qui se faisaient systématiquement battre par un joueur qui les surprenait en faisant entrer subrepticement des personnages supplémentaires qu'il dirige juste avant le début du combat.



Figure 15 : L'installation informatique des deux frères dans la chambre à coucher de Renaud

Deux ordinateurs bien équipés figurent sur le cliché, une console XBOX 360 en dessous de celui de gauche peut se raccorder à l'un des deux écrans. Il s'agit du regroupement du matériel vidéo ludique des deux frères. Cette mise en commun fait suite à l'emménagement de Renaud, chez sa mère qui vit jusqu'ici seule avec son frère. Le groupement de leurs ordinateurs a tendance à modifier le partage des comptes joueurs des deux frères, qu'ils avaient déjà réalisé alors que Renaud résidait encore à Tours et que Luc suivait à cette époque un BEP d'hôtellerie en internat dans une autre ville. Luc détaille la fonction des deux ordinateurs :

Depuis la [version] 2.0 de Dofus, je joue juste ici sur le pc fixe de gauche qui est à Renaud, le mien, à droite, est pas assez performant, c'est une chèvre, on ne peut pas démarrer deux comptes dessus. Généralement, il y en a un qui joue sur le PC de gauche et l'autre regarde un film sur l'écran TV à droite. (20 ans, joueur de Dofus depuis 2005)

Depuis « Dofus 2.0 », la nouvelle version du jeu sortie début 2010, le jeu est devenu trop gourmand en ressources informatiques pour être démarré à plusieurs reprises

sur le PC de Luc⁷². Rester sur sa propre machine l'aurait contraint à jouer avec un seul personnage à la fois, alors que lorsqu'il joue sur celui de son frère, il en connecte fréquemment plusieurs à la même partie. L'emménagement de son frère lui a donc permis de profiter d'une machine plus performante et de continuer à jouer à Dofus avec plusieurs comptes en même temps, ce que les joueurs appellent « faire du multicompte ». En mettant en commun leur matériel informatique, les deux frères sont parvenus à maintenir leur pratique du multicompte sur Dofus 2.0, mais ce cas est isolé et les autres *joueurs sans budget* que nous avons vus en entretien doivent se contenter de jouer avec un seul compte sur leur vieille machine peu puissante. Le passage à Dofus 2.0 occasionne une discrimination entre les *joueurs sans budget* qui sont souvent contraints de jouer avec un seul compte client et les joueurs plus riches et mieux équipés en matériel informatique qui peuvent pratiquer le multicompte. Ces derniers se trouvent en position de force pour devenir de puissants marchands qui concentrent les richesses du jeu.

La finalité des combats en multicompte peut être de vaincre plus facilement ses adversaires, d'accumuler très rapidement des points d'expérience avec ses personnages, ou bien de faciliter au gré des victoires la récolte d'objets de valeur pour faire du commerce. L'usage du multicompte par les marchands dans Dofus ne doit pas être négligé, car il structure profondément la distribution des objets du jeu qui permettent de progresser plus ou moins rapidement. Les salariés d'Ankama responsables de Dofus nous ont à plusieurs reprises indiqué que certains joueurs qui pratiquent le multicompte remplissent rapidement une fonction commerciale de premier ordre dans Dofus. L'un des meilleurs connaisseurs de la question est sans doute Jérôme, le community manager de Dofus qui fréquente les joueurs le plus clair de son temps. Il nous précise :

Les multicomptes, les ressources et les objets qu'ils vont récolter ils vont pouvoir les vendre à d'autres personnes. Au fil des années, finalement, ce qui s'est un peu produit, c'est que les multicomptes sont devenus les fournisseurs, c'est un peu la grande distribution des items sur Dofus. Ils font les donjons les plus complexes du jeu tout seul, ils récupèrent des objets et les vendent dans les hôtels de vente où ils seront achetés justement par les joueurs qui ont plus de difficultés à faire ces donjons, ou au moins à les enchaîner, souvent les monocomptes quoi. Donc du coup, ces joueurs monocomptes préfèrent acheter directement les items aux multicomptes. (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

Dofus n'est pas prévu pour handicaper les multicomptes lors des combats. Si bien que ceux qui s'intéressent de près au commerce d'objets et équipements rares via les interfaces marchandes du jeu concentrent rapidement beaucoup plus de richesses et d'objets rares que les joueurs en monocompte. Des joueurs en multicompte qui se passionnent pour le commerce deviennent donc de fait les principaux marchands sur chacun des serveurs du jeu. Les systèmes de revente des objets que collectent en masse les commerçants adeptes du multicompte sont

⁷² C'est cette raison qui a fait renoncer Ankama à commercialiser la version 2.0 en Amérique latine. Le marché a été jugé insuffisamment équipé en machines assez puissantes et pour cette raison l'entreprise a conservé pour ces pays l'ancienne version du jeu, Dofus v1.29.

relativement diversifiés. Comme l'indique Jérôme, ceux-ci peuvent passer par des chemins relativement classiques :

Tu vas avoir une première grande école de marchands en multicomptes, historiquement la majorité utilise tout simplement le système des hôtels des ventes en jeu, donc là c'est vraiment de l'échange désynchronisé, ils mettent leurs trucs en vente et ils s'en vont, et après les joueurs ils passent, ils consultent et ils achètent, voilà, l'hôtel de vente basique. (31 ans, community manager de Dofus)

Cette première manière de faire commerce a des effets sur les prix dans les hôtels des ventes dans la mesure où ces marchands écoulent des stocks très importants de marchandises. Une dernière source d'inégalité tient à la constitution de réseaux privilégiés de marchands, liés entre eux par le système de « carnets de commandes ». Cette pratique est décrite par Jérôme :

Une autre pratique marchande du multicompte s'est mise en place au fur et à mesure. Depuis un an, les joueurs font carrément des commandes à certains multicomptes. Ils leur disent « bon il me faudrait telle panoplie de l'ours céleste, je la voudrai pour dans une semaine, si c'est possible s'il te plaît » et le mec répond « OK pas de soucis », puis il prend ses 8 comptes, il trace pour faire ses donjons et puis derrière il revend les objets. On l'a ressenti surtout sur les deux dernières années, au fur et à mesure ces joueurs se sont mis à créer des blogs et directement sur leurs blogs ils disent les tarifs, « moi je vais vous faire vos panoplies 40 millions de Kamas. Vous me donnez ça et je vous donne votre panoplie ». (31 ans, community manager de Dofus)

Toutes les offres d'objets rares ont été mises de côté, réservées aux utilisateurs qui disposaient de capital social et économique.

Les vendeurs les plus expérimentés du jeu se sont mis à privilégier des systèmes de « carnets de commandes » qu'ils organisent le plus souvent à l'écart, sur des « Skyblogs » externes au jeu, ne communiquant l'adresse du site qu'en priorité aux membres de leurs réseaux sociaux.

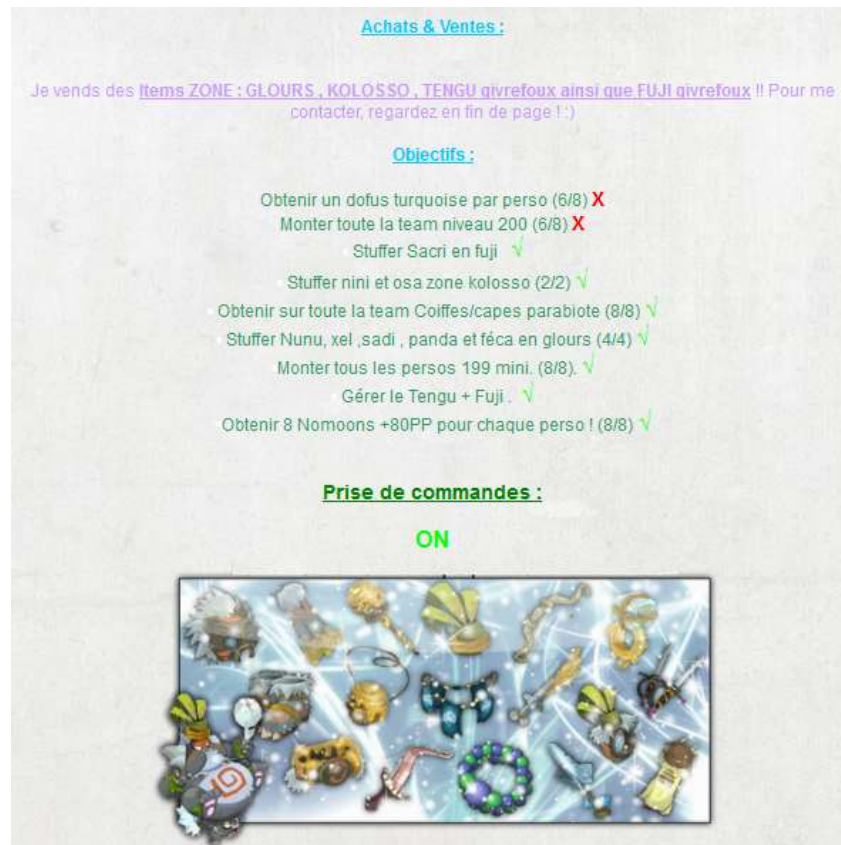


Figure 4 : La page de commande d'objets du jeu sur le blog du marchand de la guilde « Metal-team »

Sur le blog illustré ci-dessus, le marchand expose les objets qu'on peut lui commander via Skype. Il indique en haut de l'écran les zones de chasse dans lesquelles il collecte des matières premières. Les deux monstres principalement chassés sont représentés en dessous avec la mention « ON », ce qui indique qu'il est prêt à les chasser en ce moment si on lui en fait la demande. Les objets en regard de chacun des monstres sont ceux que le marchand est prêt à fabriquer à partir des matériaux collectés sur chacun des monstres. Le marchand indique donc implicitement qu'il est également un artisan expérimenté capable de confectionner des objets très rares, qu'il revendra aux visiteurs, par définition riches et bien informés. Il est judicieux de remarquer que cette logique de commande implique de la part du marchand une logistique des plus rigoureuses pour minimiser le temps de production des objets demandés. La section « objectifs » présente sur cette capture d'écran se retrouve sur plusieurs blogs qui font office de « catalogues de commande ». Elle est à la fois un gage de légitimité pour le marchand, qui indique qu'il a presque accompli toutes les quêtes les plus difficiles du jeu et reflète par ailleurs l'extension d'une conduite vidéo ludique orientée vers la performance que l'on obtient de manière planifiée.

L'influence des commerçants qui font un usage intensif du multicompte ne se limite pas à un impact sur les prix, il influence donc aussi les pratiques de jeu de manière plus générale comme l'explique Jérôme :

La difficulté qu'on a, c'est que plus les joueurs voient ces multicomptes qui étaient vraiment minoritaires il y a quelques années, plus ils disent « ça rapporte en termes de Kamas, donc ils ont des objets faciles, ils ont les meilleurs items du jeu, ils sont super puissants », ça donne envie en tant que joueur. Du coup, le déséquilibre qui se crée, c'est que plus il y en a qui basculent sur ce type de pratique, plus ceux qui restent en monocompte se sentent lésés. (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

Un effet de mimétisme se produit auprès des joueurs qui prennent conscience que la pratique du multicompte permet l'enrichissement plus rapide. Au-delà d'un sentiment d'injustice, l'effet principal de cette prise de conscience est d'affaiblir les solidarités et les collaborations entre joueurs, puisque les difficultés individuelles sont de plus en plus souvent résolues en pratiquant le multicompte plutôt qu'en demandant de l'aide à d'autres. À terme, ce changement radical des pratiques de jeu a des conséquences sur la viabilité des mécanismes de jeu mis en place il y a déjà un certain temps par les concepteurs du jeu. C'est par exemple ce que Jérôme explique au sujet de l'extension Frigost de Dofus, parue en 2011 :

Une des grandes grognes à laquelle on fait face sur la dernière année particulièrement, c'est des joueurs qui nous disaient « bah les donjons de Frigost — notre dernière extension — on n'arrive pas à les faire parce qu'on trouve personne pour jouer avec nous. Ils sont trop longs, du coup on peut pas les faire seul, mais on trouve personne pour grouper et quand on y va quand même tout seul on voit qu'il n'y a que les multicomptes qui jouent dedans, c'est pas normal. (31 ans, community manager de Dofus)

L'installation du multicompte comme nouvelle pratique de jeu normale a des effets significatifs sur les sociabilités entre joueurs et rend obsolètes certaines règles du jeu pensées pour des joueurs interdépendants et intéressés à collaborer entre eux. Comme nous allons le voir, le multicompte n'a pas qu'un effet individualisant sur les pratiques de jeu qui obligerait à revoir son design entièrement. Cette pratique affecte également les conflits directs qui peuvent éclater entre joueurs.

La tendance qu'a le développeur à se faire accueillant aux pulsions « asociales » des jeunes adolescents masculins qui constituent son cœur de cible commercial s'illustre tout d'abord dans la tolérance avec laquelle il accueille les tendances individualistes ou le goût pour la conduite solitaire des jeunes joueurs. Celles-ci sont d'ailleurs si fortes qu'elles ne sont pas toujours anticipées par le développeur, et peuvent même le prendre par surprise. Ainsi, les concepteurs de Dofus, à sa création en 2004, avaient imaginé un système de « solidarité organique » qui est couramment adopté dans les MMORPG. Ce système consistait à faire dépendre la progression dans le monde persistant de la complémentarité entre des métiers qui ne pouvaient être exercés que par des personnages de joueurs différents. Ce choix de design était explicitement lié à la volonté, par le développeur, de susciter les entraides et les échanges

communautaires à l'intérieur du jeu, principalement au moyen des interfaces d'échange marchand. Mais cette prétention à la communauté a été vécue comme une injonction et une source d'embêtement, voire de contrainte, par une grande partie des joueurs. Plutôt que de s'associer entre eux pour former des équipes complémentaires, les joueurs ont alors préféré fabriquer plusieurs personnages en ouvrant des comptes différents. Dès lors, un joueur pouvait échanger et combiner les objets complémentaires fabriqués par ses propres personnages spécialisés sur des corps de métiers différents.

L'encouragement de la compétition entre joueurs et des arnaques

Parce que Dofus est ouvert à la possibilité d'avoir des comptes gratuits, le multicompte favorise également les conflits. Derrière la gratuité, le design de Dofus permet au joueur d'agir sans se soucier de toutes les normes sociales par le truchement de personnages anonymes. Ces derniers peuvent être sans histoire, sans identité reconnaissable dans l'univers du jeu, les joueurs peuvent donc les utiliser pour facilement s'affranchir des rites d'interaction entre personnages joués. Cette disponibilité à la transgression de normes morales n'est certes pas présente dans tous les jeux en ligne, mais elle pourrait toutefois participer à expliquer le succès commercial d'un jeu « freemium » comme Dofus. Du fait de la possibilité d'ouvrir gratuitement autant de comptes qu'ils le souhaitent, les utilisateurs peuvent pratiquer une variante du « multicompte » qui ne suppose pas forcément la connexion simultanée, mais uniquement la création de comptes supplémentaires anonymes. Sous couvert d'anonymat, les joueurs s'autorisent à importer certaines conduites violentes ou contraires aux règles du jeu avec certains de leurs personnages seulement.

C'est surtout sous une autre modalité que le design de ce jeu « freemium » produit des inégalités sociales, celle de l'encouragement des conflits. Une interface marchande appelée « échange direct » a été conçue dans Dofus dès les premiers mois, afin de permettre de réaliser des échanges synchrones entre deux personnages du jeu. Très vite, elle a été envahie par des joueurs exploitant un mécanisme technique pour rompre la négociation marchande⁷³.

Il est notamment courant que les joueurs multicomptes développent des personnages anonymes pour se livrer à des actes répréhensibles ou des tricheries. Le jeu devient alors assez naturellement une jungle. Soulignant encore l'intégration de la transgression de normes morales dans le design du jeu, les concepteurs, malgré l'existence de nombreuses fraudes et tricheries, n'ont pas voulu fermer les interfaces qui les permettent. Une des raisons invoquées est qu'elles étaient utilisées pour d'autres techniques de commerce parfaitement normales. Une autre raison souvent exprimée, de manière parfois plus officieuse par les concepteurs, est que le fait d'être victime d'une escroquerie est une sorte de « rite d'initiation » que

⁷³ Cela a d'ailleurs incité beaucoup de joueurs à reporter leurs pratiques d'achat et de vente de bien du jeu sur les deux autres modes d'échange marchand, le « mode marchand » et les « hôtels des ventes », qui se distinguent par plusieurs points de « l'échange direct » et que nous détaillerons dans le chapitre 3.

doivent subir les novices, dont l'existence fait presque partie intégrante de l'appartenance à la communauté des joueurs. Ainsi, les concepteurs n'ont pas intégré partout où ce serait nécessaire des avertissements à l'intérieur des interfaces d'échange direct pour que les novices évitent de se faire piéger par des escrocs ou des charlatans. D'après les concepteurs, cette vulnérabilité à l'arnaque, qui rompt avec le contrat moral de la transaction marchande ordinaire, « fait partie intégrante du jeu » et c'est à ce titre qu'il serait maintenu, au détriment des débutants qui maîtrisent mal l'interface « d'échange direct ».

2.3.3 – **Le renforcement des pratiques solitaires et commerciales chez les joueurs qui progressent**

Du joueur nouvellement abonné à l'expert présent depuis plusieurs années, l'usage des personnages joués évolue du tout au tout. Alors que les débutants ont tendance à être très interdépendants, les vétérans démultiplient les comptes clients et les personnages pour les jouer tous en même temps dans une seule partie, ils jouent seuls sur leur écran avec tous les personnages unis dans la même équipe. Les joueurs qui s'abonnent en multicompte réussissent la plupart des combats contre des monstres contrôlés par l'ordinateur en les submergeant par leur nombre. De ce fait, ils ne dépendent plus des autres joueurs, ne consacrent plus de temps à organiser des rendez-vous et à se coordonner avec d'autres pour se battre à plusieurs contre des ennemis communs, représentés sous l'apparence de monstre. Cette pratique de jeu solitaire accélère leur progression dans le jeu, leurs personnages acquièrent davantage d'équipements rares, s'enrichissent en monnaie du jeu plus vite que les autres. Cela débouche pour eux sur l'occupation d'un rôle de jeu qui correspond à celui d'un riche marchand. Quant à eux, les joueurs qui ne payent pas autant et progressent avec un seul personnage se regroupent entre amis pour combattre des monstres dirigés par l'ordinateur. Les adeptes du multicompte jouent en solitaire, ils ne font donc pas équipe avec eux, alors qu'ils sont mieux équipés et seraient aptes à les aider lors de combat en équipe. Les pratiquants du monocompte interagissent donc principalement avec les multicomptes parce qu'ils deviennent leurs clients au sein du jeu. Les joueurs abonnés sont donc nivelés en fonction de leur aptitude à payer pour s'abonner et se retrouvent scindés au moins en deux groupes antagonistes. D'un côté, des joueurs experts occupent une position dominante et adoptent des pratiques de jeu solitaires et conflictuelles, parce qu'ils accaparent les espaces de jeu où se trouvent les objets du jeu les plus convoités. De l'autre, des joueurs moins avancés conservent un seul compte client et continuent à pratiquer le jeu en s'aidant entre amis, mais ils ne peuvent pas mener de combats en collaboration avec des joueurs en multicompte. Faute de pouvoir accéder en combattant avec leurs amis aux ressources rares du jeu qui permettent de progresser plus vite, ils se résignent à les acheter aux multicomptes dont ils deviennent les clients.

Enfin, certains créent des comptes clients gratuitement pour jouer des personnages anonymes avec lesquels ils peuvent arnaquer des joueurs sans risquer d'entacher la réputation de leurs personnages principaux. Pour ces experts, il ne reste plus que deux espaces principaux pour nouer des liens sociaux avec les autres

participants souvent plus faibles qu'eux : le jeu compétitif contre d'autres joueurs et le commerce avec des joueurs. La possibilité de jouer en multicompte dans un jeu freemium a donc des conséquences sur les sociabilités des joueurs. Ils sont encouragés à des pratiques de jeu individualisantes relativement peu diversifiées, ils provoquent des mises en compétitions avec d'autres, suivant des modalités plus ou moins réglées et respectueuses des coutumes du plus grand nombre. En définitive, leurs conduites peuvent suivre des modalités conflictuelles quand elles prennent la forme de combats et d'arnaques, ou les forcer à chercher un accord dans le cas de marchandages d'objets du jeu.

2.4 – Conclusion : l'intégration au « game design » de réagencements marchands originaux

La conception classique des jeux vidéo hors ligne rattache le profit économique au succès populaire du jeu. Autrement dit, un jeu amusant attire plus de joueurs et multiplie les ventes de boîtes de jeu. Quant à eux, les jeux en ligne plus anciens que Dofus font du paiement une simple condition d'accès au jeu, c'est que les professionnels désignent comme le modèle économique « pay to play ». Il entretient une certaine continuité avec celui des jeux hors ligne, puisqu'il conditionne les profits au fait que le joueur va inciter ses proches à le rejoindre pour jouer. Il s'en démarque toutefois parce que le paiement d'un abonnement repose sur le fait que le joueur veut rester parce qu'il s'amuse, là où les jeux hors ligne sont des succès commerciaux si la boîte de jeu se vend bien, indépendamment du temps que les clients vont consacrer à jouer.

Pour Dofus, les salariés d'Ankama s'inspirent des jeux en ligne « pay to play », mais ils ne se contentent pas d'un simple « péage à l'amusement » placé à l'entrée du jeu. Ils améliorent la rentabilité du jeu grâce à d'autres choix de design. Ce chapitre a montré qu'ils encouragent les joueurs à accroître progressivement leurs dépenses de trois manières originales. La première correspond à un *agencement marchand* qui trouve son origine dans le mécanisme de *captation marchande* d'une formule « freemium », la seconde repose sur un *réagencement marchand* basé sur un algorithme de répartition des personnages nouvellement créés. Avec l'augmentation des *détournements* du jeu qui débouchent sur l'accentuation des conflits entre personnages de différents niveaux de progression, l'entreprise met en oeuvre un dispositif de *captation marchande* qui se rapproche davantage de la *captation de clientèle* qu'évoquent Trompette et Boissin (2000). Elle est à même de retenir les joueurs abonnés en formatant leurs activités de jeu sans qu'ils s'en rendent vraiment compte. La troisième est un *réagencement marchand* inspiré d'un *détournement* inventé par des joueurs expérimentés : la pratique du « multicompte ». Nous résumons un peu plus en détail deux d'entre elles.

Premièrement, les concepteurs mettent au point une version améliorée d'une formule « freemium », à l'origine l'essai du jeu complet parcouru gratuitement avec un personnage aux capacités bridées. Les salariés d'Ankama l'utilisent dans un but de *captation marchande*, pour inciter les joueurs à basculer

dans un mode de paiement « pay to play » classique, qui consiste à payer pour rester jouer. Mais contrairement à la formule « pay to play », le « péage à l'amusement » apparaît non pas à l'accès au jeu, mais à différents moments, en fonction de la progression du personnage joué, notamment de son niveau d'expérience et de l'étendue des territoires qu'il a explorés. De plus, la mise en commun d'une partie du territoire de jeu entre les joueurs qui essayent le jeu avec des handicaps sans le payer et ceux qui sont abonnés crée fait des envieux parmi les premiers.

Pour le débutant, l'abonnement de son unique personnage semble lever toutes les entraves au jeu, alors qu'il découvre bien vite que la formule « freemium » ne constitue que le premier mécanisme pour l'inciter à payer. Les salariés d'Ankama ont mis en place une autre incitation à dépenser des euros qui résulte d'un *réagencement marchand*. Elle s'inspire du « multicompte », la possibilité de jouer plusieurs personnages en même temps moyennant une démultiplication du paiement d'abonnements. En premier lieu, des joueurs experts se rendent compte qu'il est possible de tirer parti d'un *détournement* du jeu en pratiquant le « multicompte ». L'entreprise fait le choix de ne pas interdire complètement ce *détournement*. Elle met progressivement en place une stratégie adaptative pour augmenter ses profits tout en atténuant le sentiment d'injustice qui risque à long terme de déboucher sur des plaines de joueurs ou leur abandon de Dofus. L'entreprise décide de préserver le jeu en multicompte pour les combats contre des monstres et de l'interdire pour les confrontations qui opposent des joueurs. D'autre part, l'entreprise démarre avec une régularité croissante de nouveaux serveurs de jeu pour que les débutants créent des personnages sur des serveurs où les combats sont moins rudes et le commerce plus florissant. Cette diminution de la densité des personnages joués sur chaque serveur francophone permet de rétablir un meilleur équilibre entre les collectifs de joueurs en « monocompte » et les multicomptes solitaires qui accumulent des marques de progression plus rapidement. Cette régulation algorithmique basée sur la démultiplication des serveurs de jeu permet de maintenir le paiement d'abonnements pour des joueurs aux activités difficilement compatibles. Elle limite l'importance du commerce d'objets du jeu et des activités de jeu conflictuelles, sous forme de duels entre joueurs ou d'arnaques marchandes.

En définitive, la progression dans Dofus est frustrante parce qu'elle s'interrompt à plusieurs moments et oblige des groupes de joueurs aux activités concurrentielles à dépendre les uns des autres. La levée de ces frustrations suppose de payer durablement toujours plus d'euros à Ankama, d'abord pour accéder au jeu abonné, puis pour pratiquer le multicompte en abonnant plusieurs comptes clients en même temps. Pour maximiser ses profits, Ankama incite ces activités dans les mêmes espaces de jeu alors qu'elles sont susceptibles d'entrer en conflit et de déboucher sur l'abandon du jeu. Pour éviter cela et réaliser une « quadrature du cercle » à même de maximiser les profits de l'entreprise sur le long terme, les salariés d'Ankama dosent les effets des *agencements* et des *réagencements marchands* précédents pour maintenir une impression de coexistence entre tous

les joueurs, alors qu'ils font l'objet d'une *captation de clientèle* invisible qui sépare les joueurs dans des espaces isolés aptes à limiter les conflits les plus aigus.

Chapitre 3

La production et l'acquisition des objets du jeu

Et tandis que le Révolution accomplissait en France ces prodiges de dévouement et d'énergie qui coûtèrent tant de sang, lui se livrait paisiblement, à New York, à la spéculation du sucre et des cotons. La Fayette était venu en Amérique prêter ses armes à la cause de l'indépendance ; Talleyrand venait y agioter.

Hippolyte Castille, *Le prince de Talleyrand*, 1857.

Que les grandes et les petites causes des batailles des uns alimentent les profits des autres n'a rien de nouveau. Qu'un enfant de dix ans soutire une sucrerie à son copain en échange d'une épée de bois qui lui permettra de mettre en déroute le fils du voisin non plus. Mais que se passe-t-il quand des milliers de personnes réclament simultanément de tels équipements pour jouer à se battre tous ensemble ? C'est ce qui s'observe dans la plupart des jeux vidéo en ligne. Souvent, certains acceptent d'endosser les habits du marchand que le concepteur du jeu met à leur disposition et d'adopter ce rôle dans le cadre défini par les règles du jeu. D'autres décident pourtant d'être de véritables marchands et de faire du profit en euros grâce au jeu⁷⁴, si nécessaire en dérogeant à ses règles. Fournir aux demandeurs de tels « objets à jouer » nécessite des activités humaines consommatrices de temps et d'ingéniosité. Ces formes de production d'objets de jeu sont un peu particulières puisque la rareté est « artificielle », c'est-à-dire que les concepteurs du jeu peuvent en théorie la changer à tout moment en modifiant le logiciel de jeu. Puis des échanges doivent s'organiser, se coordonner et finalement faire circuler, au moyen d'équivalents communs, la valeur d'un pourvoyeur jusqu'à son client final — parfois au moyen de monnaie.

L'observation de toutes ces manières d'échanger donne bien vite une impression de confusion parce que certaines impliquent des comptes bancaires utilisés par les joueurs et sont cadrées par des règles de droit, quand d'autres ne concernent que les richesses que détiennent leurs personnages et ne sont apparemment cadrées que par les normes qu'impose le logiciel de jeu. Pourtant, il est frappant de remarquer que certaines formes d'échange classiques semblent exister dans les jeux en ligne, notamment l'héritage qui pourrait être assimilé dans un jeu en ligne à la transmission des comptes clients entre des joueurs avec des

⁷⁴ Dibbell est le premier à décrire une expérience de plusieurs mois dans laquelle il a tenté de ne vivre que des profits tirés de la revente de biens d'un jeu en ligne (2006).

liens forts, par exemple entre les frères et sœurs, au profit du plus jeune qui a moins de travail scolaire. L'échange de bien symbolique qui concerne en premier lieu certaines *marques de progression* très rares particulièrement prisées des joueurs à l'inclusion des *marques non circulantes* comme le niveau d'expérience qui encourage à la revente des comptes clients disposant d'un *main* proche du niveau d'expérience 200, le maximum autorisé par le jeu. Dans un jeu en ligne, l'impôt n'est certes pas progressif et n'est pas reversé directement à l'État, mais le paiement de l'abonnement au jeu à l'entreprise y ressemble quelque peu sur le principe. En dernier lieu, les réseaux « illégaux » qui s'échangent des biens au moyen de trafics violents organisés dans le secret ne semblent pas se dégager si clairement dans un jeu en ligne. Il existe pourtant des trafics qui mêlent échanges d'objets du jeu et euros, mais certains profitent de vides juridiques et sont hors-la-loi sans être illégaux, la violence peut y jouer un rôle, mais elle n'est pas systématiquement de mise, voire elle peut être considérée comme un moyen d'éduquer les joueurs aux normes sociales en vigueur suivant l'adage bien connu des joueurs adeptes des brutalités « la violence fait partie du jeu, sinon le logiciel l'empêcherait ». Enfin, le secret n'est pas la seule forme de solidarité entre trafiquants, notamment quand ils savent qu'ils agissent hors la loi, mais qu'ils ne seront pas inquiétés par la justice, car l'entreprise qui pourrait les attaquer est débordée par les trafics et n'a que les moyens d'arrêter les plus développés. À première vue, il paraît donc difficile de transposer fidèlement le modèle d'une cartographie typique des échanges en vigueur hors d'un jeu (Steiner, 2014) et notamment de séparer clairement les « vrais » échanges marchands, de ceux qui sont exécutés « pour de faux » et pourraient être assimilés à des « dons maussiens », ou à des « dons organisationnels » si l'on considère que les interfaces marchandes dans un jeu en ligne coordonnent ces échanges en monnaie du jeu.

Pour esquisser une cartographie des échanges dans les jeux en ligne, nous proposons de décrire en premier lieu la circulation des lots gagnés à l'occasion d'un jeu destiné aux enfants, la pêche aux canards. L'organisation de ce jeu apparemment élémentaire indique déjà quelques directions éclairantes pour comprendre l'agencement de semblables activités d'échanges lorsqu'elles ont lieu à partir d'un jeu. La pêche aux canards proposée aux enfants qui fréquentent les fêtes foraines est une épreuve qui suppose pour être remportée avec éclat de faire preuve d'un peu d'adresse et de beaucoup de chance. Au grand désarroi des enfants, la récompense ne s'avère pourtant que rarement être la peluche exposée ostensiblement en vitrine. Compatissant, le forain leur explique alors qu'ils n'ont pas accumulé assez de points pour l'obtenir et qu'il leur faudrait payer pour rejouer. Un joueur a une faible probabilité de décrocher le gros lot, car dans la majorité des cas se voir allouer une récompense de plus grande valeur est corrélé au temps passé à jouer qui n'est souvent étendu qu'en échange d'un paiement supplémentaire.

Payer une partie revient à pêcher pendant une durée qui garantit qu'on ferre en moyenne cinq volatiles. Un ancien joueur passe alors à proximité du stand avec le gros lot dans ses bras, obtenu en ne déboursant que le montant d'une partie, il aura eu énormément de chance. Pour les moins chanceux, cela demande de réitérer de nombreuses parties et donc de dépenser beaucoup d'argent. Le père de

l'un d'eux décide de racheter le gros lot au chanceux pour l'offrir à son enfant indigent, il propose le montant que débourserait un joueur moyennement chanceux pour accumuler ce grand nombre de points. Cette manipulation affecte le rôle du forain. Il reste le pourvoyeur initial du bien, mais perd la maîtrise sur sa circulation ultérieure qui s'opère entre des joueurs dont la chance et le pouvoir d'achat diffèrent. Le forain aura beau dire que « ce n'est pas du jeu », le père pourra lui rétorquer que les joueurs et leur entourage font tout autant que lui le jeu. Le forain sera forcé de tolérer ces échanges parallèles, à moins qu'il cherche au prix d'efforts supplémentaires à en reprendre le contrôle. Il peut alors adapter certaines règles du jeu qu'il est le seul à maîtriser ou modifier certains instruments techniques qui façonnent le jeu et ses frontières. Cependant, les anciens joueurs quittent habituellement l'attraction, et ne croisent que rarement les nouveaux venus. Par conséquent, le problème de la rencontre ultérieure entre joueurs est donc a priori négligeable pour la rentabilité de l'affaire du forain.

Les joueurs en ligne peuvent quant à eux facilement s'apparier dans le jeu puis coordonner leurs échanges au sein du jeu, ainsi qu'en négociant et en payant en dehors du jeu. Pour ces raisons, dans un MMORPG comme Dofus, contrôler la gestion des échanges parallèles est un enjeu important si l'entreprise responsable du jeu veut s'assurer de ses profits. Nous commençons par décrire la structure des échanges afin de mieux appréhender les problèmes qu'ils posent à une entreprise comme Ankama.

Dans un MMORPG, le personnage de synthèse que contrôle chaque joueur se bat et s'expose au risque d'être éliminé de la partie. Pour éviter la défaite, synonyme de la dépossession du rôle qu'il s'est choisi, le joueur équipe le corps de son personnage pour le rendre plus endurant et accroître ses talents de prédation. Grâce à ses équipements, il court moins de risque et peut s'engager facilement dans son rôle et jouer fidèlement le justicier, l'assassin ou le voleur. Plus prosaïquement, il est libre de choisir ses ennemis, ciblant les personnages d'autres joueurs ou des monstres contrôlés par une intelligence artificielle. Quand le logiciel de jeu le permet, il pille les dépouilles, puis dépenser ses butins à loisir pour mieux s'équiper, et ainsi assurer ses prochaines réussites. Devenir riche dans le jeu est donc une manière d'assurer le succès de son personnage en combat. Le joueur continue seul cette routine, jusqu'au jour où il prend conscience qu'en s'associant à d'autres il progressera plus facilement et pourra explorer des donjons. C'est à cet instant que l'expérience des joueurs devient partagée. Même si peu de joueurs vus en entretien parviennent à l'objectiver, leurs échanges marchands et les discussions qu'ils produisent entre les joueurs constituent une base importante de ces expériences collectives. Le fondement principal de cette socialisation reste la mise en commun et le partage de ressources, une dynamique collective encouragée par le logiciel de jeu. Davantage que l'attraction du forain évoqué plus haut, l'économie dans les jeux en ligne est donc prévue pour multiplier les interdépendances sociales des joueurs. Cela encourage les joueurs à créer une forme d'amusement collectif originale, qui trouve son origine dans une gestion relativement autonome des échanges marchands entre leurs personnages.

Les échanges de biens d'un MMORPG comme Dofus se développent donc en partie entre les joueurs, enserrés dans les frontières bien gardées de parcs d'attractions logiciels. Pourtant, dès l'instant où les échanges entre joueurs deviennent possibles, ce parc d'attractions d'un nouveau genre s'entrouvre sur un monde plus vaste, dans lequel le concepteur qui pensait avoir un contrôle total voit certaines activités lui échapper. Ces *détournements* émergent des monnaies échangeables entre joueurs qui semblent à première vue être des équivalents aux points présents dans l'exemple de la pêche aux canards. Leurs cheminements sont fonction des ressources sociales et techniques mobilisées par des chaînes d'intermédiaires. Ces personnes ont les compétences pour occuper des carrefours d'échange entre différents groupes sociaux. Elles tirent parti des potentiels les moins connus des interfaces d'échange du jeu, sans s'en tenir aux *scripts* issus de l'imagination du concepteur et qu'adoptent la majorité des joueurs.

Dans les faits, la structure nodale de ces trajectoires se compose d'organisations marchandes souterraines qui mettent bien vite fin au rêve d'enclosure sanctuarisée du concepteur de jeux en ligne. Celles-ci forment avec chacun de leurs interlocuteurs des *communautés de paiement* (Blanc, 2009) qui regroupent les participants aux échanges en fonction des usages qu'ils font des instruments monétaires. Une *communauté de paiement* est donc identifiée lorsque les usages monétaires d'individus aboutissent au transfert d'une contrepartie. Une telle communauté englobe des paiements d'objets, mais aussi des opérations de change monétaire, par exemple lorsque les échangistes coordonnent un paiement en euros par PayPal et le versement en contrepartie de monnaie du jeu à leur personnage de jeu. C'est pour décrire ces opérations de change monétaire que nous utilisons les concepts précédents. L'objectif de ces acteurs consiste à faire du profit en intercedant entre ceux qui souhaitent gagner des euros et la demande de joueurs prêts à en dépenser pour équiper leur personnage sans y consacrer leur temps de jeu. Nous identifions ici les deux extrémités des trajectoires qui vont être étudiées. Elles bornent les cheminements monétaires qui nous intéressent, rattachant le temps joué à son substitut : la dépense d'euros.

Ces trajectoires ébranlent l'autorité du concepteur alors qu'il pensait disposer d'une emprise souveraine sur les circulations monétaires liées au jeu. En réaction, il s'empresse de critiquer ces « organisations parasites », pour leur concurrence déloyale, puis prend les joueurs à témoin : les sanctions seront implacables. Pourtant, ces discours ne sont pas toujours suivis d'effets⁷⁵. Les pratiques dénoncées prospèrent dans bon nombre de jeux en ligne depuis la fin des années 1990, sans que les interfaces de paiement ne soient jamais vraiment réformées dans leurs principes. Sous des allures de guerre éclair, c'est de fait une guerre de position qui s'établit en priorité sur le plan commercial. Dans la mesure

⁷⁵ Les trajectoires monétaires qui dérogent au cadre d'usage initial tombent dans une zone du droit mal connue des joueurs. Des conversions monétaires peuvent être interdites par les conditions d'utilisation du jeu, mais elles ne sont pas explicitement illégales au regard du droit national (sauf en Chine depuis 2009). Deux articles peuvent être consultés pour approfondir ces questionnements relatif aux normes légales appliquées aux échanges dans les jeux en ligne (Castronova, 2004 ; Mauco, 2011).

où ces entreprises de jeux vidéo ne semblent pas en mesure d'empêcher des tiers de mettre en équivalence des euros et de l'argent du jeu, l'étude des trajectoires monétaires va nous permettre de caractériser les conditions d'existence et de stabilité de cet équilibre des forces. L'analyse de ces pratiques d'échange vise donc à répondre à la question suivante : quelles caractéristiques si particulières possèdent les chemins de traverse qu'empruntent les monnaies dans et hors d'un jeu en ligne ? Considérer l'encastrement de l'économie dans des relations sociales qui peuvent être de nature ludique nous donnera un début de réponse.

Les deux premières sections de ce chapitre permettent de mieux comprendre comment fonctionnent la production et l'acquisition des marques circulantes d'un jeu en ligne. Dans la section 1, nous précisons les mécanismes logiciels qui débouchent sur la production et la destruction d'objets dans l'environnement du jeu, des procédés qui se situent en amont de l'acquisition des marques circulantes. Nous distinguons donc la manière dont les objets du jeu sont produits dans le logiciel de jeu et leurs modes d'acquisition par les personnages joués. Dans la section 2, nous cartographions les quatre activités d'acquisition d'objets les plus simples à mettre en œuvre avec des personnages joués, puis nous décrivons les six principaux types d'objets concernés. Les trois dernières sections décrivent les principaux modes d'acquisition des marques circulantes de Dofus et montrent quels sont leur incidence sur les pratiques de jeu. La section 3 détaille l'exercice des métiers du jeu par les personnages joués. La section 4 décrit les activités d'échange d'objets du jeu qui s'appuient sur les interfaces proposées dans le jeu Dofus, ainsi que la manière dont certains types de joueurs se les approprient plus que d'autres. Dans la section 5, nous expliquons enfin comment une monnaie comme l'euro initialement réservée au paiement de l'abonnement à Dofus est vite détournée pour pouvoir l'échanger contre des marques de progression, comme de la monnaie du jeu. Nous montrerons dans cette dernière section que les *trafics monétaires* qui émergent sont particulièrement bien articulés les uns aux autres et qu'Ankama parvient à mettre en œuvre un *réagencement marchand* basé sur une monnaie à usage spécifique pour parvenir à tirer des profits de certains de ces trafics.

3.1 – La production et la destruction

Au regard des théories dites *substantivistes* (Polanyi 1983 [1944]), les jeux ne sont pas à proprement parler des environnements où sont produits et échangés des biens comme dans une économie capitaliste. Dans cette dernière, les biens sont transformés et acquièrent une valeur ajoutée d'où le marchand peut tirer un profit. En revanche, les lots gagnés en jouant sont uniquement redistribués, ils préexistent à l'épreuve ludique. Dans le cas particulier des jeux vidéo, la probabilité de créer un lot qui n'existait pas auparavant dans l'univers du jeu est déterminée à l'avance par les programmeurs. Il y a donc en un sens « production », mais la productivité des joueurs est décidée arbitrairement par le concepteur du service ludique. Il en est de même pour les tâches de transformation de biens dans les jeux qui sont effectués

notamment en jouant à exercer des « métiers », la valeur ajoutée est déterminée par le programme informatique. Tout ceci rapproche le jeu vidéo, de fait, d'un modèle d'économie redistributive, où les gains sont fixés à l'avance sur critères, comme dans le cas des autres formes de jeux.

Le lot n'est donc que l'objet d'une redistribution conditionnée à la réussite de l'épreuve ludique et décidée par une autorité supérieure, un peu comme lorsque l'État redistribue des aides à ceux qui respectent certains critères sociaux. Dans le domaine des jeux d'argent, le cas des paris sportifs est emblématique de ce modèle puisque c'est la Française des jeux, un monopole sous tutelle de l'État, qui l'administre jusqu'à son ouverture à la concurrence sur internet en 2010 (Trespeuch, 2011b). Les jeux se caractérisent donc suivant le modèle de Polanyi par une économie sans marché, dont la structure sociale est maintenue par un mécanisme de redistribution, souvent décidé sur la base du critère de succès à une épreuve compétitive. La performance comme critère d'allocation d'une *récompense* au vainqueur est commune à bien des jeux et domine l'univers des jeux vidéo (Salen et Zimmerman, 2004b)⁷⁶. Ainsi dans un jeu ligne comme un MMORPG, l'acquisition initiale d'objets qui composent l'équipement d'un personnage suit une procédure analogue à celle d'un enfant qui gagne un lot dans une fête foraine en jouant à la pêche aux canards.

La place des activités de production d'objets qui ont une valeur au sein des jeux est donc particulière. La plupart du temps les lots sont des objets tangibles qui préexistent et sont simplement mis en circulation par une autorité centrale qui joue le rôle d'arbitre et contrôle la mise en circulation des lots. C'est ce qui se passe pour les lots gagnés à la pêche aux canards qui ne sont pas produits par le forain. Dans le cas d'un objet intangible utilisé par un personnage de jeu en ligne, nous pouvons considérer que son existence correspond à ce que les informaticiens appellent son « instanciation », c'est-à-dire à sa création par le logiciel sur la base de ligne de codes informatiques qui spécifient la manière de le faire apparaître entre les mains d'un personnage, en tant qu'objet unique avec des caractéristiques et une localisation géographique unique dans le jeu.

Les paramètres les plus importants sur lesquels agissent les game designers en charge d'en réguler l'économie du jeu en ligne sont ceux qui fixent les conditions d'instanciation de l'objet. Celle-ci dépend de plusieurs facteurs consécutifs. En premier lieu, du « temps respawn qui fixe la durée de réapparition d'un monstre tué ou d'une matière première collectée dans l'environnement du jeu. En second lieu, la probabilité d'acquisition par un personnage joué d'un objet que peut détenir le monstre tué dépend d'une caractéristique appelée « prospection » qui évolue avec les « niveaux d'expérience » du personnage et ses équipements. En ce qui concerne les matières premières, la probabilité d'acquisition croît avec le niveau d'expérience dans le métier de collecte en question. Pour réguler l'économie interne du jeu sans que cela génère des plaintes

⁷⁶ Historiquement, elle comporte même une parenté avec la notion de salaire, ce qui amène à questionner la place de la contrainte et du plaisir dans les activités étiquetées comme laborieuses ou ludiques.

de la part des joueurs, les game designers ne modifient presque jamais les paramètres liés aux personnages joués. Ils se concentrent sur la manipulation des taux de respawn des monstres et des matières premières pour agir en priorité sur la fréquence de renouvellement des entités qui génèrent les instanciations d'objets dans le jeu.

Les mécanismes de destruction des objets d'un jeu en ligne sont également importants pour réguler l'économie par les prix. Comme nous l'avons déjà vu dans le chapitre 2, la destruction d'un personnage n'est pas si fréquente que ça dans des MMORPG comme Dofus. Un certain nombre de MMORPG ont donc recours à des mécanismes qui détruisent progressivement les objets à l'intérieur du jeu. Nous pouvons évoquer l'accumulation de « points d'usure » pour les objets utilisés en combat, comme les équipements des personnages. Ce mécanisme de jeu s'accompagne souvent de toute une économie de la réparation d'objets, avec des métiers de réparateurs et des matières premières nécessaires à la réparation de chaque type d'objet. Cependant, les points d'usure sont peu utilisés dans Dofus, où la destruction d'objets intervient le plus souvent en incitant les joueurs à transformer des objets⁷⁷, soit pour en améliorer des caractéristiques, mais avec le risque de les détruire, soit en combinant plusieurs objets pour en créer un nouveau plus utile. C'est notamment l'une des fonctions importantes que remplissent respectivement les métiers « d'artisanat » et de « forgemagie » détaillés ci-dessous.

Enfin, dans la plupart des jeux en ligne la monnaie du jeu suit un processus de production et de destruction spécifique. La production découle souvent des succès remportés contre des monstres, dans Dofus c'est le mécanisme de création monétaire de loin le plus important. La destruction monétaire résulte quant à elle de la taxation de certaines activités du jeu. Dans Dofus ces taxes représentent surtout des pourcentages calculés à partir du prix de vente des objets ou du poids d'un objet invendu. La régulation monétaire de Dofus oppose donc combat et commerce, mais l'équilibrage ne se fait pas, notamment à cause de la pratique de farm qui accentue démesurément la production monétaire. Nous décrivons ce phénomène dans les chapitres suivants consacrés au farm, notamment au farm à but lucratif qui génère des stocks monétaires considérables sans pour autant les mettre rapidement en circulation entre les personnages de jeu. Ce déséquilibre entre création et destruction monétaires a tendance à déboucher sur une dépréciation progressive de la valeur de la monnaie sur tous les serveurs de jeu.

⁷⁷ Depuis la mise à jour de Dofus datée du 18 août 2015, il est possible de « recycler » ses propres objets, c'est-à-dire de les détruire sciemment pour recueillir des « pépites » qui permettent aux personnages exerçant le métier de « mineur » d'effacer les malus qui entâchent des caractéristiques lorsqu'un personnage exerçant le métier de « forgemage » n'aura pas réussi à modifier convenablement l'objet d'origine.

3.2 – L'acquisition des différents types de *marques circulantes*

Dans Dofus, les *marques de progression circulantes* se répartissent en 6 types qui peuvent être acquis de 4 manières simples. Nous avons construit le Tableau 4 pour résumer les principaux modes d'acquisition de ces différents types de marques de progression circulantes dans Dofus.

Marques circulantes	Victoire contre un ennemi (3.1.2)	Métiers (3.2)	Échanges marchands (et arnaques) (3.3)	Achat en euros (3.4)
« Kamas »	Collectés	X	Achats en Kamas ou vols	Trafics entre joueurs
« Équipements »		Confectionnés		Peu pratiqués
« Ingrédients » (matière tier ou partie d'un monstre)		Détruits		
« Consommables »		Confectionnés		
« Familiers »	X	X		« Offerts » avec l'abonnement
« Comptes clients »	X	X	Vols du mot de passe	Achats du mot de passe

Tableau 4 : Les différents modes d'acquisition des *marques circulantes* de Dofus

Les joueurs commencent par gagner ces marques circulantes en combattant des ennemis. Puis des joueurs découvrent qu'ils peuvent « produire » certains objets eux-mêmes en exerçant des métiers du jeu, ce que nous détaillerons dans la section 2. Enfin ils se rendent compte qu'ils peuvent les échanger contre des kamas à d'autres personnages du jeu. Une minorité de joueurs un peu plus aguerris comprend même qu'il est possible de piéger ces échanges pour voler des objets. Nous analyserons ces activités d'échange dans la section 3. En dernier lieu, d'autres joueurs avancés, cette fois-ci plus nombreux, détournent certaines de ces activités d'acquisition en les réalisant en boucle pendant longtemps afin d'optimiser leur cumul pour les revendre contre de grosses sommes de Kamas, puis parfois ils échangent ces Kamas plus ou moins directement contre des euros. Parmi eux, l'échange de Kamas contre du temps d'abonnement acheté au préalable contre des euros hors du logiciel de jeu est présenté dans la section 4 de ce chapitre. Les

modes d'acquisition atypiques qui consistent à tuer des monstres ou à exercer un métier de manière très répétitive sont appelés « farm » et sont quant à eux analysés en détail dans les chapitres 4, 5 et 6.

Six types de *marques de progression circulantes* peuvent être acquises par les personnages joués. La première que rencontre un joueur est sans doute la monnaie du jeu, le « Kama », car presque tous les combats gagnés contre des monstres en rapportent quelques pièces. Le joueur trouve aussi fréquemment sur les monstres des pièces « d'équipements », puis il se rend compte que d'autres sont revendus entre personnages après avoir été confectionnés par ceux dont c'est le métier. Les équipements sont recherchés parce qu'ils améliorent les caractéristiques de combat des personnages, d'une part celles qui sont offensives avec des armes comme des épées, des marteaux ou des lances, d'autre part celles qui sont défensives grâce à des protections comme des bottes, une cape, un casque, une amulette ou un anneau magique. Certains équipements qui composent des « panoplies » peuvent être assemblés sur un personnage pour obtenir des bonus supplémentaires. Certaines panoplies recherchées ont donc tendance avoir des prix en kamas élevés pour tous les morceaux qui les composent. Les panoplies ont la particularité d'être efficaces à certains niveaux d'expérience du personnage, pour cette raison, les personnages qui progressent régulièrement en niveau d'expérience sont incités à revendre régulièrement leur panoplie pour s'en acheter une nouvelle adaptée à leur niveau. Dans la mesure où la totalité du bonus supplémentaire n'est donnée que si la panoplie est complète, ces changements complets de l'habillement du personnage coûtent cher et justifient à eux seuls de faire plus de commerce ou plus de donjons pour s'enrichir en Kamas et être en mesure d'explorer sans crainte d'être défait de nouvelles zones du jeu plus dangereuses.

D'autres marques circulantes sont des *biens terminaux* qui se détruisent avec leur usage. Nous pouvons citer d'une part, les « ingrédients » qui servent aux personnages exerçant certains métiers pour confectionner d'autres objets, « consommables » ou « équipements ». Ces ingrédients sont parfois des « matières premières » que des personnages qui exercent un métier de collecte ont récupérées dans le jeu, comme des trèfles, des rondins de frêne, des poissons, etc. Mais le plus souvent les ingrédients sont des éléments du corps des monstres qui ont été tués, par exemple la fourrure d'un animal qui ressemble à un bélier, de la bave d'amphibien, ou une griffe de loup-garou. D'autre part, les personnages collectent des « consommables » qui améliorent certaines caractéristiques de combat pour un temps restreint, alors que d'autres confèrent des privilèges différents, qui peuvent être utiles hors des combats, par exemple une « potion de téléportation » permet de revenir vite dans un village connu. Les consommables sont généralement confectionnés par des personnages dont c'est le métier, ou certains peuvent parfois être trouvés sur des monstres vaincus.

Un cinquième type correspond aux « familiers » offerts en « cadeau » avec l'abonnement au jeu, ou bien échangés contre des Kamas dans le jeu. Ce sont des animaux dont la force dépend de la durée d'abonnement souscrite, et donc du montant en euros dépensé pour s'abonner. Ils s'échangent par conséquent contre

beaucoup de Kamas dans le jeu et sont donc couramment la cible d'escroqueries entre les joueurs. Dans le jeu, les familiers sont utiles parce qu'ils accompagnent le personnage joué et combattent avec lui. Certains d'entre eux sont appelés des « montiliers » parce qu'en surplus ils accélèrent les déplacements du personnage qui les monte. La particularité des familiers est que leur fonctionnement s'inspire de celui des Tamagotchis. C'est-à-dire qu'ils doivent en général être nourris avec certains consommables spécifiques de manière récurrente dans un délai de 5 à 72 heures pour ne pas s'amaigrir, perdre en capacité de combat, voire mourir. Les familiers ne sont donc pas que des marques de progression, mais aussi des *agencements marchands* qui habituent le joueur à revenir régulièrement jouer.

Mentionnons un dernier type de marque circulante, les comptes clients sur lesquels est stocké le temps d'abonnement restant au joueur, ses personnages joués avec pour chacun ses marques circulantes et non circulantes. Comme nous le verrons dans le chapitre 4, certains joueurs revendent contre des euros un de leurs comptes clients – ou ceux qu'ils ont volé – en mettant notamment en avant le personnage *main* qui est le plus avancé qui a la plus grande valeur marchande.

3.3 – L'exercice des métiers du jeu

Nous détaillons ici les rôles de « métiers » que le personnage peut exercer et qui combinent de manière originale production, destruction et modification de trois différents types de marques circulantes. Un personnage commence généralement par collecter divers objets de valeur sur les dépouilles des monstres qu'il a vaincus, d'abord au gré de ses flâneries dans l'environnement ouvert de Dofus, puis dans des donjons où il est possible de trouver des objets de plus grande valeur et de s'enrichir plus rapidement en Kamas. D'après ce qui précède, cette activité correspond à l'instanciation d'objets qui sont produits par le logiciel de jeu.

Progressivement, le joueur s'aperçoit qu'il peut faire autrement, qu'il est en mesure de faire « produire » des objets par son personnage. Pour cela, il peut exercer jusqu'à trois métiers différents, choisis au sein d'une liste qui en comporte environ 18⁷⁸. La capture d'écran de la Figure 16 en montre dix tel qu'ils sont affichés dans la fenêtre de gestion qui leur est réservée⁷⁹.



Figure 16 : L'interface de gestion des métiers de Dofus

Les 18 métiers sont classés suivant trois types complémentaires. Premièrement, les « métiers de récolte ». Ils consistent à collecter des « matières premières » trouvées un peu partout dans l'environnement du jeu en cliquant dessus puis en attendant quelques secondes pour que le personnage les acquière. Ce sont donc les activités d'acquisition d'objets du jeu qui enclenchent des mécanismes logiciels de production d'objets. Deuxièmement, les « métiers d'artisanat » sont parfois aussi qualifiés de *craft*, suivant leur désignation anglaise. Ils permettent de se rendre dans des ateliers au sein des villages du jeu pour confectionner des équipements ou des consommables pour les personnages joués. Il suffit pour cela d'assembler des ingrédients qui respectent des « recettes » et d'attendre quelques secondes pour

⁷⁸ Quelques métiers supplémentaires avec des règles supplémentaires existent, comme les « éleveurs de dragodindes », mais nous ne les évoquons pas spécifiquement dans cette thèse.

⁷⁹ A partir de mai 2015, une mise à jour de Dofus suspend la limitation du nombre de métiers par personnage. Les concepteurs justifient cette mesure à cause de la généralisation du « multicompte », parfois utilisé pour exercer des trios de métiers différents et complémentaires sur chaque personnage.

voir si la manipulation est un succès ou un échec. Le taux de succès augmentant en fonction du total d'essais déjà réalisés. Par exemple, à droite sur la figure précédente quelques « recettes » détaillent les quantités de diverses matières premières nécessaires pour qu'un artisan « cordonnier » confectionne différents types de bottes. Une partie de ces matériaux de confection est fournie par les joueurs qui revendent des matières premières qu'ils ont collectées grâce à l'exercice d'un métier de récolte, une autre par les joueurs qui ont tué certains monstres pouvant parfois céder aléatoirement ces matières premières lorsqu'ils meurent. Les métiers d'artisanat regroupent donc des activités censées transformer des objets du jeu, mais qui du point de vue du logiciel en détruisent un grand nombre qui existaient dans le jeu, puis activent des mécanismes logiciels pour en produire un nouveau plus utile au personnage. Troisièmement, les « métiers de forgemagie » fonctionnent un peu comme les métiers d'artisanat, sur la base d'assemblages de matières premières. Ils ne permettent pas de produire de nouveaux objets, mais servent en revanche à améliorer les caractéristiques d'objets déjà conçus par des artisans, en leur ajoutant des points. En cas de succès, ces métiers détruisent des objets appelés « runes » qui font office d'ingrédients et améliorent des caractéristiques de l'objet, en cas d'échec, les runes sont détruites et les caractéristiques de l'objet se dégradent à moins qu'il soit complètement détruit.

Les métiers segmentent donc la production et l'amélioration des types d'objet par les personnages joués. Par exemple, un mineur ne pourra collecter que des minerais métalliques, puis un forgeron s'en servir pour confectionner des armes comme des épées ou des marteaux. Un paysan ne fera que collecter des céréales dans des champs pour les transformer en farines dont pourront se servir les boulangers, etc.

Plus le métier est « pratiqué », plus le personnage gagne des « niveaux d'expérience » spécifiques à ce métier. Ceux-ci ont 200 niveaux, comme les niveaux gagnés à la suite de combats, mais la progression de ces deux indicateurs est indépendante. L'accroissement du « niveau d'expérience » dans un métier permettra de confectionner des objets plus rares, avec des effets plus puissants. Un paysan pourra donc collecter des céréales plus rares que du blé, si et seulement si, il a déjà coupé suffisamment longtemps du blé dans les champs. Un poissonnier pourra de même préparer de nouveaux types de poissons une fois qu'il en aura au préalable préparé suffisamment à base de poissons moins rares, et ainsi de suite. Cela signifie que l'amélioration d'un métier demande de produire un grand nombre d'objets qui demandent aux joueurs différents types d'investissements, puis leurs produits pourront alimenter différemment le commerce entre les personnages du jeu.

Les métiers de collecte demandent d'investir du temps pour accumuler des matières premières en cliquant dessus les unes après les autres, ce qui fait augmenter à chaque fois le niveau d'expérience métier, puis la collecte peut être revendue directement. En revanche, l'augmentation du niveau des métiers d'artisanat et de forgemagie demande d'assembler des matières premières déjà acquises. À la différence des métiers de collecte, un personnage qui en détient de grandes quantités dont il a besoin pour ses recettes pourra programmer la

confection d'objets à l'avance, puis laisser son personnage les réaliser les unes après les autres. Le joueur doit donc surtout investir des Kamas dans cette activité, puis avoir une bonne connaissance des prix et des disponibilités de matières premières qu'il achète et des objets qu'il revend après les avoir confectionnés ou améliorés. Comme nous le constatons, les métiers demandent des formes d'investissement différentes aux joueurs. Ceux qui ont du temps et peu de Kamas privilégieront les métiers de collecte⁸⁰, alors que ceux qui ont beaucoup de Kamas et ne veulent pas passer trop de temps derrière leur écran préféreront les métiers d'artisanat ou de forgemagie. Les types de métiers étant interdépendants, la production et les transferts d'objets entre les personnages devraient donc être relativement bien structurés par les règles qui régissent les métiers dans Dofus.

3.4 – Les échanges marchands dans le jeu

Cherchons temporairement à faire abstraction de la spécificité ludique de notre objet. Le fonctionnement des systèmes d'échange monétaires d'un jeu en ligne se distingue pourtant encore de ce qui est décrit à propos du marché des changes électronique FOREXS (Knorr Cetina et Bruegger, 2003 ; Knorr Cetina et Crimpe, 2008). Celui-ci est présenté comme un « monde habité », qui existe parce qu'il est figuré à l'identique sur tous les écrans connectés. Grâce à cette représentation partagée, les courtiers du monde entier peuvent s'échanger de manière anonyme des titres, comme si la propriété d'atomicité de l'économie néo-classique⁸¹ y était parfaitement respectée. Les auteurs précédents opposent explicitement au modèle de marché classique, où la coordination a lieu entre des agents en réseau, un autre modèle où l'infrastructure technique d'un marché électronique « désintermédié » régit toutes les transactions marchandes⁸². Autrement dit, dans le cas d'un système d'échange monétaire qui, comme FOREXS, n'existe que par sa représentation sur écran, le programmeur du logiciel peut décider de supprimer *l'encastrement* des échanges marchands dans des relations sociales (Polanyi 1983 [1944]; Granovetter 1985; DiMaggio 1994). Les titres s'échangent sur l'interface graphique commune, de la manière imaginée par les concepteurs du logiciel, ce monde se soustrait aux expériences et aux relations sociales que les participants vivent à l'écart des écrans. Les échanges sociaux intrinsèques aux transactions marchandes sont réduits au minimum, il n'y a plus possibilité de négocier.

⁸⁰ Nous revenons plus longuement sur le profil socioéconomique des joueurs qui exercent les métiers de collecte dans les chapitres suivants.

⁸¹ Cette théorie postule notamment un choix exclusivement rationnel qui n'est pas influencé par celui des autres.

⁸² L'affirmation que les marchés financiers sont « désintermédiés » peut porter à confusion, elle supprime l'intermédiaire bancaire entre créateur et débiteur au profit de marchés, notamment où le capital est fractionné pour s'acheter sous forme d'actions. Toutefois elle supprime également les dispositifs techniques des banques de prêt pour y substituer un « marché électronique » prétendument transparent, mais qui impose pourtant ses propres intermédiaires, leurs réseaux relationnels et leurs outils techniques.

Nous nous distancions de l'approche précédente, car dans le cas de Dofus, les règles du change monétaire informatisé parviennent à être détournées par des joueurs créatifs hors du contrôle de l'autorité légitime du concepteur du jeu. Et ces types d'échanges se révèlent structurés, tout autant par les rapports sociaux dans le jeu, que par les technologies de paiement. Les transactions monétaires représentées sur des écrans ne sont donc pas en mesure de supprimer l'encastrement social des échanges monétaires dans un univers d'interactions ludiques, pas plus qu'elles ne parviennent à supprimer les *détournements* qui peuvent exister. Mais comme nous le verrons, elles orientent les trajectoires suivies par les monnaies, ainsi que l'organisation sociale du jeu. Se constituent des chaînes composées d'acteurs qui poursuivent deux objectifs distincts : faire du profit ou s'amuser sans investir trop de temps en jeu. Sans surprise, chercher à s'abstraire du cadre ludique pour étudier les trajectoires monétaires liées à un jeu s'avère donc impossible, ce que nous montrerons empiriquement dans la suite de ce chapitre.

3.4.1 – La conception hybride de l'économie des jeux en ligne. Redistribution et transferts marchands

Les équipements récupérés à l'issue de combats victorieux ou de la fouille des nombreux recoins du jeu permettent au personnage joué de mieux se battre et se défendre. S'il les a déjà ou en veut de meilleurs, il peut en faire le commerce contre des Kamas auprès des autres participants.

Une nouvelle pratique de jeu se détache donc progressivement au cours des sessions de jeu. Il s'agit de la mise en place entre les joueurs de plusieurs espaces d'échanges des objets collectionnés qui leur sont inutiles. Concrètement, ce sont des interfaces graphiques pour revendre à d'autres joueurs des objets d'occasion collectés en premier lieu après avoir tué des monstres. Ces interfaces d'échange contribuent donc à entretenir des spécialisations et des interdépendances entre des personnages combattants et marchands.

La divergence avec le modèle de l'attraction foraine intervient lorsqu'on s'intéresse aux échanges entre les joueurs. Le parcours ludique du joueur de MMORPG qui passe sa journée à tuer des monstres pour collecter des pièces d'or est spécifique, car le jeu lui donne les moyens d'échanger ses avoirs avec d'autres participants. Donc sa progression se ponctue d'échanges marchands avec des joueurs. Mais à la différence d'un forain impuissant devant les transferts de lots matériels entre joueurs, le concepteur d'un jeu en ligne maîtrise théoriquement toutes les propriétés d'échange des objets de son jeu. Certains jeux sur Facebook le prouvent, puisqu'ils limitent drastiquement de tels échanges. A contrario, le choix d'intégrer les échanges marchands aux interactions en jeu est souvent fait dans un MMORPG. Ils sont même encouragés par la définition de rôles de personnages qui sont interdépendants. Les discours de concepteurs évoquent souvent la volonté de simuler fidèlement l'économie hors du jeu :

On avait envie dès le début d'une économie entièrement gérée par les joueurs, que ça fonctionne au maximum entre joueurs. On est parti sur un système où les prix allaient être fixés par l'offre et la demande. Donc il fallait gérer la destruction de la monnaie du jeu et à la fois la génération. Et prévoir un système où vraiment tout est, où c'est un véritable arbre, c'est-à-dire que pour fabriquer une arme faut

passer par des matières premières qui sont elles-mêmes transformées par d'autres métiers. Ça crée une chaîne de métiers assez incroyable et surtout une dépendance des joueurs et une importance du commerce qui est capitale. (Frédéric, 29 ans, game designer)

Ce concepteur insiste sur la volonté partagée de simuler l'économie en vigueur hors du jeu, mais n'indique pas que cette tentative peut s'accompagner de *détournement* des échanges hors des frontières du logiciel de jeu. Or, sortir de ces frontières signifie aussi que d'autres participants peuvent tirer des gains substantiels de l'activité lucrative mise en place par l'entreprise de jeu vidéo. Construire une économie dans un jeu en ligne qui rapporte des bénéfices aux concepteurs s'accompagne donc d'un effort considérable pour conserver le contrôle de tous les canaux de circulation des lots à gagner. C'est pourquoi les joueurs en ligne ont le droit d'échanger entre eux les récompenses et les points cumulés au fil du jeu, à la condition toutefois d'utiliser les interfaces du jeu pour se les échanger. Celles-ci sont conçues pour qu'au sein du jeu s'organise une économie interne qui fonctionne en circuit fermé et ne débouche pas sur des échanges hors du logiciel de jeu.

Nous présentons à la suite les deux principales interfaces d'échange qui structurent le commerce entre les personnages joués dans Dofus. Nous montrons que chacune d'elles a des effets sur les activités des personnages joués qui ne sont pas les mêmes en fonction de leur richesse en kamas et de l'expérience qu'ont les joueurs de ces marchés aux objets de Dofus. Le design de ces interfaces induit donc chez les joueurs une réception différente, suivant des facteurs cognitifs liés à leur maîtrise du jeu. Les débutants consultent certaines offres par curiosité au cours de leur déplacement, alors que les joueurs confirmés en mobilisent plutôt de manière planifiée, voire calculée. Cette réception différente distribue les joueurs entre deux espaces sociaux de commerce en fonction de leur maîtrise du jeu.

3.4.2 – Le « *mode marchand* » incite les débutants à la flânerie

Un des systèmes de commerce les plus utilisés entre les personnages de jeu à l'intérieur de Dofus est le « mode marchand ». Il est repris à certains MMORPG plus anciens et ressemble par exemple très fortement au « *player owned vendor* » d'un des premiers MMORPG populaire⁸³, Ultima online (Origin systems, 1997). L'un des game designers qui a imaginé le « mode marchand » de Dofus souligne qu'à sa création, son intention était de faire en sorte que son usage corresponde « au petit bonheur la chance » des achats et des ventes dans le jeu. Il souhaitait que ce mode marchand agisse comme un frein aux comportements reposant sur la connaissance pure et parfaite d'une grande partie des offres et des ventes, ce que permet une autre interface marchande, « l'hôtel de vente », très répandue également dans nombre de MMORPG.

⁸³ Les éditeurs affirment qu'il s'agit du premier MMORPG à avoir rassemblé 100.000 joueurs abonnés.

En effet, le mode marchand est localisé dans l'espace géographique du jeu, avec des conséquences différentes sur la manière de faire du commerce dans Dofus, comme l'explique ce game designer :

Le mode marchand, même si très vite il aurait pu être totalement remplacé par les hôtels de vente, on a préféré le laisser, pour conserver cette dispersion de l'information économique. En effet, le problème qu'on a aussi avec les hôtels de vente concentrés c'est que le jeu peut être optimisé : j'achète pas cher, je revends, dans le temps peut-être, plus tard, plus cher ». L'avantage d'avoir l'offre du mode marchand c'est qu'il a une dimension géographique, c'est-à-dire qu'aller d'un point A à un point B ça te prend du temps, c'est pas forcément rentable de faire 50 maps pour trouver la laine de bouffetout la moins chère si dans le même temps t'as fait 12 combats qui te rapportent 10 fois ce que ça t'as coûté. (Frédéric, 29 ans, game designer)

La connaissance des objets qui sont proposés dans les modes marchands suppose pour les trouver de se déplacer souvent, ce qui est pour les joueurs coûteux en temps de jeu. Du côté du vendeur, avant de quitter le jeu, le marchand doit sélectionner une liste d'objets à vendre pour le prix de son choix⁸⁴.

Dans le cas de Dofus un personnage, sac à terre, symbolise le marchand à l'emplacement de sa déconnexion (cf. Figure 17) pendant un maximum de 72 heures d'affilée. Si leur personnage passe à proximité, les joueurs à la recherche d'une vente intéressante peuvent cliquer sur le sac et consulter les offres du marchand, représentées dans une fenêtre sur la gauche de l'écran (cf. Figure 18).



Figure 17 : La représentation graphique d'un personnage en « mode marchand »

Toutes ces spécificités font de l'appariement de celui qui cherche un objet avec celui qui en offre un événement hautement aléatoire. Le mode marchand correspond ainsi à un design « émergent », susceptible d'éviter que l'attention du flâneur ne soit plus autant sollicitée et qu'il s'ennuie.

Cette forme de « marché au petit bonheur la chance » réintroduit une figure du marché comme bric-à-brac généralisé, propre aux cabinets de curiosités, sous la figure du bazar (Geertz, 1978), ou, sous des formes plus contemporaines, avec la mosaïque des boutiques qui déplace l'apparent désordre vers la juxtaposition d'une

⁸⁴ Un système de vente comparable était présent dans le jeu en ligne Habitat (Lucasfilm games, 1986), qui a fait l'objet d'une description minutieuse par Farmer et Morningstar (1994).

multiplicité d'offres au cœur de la ville ou d'un *shopping mall* (Andrieu, Badot et Macé, 2004), ou bien avec le fantôme de réunion de tous les produits du grand marché universel, cher à la théorie économique, « sous un même toit » dans l'espace centralisé de l'hypermarché (Grandclément, 2008). Le marché, en jouant sur la multiplicité et la variation permet ainsi de « réenchâter » l'acte marchand. Un tel marché joue aussi spontanément et structurellement sur la multiplication et la variation continue des séries d'objets grâce au ressort de la mode et de ses collections (cf. Figure 18 dans la fenêtre de gauche pour l'illustration d'un catalogue d'offres d'un mode marchand). Plus largement, la constitution et la présentation harmonieuse des « gammes de produits » dans le secteur de la distribution jouent sur la séduction des assemblages et des combinaisons, et donc réintroduisent la curiosité au cœur du processus marchand.



Figure 18 : L'interface graphique qui présente à gauche et au centre les objets offerts par un personnage en « mode marchand »

Le « mode marchand » débouche toutefois sur des usages contrastés – qui peuvent être considérés comme inéquitables — en fonction de l'aguerrissement du joueur et du temps qu'il a passé à jouer avec son personnage. Ces contrastes apparaissent avec l'émergence rapide d'une différenciation foncière à l'intérieur de l'espace géographique du jeu. Les emplacements pour installer son « mode marchand » qui sont situés dans des endroits très fréquentés sont vite très prisés, car les

transactions commerciales y aboutissent beaucoup plus fréquemment. De plus, la demande y étant plus importante, les possibilités de surévaluer le prix pour le joueur offreur sont donc meilleures. De ce fait, les joueurs expérimentés, incarnant de riches marchands, se sont organisés pour obtenir les meilleurs emplacements de manière systématique et ils se sont mis à préempter l'ensemble des zones les plus passantes pour y faire du commerce. Or, parce que le logiciel de jeu créé par les concepteurs doit garantir l'ergonomie de l'usage ludique, le nombre d'emplacements marchands à l'intérieur d'une même carte de jeu a été limité à huit et aucun marchand ne peut y rester plus de 72 heures d'affilée.

Pour cette raison, les joueurs novices en sont donc constamment exclus. Parce que ceux-ci n'ont pas conscience de l'importance stratégique de ces emplacements, ils ne parviennent pas à s'organiser pour les obtenir. Un joueur expert nous indique sa pratique de localisation systématisée de son personnage en « mode marchand » :

Je me mets à un emplacement précis où je reviens tout le temps. Devant le donjon, devant un donjon que tout le monde le fait en boucle. Où il y a du trafic en gros. (Christian, 24 ans, joueur de Dofus depuis 2008)

Les vendeurs en mode marchand se concentrent donc progressivement dans les zones fortement fréquentées par de potentiels clients. Taylor a décrit les problèmes d'ergonomie que cela posait dans le jeu Everquest, il s'agit en substance de ralentissements de l'affichage qui rendent le jeu inutilisable (Taylor, 2006b). Si rien n'est fait par les concepteurs du jeu Dofus, l'accroissement incontrôlé du nombre de modes marchands dans certaines zones très fréquentées menaçait donc là aussi d'altérer la qualité de l'accès au jeu de manière catastrophique et pouvait à terme faire abandonner nombre de joueurs. Les concepteurs de Dofus ont choisi d'y remédier en limitant le nombre de marchands par écran de jeu. Le joueur précédent nous expose les conséquences d'un tel choix :

Par carte on peut être six ou sept modes marchands. Ce qui fait que, là où sont les THL⁸⁵, sachant que c'est un endroit qui est très regardé, c'est là où s'il y a une place de libre dans la journée, si tu la prends et que tu mets en vente un objet ridicule, je veux dire un objet qui vaut rien du tout, et bien tu peux le revendre super cher. En fait la personne qui va venir acheter ton objet il n'achète pas ton objet, il achète ton emplacement, comme si on louait une place de parking. (Antoine, 24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Ce même joueur décrit la manière dont se regroupent dans le jeu les vendeurs les plus riches et les mieux organisés :

Il y a des zones de cartes où c'est des très hauts *level*, il y a certaines cartes qui sont basées au centre de la carte de Dofus, c'est vers Amakna. Deux cartes sont très ciblées, il y a tous les THL qui passent leur temps de dessus. (Antoine, 24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

⁸⁵ Le « très haut *level* » ou « THL » désigne les personnages les plus puissants et les plus riches du jeu.

Une autre source d'iniquité qui a tendance à séparer les activités des joueurs de niveau différents tient à la constitution de réseaux privilégiés de marchands, liés entre eux par le système de carnets de commandes que nous avons déjà décrit au chapitre précédent. La localisation libre des modes marchands tout au long du jeu a généré tout un effet d'inégalité lié au fait que les meilleures affaires ne s'y trouvaient généralement pas. Elles ont été mises de côté, réservées aux utilisateurs qui disposaient de capital social et économique à l'intérieur du jeu, du fait d'une pratique de carnets de commandes. Les vendeurs les plus expérimentés du jeu se sont mis à privilégier des systèmes de carnets de commandes qu'ils organisent le plus souvent à l'écart, sur des *Skyblogs* externes au jeu, ne communiquant l'adresse du site qu'en priorité aux membres de leurs réseaux sociaux.

Encadré n° 8 : L'effet sur les pratiques marchandes de mises à jour du fonctionnement du « mode marchand »

Une grande partie des joueurs débutants sur Incarnam n'est pas encore abonnée et n'a pas l'autorisation de créer un espace de vente de type « mode marchand ». Ceux qui commencent le jeu en étant abonnés le peuvent, mais ne sont pas assez familiarisés avec les interfaces du jeu pour savoir comment devenir eux-mêmes vendeurs. Les concepteurs du jeu souhaitent diversifier l'offre marchande sur ce territoire et trouvent finalement un moyen simple de le faire grâce à des mises à jour du logiciel de jeu.

Une première datée du 23 août 2010 ouvre l'accès d'Incarnam aux personnages avec un « niveau d'expérience » supérieur à 20. Dans les faits, elle autorise les joueurs abonnés et expérimentés à retourner sur Incarnam quand ils le veulent. Le 15 février 2011, une autre rend possible le placement de son personnage en « mode marchand » sur Incarnam ce qui donne aux joueurs experts une raison de s'y rendre pour tenter de gagner des Kamas. C'est ainsi qu'à partir de 2011, un peu partout sur le territoire d'Incarnam, apparaissent progressivement des personnages vendeurs contrôlés par des joueurs expérimentés.

Cette démultiplication des « modes marchands » proposés par des joueurs experts encourage les débutants à la consultation d'offres d'objets un peu n'importe quand, au cours des déplacements de leurs personnages. Toutefois, la situation a aussi des conséquences imprévues, puisqu'elle incite les débutants qui souhaitent vendre à le faire de préférence sur les « hôtels des ventes » où la concurrence qui ne dépend pas de la réservation de places d'achalandages est un peu moins rude pour eux. Cette interface est également favorisée pour l'achat des débutants comme nous allons le voir dans la suite.

3.4.3 – L'hôtel des ventes favorise les débutants

Parmi les interfaces graphiques prévues pour faire du commerce dans Dofus, l'« hôtel des ventes » est sans doute l'une des plus importantes. Son usage est privilégié par les débutants. Les « hôtels de vente » sont une interface d'échange où les joueurs peuvent accéder à des offres d'objets proposées à l'échelle d'un village du jeu. Ce dispositif centralise donc les offres qui y sont déposées, contrairement aux « modes marchands » qui listent respectivement les offres d'un seul marchand et les localisent à chaque fois dans un lieu différent du jeu. Les offres des deux systèmes restent toujours indépendantes, un objet ne pouvant pas être proposé simultanément au moyen des deux modes de commercialisation.

Les « hôtels des ventes » sont représentés par des bâtiments qui centralisent les offres d'objets en vente rassemblées dans environ 9 lieux géographiques fixes du jeu. Ils constituent un marché centralisé où se confronte un grand nombre d'offres de biens du même type, sans dispersion géographique importante. Pour les acheteurs débutants, ces lieux de commerce sont les plus pratiques. D'une part, du fait de la forte concentration dans quelques lieux seulement de la plupart des offres des joueurs, les biens de raretés modérées que recherchent les débutants y sont généralement disponibles. D'autre part, les « hôtels des ventes » sont identifiés par les types de biens qui s'y vendent, par exemple des ingrédients pour fabriquer des potions, des armes tranchantes, des pierres précieuses, etc. Les acheteurs savent donc dans quelle zone géographique du jeu ils doivent se rendre pour consulter les offres de chaque type d'objet et peut-être y trouver celui qu'ils recherchent. Pour les vendeurs, s'ils ne sont pas encore abonnés à Dofus, les « hôtels des ventes » sont le seul moyen de vente qui leur permet de ne pas négocier les prix en temps réel et de laisser jusqu'à 5 offres de ventes différentes pour une durée inférieure à 72 heures après leur déconnexion. Au-delà de ce délai, le bien qui n'a pas trouvé preneur est retourné à l'offreur, s'il souhaite ne pas devoir se reconnecter trop souvent pour remettre l'objet en vente, l'offreur propose donc d'emblée un prix bas, ce qui profite aux acheteurs débutants qui n'ont pas beaucoup de Kamas.

La Figure 19 représente l'affichage de l'interface du « mode achat » d'un « hôtel des ventes » pour les objets de type « ressources » qui servent à la confection de divers équipements utiles au début du jeu.



Figure 19 : L'interface graphique d'un « hôtel des ventes »

La fenêtre « Inventaire » située à droite affiche tous les objets contenus dans le sac du personnage joué avec en dessous la somme d'argent en sa possession. La fenêtre de gauche intitulée « objets en vente » liste par ordre alphabétique les objets proposés à la vente (le petit menu déroulant « catégorie » permet de filtrer les offres par sous-type d'objets, par exemple ici il est possible de n'afficher que les laines et toisons). Pour l'objet sélectionné dans la fenêtre de gauche, la fenêtre du centre détaille le prix à payer pour obtenir l'objet dans 3 quantités standard. En dessous, le bouton « Acheter » vire du grisé à l'orange clair lorsqu'une quantité d'objets est sélectionnée et que le personnage joué a suffisamment de Kamas pour se la payer.

Un peu après sa mise en place en novembre 2004, des modifications sont progressivement ajoutées à l'interface de « l'hôtel des ventes ». Antonio explique quelle a été la première qu'il a remarquée et l'influence qu'elle a eue sur sa manière d'acheter :

À un moment, ils ont changé le système d'hôtels de vente, maintenant tu mets tes prix et il n'y a que le prix le plus bas qui est affiché à l'écran. Donc là, ça devient intéressant quand même pour moi quand j'ai pas beaucoup de Kamas, le système

d'offre « je mets un prix plus bas » au lieu de tous les prix. (Antonio, 20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

Les offres disponibles sont habituellement très nombreuses pour les objets peu rares. La modification qu'évoque Antonio concerne la suppression de l'affichage des offres par la date de mise en vente, de manière antéchronologique. Désormais, l'interface n'affiche qu'une seule offre correspondant au prix le plus bas proposé par l'ensemble des vendeurs, et seulement trois quantités sont possibles, un, dix et cent exemplaires. Enfin, en décembre 2006, l'affichage d'un « prix moyen » unitaire est ajouté en bas à droite de la fenêtre d'achat située au centre. Le mode de calcul de la moyenne n'est pas divulgué. Toutefois, comme l'indique Antoine, pour chaque type de bien, ce prix moyen reflète les ventes réellement réalisées et il a un effet significatif sur sa conduite en tant que vendeur :

Grosso modo, dans le monde de Dofus il y a plein d'hôtels de vente qui peuvent concerner plein d'items différents. Et dessus ils ont ajouté le prix moyen auquel part l'élément qui est mis en vente, parce que sur un hôtel de vente, chacun peut mettre le prix qu'il veut pour le même objet. Et le prix moyen, en fait une fois que tu as un tout petit peu joué, tu remarques que c'est un prix [calculé sur] des ventes effectives, le prix que les gens ont bien concédé de payer pour cet objet-là. Donc pour vendre, je me base en fonction de ça. Et généralement, je demande un peu plus, peut-être 20 pour cent de ce qu'il y a marqué, pas plus. (Antoine, 24 ans, joueur de Dofus entre 2005 et 2010)

Plusieurs enquêtés nous indiquent que lors de leurs ventes, ils prennent en compte le prix moyen et s'en écartent d'autant moins qu'ils veulent écouler leur offre rapidement, atténuant les fluctuations de prix à la hausse. De surcroît, ce « prix moyen » prodigue un repère aux débutants qui n'ont pas une bonne connaissance des prix, qu'ils soient acheteurs ou vendeurs.

Ces modifications de l'affichage de « l'hôtel des ventes » traduisent une tendance générale des interfaces marchandes de Dofus à favoriser les acheteurs au détriment des vendeurs. Dans un contexte où les vendeurs sont souvent un peu plus expérimentés que les acheteurs, il s'agit en premier lieu d'avantager les débutants. Ceux-ci sont défavorisés par les usages sociaux des deux autres formes d'interface marchandes. Elles dispersent les offres là où les personnages vendeurs se trouvent, à l'avantage des joueurs qui ont une meilleure connaissance des prix habituellement pratiqués. Le concepteur des interfaces marchandes résume finalement ces choix de design :

Mon cœur a toujours balancé si tu veux entre l'extrême : le prix moyen connu par tout le monde, l'information économique accessible à tout le monde [...], avec l'avantage de favoriser à fond le débutant qui sait qu'il va vendre au meilleur prix, qu'il va acheter au meilleur prix, qu'il va jamais se faire rouler parce qu'il connaît les prix. Donc ça, c'est très sympa pour l'accessibilité du plus grand nombre. Mais pour moi, il y a aussi une grosse perte dans la mécanique économique de « je suis un bon commerçant, [ou] je suis un bon acheteur, [donc] je suis un bon joueur ». (Frédéric, 29 ans, game designer)

La version actuelle du jeu a su maintenir une cohabitation entre des systèmes de commerce différents. Les « hôtels des ventes » favorisent les débutants, alors que d'autres valorisent davantage les talents de commerçant et la connaissance des prix

de joueurs expérimentés. L'« hôtel des ventes » encourage donc l'acquisition rapide d'équipements performants chez les débutants qui s'intéressent un minimum aux techniques de commerce du jeu. Cela leur évite de prolonger des confrontations ennuyeuses avec des monstres qui sont toujours les mêmes, susceptibles d'adopter toujours la même stratégie de combat. À l'inverse, les « hôtels des ventes » facilitent l'accès à des équipements qui encouragent la diversité des pratiques de jeu et permettent aux débutants de se confronter plus rapidement à de nouveaux types de monstres.

3.4.4 – *Le phishing comme méthode de vol à grande échelle*

Le vol est surtout pratiqué dans Dofus au travers de l'activité de *phishing* qui consiste d'abord à voler un grand nombre de comptes clients. Pour cela, le *phisher* fait croire qu'une authentification du personnage du jeu réalisée sur un site web factice et piégé a eu lieu sur celui de l'entreprise officielle du jeu. Le but est généralement d'extorquer le mot de passe du joueur pour « vider son personnage ». Cette technique de vol mobilise beaucoup Ankama parce qu'elle a pris une ampleur inquiétante. Dofus propose un contexte favorable pour le vol à grande échelle des comptes clients. En effet, les chances de réussir ce type de vol sont importantes pour un jeu en ligne qui s'ouvre à des publics relativement jeunes et crédules. Toutefois, un salarié d'Ankama précise qu'une autre raison conjoncturelle majeure explique l'explosion de cette pratique :

Les sites de phishing sont aussi intimement liés à la recrudescence du goldselling. À partir du moment où tout le contenu du jeu a commencé à pouvoir se revendre sur internet, à avoir une valeur réelle ; à partir du moment où des gens ont pu voir que « tiens tel objet du jeu je pourrais le revendre contre des Kamas pour me faire après 300 euros » ; bah, là ils se sont dit « j'ai tout intérêt à voler un max de Kamas à plein de joueurs ». (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

Si le « phishing » devient central dans un jeu comme Dofus, c'est parce qu'il est étroitement lié avec l'activité des sites internet de courtage en monnaies des jeux en ligne dits de « goldselling »⁸⁶. Ceux-ci sont spécialisés dans la revente en euros sur internet des monnaies des jeux en ligne. Pour gagner des euros, les « phishers » convertissent en Kamas les objets du compte volé : ils écoulent ces objets revendus au plus vite à un autre joueur pour un prix modique. Les Kamas ainsi obtenus dans Dofus sont ensuite revendus sur internet contre des euros, à des « goldsellers », c'est-à-dire des courtiers indépendants d'Ankama qui les écoulent auprès d'un plus grand nombre de joueurs à partir de sites internet spécialisés.

La circulation très rapide des objets, et de la monnaie du jeu obtenue en contrepartie, complique singulièrement le travail des salariés d'Ankama, qui rechignent généralement à restituer les objets volés et à annuler l'intégralité des recels en chaîne qui s'ensuivent. Les salariés de l'entreprise restituent le compte client au joueur volé, mais pas les objets du jeu dont il a été dépossédé. Ils

⁸⁶ Les filières de revente en euros des Kamas sur des sites internet indépendants d'Ankama appelées ici « goldselling » sont étudiées en détail à la fin du chapitre 6 consacré au farm lucratif.

procèdent de la sorte dans l'espoir que ces sanctions éduqueront progressivement les joueurs qui se font « pigeonner » une fois, ainsi que leurs amis dans Dofus. Cette stratégie de punition des victimes est préférée à l'annulation de toutes les transactions provoquées à la suite du recel initial, de peur de démultiplier les plaintes des joueurs qui sont des receleurs intermédiaires, et étaient dépourvus de moyens pour qualifier l'origine immorale des objets dont ils ont profité.

En pratique, cette manière de collecter de l'argent du jeu fonctionne comme une variable d'ajustement, lorsque la répression s'accroît sur les techniques de production massive de Kamas à des fins lucratives⁸⁷, la méthode consiste pour les joueurs qui veulent gagner des euros en revendant des Kamas à capter au moyen d'arnaques ceux qu'on déjà produit les autres joueurs. C'est ce qu'un salarié explique très clairement au sujet de la suppression massive de personnages qui ont été identifiés avec certitude comme étant des « bots »⁸⁸ :

Oui, on a remarqué ça déjà. On va taper au cœur, quand on fait des « one shot » comme ça au cœur des « bots »⁸⁹, généralement derrière y a une grosse vague de vols de comptes. Les mecs ils ont perdu X tunes, ils ont perdu X comptes, derrière on s'aperçoit que la création des comptes sur 24 heures elle monte en flèche sur les stats, on s'aperçoit que les sites de phishing reportés⁹⁰ ils remontent en bloc parce que les mecs ils balancent un bloc de sites de phishing, pour pouvoir avoir plein de jeunes qui vont se connecter dessus, qui vont se faire arnaquer, récupérer plein de Kamas, et c'est une boucle comme ça. C'est une boucle qui tourne comme ça, ça ne s'arrête jamais. (Alan, 26 ans, salarié d'Ankama)

Une méthode d'acquisition de Kamas volés s'articule donc à une méthode de production à la chaîne de Kamas. Elles sont intimement articulées entre elles et comme nous le verrons, elles semblent servir les mêmes réseaux d'organisations.

3.5 – Les pratiques de réabonnement des joueurs sans budget

Les interfaces d'échange d'objets de valeur pour Dofus ne se limitent pas à tracer les contours de *communautés de paiement* restreintes à de stricts transferts entre les personnages joués enfermés dans le jeu Dofus. Des *communautés de paiement* concernent bien souvent des échanges d'objets du jeu en contrepartie de

⁸⁷ Elles sont souvent appelées « goldfarming », nous les décrivons en détail dans le chapitre 6 consacré au farm lucratif dans Dofus.

⁸⁸ Les deux principales techniques pour produire en masse des Kamas en vue de leur revente en euros consiste à tuer des monstres de manière très répétitive, ou à programmer un logiciel appelé « bot » qui automatise les combats en boucle contre des monstres, qui peuvent alors se poursuivre indéfiniment, jusqu'à ce que le joueur se fasse repérer par les salariés d'Ankama à cause de son activité de jeu atypique.

⁸⁹ Il s'agit d'identifier les routines programmées à l'identique sur un grand nombre de « bots » et de tous les supprimer en une seule fois des bases de données où se trouvent les comptes clients de Dofus.

⁹⁰ Certains joueurs dénoncent les sites de phishing auprès du service client d'Ankama, malheureusement cela suppose dans bien des cas qu'ils ont subit une arnaque.

versement d'euros qui ont lieu hors du logiciel de jeu. Pour comprendre ce phénomène, nous revenons rapidement sur le modèle économique « pay to play » des jeux de la génération de Dofus. En effet, avant les années 2010, l'accès à la plupart des MMORPG était payant et s'effectuait pour nombre de joueurs sur internet par des virements automatiques à partir d'une carte bleue. La gestion budgétaire était relativement simple, soit le joueur dépensait l'argent pour être autorisé à se connecter à l'intégralité du jeu pendant une période donnée de l'ordre du mois à l'année, soit il ne payait pas et ne pouvait plus le fréquenter.

Vers 2010, l'usage des modes de paiement se modifie considérablement dans les MMORPG. Dans le cas de Dofus, nous remarquons par exemple qu'après une dizaine d'heures de jeu seulement, tous les joueurs de Dofus que nous avons vus en entretien avaient décidé de payer pour prolonger leur pratique gratuite. Même si parfois ce paiement a pu être suivi d'une longue période sans pratique de Dofus, elle a toujours débouché sur la reprise durable. Cette manière d'émailler l'abonnement au long cours de pauses intermittentes plus ou moins prolongées est symptomatique des usages originaux des modes de paiement utilisés pour jouer à Dofus. Le premier a déjà été abordé dans le chapitre précédent, c'est l'aménagement d'une zone de jeu gratuite, conçue pour que les débutants finissent par payer un abonnement. Le second est le paiement par téléphone d'un abonnement d'une semaine. Ce moyen de paiement s'articule étroitement à l'accès gratuit pour flexibiliser les conditions d'accès au jeu et déboucher sur des pratiques de paiement plus complexes que dans le cas d'autres produits concurrents. La troisième est l'usage d'une monnaie intermédiaire appelée Ogrine qui autorise le report du paiement de l'abonnement sur d'autres participants auquel le joueur cède en échange de grosses sommes de monnaie du jeu. Souvent, ces montants de Kamas importants sont collectés au plus vite en se concentrant sur des activités de jeu très répétitives, c'est-à-dire que les joueurs qui se réabonnent de la sorte modifient en profondeur leurs manières de jouer.

3.5.1 – *L'abonnement par « code audiotel ». Du paiement individuel, à l'échange contre des Kamas*

La zone gratuite de Dofus est pensée pour inciter les joueurs à s'abonner, au-delà d'un certain temps c'est même la condition posée à leur progression. Dans le cas de Dofus, l'accès à l'intégralité du jeu s'obtient par l'abonnement périodique à la version payante.

La méthode usuelle pour s'abonner à Dofus est le paiement sur le site web du jeu par virement bancaire ou avec une carte bleue. Ces modes de paiement classiques autorisent une souscription allant d'un mois à un an⁹¹. Ces modes d'abonnement sont répandus dans un grand nombre de jeux en ligne où ils sont utilisés par les joueurs qui peuvent se payer une carte bleue, ou ont au moins un accès aisé à un compte bancaire qui leur appartient s'ils sont salariés, ou qui est à

⁹¹ Le souscripteur reçoit à cette occasion des cadeaux d'abonnement qui suscitent la convoitise, par exemple les « familiers d'abonnement » dont il a été question plus haut dans ce chapitre.

leurs parents si ceux-ci ne voient pas d'inconvénients à financer régulièrement l'abonnement de leur enfant.

Ce type de paiement de l'abonnement à Dofus a la particularité d'imposer une étape préliminaire : avant de payer, le joueur doit authentifier son compte client à l'aide de son mot de passe. Le prolongement de l'abonnement concerne donc le compte client authentifié. Aucun transfert ultérieur de l'abonnement n'est alors possible d'un compte client du jeu à un autre. La conséquence du paiement par virement ou carte bancaire est d'attacher l'abonnement au compte client utilisé par le payeur. Pour faire partager l'abonnement à un autre joueur, il faut partager avec lui l'identifiant de son compte client abonné, pour qu'il s'en serve pour jouer avec un des personnages qui y sont déjà associés. On ne peut donc pas échanger ultérieurement son abonnement contre de l'argent du jeu à des joueurs qui voudraient l'utiliser pour des personnages de jeu attachés à des comptes clients différents.

Pourtant, le site web de Dofus encourage les joueurs à opter pour un mode de paiement alternatif qui à long terme leur revient plus chers. Il s'agit de payer l'abonnement par tranches hebdomadaires, grâce à un appel téléphonique⁹². Une pratique auxquels ont recours nos enquêtés joueurs, lorsqu'ils sont encore scolarisés ou qu'ils sont salariés, mais connaissent des fins de mois difficiles. Dès 2004, le service appelé est sous-traité par Ankama au prestataire AlloPass et il permet d'acheter un code d'abonnement téléphonique appelé « Audiotel » ou « code audio » parce que ce code alphanumérique est dicté par un automate vocal.

L'achat individuel pour s'abonner

L'abonnement mensuel correspond à la durée de souscription couramment évoquée parmi nos enquêtés joueurs. Émile compare le coût de l'abonnement sur cette durée avec différents moyens de paiement :

L'abonnement, moi je faisais par Audiotel, tout simplement. Comme j'ai quasiment tout le temps joué avec un seul personnage, c'était trois ou quatre Audiotels par mois. Un code audio, en lui-même c'est rien, il suffit de passer un coup de fil à un répondeur pour l'avoir et tu sais que ça te coûte à peu près un euro trente par code pour une semaine d'abonnement [souvent dans les deux euros en réalité]. Ça fait cinq euros quatre-vingt par mois si tu prends avec des Audiotels toutes les semaines, au lieu de cinq en CB, donc ça va quoi. (16 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

Cette comparaison des coûts d'abonnement confronte les moyens de paiement couramment utilisés par nos enquêtés joueurs. Le coût d'abonnement mensuel grâce à l'achat de codes « audiotel » est d'environ six euros, soit un surcoût d'un

⁹² La libéralisation de France-Télécom est suivie au milieu des années 2000 par celle des numéros surtaxés. Les grandes étapes de la libéralisation des « Services à Valeur Ajoutée » sont détaillées sur le site de l'autorité de régulation des télécoms (<http://www.arcep.fr/?id=10047>). Même si depuis 2007 les marges des opérateurs télécoms ont légèrement crues, à partir de cette date le paiement par appel surtaxé peut être proposé par des entreprises indépendantes françaises fournisseuses de contenus. Par exemple, l'entreprise Allopass le fait à des prix un peu plus attractifs pour les usagers finaux qu'au temps du monopole étatique.

euro par mois en comparaison d'un abonnement équivalent par carte bancaire. Même pour des jeunes qui ont du mal à trouver de l'argent, ce coût reste faible. Ces joueurs peuvent le payer grâce à leur forfait téléphonique mensuel qui est de l'ordre d'une dizaine d'euros.

Pour le joueur qui suit la procédure décrite sur la capture d'écran de la Figure 20, les codes audiotel permettent de jouer en ponctionnant les crédits de télécommunication d'un téléphone, fixe ou mobile.



Figure 20 : La procédure d'achat et d'abonnement par « code Audiotel » détaillée sur le site web de Dofus

Pour commencer, le joueur appelle un numéro surtaxé dont le coût est d'environ deux euros. Il obtient un code alphanumérique, le « code Audiotel ». Une fois authentifié avec son compte client, il saisit son code dans la case de gauche sur le site web officiel du jeu Dofus puis obtient une semaine d'abonnement.

Si ce mode de paiement se popularise tant pour Dofus c'est parce que dans les années 2000, les jeunes Français s'équipent massivement de téléphones mobiles avec des souscriptions qui sont usuellement les mêmes que celles qu'Émile décrit :

Pour le mobile, j'ai toujours eu un forfait assez basique à 20 euros avec des SMS illimités. Ça marche bien vu que je passe peu d'appels, les jeunes comme moi c'est beaucoup par SMS en fait. (16 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

Avant 2012, à l'époque où l'opérateur Free n'était pas encore entré sur le marché avec des offres qui ont fortement tiré les prix vers le bas, les abonnements téléphoniques privilégiés par les parents pour maîtriser les consommations de leurs

enfants étaient les « forfaits bloqués », un prélèvement automatique mensuel sur le compte bancaire limitant le montant qui peut être dépensé en communications pour appeler depuis le téléphone. La majorité des jeunes joueurs vus en entretien autour de 2011 déclare avoir eu, au cours de leur carrière antérieure de joueur, un abonnement pour leur téléphone avec un forfait bloqué d'un montant de 20 à 30 euros par mois. Celui-ci est souvent couplé à la possibilité d'envoyer un nombre de SMS illimité, ce qui permet de réaliser la majorité des communications par SMS pour réserver le montant du forfait à l'abonnement au jeu.

Quand les joueurs dépendent financièrement de leurs parents, ces factures téléphoniques sont souvent financées par le compte bancaire d'un des adultes de la famille. Offrir un forfait bloqué pour le téléphone mobile des enfants a pour effet imprévu de limiter les dépenses pour Dofus. Dans certains cas, les jeunes joueurs trouvent toutefois que la durée de leurs communications téléphoniques est trop restreinte. Émile est représentatif des nombreux joueurs débutants qui se sentent un peu trop contraints par leur forfait bloqué et cherchent à diversifier leurs sources de financement :

Pour moi, en gros si j'enlève l'abonnement à Dofus par audiotel, ça fait 15 euros de communication sur mon forfait par mois. Mais des fois c'est trop juste. Du coup pour appeler plus avec le mobile, en mélangeant les audiotels depuis fixe et portable ça passait inaperçu sur mon crédit comme sur celui du fixe de la maison. Donc hop, deux ou trois codes audio que je prenais par le portable et un par le fixe. Et celui de la maison, je crois que ma mère était au courant, mais ça a pas causé de problème, car c'était pas des grosses sommes. (16 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

Les débutants comme Émile n'ont qu'un seul compte joueur pour Dofus. Au regard du montant de leur forfait bloqué, ils peuvent donc ponctionner relativement peu d'argent sur les autres lignes téléphoniques – familiales pour la plupart — qui leur sont accessible, si bien que les parents restent généralement conciliants quand l'argent dépensé pour les jeux vidéo est le problème. Lorsque c'est la pratique du jeu vidéo en elle-même qui est un problème pour les parents, ils cherchent généralement à interdire totalement l'accès aux jeux en ligne. Dans les nombreux cas où comme chez Gwenaël les parents cherchent à exercer un contrôle total sur les pratiques vidéoludiques, l'abonnement par téléphone joue un rôle différent pour les joueurs :

L'abonnement par téléphone c'était pratique, parce que je peux pas m'abonner autrement. J'étais mineur là, j'avais aucun moyen de paiement, je pouvais pas téléphoner. Mes parents voulaient pas que j'appelle des numéros surtaxés, ils contrôlaient la facture du fixe. Sinon, mes parents voulaient pas que je m'abonne sur internet avec leur CB. Donc je pouvais m'abonner d'aucune façon avant d'avoir un mobile. Mon mobile, je l'ai eu quand j'ai commencé à travailler à Mac Do et que j'ai pu me le payer seul. Donc avant le job, ben j'ai demandé à un copain. Une fois par exemple, je lui ai donné de l'argent liquide que mes parents m'avaient donné pour aller au ciné pendant les vacances et son père m'a abonné un mois. Sinon de temps en temps je passais deux euros en monnaie à un pote et il téléphonait avec son mobile pour m'avoir un audio code d'une semaine. (20 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

Le paiement par téléphone donne la possibilité de transférer de l'argent liquide vers un moyen de paiement viable pour s'abonner à Dofus. Celui-ci est également moins contrôlé par les parents que la carte bleue. De plus, le paiement par téléphone est compatible avec la souscription d'un abonnement pour Dofus lorsque les joueurs sont dépourvus d'un compte bancaire personnel. Il est donc mobilisé par la majorité des *joueurs sans budget*.

Les joueurs qui utilisent leur forfait bloqué de téléphonie mobile d'une vingtaine d'euros pour s'abonner reportent donc une partie de leurs télécommunications sur d'autres téléphones ou d'autres canaux, par exemple les SMS, MSN ou Facebook. La rente qu'ils se constituent en économisant une partie de leur forfait est ensuite dépensée pour s'abonner à Dofus, sans que les parents s'en rendent forcément compte. Ceux-ci peuvent pourtant être les financeurs des facturations téléphoniques, mais ils ne remarquent pas nécessairement que le paiement ne concerne pas une communication par téléphone, mais qu'il permet de jouer en ligne. C'est ainsi qu'Ankama et Allopass parviennent à capter une fraction de l'argent alloué chaque mois à l'usage de téléphones mobiles de jeunes Français.

L'acquisition contre des Kamas

Pour mener à bien nos entretiens avec de jeunes joueurs, nous avons eu un grand nombre d'interactions avec des parents, soit parce qu'ils ont souhaité nous parler avant l'entretien pour faire connaissance, soit pour négocier les conditions de l'entretien avec leur enfant mineur. À ces occasions, ils ont souvent fait état de plaintes relatives aux factures téléphoniques des postes du foyer familial. Elles visent les achats d'abonnement de leur enfant joueur lorsqu'ils sont anormalement fréquents. Comme dans le cas suivant, recueilli lors d'un entretien avec Sébastien, un joueur de 14 ans. Son père Evgeni est resté à proximité pendant l'entretien et il interrompt finalement la discussion pour apporter quelques précisions aux explications de son fils :

Bruno Vétel : Et ton téléphone, tu as quoi comme abonnement ?

Sébastien : Avec un forfait bloqué de 30 euros.

Bruno Vétel : Et tu l'utilises pour t'abonner à Dofus ?

Sébastien : Ouais des fois, ou sinon quand j'ai plus de crédit, je prends celui de ma mère.

Bruno Vétel : Tu prends celui de ta mère. Elle est au courant ?

Sébastien : Nan (rire léger).

Evgeni : Et téléphone de la maison, téléphone de son grand-père, de sa grand-mère, de sa mère. Le mien, il n'ose pas toucher souvent.

Dans ce cas, la démultiplication des téléphones utilisés pour s'abonner à Dofus est surprenante dans la mesure où ce joueur a déjà un forfait téléphonique important de 30 euros par mois. La majeure partie des CA qu'il collecte ne lui sert en réalité

pas pour se réabonner lui-même, mais pour les échanger contre de l'argent du jeu. Cela est possible, car contrairement au virement et à la carte bancaire, le CA permet quant à lui de dissocier l'abonnement à Dofus du compte client du joueur qui paye. Comme la capture d'écran de la Figure 20 l'indique, l'appel téléphonique à l'entreprise Audiotel permet de payer et d'obtenir le code (étape 2 et 3), mais son association avec le compte client du joueur se fait seulement après la validation qui a lieu à la fin de la procédure (étape 5). Alors que la transaction par virement et carte bancaire abonne automatiquement le compte client authentifié dès que le paiement est effectué, l'achat d'un CA rend donc possible son échange ultérieur contre de l'argent du jeu.

Les effets sur les pratiques de jeu : le trafic de Kamas et les arnaques

Le trafic de CA ne suit pas exactement la même séquence que l'abonnement par CA. Une fois le code acheté, le trafiquant ne va pas le renseigner dans l'espace d'abonnement du site web de Dofus (étape 4). À la place, il l'échange avec un autre joueur qui l'active pour son propre compte. Des joueurs achètent donc ces codes contre des euros et cherchent à les échanger contre de l'argent du jeu. Ils réalisent une opération de *conversion monétaire* que les concepteurs n'avaient pas imaginée et qui échappe à leur contrôle. Les CA facturés sur la note téléphonique sont donc revendus contre de l'argent du jeu. Ceux qui se spécialisent dans l'approvisionnement de codes sont nommés par les autres joueurs les « fournisseurs ». Ceux qui échangent la plus grande quantité de CA sont souvent discrets, peu nombreux⁹³ et s'insèrent dans des réseaux de sociabilités raccordés aux guildes les plus puissantes du jeu, pour une raison qu'expose un meneur influent :

Dans ma *team* [guilde regroupant 60 personnes] pour tout ce qui est abonnement, ça passe par moi. Je le fais par le mec [le « fournisseur »], je paye tout au mec en même temps [en Kamas]. En échange j'ai tant de codes et je les distribue : « tiens, ça, c'est pour toi, ça, c'est pour toi, ça, c'est pour toi » et puis je fais un bon prix [en Kamas]. (Samuel, 18 ans, joueur de Dofus depuis 2007)

Comme ce joueur l'indique implicitement, les initiés en contact avec des « fournisseurs » de grandes quantités de CA sont peu nombreux et le plus souvent chargés de faire l'interface avec des communautés entières de joueurs. Les particularités de ces communautés de trafic de CA qui échangent de gros volumes doivent être comparées à celles dont les échanges concernent de moindres volumes. Il existe trois types de facturations téléphoniques auxquelles correspond l'obtention de trois quantités de Kamas différentes. Tout d'abord, lorsque le joueur a besoin de peu de Kamas, pour des besoins ponctuels, un CA d'une semaine de

⁹³ Contrairement à ceux qui tentent d'arnaquer des joueurs en se faisant passer pour des « fournisseurs » dont le nombre est important et dont les méthodes sont rendues visibles par les plaintes qu'elles provoquent. Les plaintes suite à un vol de Kamas organisé par un prétendu « fournisseur » sont omniprésentes sur les canaux de discussions publics du jeu. Elles ont pour effet de jeter le discrédit sur les trafics véritables. Ces plaintes sont en grande partie responsables de la peur de se faire rouler qui entoure tous les trafics de codes d'abonnement. Ces arnaques au CA sont omniprésentes dans Dofus et représentent un des effets imprévisibles majeurs de l'abonnement par téléphone sur les sociabilités de jeu.

temps à autre est acheté, le surplus de crédit du téléphone mobile personnel suffit. Pour un enfant, cet argent est prélevé le plus souvent sur un forfait mobile « bloqué » que ses parents alimentent à hauteur de 20 à 30 euros par mois⁹⁴. Certains expliquent qu'ils mettent à profit ce surplus de forfaits parce qu'ils ne l'utilisent tout simplement jamais pour téléphoner. Une rente est donc prélevée par Ankama et Audiotel sur le budget communication mobile du jeune joueur. S'il veut davantage de Kamas, le joueur répartit prudemment les facturations des codes d'abonnement hebdomadaire sur différents téléphones familiaux. C'est généralement ce que fait une majorité de joueurs de Dofus qui n'a ni autonomie financière, ni assez de crédit téléphonique. Cela permet de rester inaperçu un certain temps. Généralement, les jeunes joueurs finissent par se faire prendre⁹⁵. En revanche, pour des achats de Kamas fréquents et très massifs comme ceux évoqués plus haut, ce ne sont pas les joueurs de ces deux dernières catégories qui agissent. Il est dans ce dernier cas de figure plus difficile de comprendre quelle est la communauté de trafic concernée et comment ces échanges sont réalisés. L'achat d'une multitude de codes est une pratique bien dissimulée et le trafic ultérieur contre des Kamas se passe souvent sans que le rachat de codes s'accompagne de questions sur l'origine des financements du « fournisseur ». Certains anciens salariés donnent des explications éclairantes à ce sujet :

Ils volent les lignes téléphoniques. C'est arrivé que les gars d'une entreprise nous contactent en disant « on a des factures de 500 euros à la fin du mois, comment ça se fait alors que le forfait [du téléphone mobile du salarié de l'entreprise] il est à 40 euros ? ». On répondait « Bah ouais, écoutez, le gars [salarié de votre entreprise], tous les soirs il a le téléphone, il est chez lui, son fils l'utilise hein ! Et il récupère 50 codes pour les revendre. » (Alan, 26 ans, salarié d'Ankama)

Qu'il s'agisse effectivement de joueurs qui sont des enfants de salariés d'entreprise, ou tout aussi probablement de joueurs qui sont des salariés, la technique reste la même. Dès que le nombre de codes d'abonnement représente une somme en euros jugée importante, des téléphones d'entreprise sont détournés, le niveau moyen d'une facture qui n'attire pas l'attention étant souvent plus élevé qu'au sein d'un foyer.

Les opérations de conversion (Blanc, 2009) décrites confrontent donc deux objets. D'une part, le CA qui est initialement imaginé pour subordonner à une dépense d'euros un droit temporaire à accéder à tous les services ludiques de Dofus. D'autre part, les Kamas qui sont conçus pour subordonner l'accès à des objets du jeu au temps passé à jouer d'une manière que les règles du jeu définissent comme « rentable » et encouragent, par exemple l'action de tuer des monstres en boucle. Ces deux modes de paiement impliquent des infrastructures techniques

⁹⁴ L'enquête a été menée avant l'arrivée sur le marché de la téléphonie mobile de Free Mobile début 2012 qui a modifié sensiblement les tarifications des opérateurs.

⁹⁵ Ce à quoi font écho certains forums de discussion sur internet, voir par exemple : <http://www.commentcamarche.net/forum/affich-9482716-dofus-vente-code-audiotel-a-mineur>, consulté le 26/06/2012.

disjointes. Le premier paiement est facturé par téléphone puis le code correspondant est consommé sur le site web d'Ankama. Le second s'utilise à l'intérieur du logiciel de jeu de Dofus. Le trafic de codes est la technique de conversion monétaire utilisée par des trafiquants et leurs clients, ils forment une communauté qui relie l'accès aux services ludiques « Premium » et le temps passé à jouer. À l'exception des fournisseurs qui revendent des Kamas à des sites internet spécialisés dont il sera question plus bas et dans le chapitre 6, tous les autres usages du trafic de codes conservent la même destination pour les euros : c'est Ankama qui les perçoit. La perturbation économique générée par ces trafics est donc circonscrite aux sociabilités dans l'univers du jeu : les Kamas sont redistribués entre joueurs suivant une règle qui déroge à la performance stricte du personnage dans le jeu et rend justice à ceux qui ont des euros à dépenser, mais pas assez de temps pour jouer. Il en va autrement lorsque le fournisseur revend ses Kamas à des sites web tiers dits de « goldselling » qui se chargent de stocker les Kamas et d'en organiser le courtage auprès d'acheteurs joueurs de Dofus. Ankama réagit alors avec virulence, elle juge que ces euros lui reviennent de droit, que des « petits malins » engrangent des profits sur le dos de ses salariés, alors que ces derniers mettent tant d'énergie à construire et à améliorer l'univers du jeu. Pire, ces « parasites » *corrompraient* l'univers du jeu (Caillois, 1991) en y faisant rentrer une devise nationale, sans la permission des concepteurs du jeu.

L'arnaque aux codes d'abonnement est très répandue dans Dofus parce qu'elle ne demande presque aucun moyen technique pour réussir, juste de la persuasion « en mode texte » au moyen de la messagerie instantanée du jeu et en exhibant un personnage du jeu « richement équipé » pour inspirer confiance et le respect. Il suffit de prétendre échanger un code d'abonnement contre de l'argent du jeu, d'attendre le transfert de l'objet et de ne rien donner en contrepartie. Aucune interface du jeu ne permettant de forcer le transfert d'un CA en contrepartie d'argent du jeu, l'arnaque est très simple à réaliser et se démultiplie. L'absence de prise des concepteurs est manifeste, puisqu'ils sont confrontés à un objet qui n'a rien à faire dans le jeu, un code numérique qui permet le réabonnement au jeu pendant une semaine. Cela les oblige à se contenter d'énoncer une interdiction de la pratique de revente de CA qui débouche souvent sur une arnaque. Le joueur suivant, qui avoue passer une grande partie de son temps de jeu à arnaquer des joueurs, ironise sur la distinction, considérant avec amusement que la pratique d'échange de code est bien indiquée comme interdite, mais que l'arnaque située en aval ne l'est pas, et qu'elle est donc selon lui permise :

L'arnaque [basée sur les codes d'abonnement] est autorisée, mais vendre des audio codes⁹⁶ [contre des Kamas] c'est pas bien (pause), ça, c'est un principe qu'est sympathique chez Dofus (rire). J'en sais rien, c'est juste qu'ils le tolèrent pas. T'as le droit d'arnaquer les joueurs, t'as le droit de les voler, tout ce que tu veux, mais t'as pas le droit de vendre les produits d'Ankama, pour des Kamas quoi. (Éric, 25 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

⁹⁶ Dénomination usuelle des codes d'abonnement, en référence à l'entreprise Audiotel, le prestataire qui propose le service de transmission de codes contre des appels surtaxés.

Un concepteur confirme l'interdiction de la revente de code évoqué par ce joueur expert, mais fait également état du décalage de perception entre ce que la plupart des joueurs considèrent souvent comme autorisé et ce que l'entreprise s'évertue à répéter :

Concrètement, les gens continuent à le faire, tu vas sur Dofus, tu vas sur les places publiques d'Astrub, la ville de départ, et t'as des mecs qui vendent à la criée quoi « Vends code audio, cherche code audio ! » et de façon complètement publique quoi et complètement ouverte quoi, même pas cachée ni discrète. Et quand ils se font prendre par des modérateurs qui leur disent « Attendez c'est interdit, on peut bannir votre compte ! » Ils disent « ha bon, heu ?! ». Enfin la légende, la rumeur, ils pensent que c'est normal quoi, que c'est totalement autorisé. Et c'est un problème de communication, bon alors c'est aussi de l'hypocrisie, de la mauvaise foi peut-être, sûrement même, en partie, mais ils pensent réellement que... nan ! Qu'il n'y a aucune sanction derrière ce genre de pratique quoi ! Alors que concrètement ça devrait être, enfin non, c'est, interdit. Complètement interdit ! (Frédéric, 29 ans, game designer)

L'achat de code d'abonnement contre de la monnaie du jeu brouille donc les frontières en diffusant dans le jeu un bien qui ne devrait pas y avoir d'utilité. L'entreprise interdit donc la pratique. L'interdiction qui cible les échanges de codes d'abonnement n'est évoquée que dans les règles de conduite du jeu⁹⁷ qui n'ont pas de portée juridique⁹⁸, mais permettent aux community managers et autres modérateurs présents dans le jeu d'avoir un texte auquel se référer pour légitimer des sanctions lorsqu'ils surprennent des joueurs en cours d'arnaque.

L'absence d'interdiction des échanges de codes d'abonnement dans les conditions d'utilisation de Dofus peut s'expliquer. En effet, la très faible offre de codes d'abonnement comparée à la forte demande du bien aboutit à concentrer l'arnaque sur les nombreux demandeurs. Il s'agit d'escroquer de la monnaie du jeu en faisant croire au transfert d'un code d'abonnement en contrepartie. Autrement dit, le code d'abonnement, un bien qui n'a pas du point de vue de l'entreprise de rôle à l'intérieur du jeu, y est seulement évoqué comme un appât pour ferrer une victime, alors que le transfert de monnaie du jeu qui en découle ne concerne finalement qu'un bien qui ne peut pas sortir du logiciel de jeu. La demande de rachat de codes d'abonnement contre de la monnaie du jeu transférée au sein de Dofus est abondante, ce qui concourt à démultiplier les plaintes. Puisque le vol concerne la monnaie du jeu, l'entreprise peut renvoyer les plaignants à leur responsabilité individuelle, considérant implicitement qu'évoquer un bien qui ne fait pas partie du cadre du jeu pour tromper un joueur fait partie du jeu. Mais cette affirmation semble difficile à comprendre pour la grande majorité des victimes qui interprètent souvent l'arnaque comme s'ils n'en étaient en rien responsables. L'équilibre qui en découle favorise donc la reproduction de cette arnaque et affecte

⁹⁷ Voir <http://www.dofus.com/fr/mmorpg/sanctions>, consulté le 14.10.2011.

⁹⁸ Pour une étude de l'articulation entre règles juridiques dans les jeux en ligne voir l'article d'Olivier Mauco (2011).

petit à petit la réputation du jeu qui est qualifié par certains de « repère d'arnaqueurs ».

Nous avons construit le Tableau 5 pour faire la synthèse des activités d'échange des trois communautés de trafic.

Rôles	Appariement	Méthode de transfert	Offre	Demande
<i>Joueur</i>	Dans Dofus	Dans Dofus Interface d'« échange direct » (Kamas)	Kamas	CA
<i>Fournisseur de CA</i>	Le fournisseur de CA est contacté par messagerie instantanée	Dans Dofus Messagerie instantanée, fréquence élevée des arnaques (CA)	CA	Kamas
<i>Fournisseur de CA, goldfarmer, bot et phisher⁹⁹</i>	À partir d'un site de « goldselling » Le courtier est contacté par messagerie instantanée Skype	Dans Dofus Interface d'« échange direct » (Kamas)	Kamas	Euros
<i>Courtier</i>		Sur un site de « goldselling » Carte bancaire, PayPal (Euros)	Euros	Kamas
<i>Courtier</i>	À partir d'un site de « goldselling »	Dans Dofus Interface d'« échange direct » (Kamas)	Kamas	Euros
<i>Joueur</i>	Le joueur choisit une offre pour son serveur de jeu, puis il reçoit un email contenant l'heure (souvent <48 h de délai ¹⁰⁰) et l'emplacement de la rencontre dans Dofus	Sur un site de « goldselling » Carte bancaire, PayPal (Euros)	Euros	Kamas

Tableau 5 : Les communautés de trafic dans Dofus

⁹⁹ Trois autres rôles, goldfarmers, bots et phishers, fournissent en réalité la majorité du volume de Kamas revendus en euros.

¹⁰⁰ La capacité à livrer rapidement les Kamas commandés pour des joueurs est une composante importante de la réputation des sites de courtage. Les bons sites de courtage ont des stocks suffisants de Kamas sur tous les serveurs pour couvrir l'évolution de leur demande. Ce n'est possible que s'ils sont en relation avec des fournisseurs de Kamas répartis sur tous les serveurs du jeu et qui produisent de gros volumes de Kamas. Les courtiers veillent ainsi à ce que leurs fournisseurs de Kamas en collectent des volumes qui leur permettent d'anticiper l'évolution dans le temps de la demande en Kamas qu'ils rencontrent pour chacun des serveurs de jeu.

En résumé, chaque *communauté de trafic* comporte donc des intermédiaires qui ont la charge des opérations de conversion. Ils mettent ainsi en relation deux communautés dans lesquelles ils endossent deux rôles complémentaires. La première communauté regroupe joueurs et fournisseurs de CA, ils s'apparient et échangent des Kamas contre des CA au sein du jeu Dofus. La seconde regroupe d'une part fournisseurs de CA, goldfarmers, bots et phishers avec d'autre part les courtiers de sites de « goldselling » pour s'échanger des Kamas contre des euros. La troisième regroupe les courtiers des sites de « goldselling » et les joueurs de Dofus qui s'échangent des euros contre des Kamas.

Nous discutons dans la suite les informations du tableau précédent pour préciser les articulations entre ces trois *communautés de trafic*. Dans le cadre du site internet de Dofus, le paiement avec une carte bancaire est prévu tout comme le code Audiotel pour ne pouvoir subordonner à une dépense d'euros qu'un droit d'accès temporaire aux services « Premium » de Dofus. Le paiement de Kamas sur un site internet de « Goldselling »¹⁰¹ revient à utiliser sa carte bancaire pour effectuer une nouvelle forme de *conversion monétaire*, détachée de la facturation de l'abonnement au jeu et reliée au lieu de cela au versement de Kamas. Contrairement au trafic de codes d'abonnement, il n'y a pas pour autant ici de détournement dans l'usage de la carte bancaire, car elle est pensée pour payer en ligne n'importe quel service.

Le code d'abonnement payé par téléphone joue le rôle d'une monnaie qui contraint à un usage spécifique : abonner un personnage de son choix. C'est ce que le trafic de codes détourne en un autre usage : la conversion des codes en Kamas. Au contraire, le paiement en ligne avec sa carte bancaire est conçu dès le départ pour tous types de paiement sur internet. L'usage de la carte bancaire pour acheter de la monnaie du jeu sur un site de « goldselling » en fait un moyen de *conversion monétaire* qui ne peut être considéré comme un détournement que du point de vue d'Ankama. C'est la principale distinction avec le code d'abonnement, qui n'est conçu pour servir de moyen de *conversion monétaire*, ni par l'entreprise Audiotel, ni par Ankama. On retrouve donc au niveau des usages possibles de l'instrument de paiement l'opposition caractérisée par Polanyi entre *monnaies à usage spécifique* (special purpose money) et *monnaies à usage général* (all purpose money) (Polanyi, 1983 ; Blanc, 2006b). Les premiers étant nécessairement détournés pour autoriser en surplus de leur usage spécifique une *conversion monétaire*, quand les seconds les comprennent sans doute déjà dans les usages prévus.

Dans le cas de Dofus, les divers usages monétaires reliés aux trafics sur un site internet de « goldseller » changent la destination des euros sans qu'Ankama ne le perçoive de façon directe, en la matière il ne peut être fait que des estimations

¹⁰¹ Le site de « goldselling » est souvent sélectionné en fonction de plusieurs critères. Cela dépend de la fiabilité du service de livraison de Kamas, de leur visibilité sur les moteurs de recherche, ainsi que du cours des Kamas proposé sur chaque serveur de jeu. Certaines adresses de sites de goldsellers sont diffusées par des bots appelés « adbots » sur le canal public de la messagerie instantannée de Dofus. Toutefois les joueurs habitués de ces sites ne suivent pas ces liens car ils redirigent très souvent vers des sites clones mis en place par des phishers afin de voler les comptes clients des joueurs et leurs Kamas.

assez floues sur le manque à gagner qui devrait en découler. La perturbation économique générée va donc au-delà de l'univers de jeu. Là encore, les Kamas sont redistribués entre joueurs suivant une règle qui déroge à la performance stricte du personnage dans le jeu. Mais contrairement aux codes d'abonnement qui répartissent les Kamas en jeu en fonction de l'accès au moyen de paiement, l'achat de Kamas par cartes bleues aplanit la distribution de Kamas entre les joueurs qui les détiennent. L'effet le plus important sur l'économie de Dofus de ce mode d'achat de Kamas sur internet est en réalité à chercher ailleurs, ce qu'explique un salarié spécialisé dans la traque de ces « collecteurs de Kamas » :

On remonte tous les échanges de cette personne-là pour remonter la piste jusqu'à ce qu'on appelle nous un compte de stockage, c'est-à-dire le compte du personnage qui va stocker tous les éléments de toutes les récoltes, et cetera, de ces petits embryons qui sont un petit peu en satellite autour de lui quoi. Et qui vont le fournir pour que lui puisse livrer ensuite les acheteurs de Kamas, qui trouvent les offres sur des sites spécialisés (Alan, 26 ans, salarié d'Ankama)

Ce qui permet d'identifier les trafics, c'est cette fois-ci la méthode de collecte qui concentre un « fonds de roulement » en Kamas important entre les mains des personnages qui stockent les Kamas qui ne sont pas encore revendus.

3.5.2 – *Les Ogrines. Un réagencement marchand qui concurrence les trafics de Kamas*

Les trafics de CA gênent surtout Ankama parce que la démultiplication des arnaques qui en découlent génère de nombreuses plaintes auprès du service client de l'entreprise. Au printemps 2010, Ankama met sur pied dans Dofus un système d'échange de temps d'abonnement contre de la monnaie du jeu.

Cela change les choses en autorisant la conversion unilatérale du temps d'abonnement, acquis avec des euros, contre la monnaie du jeu que possèdent déjà les joueurs. L'argent du jeu peut donc se concentrer dans les poches de ceux qui sont capables d'avoir le plus de crédits d'abonnement, et donc de dépenser des euros pour Dofus. Cette situation paraît équivalente à celle des précédentes « reventes sauvages » de codes d'abonnement, mais ce nouveau système concurrent est autorisé par l'entreprise, ouvrant le marché à tous les joueurs qui n'osaient pas préalablement enfreindre l'interdiction. Entre-temps les joueurs se sont familiarisés avec cette nouvelle interface d'échange autorisée. Les « fournisseurs sérieux » qui contrevenaient à l'interdiction précédente et échangeaient des codes d'abonnement à l'intérieur du jeu contre la monnaie du jeu les ont suivis sur cette nouvelle interface appelée « bourse aux Ogrines ». Si bien que seules les arnaques annonçant la vente de codes d'abonnement en guise de « prétexte » persistent en jeu hors de la nouvelle interface. Mais les joueurs l'ont compris et se sont reportés massivement sur le système d'échange d'abonnement autorisé. Un type d'arnaque a donc été en partie éradiqué, le temps d'abonnement acheté avec des euros a en contrepartie acquis son interface marchande dans le jeu, le consacrant au même titre que les autres biens préalablement autorisés à l'échange dans le jeu.

Au printemps 2010, Ankama met donc sur pied un service qui remplit des fonctions similaires au trafic de CA et au goldselling, mais en sécurisant les transactions entre joueurs. Il s'agit d'un taux de change qui connecte deux monnaies complémentaires de Dofus. Premièrement, les Kamas, la monnaie qui a valeur dans le jeu depuis son lancement en 2004. Elle permet l'échange des objets et équipements des personnages joués qui facilitent leur progression. Deuxièmement, l'« Ogrine », une monnaie supplémentaire introduite dans le jeu en 2010. Les Ogrines s'achètent sur le site internet de Dofus contre des euros comme sur la Figure 21.

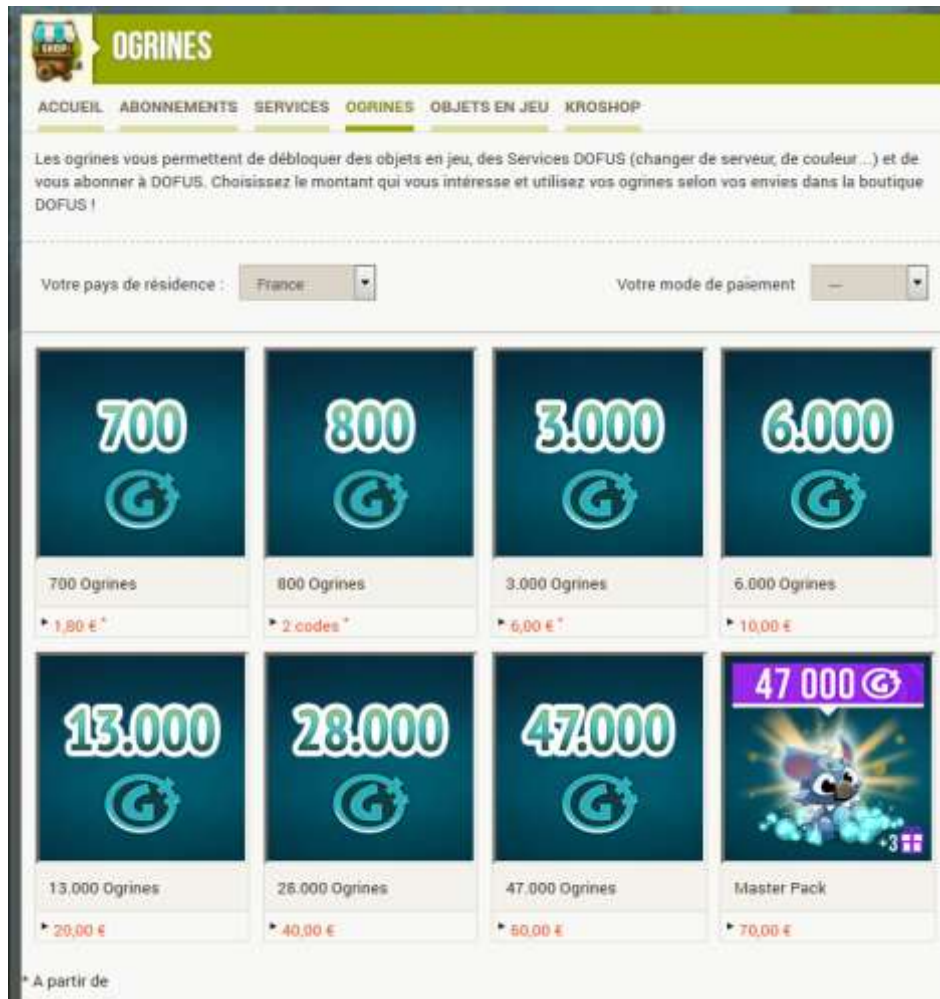


Figure 21 : La page d'achat d'Ogrines en euro sur le site internet de Dofus

Contre quelques euros le joueur obtient des Ogrines, mais il est impossible de les revendre à Ankama, de manière à empêcher tout enrichissement de joueurs qui induirait une spéculation. Une fois acquises, les Ogrines servent à prolonger l'abonnement à Dofus d'une durée proportionnelle à leur nombre. Par exemple, 700 Ogrines coûtent le prix d'un code audiotel, soit 1,80 euro et permettent également de se réabonner une semaine à Dofus, alors que 3000 Ogrines servent à se réabonner 4 semaines et offrent en plus un reliquat de 200 Ogrines. En remontant aux Origines des Ogrines, l'Encadré n° 9 permet de mieux comprendre les origines de ce système de prix.

Encadré n° 9 : L'origine des Ogrines et les premiers déterminants de leur prix

Les salariés d'Ankama qui imaginèrent les Ogrines se sont fortement inspirés du modèle d'abonnement du MMORPG islandais EVE Online (CCP, 2003) dont ils sont des joueurs de longue date. Ce jeu en ligne se déroule dans l'espace et oppose des confédérations de joueurs qui s'affrontent avec leurs vaisseaux spatiaux. Le jeu repose sur une offre de type « freemium » limitée à 30 jours, puis l'obligation de payer un abonnement régulier. Il se distingue des autres MMORPG par l'extrême complexité de son système économique et par le degré d'organisation très poussé des confédérations et des groupes de combattants, dont une proportion élevée des leaders est composée d'universitaires et de militaires.

Dans EVE Online, un PLEX (*Pilot Licence Extension*) est acheté pour s'abonner au jeu 30 jours moyennant 19,5 €¹⁰². Les PLEX peuvent également être échangés contre des ISK, la monnaie du jeu EVE Online, sur un marché interne au jeu.



Un PLEX a toutefois le désavantage de ne permettre que de s'abonner un mois au jeu. C'est pour tenter de pallier cet inconvénient que les concepteurs des Ogrines ont décidé que l'unité de temps d'abonnement échangeable serait, non pas le mois, mais la journée d'abonnement. En fixant initialement l'équivalence d'une journée d'abonnement avec 100 Ogrines ils pensaient que ce « chiffre rond » simplifierait l'association d'idées pour les joueurs : « une journée d'abonnement est égale à 100 Ogrines ».

La première concession à ce modèle idéal des Ogrines apparaît lorsque l'idée d'un abonnement à la journée se confronte aux formules d'abonnement préexistantes dans Dofus. La plus petite durée d'abonnement correspond non pas à une journée, mais à une semaine. La direction d'Ankama préfère finalement aligner le système des Ogrines sur les formules d'achat en euro préexistantes, craignant qu'une perturbation de son modèle d'abonnement d'origine risque de faire baisser ses revenus.

La deuxième concession intervient avec l'alignement des Ogrines sur le modèle de tarification dégressive que suit jusqu'alors l'abonnement en euros classique. C'est ainsi que le maximum de dépense autorisé de 60 euros octroyait avant l'introduction des Ogrines un an d'abonnement, si un joueur souhaite dépenser la même somme dans l'achat d'Ogrines il obtiendra non pas 365 jours que multiplie 100 Ogrines égale 365 000 Ogrines, mais 47 000 Ogrines¹⁰³. Cette dégressivité existe également pour l'achat en euros des PLEX d'EVE Online, il en résulte pour Dofus là aussi un taux de change flottant qui empêche d'établir un seul prix en euros pour des Ogrines.

Une fois acquises contre des euros, un joueur qui ne dépense pas toutes ses Ogrines pour s'abonner peut le faire de deux autres manières. Des privilèges qui n'ont pas une incidence décisive sur le déroulement du jeu peuvent s'obtenir contre des Ogrines, par exemple le changement d'apparence du personnage joué. Mais le plus souvent, les Ogrines qui ne servent pas à s'abonner sont converties en Kamas. Les joueurs peuvent le faire grâce à une pluralité d'interfaces graphiques regroupées sous le nom de « place de marché », cette fois-ci accessibles non pas sur le site web de Dofus, mais directement dans le jeu, comme l'illustre la Figure 22.

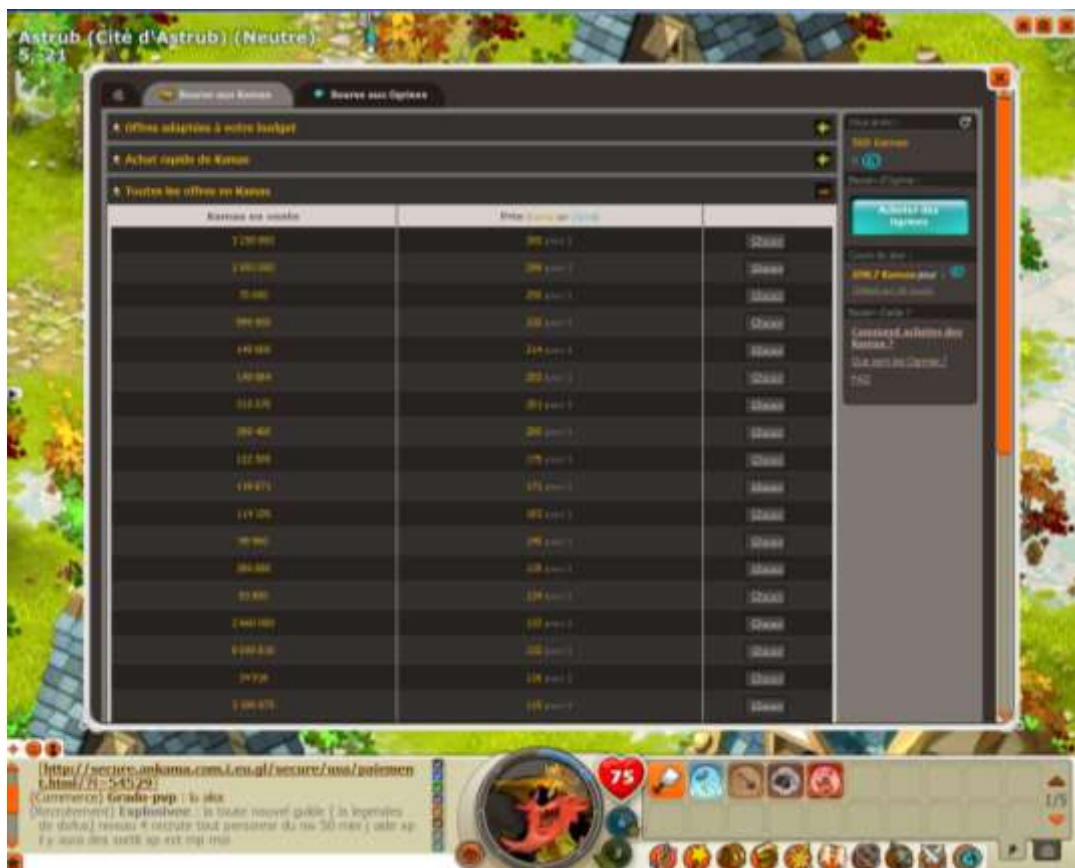


Figure 22 : La « Bourse aux Kamas » et la « Bourse aux Ogrines » dans le jeu Dofus permettent de proposer des échanges asynchrones d'Ogrines contre des Kamas et vice-versa

La « place de marché » résume les prix et les quantités en séparant les offres d'Ogrines et celles de Kamas dans des tableaux appelés respectivement « bourse aux Ogrines » et « bourse aux Kamas ». Les trente offres les moins chères sont triées par taux de change décroissant. Ce tri est indépendant des quantités disponibles et il est possible de ne pas acheter la quantité totale d'une offre¹⁰⁴.

¹⁰⁴ Deux boutons permettent également au joueur d'acheter une quantité de monnaie de manière simplifiée, « achat rapide » sélectionne l'offre la moins chère qui correspond au montant de l'autre

La combinaison de l'achat d'Ogrines en euros sur le site internet de Dofus et de l'échange ultérieur d'Ogrines contre des Kamas dans le jeu Dofus offre finalement la possibilité à d'autres joueurs de réaliser la démarche inverse et de s'abonner à Dofus avec des Ogrines qu'ils auront échangées initialement contre des Kamas, donc sans déboursier le moindre euro. En contrepartie, ce type de joueur qui s'abonne « gratuitement » doit posséder de grosses sommes de Kamas. Il s'agit donc de joueurs confirmés qui passent beaucoup de temps dans Dofus à collecter des Kamas en tuant des monstres ou en faisant du commerce. Toutefois, ce réabonnement « gratuit » fonctionne uniquement parce qu'un autre joueur fait la démarche inverse et consent à « payer plutôt que de jouer », dépensant des euros dans l'achat d'Ogrines dont une part est destinée à s'enrichir en Kamas. De cette manière, il s'épargne des pratiques de jeu qui rapportent des Kamas, mais dont les plus productives sont réservées à des activités très répétitives et ennuyeuses¹⁰⁵ qui occupent beaucoup de temps.

L'usage des Ogrines par les joueurs débutants nécessite toutefois d'être précisé, car il diffère sensiblement de celui des joueurs expérimentés. À ce sujet, le responsable marketing de Dofus déclare un peu plus d'un an après le lancement des Ogrines :

Tout ce que je peux te dire, c'est qu'à peu près 37 pour cent des joueurs qui commencent, qui s'abonnent à Dofus, le premier abonnement Dofus pour 37 pour cent sort de l'Ogrine. C'est plus réservé à une élite de joueurs qui échangent Kamas contre Ogrines pour s'abonner, comme c'était le cas au début. Maintenant des mecs vont commencer, jouer pendant un mois, deux mois, trois mois et puis ils se disent « je m'abonne à Dofus, tiens je vais prendre les Ogrines ». (Florent, 28 ans, responsable marketing de Dofus)

Peu de temps après leur mise en fonctionnement, les Ogrines étaient surtout utilisées entre des joueurs experts, mais seulement un an après, plus d'un tiers des débutants l'utilisent déjà pour s'abonner une première fois. Pour être plus précis, il faut remarquer que le salarié fait un raccourci et parle en réalité de statistiques portant sur les bases de données de comptes clients. Juste après dans la conversation, le même salarié répond à notre demande de précision concernant son interprétation des statistiques internes de l'entreprise :

Bruno Vétel : pour avoir les bons chiffres faudrait discriminer entre les rerolls, les gens qui refont des personnages et qui les abonnent, non ?

Florent : ces chiffres sont hors reroll bien sûr, parce que c'est facile de les détecter, on filtre les doublons avec une adresse IP identique.

Les « reroll » qualifient ici les comptes supplémentaires avec des personnages peu avancés que créent la plupart des joueurs déjà assez expérimentés, par exemple

monnaie indiqué par le joueur, « Offres adaptées à votre budget » propose des quantités arbitraires au meilleur taux (respectivement 10 000, 20 000 et 30 000 Kamas et 700, 1400, 2100 Ogrines).

¹⁰⁵ Voir à ce sujet le chapitre de cette thèse consacré aux pratiques de jeu les plus répétitives appelées farm.

pour recommencer le jeu en même temps qu'un ami débutant. Les 37 pour cent de comptes clients de débutants qui s'abonnent la première fois avec des Ogrines excluent donc les comptes clients créés par des joueurs expérimentés qui jouent à Dofus via un même accès à internet¹⁰⁶. Le chiffre annoncé correspond donc seulement aux comptes clients de joueurs débutants qui s'abonnent pour la première fois. En dernier lieu, Florent apporte une précision au sujet du mode d'acquisition des Ogrines par les joueurs débutants :

Faut savoir aussi qu'un nouveau joueur au bout d'un mois, sauf si c'est un gros bourrin ou je sais pas comment il a fait, ben il n'a pas les moyens de financer en Kamas son abonnement avec les Ogrines. Donc il a acheté les Ogrines par un moyen de paiement classique. (Florent, 28 ans, responsable marketing de Dofus)

Les débutants n'ont pas encore eu le temps de collecter de grosses sommes de Kamas en jouant. Ils s'abonnent donc à Dofus sans passer par la « place de marché » à l'intérieur du jeu. Ils achètent des Ogrines contre des euros, puis les échangent contre du temps d'abonnement. L'abonnement en payant directement en euros est toujours une alternative possible, mais une proportion croissante des débutants privilégie le passage par l'achat d'Ogrines parce qu'à prix en euros constants il attribue au joueur quelques Ogrines en surplus, ainsi que l'accès à certains familiers d'abonnement exclusifs. Contrairement aux joueurs déjà avancés dans leur carrière, les débutants ne font donc pas entrer de façon massive leurs Ogrines dans le circuit d'échange des « places de marché », ils se concentrent sur l'achat d'Ogrines cédées à nouveau à Ankama contre de l'abonnement, sans que d'autres joueurs puissent en tirer parti. La Figure 23 rassemble toutes les utilisations possibles des Ogrines et montre qu'un certain nombre de limitations empêche le détournement des Ogrines pour gagner des euros ou pour spéculer sur les variations de taux de change entre Ogrines et Kamas.

¹⁰⁶ Même si ce n'est pas toujours le cas, assimiler l'accès internet d'une personne à son adresse IP de connexion peut être considéré comme une approximation acceptable pour évaluer quelques millions de comptes clients.

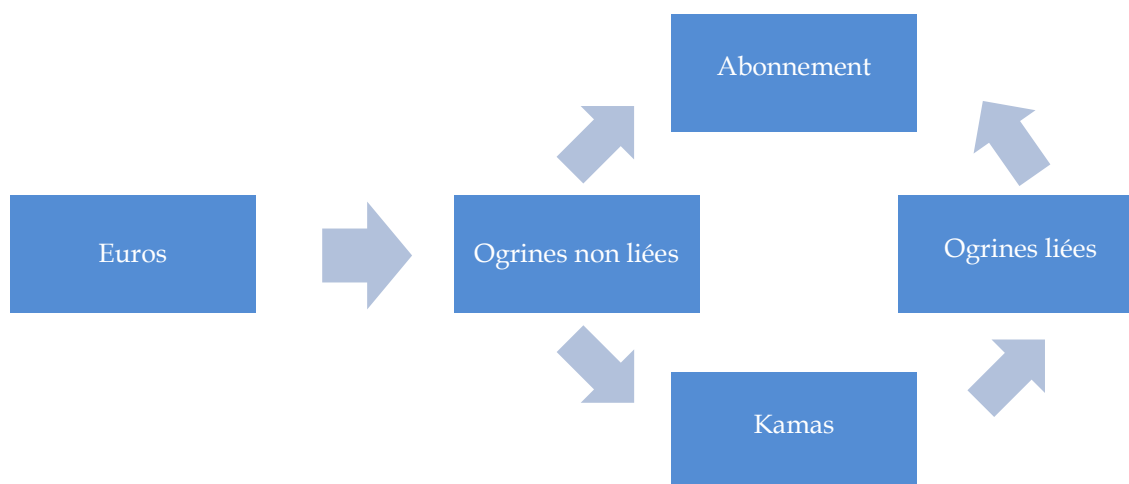


Figure 23 : Les circuits d'échange possibles entre Euros, Ogrines et Kamas

Les Ogrines non liées sont celles qui sont achetées contre des euros et que le joueur peut dépenser pour s'abonner – notamment quand il est débutant – ou qu'il peut échanger à un autre joueur contre des Kamas, par exemple quand il n'a pas le temps de les collecter en jouant. Pour cette raison, les Ogrines liées sont celles qui peuvent intéresser les acheteurs de Kamas et elles sont susceptibles de capter une partie de la demande de Kamas qui était approvisionnée par les sites de *goldselling*. Les Ogrines liées sont celles que les *joueurs sans budget* peuvent seulement échanger dans le jeu contre des Kamas pour s'abonner. Elles s'adressent aux clients des trafiquants de code audiotels.

Même si les prix de toutes ces offres fluctuent considérablement dans le temps, en fonction des serveurs de jeu et du bon vouloir de l'offreur de Kamas, en comparaison des offres de Kamas des fournisseurs de codes audiotels (les moins chères) et des sites de *goldselling* (un peu plus chères), les Ogrines sont toujours les plus chères, mais elles sont les seules à garantir avec certitude que la transaction réciproque aura lieu et se fera sans délai. C'est pour cette raison que les trafiquants de codes audiotel ont presque disparus du jeu avec l'apparition des Ogrines. En effet, aux yeux de la majorité des demandeurs de Kamas, s'ils ont une alternative sécurisée, le coût des Kamas achetés par codes audiotels ne permettent plus de compenser la prise de risque liée aux nombreuses arnaques. Les sites de *goldselling* sont considérés comme illégaux par la majorité des joueurs demandeurs de Kamas, c'est donc la croyance dans ce marquage moral qui sépare leurs clients de ceux qui préfèrent les Ogrines. Ceux qui n'ont que faire de l'étiquetage illégal de ces sites trouvent qu'il est intéressant de s'y rendre pour profiter des prix inférieurs à ceux proposés via les Ogrines.

3.5.3 – Du transfert de coût d'abonnement à la mise au travail des joueurs sans budget

Le budget de téléphonie mobile des jeunes joueurs leur permet de s'abonner à Dofus en restreignant leurs communications. Cette pratique est particulièrement répandue chez les joueurs qui n'ont pas accès à d'autres moyens de paiement. Le détournement de leur téléphone mobile personnel permet, en contrepartie d'une

diminution des appels téléphoniques, de s'abonner sans demander d'autorisation à leurs parents, qui ne perçoivent pas toujours l'appel surtaxé, ou s'ils contrôlent la facture du téléphone de l'enfant, ils ignorent souvent la finalité vidéoludique de l'appel. Cette pratique a des conséquences très importantes sur les sociabilités dans Dofus parce qu'elle débouche sur le trafic de code d'abonnement contre de la monnaie du jeu et sur de nombreuses arnaques qu'Ankama n'élimine pas avant 2010.

À partir du printemps 2010, l'introduction de la monnaie intermédiaire appelée « Ogrine » met définitivement fin au trafic de code d'abonnement endémique. Les arnaques disparaissent, mais le système des Ogrines qui remplace les trafics de codes accentue la différenciation entre les personnages des joueurs riches et pauvres. Les joueurs riches et relativement expérimentés peuvent dépenser très facilement des euros pour acquérir les Kamas des personnages de joueurs avec des difficultés de paiement, auxquels ils financent en contrepartie du temps d'abonnement. L'introduction de la monnaie intermédiaire Ogrine soulage le budget de téléphonie mobile des joueurs pauvres qui jusqu'ici s'abonnaient avec. Dès 2012, le fournisseur d'accès internet Free entre sur le marché de la téléphonie française et fait s'effondrer le nombre de forfaits prépayés. Cela affecte les joueurs de Dofus avec peu d'argent. Ils ont tendance à basculer vers des abonnements téléphoniques à deux euros qui ne prennent pas en compte par avance les appels vers les numéros surtaxés. Cela réduit d'autant leurs capacités à se réabonner toutes les semaines à Dofus avec leur téléphone. Dans ce contexte, les Ogrines sécurisent des échanges jusqu'ici risqués et permettent à Ankama de démocratiser la pratique de *réabonnement en Kamas* auprès de *joueurs sans budget*, dont le coût des abonnements est transféré à des joueurs plus aisés qui les financent à grande échelle avec leurs propres moyens de paiement. Les Ogrines sont assimilables à un marché des changes encouragé par Ankama et qui met en équivalence temps de jeu pour la collecte de Kamas et euros dépensés en temps d'abonnement. Enfin, le change n'est pas possible des Ogrines vers les euros, d'après le chef de produit de Dofus c'est dans le but d'éviter que les plus jeunes joueurs fassent les frais de joueurs plus expérimentés et âgés qui seraient tentés de spéculer sur leur dos pour gagner des euros.

3.6 – Conclusion : l'importance des opérations de conversion dans les échanges d'objets des jeux en ligne

Nous avons montré que les jeux en ligne disposent d'une grande diversité de modes d'acquisition des différents types de marques de progression circulantes et qu'elles sont rattachées de manière relativement complexe aux systèmes de production des *marques de progression* par le logiciel de jeu. Pour comprendre l'intrication des différents types d'échanges de marques circulantes contre de l'argent du jeu, du temps d'abonnement et des euros, nous avons cartographié les *communautés de trafic* et nous avons montré qu'elles s'organisent de manières cohérentes en garantissant notamment des *opérations de conversion*. Les salariés d'Ankama ont compris qu'ils pourraient limiter ces trafics en proposant aux joueurs un *réagencement marchand* inspiré de ces trafics. Il s'agit de proposer des

opérations de conversion équivalentes à celles qu'offrent les trafiquants, mais avec des propriétés qui leur font défaut. Ankama l'a fait de deux manières. D'une part, en assurant des transactions mieux sécurisées afin d'instaurer un plus haut degré de confiance. Cette stratégie a eu un certain succès. D'autre part, en renforçant leur communication pour faire comprendre aux joueurs que les trafics sont illégaux et posent des problèmes moraux. Cette communication a partiellement réussi, puisqu'une part non négligeable de joueurs expérimentés est indifférente à l'argument moral. Nos enquêtés expliquent par exemple qu'ils n'ont pas de raison d'être vertueux alors qu'Ankama soutient la pratique du multicompte et laisse jouer une bonne partie des « goldfarmers » qui paye des abonnements au jeu et rapportent donc de l'argent à l'entreprise. En dernier lieu, nous remarquons un autre effet des pratiques des opérations de conversion qui permettent le *réabonnement en Kamas*. Elles permettent de transférer le coût d'abonnement entre joueurs avec pour effet dans le jeu Dofus d'accroître les dépendances entre les *joueurs sans budget* et les joueurs qui payent eux-mêmes leur abonnement. Cela débouche sur de plus grands profits pour Ankama, mais favorise les personnages des joueurs qui peuvent s'abonner en multicompte, c'est-à-dire d'une part les joueurs riches et d'autre part les *joueurs sans budget* qui passent le plus clair de leur temps à collecter de la monnaie du jeu dans Dofus.

Chapitre 4

L'influence du hors jeu et des statuts sociaux. Le cas des pratiques des jeunes joueurs d'origine populaire

Les salariés d'Ankama font des efforts pour concevoir et adapter le game design de Dofus afin d'accroître les profits de leur entreprise. On pourrait croire que les designers du jeu maîtrisent le tour que peuvent prendre les activités de jeu. Quelques recherches ont tendance à montrer que ce n'est pas exactement le cas.

L'enquête Ludespace (Coavoux, Rufat, Ter Minassian et Boutet, 2013) a été réalisée à l'aide d'un questionnaire administré par téléphone auprès de 2542 personnes résidant en France. Il croise trois grands types de variables, le genre des jeux vidéo pratiqués, les caractéristiques sociodémographiques comme l'âge, le genre et la classe sociale et les lieux de pratique. Les résultats de l'enquête qui ont été publiés présentent les six profils de joueurs français les plus représentatifs des répondants. Ces profils séparent assez nettement les types de jeux les plus pratiqués en fonction des classes sociales des joueurs. Les jeux en ligne comme Dofus sont davantage présents pour deux des six profils. Ceux-ci représentent chacun environ 10 % de l'échantillon total, soit un peu plus de 500 répondants parmi lesquels les garçons de moins de 18 ans sont surreprésentés. Le premier profil correspond aux répondants de loin les plus assidus aux jeux en ligne massivement multijoueurs. Ils sont surtout issus des classes moyennes qui habitent dans des zones urbaines denses. En second lieu, ces jeux sont davantage représentés chez les répondants issus de milieux populaires qui vivent dans de petits centres urbains ou à la campagne et jouent souvent avec leurs voisins. Ces résultats ne permettent toutefois pas de dire si ces joueurs ont des pratiques différentes au sein de jeux en ligne comme Dofus.

Une enquête menée grâce à 11 entretiens semi-directifs et un questionnaire en ligne administré auprès de 1289 répondants sur des réseaux sociaux a permis à Samuel Coavoux de caractériser plus précisément les pratiques des joueurs en ligne de World of Warcraft (Coavoux, 2011), un jeu dont le design rappelle un peu celui de Dofus. Ce travail s'intéresse surtout aux hiérarchies entre les espaces sociaux auxquels peuvent être rattachés les joueurs. Ces hiérarchies sont construites en fonction de la capacité des joueurs à s'investir dans certaines pratiques. Notamment, les pratiques qui sont légitimes et leur sont proposées par les concepteurs au travers du design du jeu et celles qui sont un peu moins légitimes et dérogent aux « scripts d'usage ». Le chercheur définit entre autres la catégorie des *pratiques compétitives* qui a tendance à dominer les autres. Elle se caractérise

par le temps important consacré au jeu et les performances supérieures qu'ont les équipements en objets virtuels des personnages joués lors de combats. Parmi ceux qui répondent à ces critères, des caractéristiques sociodémographiques singularisent ceux qui les adoptent en se mesurant à d'autres joueurs (Player Versus Player), plutôt qu'en coopérant avec eux pour battre des monstres contrôlés par des intelligences artificielles (Player Versus Monsters). Ces joueurs qui adoptent des pratiques *compétitives oppositionnelles* ont les particularités d'être plus jeunes et plus souvent scolarisés dans le secondaire ou dans le supérieur. Ils consacrent apparemment aussi plus de temps à jouer que les autres. Nous en apprenons donc un peu plus sur les styles de jeu en ligne, mais toujours pas davantage sur la pression qu'exerce la classe sociale d'appartenance et le capital économique du joueur sur ses pratiques.

Dans les chapitres qui suivent, nous montrons qu'au-delà du design du jeu, il existe souvent un lien étroit entre des facteurs socioéconomiques propres aux joueurs et leurs pratiques de jeu. Au travers de l'étude d'un cas particulier, nous proposons une vision nuancée d'un phénomène général : l'organisation de pratiques de jeu qui visent à rendre les personnages joués interdépendants est fortement influencée par les caractéristiques socioéconomiques des joueurs.

Nous approfondissons le cas de l'abonnement durable à Dofus, dont nous avons déjà évoqué le fonctionnement ordinaire en fin de première partie. Nous revenons encore une fois sur les deux moyens populaires pour s'abonner à Dofus grâce à des *pseudomonnaies*, c'est-à-dire des objets qui peuvent s'échanger et mettent en équivalence les dépenses en euro et la souscription de l'abonnement. Ce sont des adjuvants au réabonnement classique qui se fait directement par carte bleue ou virement bancaire. Ces *pseudomonnaies* compensent efficacement les situations de paiement problématique pour les *joueurs sans budget*, en particulier lorsque ce sont de jeunes joueurs sans revenu régulier qui sont encore scolarisés et ont des difficultés à payer pour jouer durablement à Dofus.

Nous montrons que le paiement indirect de l'abonnement grâce au report de coût sur ces réserves de valeur économique alternatives ne dépend pas que de l'activité dans le jeu, mais qu'il est bel et bien fonction de facteurs externes à Dofus, qui relèvent de la situation économique et sociale des joueurs. Cela débouche sur une différenciation des pratiques de jeu à grande échelle, parce qu'elles concernent tous ceux qui sont mis en interdépendance par ces services de paiement originaux, les *joueurs sans budget* aussi bien que les joueurs abonnés qui sont prêts à dépenser encore plus d'euros.

Dans ce chapitre nous prenons acte de l'encastrement social d'une partie des différenciations économiques des joueurs. Nous confirmons cet encastrement par une étude du réabonnement en monnaie du jeu en fonction du temps scolaire. L'origine sociale des joueurs occupe un rôle important dans les stratégies de réabonnement. Lorsqu'ils sont issus de milieux populaires, les joueurs partent moins souvent en vacances scolaires et peuvent passer plus de temps à jouer chez eux. C'est principalement pendant les vacances que ces joueurs peuvent se donner les moyens de transférer le coût de leur réabonnement à d'autres, en contrepartie

d'un surinvestissement en temps de collecte de Kamas. Le service de transfert de coût en Ogrines a donc une influence sur les activités pratiquées par les joueurs d'origine populaire pendant leurs vacances. En contrepoint, les joueurs de milieux plus aisés partent plus volontiers en vacances et à cette occasion ils arrêtent plus souvent de jouer à Dofus. Cela les incite à acheter des Kamas à leur retour de vacances pour faciliter le rattrapage de ceux qui sont restés jouer. Ces joueurs aisés peuvent toutefois faire des économies et acheter leurs Kamas grâce à un système moins cher que les Ogrines. Ils se rendent alors sur des sites internet tiers indépendants d'Ankama, dits de « goldselling ». Ces sites tiers revendent des Kamas obtenus en partie auprès de voleurs de comptes joueurs, appelés « phishers ». Le transfert de coût de réabonnement est aussi mis en place par Ankama pour tenter de lutter contre ces pratiques lucratives, dont elle ne tire pas de bénéfices directs. Avec les Ogrines, chaque réabonnement en monnaie du jeu a nécessairement été financé par le paiement en euros d'un autre joueur, les profits sont donc tous engrangés par Ankama. Le réabonnement en monnaie du jeu grâce aux Ogrines, inventés par les salariés d'Ankama, profite donc aussi à l'entreprise en mettant en concurrence les joueurs de milieu populaire avec les fournisseurs de ces sites internet de revente.

La structure du chapitre distingue des types d'interruptions de carrière et leurs temporalités. Nous nous concentrons en particulier sur deux univers de pratiques sociales qui imposent leur rythme aux pratiques de jeu de Dofus. Les situations sociales qui débouchent sur une suspension du jeu d'au moins quelques semaines sont identifiées par les joueurs de deux manières. Premièrement, certaines situations donnent l'impression aux joueurs d'arrêter Dofus à cause d'un facteur social qu'ils identifient explicitement comme extérieur au jeu. C'est le cas lorsque le problème vient de l'articulation du jeu avec le rythme de la vie professionnelle ou scolaire. Deuxièmement, d'autres situations sociales encouragent les joueurs à penser qu'ils subissent en grande partie le cours d'évènements imprévisibles. Le cas le plus répandu est le vol de compte client. Il interrompt la carrière des joueurs de niveau intermédiaire en leur donnant l'impression de tenir le rôle de victimes. Ces joueurs abandonnent souvent Dofus pensant que reprendre le jeu une seconde fois depuis le début leur demanderait trop de temps au regard de ce qu'ils ont déjà investi. Le problème trouve ici sa source dans l'articulation de la pratique des joueurs avec le rythme de l'activité lucrative d'autres participants au jeu. Ces derniers peuvent être des joueurs dont l'activité lucrative compense des difficultés économiques de deux types. Soit des jeunes scolarisés et francophones qui ont ponctuellement une activité lucrative dans Dofus et en tirent des revenus très modestes. Soit des joueurs issus des communautés de « goldfarmers », des groupes de jeunes mieux organisés, situés dans des pays moins riches et qui cherchent à tirer de cette activité un revenu régulier. Au regard de leur niveau de vie, les profits qu'ils recherchent sont importants et peuvent leur permettre d'améliorer leur quotidien, si bien que leurs techniques de rémunération sont souvent un peu différentes, davantage systématisées et organisées à grande échelle.

Dans la première section, il est question de la vie scolaire et professionnelle, avec l'étude du rôle particulier tenu par les vacances scolaires. Dans la seconde

section, nous décrivons les activités lucratives de vol de compte d'autres joueurs. La part la plus importante de ces vols est issue de la communauté des « goldfarmers ». Ce sont des participants qui pratiquent Dofus exclusivement à des fins lucratives et s'organisent en conséquence, souvent depuis des pays où cette activité peut apporter des sommes comparables à un salaire local.

4.1 – L'intensification de la collecte de Kamas pendant les vacances des joueurs d'origine populaire

Chez les salariés, le rythme de travail joue un rôle, mais il concerne les joueurs qui ont terminé leurs études et sont moins représentés dans Dofus¹⁰⁷. La majorité des joueurs de Dofus étant encore scolarisée, c'est l'influence des activités menées au collège et au lycée qui contraint davantage les temporalités de jeu. Dans cette sous-section, nous analysons le rôle du temps scolaire en plusieurs phases, la première recourt à l'analyse de données quantitatives, les autres à nos entretiens semi-directifs. Premièrement, nous étudions le lien entre temporalité scolaire et pratique de Dofus chez les joueurs francophones. Les interruptions d'abonnement apparaissent fortement corrélées au calendrier des vacances scolaires¹⁰⁸. Les périodes d'école correspondent à un renforcement de l'abonnement, ce qui traduit une intensification de la pratique de Dofus par le plus grand nombre. En revanche, les vacances s'accompagnent d'une baisse des abonnements et donc une suspension de la pratique pour davantage de joueurs. Deuxièmement, nos entretiens précisent ce résultat puisqu'en période de vacances, les joueurs de milieux favorisés déclarent qu'ils cessent plus volontiers de s'abonner, alors que sur les mêmes périodes ceux issus de milieux populaires disent qu'ils restent plus souvent à la maison et jouent davantage qu'en période scolaire¹⁰⁹. Troisièmement, le prolongement de l'activité de jeu en vacances nécessite le plus souvent le maintien de l'abonnement. Or la souscription de l'abonnement d'une semaine à Dofus par téléphone mobile favorise un réabonnement qui couvre des durées courtes, de l'ordre d'une à deux semaines. Lors des vacances courtes, le prolongement de la pratique des *joueurs pauvres* est donc facilité, d'autant plus

¹⁰⁷ Le jeu se prête mal aux parties menées sur de très courtes périodes adaptées aux moments de transport et de pauses au travail comme peuvent l'être d'autres types de jeux par ailleurs déjà bien étudiés (Boutet, 2008 ; Coavoux, Rufat, Ter Minassian et Boutet, 2013). Dofus est donc joué de préférence avant ou après le travail, mais en raison du jeune âge de la majorité des joueurs qui sont encore scolarisés, ce paramètre n'influence pas de manière décisive la dynamique globale du jeu.

¹⁰⁸ En 2010, il devient possible d'accéder aux données numériques des taux de change entre deux monnaies complémentaires utilisées dans Dofus. L'opération n'est pas facilitée par Ankama, mais elle n'est pas pour autant illégale ou interdite. Nous avons donc identifié les paquets de données informatiques contenant ces données et nous avons programmé un script afin de les collecter automatiquement de manière exhaustive.

¹⁰⁹ Au regard des résultats statistiques précédents, les classes moyennes favorisées semblent donc les plus nombreuses parmi les joueurs de Dofus.

parce que le téléphone mobile est leur moyen de paiement préféré lorsqu'ils sont encore scolarisés, celui dont ils gèrent le maigre budget en relative autonomie, un peu à l'abri du contrôle parental. Dépendants de leur crédit téléphonique, les *joueurs pauvres* sont toutefois handicapés pour jouer lors de périodes de vacances plus longues, notamment en été. À partir de 2010, ces *joueurs pauvres* ne sont plus incités à dépenser leur crédit de téléphone pour se réabonner. Via les Ogrines, ils profitent de la nouvelle possibilité de *réabonnement en Kamas*. Ils économisent ainsi de l'argent et peuvent prolonger leur pratique lors de la plupart des vacances, même celles d'été. En contrepartie, ils sont incités à intensifier encore plus leur pratique de jeu, à passer encore davantage de temps dans Dofus pour collecter les Kamas nécessaires à leur réabonnement.

4.1.1 – La suspension de l'abonnement pendant les vacances

Entre novembre 2010 et mai 2012 (19 mois), nous avons enregistré une observation quotidienne sur chacun des 23 serveurs de jeu francophones de Dofus, totalisant un peu plus de 20 000 observations du taux de change entre Kamas et Ogrines. Nos résultats ont été croisés avec les dates de création de chacun des serveurs de jeu, puis des séries spécifiques ont été distinguées en fonction du calendrier scolaire français.

Trois précisions doivent être faites pour bien comprendre ce que cet indicateur représente. Premièrement, ce « taux de change moyen » reflète les transactions effectivement réalisées entre Kamas et Ogrines, nos données ne rendent donc pas seulement compte d'une moyenne du prix des offres de Kamas et d'Ogrines proposées par tous les joueurs français de Dofus, elles indiquent le rapport entre leurs pratiques de change effectives de Kamas et d'Ogrines. Deuxièmement, après chaque transaction, les Kamas acquis sont échangés contre des objets du jeu alors que les Ogrines acquises servent principalement à s'abonner sur le site web de Dofus. Pour cette raison, les variations de ce « taux de change moyen » peuvent être considérées comme une indication du niveau de souscription des joueurs à des *réabonnements en Kamas*¹¹⁰ au regard des dépenses d'euros qui servent à acquérir rapidement des objets du jeu. Troisièmement, les chapitres précédents ont permis de préciser que ce type d'abonnement exclut les débutants qui n'ont pas encore accumulé suffisamment de Kamas et doivent payer en euros pour s'abonner. Le niveau des *réabonnements en Kamas* concerne donc seulement les joueurs en activité depuis quelques mois au moins, le temps pour eux d'accumuler quelques dizaines ou centaines de milliers de Kamas pour obtenir le minimum de 700 Ogrines nécessaire à l'abonnement d'une semaine¹¹¹.

Contrairement au « niveau d'expérience » par serveur évoqué dans un autre chapitre, la consultation du taux de change n'est pas pensée pour que tout le monde s'en serve facilement. Premièrement, son accès est compliqué et le destine

¹¹⁰ Cette expression sous-entend que des Ogrines servent de monnaie intermédiaire entre l'abonnement contracté et la dépense de Kamas.

¹¹¹ A titre de comparaison, il faut dépenser 3 euros pour obtenir les 700 Ogrines nécessaire à l'abonnement hebdomadaire.

principalement aux joueurs les plus curieux¹¹². L'indicateur de taux de change rend compte des transactions de tous les joueurs, les salariés d'Ankama ne limitent donc pas cette fois-ci intentionnellement le calcul de l'indicateur quantitatif à certains joueurs seulement comme c'était le cas pour le « niveau d'expérience » par serveur. Il est donc possible de tirer de l'analyse des taux de change des résultats qui portent sur des populations de joueurs relativement bien définies, même si, comme nous le verrons, ces données reflètent un usage des taux de change qui concerne seulement une fraction des joueurs. Deuxièmement, l'emplacement du taux de change complique singulièrement sa consultation régulière, ce qui empêche de l'utiliser quotidiennement pour acheter ou vendre au meilleur prix, comme c'est le cas pour un taux de change entre deux monnaies nationales. Notre indicateur se trouve sur la « place de marché », une fenêtre qui nécessite de se connecter à un serveur de jeu avec son personnage pour être consultée. Le seul moyen simple d'avoir une vision du taux de change sur plusieurs serveurs¹¹³ consiste donc à démultiplier les personnages sur des serveurs différents¹¹⁴. Le taux se trouve ensuite dans la petite rubrique intitulée « cours du jour », située sur la Figure 22 au milieu à droite. La rubrique comporte un lien très peu visible appelé « détail sur 30 jours ». Cliquer dessus affiche un tableau avec les valeurs du « taux de change moyen » sur les 30 derniers jours, pour l'unique serveur de jeu auquel se trouve actuellement connecté le personnage joué. L'affichage dans un tableau des trente dernières valeurs ne permet donc pas aux joueurs d'évaluer les fluctuations du taux de change sur plusieurs mois ou plusieurs années. Il ne peut donc pas planifier facilement ses échanges monétaires, cela n'est possible qu'au terme d'une démarche très fastidieuse qui consiste à recopier dans un tableur les taux de change tous les 30 jours, une opération qui se complique encore si elle doit être menée sur plusieurs serveurs de jeu. En définitive, toutes ces contraintes d'accès et de format réservent la consultation du taux de change à une minorité de joueurs qui se contentent souvent d'une comparaison des taux « de mémoire », sans archiver ces données sur de longues périodes de temps. Nous pouvons désormais présenter une vue synthétique de nos résultats à la Figure 24.

¹¹² Cela signifie également qu'il a été beaucoup plus complexe de programmer un script pour enregistrer les taux de change affichés dans le jeu Dofus que pour récupérer le « niveau d'expérience » par serveur consultable librement sur le site internet de Dofus. En particulier parce qu'il a fallu authentifier tous les jours notre programme de récupération de données afin d'enregistrer celles de chacun des serveurs du jeu et obtenir une vue exhaustive sur tous les taux de change.

¹¹³ Cela permettrait par exemple aux joueurs d'évaluer le serveur de jeu le moins coûteux pour un *réabonnement en Kamas*.

¹¹⁴ Nous avons utilisé un autre moyen pour arriver à nos fins, mais il est nettement plus complexe, nécessite l'usage de plusieurs logiciels et d'un peu de programmation. Il est donc hors de portée de la plupart des joueurs de Dofus. À notre connaissance aucun n'a jamais publié sur internet la moindre analyse longitudinale des taux de change du jeu.

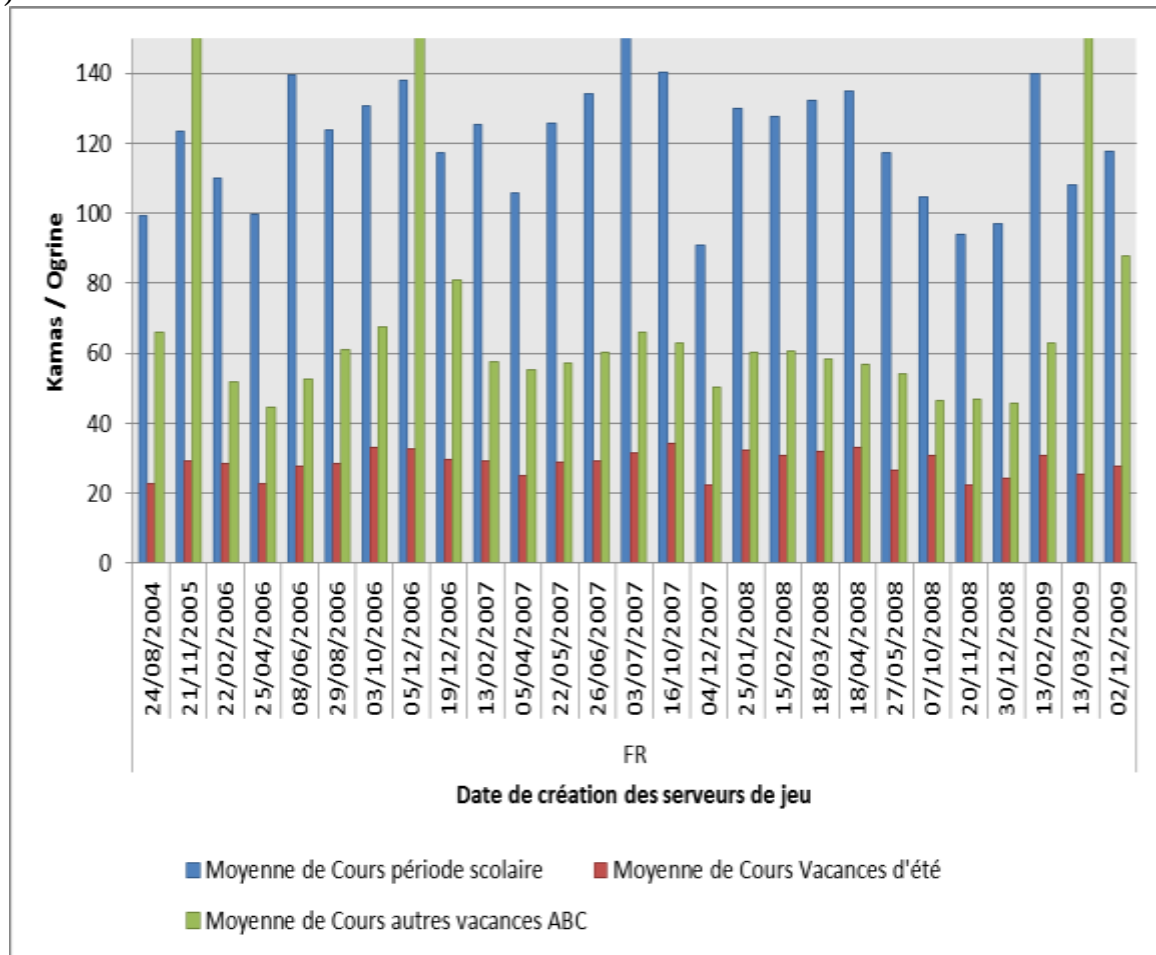


Figure 24 : Trois séries relatives aux périodes scolaires. Chacune représente la moyenne des taux de change Kamas/Ogrine en fonction des serveurs francophones identifiés par leur date de création

Nous constatons que les trois séries de la figure précédente distinguent des régimes de *réabonnements en Kamas* très différents. Sur chaque serveur francophone de Dofus, quelle que soit sa date de mise en fonctionnement, le taux d'abonnement en Kamas est ordonné en trois séries hiérarchisées¹¹⁵. Nous pouvons la classer de manière décroissante, le taux le plus fort concerne la période de fréquentation scolaire, puis vient la période des vacances scolaires courtes lorsqu'elle concerne au moins l'une des zones A, B et C — pendant la Toussaint,

¹¹⁵ Trois moyennes de la série relative aux vacances scolaires des zones A, B et C sont très supérieures, elles sont dues à trois valeurs singulières des taux de change journaliers du 10, 12 et 25 avril 2012, attribués à trois serveurs d'ancienneté très différente (Djaul, Many et Silvosse). Ces pics atypiques s'expliquent probablement parce que des joueurs de ces serveurs ont su tirer profit d'incohérences apparues dans le jeu suite à la mise à jour v2.6.1 de Dofus, mise en service le 10 avril 2012. De telles « rentes » apparaissent ponctuellement dans nos statistiques, mais elles ont toujours un impact sur les taux de change extrêmement limité dans le temps. Dans les trois cas précédents, les taux reviennent à des valeurs comparables aux autres serveurs dès le jour suivant, les équipes d'Ankama tentant généralement dans la mesure du possible d'annuler directement ce type de cumul de gains au niveau des données des personnages incriminés qui sont stockés dans les bases de données centrales de l'entreprise.

Noël, les vacances de février et Pâques — et enfin la période des grandes vacances d'été pour laquelle le taux est toujours le plus faible.

En conséquence, nous pouvons estimer que les joueurs de Dofus se *réabonnent en Kamas* davantage pendant les périodes d'enseignement scolaire et passent donc sans doute aussi plus de temps à collecter des Kamas dans le jeu pour s'abonner sans dépenser d'euros. En contrepoint, lors des vacances scolaires, les joueurs renouvellent moins leurs *abonnements en Kamas*, le désengagement le plus important intervenant lors des grandes vacances d'été.

4.1.2 – Les joueurs d'origine populaire pratiquent davantage pendant les vacances

Les récits des joueurs vus en entretiens rendent compte d'une vision plus nuancée et qui complète l'étude des données quantitatives. En particulier, les variations de rythme de jeu en périodes de vacances scolaires sont distinctes en fonction de la CSP des joueurs, de leur mode de paiement de l'abonnement et de la pression scolaire et parentale. Pour la plupart des joueurs dont la personne de référence a une CSP caractéristique de milieux favorisés, les vacances sont abordées comme chez Richard (CSP n°3) :

C'était les vacances d'été donc je me suis pas abonné pendant les 2 ou 3 mois à peu près, c'était de mi-juin à la rentrée mi-septembre. Je suis parti avec des potes et aussi après en famille, j'ai jamais été vraiment longtemps ici à la maison. Après de toute façon en vacances, moi j'ai pas envie de jouer à Dofus. J'ai autre chose à faire, enfin voir des potes, bouger, faire autre chose quoi. Quand je suis pendant plusieurs semaines en vacances, je peux me connecter, mais comme j'ai dit, j'ai mieux à faire. » (18 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

Ce joueur parle d'abord de ses vacances d'été puis étend ses remarques à toutes ses vacances scolaires. De manière générale, l'été est plus propice à l'arrêt de Dofus, mais les autres périodes de vacances sont également peu favorables au jeu. Les revenus du joueur salarié ou des parents du joueur non-salarié permettent de partir en vacances en famille ou avec d'autres amis qui ont eux aussi suffisamment d'argent. Le lieu de villégiature n'est pas nécessairement dépourvu d'un ordinateur connecté à internet, mais les joueurs renoncent souvent à pratiquer Dofus, soumis à un environnement social moins propice au jeu sur ordinateur.

Dans le cas des foyers d'origine populaire dont la personne de référence est caractérisée par une CSP d'employé (n° 5) ou d'ouvrier (n° 6), les joueurs n'ont pas autant de facilité à partir en vacances régulièrement, à l'instar de Mohamed :

Les vacances, je jouais pas des fois, parce que mes parents, comme ils sont divorcés, ma mère des fois elle a juillet et des fois elle a août, une année sur deux, et mon père, pareil. Donc on partait des fois en vacances avec des parents, mais pas tout le temps, pas souvent. Donc si j'étais à la maison je jouais, je demandais qu'on m'abonnait un mois et je m'abonnais un mois et je jouais. (17 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Les joueurs d'origine populaire restent plus souvent à la maison pendant leurs vacances et utilisent une partie non négligeable de ce temps pour jouer à Dofus.

4.1.3 – Le réabonnement des joueurs pauvres pendant les vacances

Le financement de l'abonnement est néanmoins problématique pour ces *joueurs pauvres*, comme l'explique Renaud :

Pour l'abo' avant les Ogrines, Dofus en général j'appelais, c'était plus souvent j'appelais. D'ailleurs ça m'a coûté une fortune en crédit [téléphonique]. (24 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Pour s'abonner à Dofus avant l'introduction des Ogrines en 2010, les *joueurs pauvres* d'origine populaire comme Renaud privilégient donc d'abord l'usage de leur téléphone mobile. N'étant pas très riches, ils n'ont pas beaucoup de crédit téléphonique disponible et doivent donc s'en servir judicieusement. Ce petit budget disponible sur leur téléphone leur permet généralement de se réabonner facilement pendant les vacances scolaires courtes. Le joueur suivant illustre l'usage que réservent de nombreux joueurs aux abonnements par téléphone :

Les codes audio c'est vraiment trop cher par rapport à la durée d'abonnement, rapport qualité durée, 3 euros environ, bof. Je le fais, mais ponctuel, pour une semaine quoi. On s'abonne une semaine, c'est plutôt cher pour une semaine quand on est régulier. Donc je veux dire quand on joue juste pendant 2 semaines de vacances comme moi, alors ça reste malgré tout plus avantageux de prendre ça. C'est à ça que ça sert en fait. (Christian, 24 ans, joueur de Dofus depuis 2008)

Lors de vacances courtes, le paiement de l'abonnement par appel téléphonique joue un rôle fondamental dans le maintien en jeu des joueurs qui ont le plus de mal à accéder à des moyens de paiement plus conventionnels comme la carte bleue¹¹⁶. Contre un appel surtaxé de quelques euros, il devient alors possible de se réabonner une semaine, ce qui convient à l'usage d'un joueur qui n'a rien d'autre à faire à la maison lors de vacances scolaires courtes. Les *joueurs pauvres* sont donc les premiers à recourir à ce mode de paiement lors des vacances courtes qu'ils passent plus souvent que d'autres chez eux.

En second lieu, lorsqu'ils n'ont plus de crédit téléphonique, par exemple parce que la période de vacances est plus longue, les joueurs comme Renaud doivent trouver d'autres moyens pour s'abonner. Ce dernier précise à la suite :

Après, j'ai eu ma petite période où j'achetais des codes à des joueurs dans le jeu, contre des K [Kamas] (pause). Bon, ça me faisait chier, parce que je galérais pour me faire de la tune [des euros en travaillant pour financer seul son crédit téléphonique] et donc au final j'achetais le code là-dedans (il montre son écran d'ordinateur où le jeu Dofus est lancé), à d'autres joueurs. Donc au final, j'en

¹¹⁶ Toutefois, parmi les vacances scolaires courtes, Noël semble faire exception et occasionne une baisse du nombre d'abonnements au jeu comparable à celle de l'été. Elle s'explique comme pour les grandes vacances par la simultanéité de ces vacances pour les 3 zones administratives et sans doute par l'incitation sociale à se retrouver en famille, empêchant de s'isoler pour jouer sur l'ordinateur très longtemps. En comparaison de Noël, toutes les autres vacances scolaires connaissent une baisse beaucoup plus modérée des abonnements, quelle que soit celles de la zone administrative A, B ou C. L'abonnement téléphonique contribue à modérer cette baisse des abonnements, mais ceci s'explique en partie aussi parce que ces périodes courtes d'une à deux semaines n'ont jamais lieu exactement en même temps dans toutes les zones administratives de France.

achetais tout le temps zéro, c'était dur à trouver un fournisseur, donc ça m'emmerdait. (24 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Ces joueurs essaient de trouver directement dans le jeu Dofus d'autres participants un peu plus riches qui seraient prêts à leur échanger un code d'abonnement contre des Kamas. L'obtention d'un code d'abonnement de cette manière est malheureusement très incertaine, nos enquêtés joueurs tout comme des salariés d'Ankama nous ont confirmé que cette pratique était sujette à de nombreuses arnaques, puisqu'aucun moyen simple ne permet de s'assurer de l'échange réciproque des Kamas contre un code audiotel. Pour cette raison, l'avènement des Ogrines change beaucoup de choses pour les *joueurs pauvres* comme Renaud :

Vu que j'avais pas tout le temps d'abo', ben je suis resté à Astrub comme un ptit con, je foutais que dalle, ça me faisait chier d'ailleurs (soupir). Bref, et après il y a eu les Ogrines qui sont arrivées, puis à partir de là je m'y suis mis, tu sais, puis là j'ai rattrapé le temps perdu. Grâce aux Ogrines maintenant je paye plus rien, plus rien du tout. Là je me suis dit « bah attends, bouge pas, je peux m'abonner gratos, c'est tout ! Attends attends, bouge pas là, je vais faire un truc de fou, je vais plus payer » (sourire). Et puis au final maintenant ça me coûte plus rien Dofus. (24 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

À partir de 2010, les Ogrines permettent donc de se *réabonner en Kamas* très simplement pour ces *joueurs pauvres* qui avaient jusque-là du mal à financer leur pratique. La période la plus propice à leur activité de collecte de Kamas en vue d'un réabonnement étant les vacances scolaires, ou les temps sans travail salarié (chômage, arrêt maladie, etc.)

4.2 – Le vol de compte à des fins lucratives. Le travail rémunéré des joueurs avec peu de revenus

Le vol de compte à des fins lucratives influence considérablement la temporalité des carrières de joueurs en l'interrompant parfois en plein milieu. La plupart des joueurs qui subissent le vol se considèrent victimes d'un piège, plutôt que parties prenantes à une situation qui tourne en leur défaveur.

Un sentiment de victimisation assez analogue est exprimé chez les débutants abonnés, lorsqu'ils subissent des arnaques marchandes de la part de joueurs expérimentés qui ciblent leurs familiers d'abonnement. Ces derniers ne sont pourtant pas découragés au point d'abandonner Dofus alors que c'est précisément ce qui découle souvent du vol d'un compte client. Ce vol est souvent la conséquence d'une pratique appelée « phishing ». Un tiers se fait passer pour un salarié d'Ankama auprès de joueurs, afin de récupérer les codes d'accès à leur compte client. L'objectif est de revendre les Kamas, les équipements et les personnages du jeu sur des sites tiers de différents types contre des euros. Même s'il cible presque tous les joueurs, ce type de vol réussi surtout avec ceux dont le niveau de progression correspond à plusieurs mois de jeu, c'est-à-dire dont le personnage principal atteint un niveau situé approximativement entre 60 et 140, excluant les joueurs débutants et les experts. Pour des joueurs de niveau

intermédiaire qui se font piéger de la sorte, le temps nécessaire pour atteindre une seconde fois le même niveau de progression dans le jeu est considérable, de l'ordre de plusieurs mois. Découragés par l'ampleur de la tâche, certains abandonnent définitivement Dofus.

La démultiplication exponentielle des vols commis par la même personne lui permet de cumuler rapidement une somme de l'ordre du million de Kamas, cette valeur pouvant être monnayée contre de deux à dix euros, en fonction des cours et du serveur de jeu. En systématisant leur technique de vol, ces joueurs parviennent à s'enrichir considérablement. Nous détaillons dans la suite les principaux cas de figure de vol de compte, en tenant compte en particulier du point de vue des victimes.

4.2.1 – Le contexte du développement du « phishing »

Le « phishing » (hameçonnage) est le principal motif récurrent d'interruption, voire d'arrêt définitif du jeu. Il consiste à tromper un joueur pour obtenir ses codes d'authentification afin de revendre rapidement contre des euros tous les contenus de son compte client sur des sites internet spécialisés. Les joueurs perdent l'accès à leur compte client et nomment alors la manipulation un « hack ». Lors de notre enquête de 2011, la pratique du vol de comptes est endémique dans Dofus et les salariés d'Ankama nous le confirment. Jérôme donne par exemple une explication générale de cette tendance :

Les jeux en ligne se sont énormément démocratisés ces dernières années. Depuis la sortie de WoW [World of Warcraft] en même temps que nous [Dofus], puis son succès incontestable, ça a tout changé. Il y a eu de plus en plus de jeux en ligne du même type, donc d'intérêt à voler pour revendre et se faire du fric. (Jérôme, 31 ans, community manager de Dofus)

Le contexte du développement rapide de l'offre de jeux en ligne au milieu des années 2000 aurait favorisé la recrudescence du phishing. Un autre salarié nous détaille en quoi ce contexte a rendu rentable le vol de certains publics de joueurs :

Ça [le « phishing »] vise tout le monde, c'est un peu du tir à la mitraille. Qui ça touche, ils s'en moquent. Tu peux faire du phishing ciblé, ça se fait pas mal en fait, mais c'est pas intéressant pour gagner plein d'argent, au final sur le total ça touche peu de joueurs. Compenser et essayer de viser les plus riches du jeu ça va être difficile, c'est aussi souvent les plus prudents. Tandis que viser la masse, tu récupères un petit peu à chaque fois, mais au final t'as un gros pécule. (Alan, 26 ans, salarié d'Ankama)

À la fin des années 2000, c'est l'arrivée en grand nombre de nouveaux joueurs peu habitués aux jeux en ligne qui aurait favorisé l'essor du « phishing » dans un jeu comme Dofus. Ceux-ci sont plus faciles à voler, il suffit de tirer parti de leur manque temporaire de connaissances des habitudes, des arnaques et autres des tromperies les plus courantes dans les jeux en ligne. Il reste toutefois à comprendre comment il est possible de voler des comptes clients dans un jeu comme Dofus et surtout comment certains parviennent à en tirer des bénéfices substantiels.

4.2.2 – Une procédure de vol typique

Si nous nous concentrons sur les informations données par les victimes, la première étape de la carrière de victime est décrite par exemple par le récit du premier « hack » subit par Jorge :

Moi quand je me suis fait hacker, c'était en cherchant sur Google la page d'abonnement de Dofus avec les mots clés « dofus abonnement ». C'était un site d'abonnement identique, mais quand tu mettais le mot de passe il disait « mot de passe incorrect ». (16 ans, joueur de Dofus entre 2008 et 2011)

Ici, le référencement des sites de « phishing » par les moteurs de recherche est optimisé pour apparaître en premier dans la liste quand les joueurs saisissent des mots clés fréquemment utilisés par les joueurs. Les stratégies peuvent différer légèrement, certains de nos enquêtés se sont par exemple fait voler leurs identifiants en répondant à des emails, comme Sébastien :

Moi je me suis fait hacker à cause d'un site de phishing. J'ai reçu un message par mail comme Ankama, l'adresse c'était bien Ankama et tout « demande de plus d'informations, vérification, sinon bannissement du jeu au bout de 24 heures ». J'ai donné mes infos par email, ça c'était phishing par email. (14 ans, joueur de Dofus depuis 2008)

L'opération de « phishing » emprunte donc des moyens techniques diversifiés, mais qui ont toutes en communs de demander aux joueurs d'authentifier leur compte client en transmettant un identifiant et un mot de passe à une autorité qui se fait abusivement passer pour Ankama. La prise de conscience du vol est progressive, comme dans le cas du vol du compte de Loïk :

Je me suis fait hacker mon compte principal, je le sais, car j'arrivai plus à me connecter au jeu. J'ai toujours pas réussi à le récupérer parce que j'ai tout de suite regardé, l'adresse email a changé, le mot de passe a changé, la question secrète a changé, tout a changé du jour au lendemain. J'ai voulu me connecter, j'ai pas réussi, j'ai cherché voir tous les moyens de récupérer mon compte et je me suis rendu compte que rien ne marche, tout a changé. (19 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

Le soupçon d'un vol émerge lorsque, sans raison apparente, le compte client n'est plus accessible, puis il est confirmé par l'impossibilité pour la victime de récupérer l'accès à son compte par les moyens de secours prévus à cet effet.

Le récit de « phishers » permet de mieux appréhender ce qui lors d'un vol se passe de l'autre côté. Des joueurs français se reconvertissent parfois dans le « phishing » en se contentant de manipulations simples pour voler quelques comptes de joueurs peu expérimentés. Ils constituent un point d'entrée intéressant pour préciser la démarche du vol de compte. C'est par exemple ce qu'a fait Sébastien, il s'est mis à pratiquer cette variante simple du « phishing » peu après s'être fait voler son propre compte :

Après mon hack j'avais fait du phishing, je mettais une annonce dans le jeu, par exemple « recrutement modérateur pour Dofus, demande de mot de passe » et voilà, certains venaient et donnaient les codes ! Après je change le mot de passe et

je revends les comptes. D'abord je regarde il y a quoi dessus en items (rire léger), après s'il y a des trucs bien les persos je les revends cher, dans les 200, mais c'est rare, car les bons joueurs font attention. Souvent, il y a des trucs pas bien, donc si le perso est assez haut quand même je le revends pas cher, 20 euros par exemple. Et ça se revend presque tout le temps en deux jours. (Sébastien, 14 ans, joueur de Dofus depuis 2008)

Les « phishers » se connectent rapidement au site internet de Dofus et demandent au plus vite une modification des identifiants du compte client obtenu grâce à leur tromperie. Une fois tous les accès au compte modifiés, les « phishers » en ont le contrôle et peuvent tenter de le revendre pour faire du profit.

Pour aller au plus vite et éviter qu'une plainte auprès d'Ankama aboutisse à la perte du contrôle du compte, ils proposent rapidement à la vente le compte et ses personnages contre des euros sur divers sites internet de petites annonces connus des joueurs de Dofus¹¹⁷, comme sur la capture d'écran de la Figure 25.



Figure 25 : Une petite annonce de revente d'un personnage de Dofus contre 80 euros

L'annonce est toujours conçue de la même manière par les revendeurs, la présentation se focalise sur le personnage principal du compte, le *main* et la personne précise qu'elle revend « son personnage » de Dofus, alors qu'il s'agit en réalité de la revente d'un compte client sur lequel se trouve ce personnage et qu'il arrive assez fréquemment que les annonceurs contactés par téléphone indiquent

¹¹⁷ Certains sont des forums spécialisés qui s'adressent aux joueurs des « serveurs privés » (voir à ce sujet le chapitre sur les émulateurs), d'autres sont de simples sites de revente de biens d'occasion où les comptes de Dofus côtoient des cafetières et des scooters usagers.

après quelques minutes de discussion et de mise en confiance que le compte a été volé. Même si ce type de « phishing » est courant et génère des plaintes qui occupent les services clients d'Ankama, ces piègeurs ne font pas de gros profits et parviennent rarement à capter une quantité de comptes de valeurs comparable à l'exemple ci-dessus, pour engranger des bénéfices substantiels.

4.2.3 – La mise en concurrence des activités des jeunes joueurs d'origine populaire

Les vacances scolaires sont des périodes pendant lesquelles les interruptions du jeu se multiplient, en particulier lors des grandes vacances d'été. Ce sont surtout les joueurs de milieu relativement favorisé qui s'arrêtent et investissent leur temps de vacances dans d'autres activités, qu'ils pratiquent hors de leur résidence principale, souvent en famille ou entre amis.

Quant à eux, les joueurs qui ont des difficultés de paiement ont des pratiques à contretemps et tout particulièrement lorsqu'ils sont d'origine populaire. Ils s'investissent dans Dofus pour combler des périodes de vacances qu'ils passent plus souvent chez eux. À partir de 2010, les Ogrines leur permettent de s'abonner sans payer à condition de s'investir encore davantage dans Dofus en collectant le maximum de Kamas. D'autre part, les joueurs de niveau intermédiaire qui ont déjà passé quelques mois à pratiquer Dofus sont menacés d'arrêt brutal s'ils ont la malchance d'être victimes d'un vol de compte organisé par un « phisher » qui participe souvent au jeu uniquement pour faire du profit en devise nationale.

En définitive, les « phishers » et les joueurs qui ont des difficultés de paiement sont ceux qui passent le plus de temps à réaliser des tâches fastidieuses et dépréciées pour accumuler de l'argent du jeu. Ces deux types d'activités laborieuses donnent la possibilité aux autres joueurs qui ont plus de moyens financiers de leur racheter au meilleur prix leurs Kamas et leurs personnages pour économiser du temps – en quelque sorte pour progresser rapidement à Dofus tout en ayant le loisir de partir faire autre chose en vacances. Grâce à la possibilité de racheter contre des euros des personnages et de la monnaie du jeu, les joueurs aisés peuvent se contenter de jouer aux parties de Dofus jugées les plus amusantes et les plus diversifiées.

4.3 – Conclusion : les Ogrines modifient les pratiques des joueurs d'origine populaire et des goldfarmers

Nous avons montré que le *réabonnement en Kamas* découle des possibilités d'accès à des moyens de paiement des joueurs, c'est-à-dire de variables socioéconomiques, et que cela oriente leurs sociabilités de jeu. Les *joueurs sans budget* se trouvent plus souvent dans les milieux sociaux populaires et les joueurs abonnés avec lesquels ils échangent de la monnaie du jeu contre des abonnements sont généralement issus de milieux plus aisés.

Le *réabonnement en Kamas* a donc pour effet de fragmenter la population de joueurs confirmés en fonction de leurs capacités à dépenser des euros pour jouer. En surplus, elle modifie radicalement la pratique de jeu. D'un côté, les *joueurs sans*

budget, et particulièrement ceux d'origine populaire qui partent moins en vacances, adoptent des pratiques de jeu optimisatrices qui s'avèrent très répétitives et laborieuses. De l'autre, les joueurs abonnés qui trouvent plus facilement l'argent pour se maintenir en jeu ont de quoi rattraper le moindre temps qu'ils passent en jeu grâce à la dépense d'un peu plus d'euros pour s'enrichir vite en monnaie du jeu.

D'après les salariés d'Ankama, ce procédé qui repose sur l'échange d'Ogrines et de Kamas a été mis en place en 2010 pour concurrencer les trafics de code d'abonnement « audiotel », mais aussi la revente de monnaie du jeu sur des sites internet tiers, et notamment celle des « phishers » qui s'emparent des avoirs en monnaie du jeu de personnages volés. Un salarié d'Ankama déclare que le service de réabonnement en argent du jeu grâce aux Ogrines a aussi été imaginé pour « faire concurrence aux goldsellers et aux voleurs ». Autrement dit, une fois mis entre les mains de *joueurs sans budget* d'origine populaire, le système des Ogrines organise la *captation marchande* d'une partie des reventes de monnaies du jeu qui se déroulait jusqu'ici sur des sites internet indépendants.

Chapitre 5

L'engagement dans des pratiques de jeu répétitives. Le cas du « farm » à but non lucratif

Moi, Dofus, c'est cinquante pour cent pour jouer et parler à des amis, mais à côté cinquante pour cent c'étaient faits uniquement pour les Kamas. Le temps est séparé en deux, il y a deux parties, une partie pour se faire de l'argent du jeu et une partie pour jouer.

Mohamed, 17 ans, joueur de Dofus depuis 2009

Les recherches de ce chapitre portent sur des activités que les joueurs en ligne appellent communément « farm »¹¹⁸. Elles recouvrent plusieurs manières de réitérer sur de longues durées de courtes séquences d'action du jeu, parfois plusieurs heures d'affilée, avec pour visée la production « d'objets virtuels » qui s'échangent contre de la monnaie du jeu.

Des joueurs sont occupés à produire des « objets virtuels » parce qu'ils savent qu'ils ont une valeur aux yeux d'autres participants. Mais les différentes valeurs des objets reposent sur une rareté artificielle, codée par les informaticiens de l'entreprise. Nous partons d'une interrogation : pourquoi donc occuper des joueurs à exécuter des tâches si répétitives, arbitrairement données par l'entreprise, alors même qu'il suffirait aux salariés de changer le code informatique pour que ces tâches disparaissent du jeu ? Cette question en appelle d'autres : pourquoi des multitudes de joueurs en ligne pratiquent-elles une activité de production comme le farm, alors qu'elle est consommatrice de temps et que la majorité des joueurs considère qu'elle ne procure qu'un gain en monnaie du jeu et aucun autre mérite ? La valeur d'échange des « objets virtuels » collectés est-elle la seule raison de s'adonner au farm ? L'activité de farm ne semble pas nécessiter d'habileté

¹¹⁸ Dans ce chapitre nous utilisons le terme non lucratif pour qualifier certaines activités de jeu, mais leur opposition avec d'autres activités de jeu lucratives doit être précisée. Nous faisons référence à la définition légale du « non lucratif » qui est en vigueur pour les associations loi 1901. Cette définition n'exclut pas la circulation d'argent, ni même la rémunération, elle suppose seulement que le capital est toujours réinvesti entièrement dans l'activité principalement visée. C'est ce que font les farmers dont il est question, ils dépensent parfois des euros, mais c'est toujours dans le but de les réinvestir pour continuer à jouer. Ce qui ne les empêche pas de dépenser des euros chez des revendeurs de Kamas, des personnes qui développent ces activités seulement pour rechercher du profit monétaire.

particulière, mais certains la réitèrent malgré tout contre vent et marée, des heures durant, en pure perte de temps selon leurs détracteurs.

Les réponses que nous apportons sont construites en deux temps. Premièrement, le design de Dofus est particulièrement adapté à la délégation des séquences de farm les plus uniformes à d'autres joueurs. L'échange des objets utiles à la progression dans Dofus articule une asymétrie entre la visibilité publique de ces marques de progression et la relative invisibilité de la monnaie du jeu, surtout exhibée comme contrepartie au moment du rachat d'objets à un joueur. Dans Dofus comme ailleurs, celui qui possède un objet ostentatoire n'est pas nécessairement celui qui a consenti l'effort d'acquisition qui confère le plus de mérite, il peut tout simplement être riche et l'avoir acheté. Pourtant, les joueurs de Dofus partagent très majoritairement la croyance que le possesseur d'un objet de valeur a fait des efforts pour l'obtenir et que ceux-ci lui ont demandé de consacrer beaucoup de temps à jouer et à répéter les mêmes séquences d'action, à « farmer ». Toutefois, parmi les activités de farm, les joueurs se consacrent à des variantes, distinctes par le degré de monotonie de la tâche sans cesse répétée. En définitive, les joueurs issus de milieux favorisés et qui ont des moyens se réservent généralement les tâches de farm les plus variées, laissant les plus monotones aux joueurs qui ont des problèmes pour payer leur abonnement. Deuxièmement, la pratique du farm dépend du lien entre les sociabilités de jeu et les ressources économiques des joueurs. Cela ne se remarque pas tout de suite en observant l'ordinaire de la majorité des joueurs, car ils sont suffisamment riches pour s'abonner à Dofus en payant directement avec leur propre argent. Ceux-ci ne sont pas contraints d'investir beaucoup de temps dans les activités de farm les plus monotones. Mais le farm des uns en dispense justement les joueurs avec suffisamment de budgets. Ce constat est plus évident à faire dès que nous nous intéressons aux *joueurs sans budget* lorsqu'ils occupent la majorité de leur temps de jeu aux activités de farm les plus monotones. Des joueurs sans moyen de paiement se *réabonnent en Kamas*, souvent grâce à la monnaie intermédiaire « Ogrine » décrite dans le chapitre 3. C'est-à-dire que ces joueurs investissent du temps à « farmer » afin de prolonger leur abonnement au jeu sans payer d'euros. Le farm leur rapporte de grosses sommes de monnaie du jeu qu'ils échangent ensuite contre des Ogrines — c'est-à-dire du temps d'abonnement — à des joueurs plus riches qui rechignent à farmer par eux même. En définitive, la popularisation du farm est rendue possible par le design du jeu, parce qu'il est possible pour le *joueur sans budget* d'obtenir du temps d'abonnement s'il consent en échange à produire une grande quantité d'objets du jeu en répétant inlassablement les mêmes actions.

Les possibilités d'échange des objets virtuels permettent ensuite la valorisation économique de cette production en euros au profit d'Ankama. Cela s'opère via l'objet du jeu le plus fongible et le plus discret à échanger, l'argent du jeu, le « kama ». Le résultat est la « mise au travail » des *joueurs pauvres* pour le compte des plus aisés. L'accumulation de Kamas pour se réabonner est le fait de joueurs issus de la même aire linguistique. Notre enquête qui se déroule en France décrit donc une organisation socioéconomique des pratiques de production d'objets du jeu à une échelle qui est principalement celle du pays.

Pour affiner l'étude des joueurs rémunérés, le volet qualitatif est complété par des entretiens en ligne avec les responsables du service client de plateformes de courtage en monnaie du jeu et une observation de l'activité des personnages joués dans Dofus. S'y ajoute l'analyse de données quantitatives avec le logiciel de traitement statistique Modalisa. Nous les avons collectées à deux sources puis fusionnées par serveur de jeu et par dates connexes par des procédures de « jointures » que permet Access, un logiciel de gestion de base de données. Ces données chiffrées sont d'une part les statistiques qui caractérisent la population totale des personnages du jeu. D'autre part, les taux de change entre monnaies du jeu et euro sur cinq plateformes de courtage en monnaie du jeu. Elles sont toutes publiées en temps réel, les premières sur le site internet de Dofus, les secondes sur les sites internet des plateformes en question.

La trame du chapitre suit la progression de notre enquête, c'est pourquoi nous commençons par présenter et analyser un modèle incomplet qui ne rend compte que des pratiques de farm non lucratives qui sont majoritaires chez 17 joueurs que nous avons vus en entretien. Ces pratiques du farm structurent leur activité de jeu quotidienne. Nous verrons progressivement que ces mises en récit de l'ordinaire de nos enquêtés font apparaître en creux une pratique de farm tierce, endossée par d'autres joueurs considérés avec un certain dédain, ceux qui assurent la pratique de farm la plus monotone et qui sont des *joueurs sans budget*. Nous n'évoquerons dans ce chapitre que ceux qui farment pour économiser de l'argent. Il sera question de ceux qui en tirent des profits en euros dans le prochain chapitre, et notamment de ceux que les joueurs qualifient avec un certain mépris teinté de racisme les « Chinois » ou les « Coréens ».

La première section de ce chapitre revient d'abord sur la littérature dévolue aux activités techniques et à la manière dont elles sont évaluées. La deuxième section décrit les coulisses de la conception de la fonction de farm par les salariés d'Ankama. Puis nous présentons les agencements sociotechniques et le design du jeu qui structurent ces manières d'agir, débouchant en premier lieu sur la pratique de deux types principaux de farm non lucratifs. La troisième section s'attarde sur l'étude du jugement de joueurs tiers sur les produits du farm, c'est-à-dire sur les marques de progression que d'autres joueurs accumulent lors d'activités de farm. Nous nous intéressons en particulier au lien entre le jugement de tiers et la visibilité de ces marques de progression. L'objectif est de comprendre comment, sur la foi du jugement de marques qui sont susceptibles d'être des produits du farm, des tiers contribuent en grande partie à former la catégorie de farm. Dans la quatrième section, nous analysons les déterminants socioéconomiques qui favorisent les activités de farm. Nous montrons que cette pratique a tendance à apparaître parmi les joueurs intégrés à des groupes compétitifs, lorsqu'ils sont pauvres ou habitent dans des zones urbaines relativement isolées. Cette segmentation sociodémographique des usages résulte d'une tension entre le pouvoir économique des joueurs et leur insertion sociale dans le jeu.

5.1 – Le jugement des actes techniques. Une revue de littérature

Nicolas Dodier (1995) identifie quatre formes de critiques de la technicisation du monde. Deux sont des philosophies, d'une part la sémiologie qui critique des objets comme supports de signes et d'autre part la critique de la modernité et de l'action rationnelle basée sur des techniques. Deux sont des sociologies du rapport des sociétés aux techniques. La sociologie du travail marxiste classique dénonce le rapport dialectique entre aliénation et exploitation dans le cadre du travail industriel. Dans le contexte des usages du numérique, ces recherches sont notamment prolongées par l'étude du *crowdsourcing*¹¹⁹, puis du *digital labor*¹²⁰ (Cardon et Casilli, 2015). La sociologie des innovations se positionne quant à elle à partir d'une réfutation du « grand partage », séparant politique et science. Elle le fait au travers d'une approche Nietzschéenne, considérant sciences et techniques comme les lieux d'incessantes créations et d'émancipations individuelles¹²¹. Cette sociologie embrasse souvent le point de vue des innovateurs qui cherchent à faire tenir ensemble ces réseaux sociotechniques hétérogènes. La dynamique de l'innovation technique s'en trouve admise comme telle, avec toutes les violences sociales et individuelles qu'elle comporte. La revendication d'une absence de prise de partie morale dans ce dernier courant de recherche cache généralement une défense des innovateurs et des entreprises qui les enrôlent. La sociologie de l'innovation est contemporaine de l'émergence d'une organisation du travail distribué concomitante de la crise des solidarités industrielles classiques. Dodier propose le concept de *solidarité technique* mieux adapté aux organisations distribuées et flexibles. Il lie étroitement au travail des collectifs d'humains les techniques diffusées dans tout l'environnement des salariés. Quand ils parlent d'*agencements* ou de *réseaux sociotechniques*, les sociologues de l'innovation étudient précisément ces nouvelles formes de solidarité, mais encore aujourd'hui certains y cherchent une solution à l'organisation du travail taylorienne. Il s'agirait donc d'une solution des innovateurs de l'entreprise et elle serait capable de concilier la créativité expressive de l'utilisateur des techniques avec son exploitation commerciale en tant que client. De la sorte, ces sociologues de l'innovation courent le risque de ne pas prendre en compte les nouveaux types de violences qui s'imposent aux usagers de la technique.

Au regard de ces diverses critiques de la technique, le farm que nous étudions dans ce chapitre est une activité technique difficile à situer. A priori des

¹¹⁹ L'organisation d'une délégation aux clients de l'exécution bénévole de tâches productives complexes qu'effectuent généralement de bout en bout certains usagers experts. Le résultat le plus fréquent pour l'entreprise est l'amélioration gratuite des services qu'elle vend.

¹²⁰ Une forme d'organisation du travail qui prépare là encore par le design technique les usages du client. Le but est d'en extraire de la valeur économique, sans que le client en soit forcément conscient, grâce au traitement algorithmique de certaines micro-tâches qu'il réalise sans qualification ou adresse particulière.

¹²¹ Robinson et Simon (2015) déclinent les arguments de ce discours optimiste dans le cas du *crowdsourcing* effectué à partir de logiciels de modification de jeux en ligne appelés « mods ».

plus aliénantes, ressemblant à un travail à la chaîne taylorien, il est pourtant populaire parmi les joueurs de Dofus, il est effectué de manière bénévole par la plupart d'entre eux et l'entreprise n'en tire pas directement de profit, même s'il est vrai que l'activité retient des joueurs et les incite à renouveler régulièrement leur abonnement. Quoiqu'il en soit, tous ces jugements critiques portés sur des activités techniques le sont de manières exogènes, ils proviennent de chercheurs et nous ne pouvons pas a priori situer notre analyse du farm parmi elles. Dans ce chapitre, nous optons pour une démarche de sociologie pragmatique qui rend compte du point de vue des usagers de la technique. C'est pour cette raison que nous abordons dans la suite de cette section la littérature qui étudie plusieurs manières de juger d'actes techniques du point de vue de ceux qui les réalisent. Ces études font émerger plusieurs caractéristiques que nous pourrions repérer lors du farm, l'exécution de séquences d'action simples, répétitives et visibles de tous. Nous évoquons donc en premier lieu le critère de jugement d'un acte technique lorsqu'il découle d'une observation en situation et qu'il porte alors sur l'habileté d'exécution de l'opérateur. Deuxièmement, le jugement peut aussi être réalisé après-coup et reposer sur des objets qui sont produits par l'activité. Abordés comme des traces, ils servent de preuves pour évaluer l'activité. Dans le cas des jeux vidéo, la littérature sur l'évaluation de ces produits porte sur leur dimension fonctionnelle. Ce peut être la performance compétitive qui est mise en avant, ou alors la rentabilité économique. Dans ce dernier cas, la littérature s'intéresse surtout à l'organisation sociale de l'activité économique, plus rarement au processus de valorisation économique de l'objet produit. Les recherches portent en particulier sur l'organisation de ceux qui accumulent des produits numériques à des fins lucratives.

5.1.1 – *Du mode d'action des « power gamers ». Savoir, performance et réflexivité*

Dans le contexte des MMORPG, il est possible d'investir des activités qui entretiennent un rapport singulier à l'imprévu. Certaines favorisent davantage l'adaptation improvisée aux circonstances changeantes. La réaction à l'imprévu se traduit alors fréquemment par une grande disponibilité du joueur aux contingences de la situation, ainsi qu'un discours qui la valorise rétrospectivement. Cette ouverture attentionnelle suscite des actions largement improvisées, qui sont en grande partie construites en situation¹²². Le joueur les ajuste au fur et à mesure à la situation, par l'exercice de son jugement réflexif et il le fait généralement poussé par un désir d'épuiser tous les ressorts inédits que le jeu peut proposer. Dans la typologie des motivations des joueurs que dresse l'un des inventeurs des premiers jeux en ligne multijoueurs (Bartle, 2004), cette pratique est assimilée à l'idéaltype de *l'explorateur*. Une conduite qui correspond à une pratique de jeu en ligne tournée vers l'accroissement infini du savoir¹²³.

¹²² Nous renvoyons le lecteur à l'article que nous avons coécrit avec Nicolas Auray au sujet des conduites d'exploration curieuse et de leur encouragement grâce au design des jeux en ligne (2013).

¹²³ Certains affirment même que cette appétence à l'improvisation réflexive définit l'essence d'une attitude ludique (Malaby, 2007).

Il existe pourtant une autre manière de décrire l'action tout en agissant au sein d'un jeu. Elle se traduit par un intérêt marqué pour la sélection de défis à réitérer pour des raisons instrumentales, c'est-à-dire que les défis sont choisis pour accumuler les récompenses rendues accessibles en cas de succès. T.L. Taylor rend compte de cette manière d'agir chez les joueurs du MMORPG *Everquest* (2006). Parmi eux, certains joueurs se font appeler des « power gamers »¹²⁴. Ceux-ci apprécient de découvrir les mécaniques de jeu pour assouvir leur soif de connaissance. Ils ne s'en tiennent pas pour autant au plaisir d'approfondir leur connaissance du jeu et mettent ces savoirs à profit afin de progresser plus que les autres joueurs. De plus, au-delà des plaisirs individuels de la découverte du jeu et de sa mise à profit pour progresser, ils en retirent souvent une forme de reconnaissance sociale parce qu'ils partagent une part de ces connaissances du jeu avec d'autres. L'étude des « power gamers » de T.L. Taylor est décisive pour comprendre l'activité de jeu en ligne, car elle souligne que dans de tels jeux une volonté d'accumulation de savoirs est rarement poursuivie comme seule fin en soi. Les mécaniques des jeux incitent à aller plus loin, tout simplement parce que la plupart des actions d'exploration donnent lieu à des récompenses qui peuvent être utiles dans la suite du jeu. L'approfondissement de la connaissance du jeu donne de nouveaux moyens de progresser au joueur et l'encourage de ce fait à agir à des fins instrumentales. Ces dernières ne se limitent pas seulement à des objectifs individuels, mais donnent souvent lieu à des valorisations sociales, car là encore les jeux en ligne sont conçus sur le principe d'une stimulation constante des liens sociaux des joueurs. Pour aller plus loin dans l'analyse des modes d'action des « power gamers », Taylor insiste lourdement sur leur manière de sélectionner les défis :

One of the most notable characteristics of the power gamers I observed and spoke with is their fundamental adherence to a cause-and-effect model of game involvement. Such gamers in EQ [EverQuest] are particularly attuned to making the most of their time in the game and so undertake actions to produce efficient reward paths.

La logique de jeu instrumentale des « power gamers » les singularise des autres joueurs parce qu'ils accomplissent avec succès davantage de défis, mais ceci est une conséquence de leurs tentatives de maximisation du cumul de récompenses. Progressivement ils réduisent la diversité de leurs parcours de jeu à ceux qu'ils jugent maximisateurs des apports de récompenses. Ils ne leur restent plus en dernier lieu qu'à réitérer ces parcours suffisamment longtemps pour accumuler des récompenses en vue de surpasser les autres joueurs. D'après Taylor, sitôt ce but

¹²⁴ La catégorie « power gamer » se rapproche fortement de celle de « hardcore gamers », cette dernière est devenue par la suite d'un usage plus courant dans les jeux vidéo. La catégorie « power gamer », aussi appelée « roll player », est identifiée par T.L. Taylor dans le MMORPG *EverQuest*. Elle y est principalement mobilisée par les « role players » qui souhaitent s'en démarquer. Les « role players » sont des joueurs qui en surplus des règles du jeu en ligne inscrites dans son code informatique, respectent des normes implicites pour que leur manière de jouer leur personnage soit cohérente avec l'imaginaire du jeu. Par exemple, un joueur s'exprimera via la messagerie instantanée du jeu comme un gentilhomme si cette position sociale correspond à l'apparence de son personnage.

atteint, les « power gamers » redéfinissent dynamiquement un nouvel objectif qui leur permettra de surpasser la majorité des joueurs.

Les « power gamers » ont donc la particularité, une fois identifié un défi jugé rentable, de se focaliser dessus, de resserrer leur attention jusqu'à trouver la manière optimale de le réaliser pour accumuler au mieux des récompenses. Lorsque la conduite optimale est identifiée et que la plupart des aléas potentiels sont écartés, l'action entre pour une durée donnée dans un régime d'exécution purement productiviste, monotone et répétitif, que les joueurs d'Everquest appellent « grinding » (broyage). T.L. Taylor insiste sur l'aspect transitoire de ces périodes de resserrement attentionnel extrême. Les « power gamers » changent périodiquement leurs objectifs, si bien que ces périodes ne s'allongent jamais bien longtemps. Ils sont incités à changer régulièrement d'objectif, pris dans une sorte de cavale que l'anthropologue explique en partie par la plasticité du design des jeux en ligne, à cause des modifications du code informatique et des règles du jeu, qui interviennent régulièrement. En effet, les salariés de l'entreprise observent en ligne les conduites des personnages joués et modifient itérativement le jeu afin de minimiser les plaintes et d'améliorer les profits de l'entreprise.

Cette première discussion bibliographique pointe des mécanismes cognitifs et motivationnels des joueurs qui privilégient l'optimisation des performances et la planification des tâches. Autant de traits communs aux activités de farm. Dans la suite de ce chapitre nous ne nous intéressons pourtant pas de manière centrale à ce type de jugements réflexifs chez les farmers, ni à leurs motivations. Nous montrerons plutôt comment les objets qui les environnent et les sociabilités qui en découlent les amènent à privilégier certaines activités de jeu très répétitives.

5.1.2 – *Le geste technique comme preuves d'habileté*

L'étude précédente des « power gamers » (2006) montre que pour comprendre les actions des joueurs compétitifs, il faut d'observer leur manière d'accumuler des connaissances sur les récompenses octroyées à l'issue de défis ludiques. Cette dimension conditionne les plans du joueur qui choisira de répéter seulement l'action qu'il juge la plus rentable. Choisir ses actions parce qu'on peut en améliorer le rendement est une manière d'agir, mais plutôt que de motivations intrinsèques, les actions dans un jeu vidéo ne peuvent-elles pas pour autant être décrites en partant du jugement d'autrui ?

Qu'en est-il du jugement public de l'habileté des participants de MMORPG¹²⁵ ? Une première piste est donnée par De Paoli (2013) dans son étude du jeu en ligne *Tibia* (CipSoft, 1997). Il constate l'utilisation par des joueurs de programmes de « bot » — contraction de robot — qui automatisent les séquences d'action les plus répétitives et ennuyeuses du jeu en ligne. Il interprète rétrospectivement le geste technique automatisé de la machine comme une habileté afin de décrire ces usages de « bots » comme des phénomènes de « perte de compétence » (deskilling) des joueurs. Dans la mesure où les « bots » sont

¹²⁵ Acronyme de Massively Multiplayer Role Playing Games, le type de jeu auquel appartient *Dofus* et qui est généralement nommé en français : jeu de rôle en ligne massivement multijoueur.

relativement complexes à préparer pour fonctionner en autonomie, nous sommes en droit de nous demander s'il ne s'agit pas plutôt d'un changement de compétence, l'accusation de « perte de compétence » étant plutôt le fait des joueurs qui n'ont justement pas la capacité à maîtriser ces outils complexes et qui valorisent donc leurs propres activités.

Nicolas Dodier généralise cette conception habile du geste technique en le définissant plutôt comme le degré de complémentarité du geste à l'outil technique, autrement dit l'adéquation de ce que Simondon (1969) définit comme le « milieu associé » une fois que l'outil est « concrétisé », c'est-à-dire qu'il se stabilise dans un état de fonctionnement optimal du point de vue de son rendement technique. Dodier part de l'observation de collectifs d'ouvriers au travail dans une usine de pliage de taules afin de proposer le concept « d'arènes de l'habileté technique » (Dodier, 1993). Ce type d'« arène » est défini comme un regroupement de spectateurs jugeant l'action d'une personne qui fait montre de capacités remarquables. La réputation de la personne se fonde sur sa dextérité dans le maniement d'outils immédiatement soumis au jugement du public. Plus précisément, c'est la capacité et la manière de réussir des gestes techniques qui sont l'objet des jugements publics et contribuent à forger sa valeur. Chez Dodier le cas étudié se prête mal à la généralisation pour des objets personnels. L'objet produit est un morceau de taule qui n'est pas une possession de l'ouvrier et il ne l'arborera pas ensuite sur lui comme un trophée qui reflète une réputation légitime. La réputation se construit d'abord sur le vif dans une « arène » sociotechnique bien identifiée, puis après coup sous un format beaucoup plus labile sans vraiment de lieu et de support tangible stable et identifié, la réputation se construit alors de bouche à oreille, par la circulation de la parole dans l'usine.

5.1.3 – La production d'objets personnels comme preuves d'une habileté à visée fonctionnelle

Les activités techniques qui débouchent sur la production d'objets personnels ont un rôle singulier dans les activités numériques. Nardi (2010) remarque à ce sujet que le rapport aux activités laborieuses et monotones est différent dans un jeu vidéo et dans d'autres activités techniques où des efforts ennuyeux peuvent ne rien rapporter, à part le soulagement de les voir s'interrompre. Dans un jeu vidéo, l'activité répétitive prolongée est toujours rétribuée par une récompense à l'issue d'une période de tension impatiente. Cette structure de l'activité est particulièrement valide pour le farm et le rapproche intuitivement des travaux professionnels rémunérés à la pièce. Le farm est souvent aussi valorisé de la part des autres joueurs par une reconnaissance sociale de l'effort réalisé, car il existe une forme de solidarité vis-à-vis des activités de farm, que la plupart des joueurs consentent à exercer l'espace d'un moment, puisque le design du jeu le rend avantageux pour obtenir certains objets de jeu utiles. Des éléments exogènes à l'activité technique sont donc apportés régulièrement pour encourager à la maintenir, même si le participant trouve qu'elle est en soi dégradante et dépourvue d'habileté.

Première visée fonctionnelle : la performance compétitive stimulée par l'admiration de marques de progression

Seule une minorité d'observateurs évalue en situation l'habileté d'un joueur de MMORPG donné. Dans sa thèse consacrée au MMORPG Warhammer Online, Julien Rueff (2014) identifie une autre forme d'évaluation qui est bien plus largement partagée par les joueurs. Il montre que les discussions des participants ne portent majoritairement pas sur l'habileté d'autres joueurs, mais qu'ils expriment bien plus fréquemment une *admiration* pour eux. Celle-ci a pour objet d'évaluation des marques graphiques que les joueurs obtiennent de manière prévisible à l'issue de l'accomplissement de certaines prouesses facilement identifiables dans le jeu¹²⁶.

Là où Dodier porte son attention aux actions en train de se faire, Rueff s'intéresse donc aux commentaires formulés à partir des récompenses que les joueurs exhibent et conservent au-delà de l'acte de production¹²⁷. Dans les MMORPG, la démultiplication de ces récompenses affecte les débats des participants. Ils ne portent plus tant sur la valeur de la prouesse gagnante, mais questionnent la fiabilité des marques graphiques. Ces débats interrogent la capacité des marques à rendre compte fidèlement de l'habileté d'un geste révolu. L'objet de recherche se déplace, il glisse de l'habileté observable vers l'examen de preuves tangibles et durables. Ce changement de focale est fondamental pour étudier la majorité des discours évaluatifs des joueurs de MMORPG.

Tous les MMORPG ont systématiquement recours à des marques graphiques de deux types, des indicateurs quantitatifs et qualitatifs. Ils sont octroyés grâce à des algorithmes propres à chaque jeu. Les premiers sont présents sous forme de points que les personnages cumulent au gré des actions dans le jeu, mais qui ne sont pas directement visibles sur le personnage joué pour les autres participants. Il s'agit souvent d'une monnaie spéciale dont la valeur n'a cours que dans le jeu et aussi de « points d'expériences » qui simulent l'aguerrissement du personnage lorsque le joueur lui fait répéter le même type d'action, notamment vaincre des ennemis. Les seconds, les indicateurs qualitatifs, sont symbolisés par l'obtention ponctuelle de sorte de médailles, des *marques graphiques* représentées sous forme d'objets ostentatoires. Elles sont octroyées à l'issue d'un défi réussi. Plus le défi est difficile et plus la marque obtenue est rare et fait des envieux. La convoitise et l'*admiration* sont exacerbées, car les marques graphiques sont bien visibles des joueurs dont le personnage se situe au voisinage, car elles sont

¹²⁶ Le travail de Julien Rueff s'appuie sur la notion d'*admiration* (Bewunderung) que Voswinkel théorise comme certification de la part d'un public de la singularité d'un être agissant. L'action en vue d'être admiré a une visée individualiste qui se distingue de la visée collective mise en avant par la *reconnaissance sociale*, un concept d'Axel Honneth qui insiste sur la certification sociale d'une contribution faite pour un collectif.

¹²⁷ Dans le contexte économique limité au jeu, ces objets sont des produits avec une valeur économique. Dans la suite nous adoptons donc la perspective des économistes lorsque nous appelons des produits les objets du jeu qui sont assignés au personnage joué à l'issue d'un défi victorieux.

affichées sur le personnage que l'on joue. Médailles et surnoms guerriers accolés au pseudonyme du personnage sont ainsi couramment gagnés par les joueurs. Toutefois, le moteur principal de ces formes *d'admiration* reste les équipements de protections et les armes rares que le joueur peut choisir de placer quand il le veut sur son personnage¹²⁸. Équipées, celles-ci sont bien visibles des participants situés à proximité. Ils augmentent sensiblement la puissance du personnage joué et le font craindre et envier des autres.

La convoitise entre joueurs est exacerbée parce qu'il est souvent possible d'échanger avec d'autres ces artefacts rares, de les troquer ou de les racheter contre une monnaie propre au jeu. L'espoir de maints joueurs est de pouvoir obtenir ces objets sans réaliser le défi qu'ils redoutent. Il suffit pour cela de faire preuve de persuasion pour profiter des fruits du labeur d'un autre. Soit en lui faisant céder son bien pour un prix modique, soit simplement en le volant. Le défi trop difficile peut alors être contourné et permettre le recours à d'autres aptitudes plus familières au joueur. D'une marque d'habileté à combattre, l'équipement peut devenir la marque d'une habileté à compter, à commercer, à négocier, voire à manipuler les interfaces du jeu de manière surprenante pour piller d'autres joueurs. Dans tous les cas, une forme de virtuosité demeure, mais sa légitimité n'est pas reconnue au sein de toutes les arènes de joueurs. C'est pour cette raison que nous nommons dans la suite ces artefacts des marques de progression¹²⁹ et que nous définissons cette progression comme l'acquisition d'habiletés¹³⁰. Nos analyses de l'action à la source dudit progrès ne remettent donc pas en cause le fait qu'il est forcément le fruit d'une forme d'habileté. Ce qui sera en revanche discuté est la valeur sociale accordée à différents types d'habileté. Dans ce chapitre nous nous intéresserons tout particulièrement au caractère habile qu'il faut savoir développer pour être à même de supporter, de compenser, ou de contourner l'action monotone et répétée du « farm ». Cette forme d'habileté est soumise à des jugements paradoxaux de la part des autres joueurs. La majorité pratique le farm, mais selon une échelle de légitimité qui place au sommet les formes les moins monotones. Les formes les plus monotones sont celles qui visent à cumuler de la monnaie du jeu et qui sont à la fois les plus sujettes à une valorisation économique. Elles sont prises en charge par des joueurs rémunérés, auxquels les autres rachètent contre des euros les monnaies du jeu collectées

¹²⁸ Ces artefacts qui certifient l'habileté singulière de leur porteur le favorisent également en lui conférant des bonus de jeu. Ils sont à juste titre appelés par les joueurs et les concepteurs de certains jeux en ligne des objets « épiques », « légendaires », ou encore « héroïques ». Ils engagent leurs détenteurs dans une sorte de spirale vertueuse qui réserve à ces joueurs la possibilité de réaliser les actions de jeu les plus difficiles.

¹²⁹ Nous souhaitons de cette manière éviter l'expression « marques de distinction » couramment utilisée par les chercheurs que nous avons cités précédemment. Elle contient un présupposé normatif implicite qui reproduit l'appréciation supposée du joueur, « je me distingue des autres ». De plus, cette dénomination ne met pas sur le même plan les habiletés des joueurs et fait courir le risque au chercheur de privilégier une critique un peu simpliste en termes de domination.

¹³⁰ Nous reprenons ici la définition de l'habileté du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales qui la décrit comme une « qualité (innée ou acquise) de finesse, d'adresse dans le choix des moyens pour arriver à une fin ».

Deuxième visée fonctionnelle : le profit économique

Les « monnaies privées » qui ne sont pas reconnues par les banques centrales des nations sont maintenant d'usage courant dans certains échanges ordinaires (Blanc, 2000). Les loisirs numériques n'échappent pas à cette vague de fond et parmi eux, les jeux vidéo font figure de précurseurs. Plusieurs aspects techniques les singularisent des autres services en ligne, dont la nécessité de créer une monnaie spécifique pour fluidifier les échanges de biens virtuels à l'intérieur d'un univers numérique. Collectées au fil des défis ludiques, ces monnaies sont dépensées pour l'achat à d'autres joueurs d'équipements capables d'augmenter les chances de réussite du personnage que chacun peut incarner. Les choses se passent pour le mieux dans ces mondes où tout est « pour de faux ». Malheureusement, cette concorde prend fin lorsque la volonté de victoire de certains rencontre le désir d'économiser de la monnaie sonnante et trébuchante d'une autre partie des joueurs. Produire la monnaie d'un jeu pour faire faire des économies à ceux qui ont plus de mal à fixer un budget pour jouer durablement à Dofus peut alors devenir une source de profit pour l'entreprise qui organise les échanges. Mais cela ne va pas sans bouleverser en profondeur les manières de jouer et questionner la place laissée à des notions comme « l'amusement » et la « créativité » au sein d'un logiciel de jeu en ligne.

La littérature sur la production de contenus par des clients de services en ligne peut être divisée en deux. D'une part, des travaux de recherche portent sur la conception itérative des logiciels en ligne et l'éclatement de la chaîne classique qui va de leur production à leur consommation. La plasticité du code informatique des logiciels en ligne a été analysée par Neff et Stark (2003), dans le cas des logiciels en ligne à visée non ludique. Ces logiciels intègrent dans leur production un modèle d'innovation en « percolation », attentif à la prise en compte de nouveaux usages grâce à des techniques de conception qui font la part belle aux tests, aux expérimentations et aux explorations (Mallard, 2011). Ces précédents auteurs esquissent une importante mutation industrielle du secteur des TIC qui apparaît au cours des années 2000. Elle s'accompagne de l'avènement des « focus groups » d'utilisateurs représentatifs, de l'instauration de phases de « bêta test » des logiciels avec des « utilisateurs représentatifs », des logiciels parfois commercialisés rapidement, alors qu'ils ne sont pas terminés et comportent de nombreux « bugs ». Il en découle un va-et-vient entre les acteurs chargés de la conception et les usagers du logiciel en ligne qui usent de nouveaux espaces de parole, avant commercialisation lors des phases de tests une fois le logiciel vendu en s'exprimant sur des forums internet, pour se plaindre ou faire des suggestions d'amélioration.

Autrefois bien définies, les frontières spatiales entre lieux de conception, de commercialisation et d'usage sont malmenées par l'organisation des services en ligne qui consiste aussi bien à inviter de futurs usagers dans l'entreprise pour tester des produits expérimentaux, qu'à changer à distance et quand bon lui semble le produit utilisé dans les foyers. Les fonctions sociales traditionnellement attribuées aux salariés d'entreprise et aux consommateurs des produits et services changent quelque peu. Cela occasionne des interactions inattendues entre les pratiques de conception, de commercialisation et de consommation. La pratique de Dofus que

nous allons étudier dans ce chapitre concerne les cas des clients de services en ligne qui produisent eux-mêmes des services destinés à la clientèle. Parfois ces produits entrent en concurrence avec ceux de l'entreprise, parfois ce n'est pas le cas, l'entreprise peut alors tenter d'organiser cette production pour en tirer des profits.

D'autre part, des travaux de recherche identifient deux grandes figures de producteurs de contenus parmi les utilisateurs de logiciels en ligne. Premièrement, les « lead users » dont la production tire parti d'un savoir ou d'un savoir-faire approfondi (Von Hippel, 2009). Ils sont majoritairement bénévoles et mettent à disposition leurs confections pour d'autres participants qui n'ont le plus souvent pas leur niveau d'expertise. Cette organisation de la production et de la consommation entre clients repose sur des outils de production et de recherche de produits (des « toolkits » et des bases de données) que mettent à disposition une entreprise qui tire ses profits de la mise à disposition de matières premières, de commissions ou encore de péages prélevés lors de certaines opérations sur la plateforme numérique. Cette tendance organisationnelle qui remonte aux années 2000 englobe la plupart des pratiquants d'activité artisanale ou de recyclage assistés par internet. Leurs pratiques sont parfois désignées par les praticiens eux-mêmes comme relevant du « do it yourself ». Historiquement, elles ciblent d'abord les formes d'explorations « par le faire » des domaines de l'informatique, de l'électronique et de la biologie étiquetées « hacking » qui sont regroupées dans des lieux appelés « hacklabs » ou « fablabs », où se côtoient des communautés d'habitues, rompus de longue date à de tels échanges bénévoles. Par exemple, les informaticiens producteurs de logiciels libres et certains groupes technophiles plus politisés (Auray, 2013 ; Lallement, 2015). Plus récemment sont apparues d'autres communautés semblables qui sont liées à des activités situées dans l'univers domestique. Par exemple, le tricot appuyé sur des sites internet de réseaux sociaux (Zabban, 2015), ou encore la cuisine lorsqu'elle est attentive aux notations et aux expérimentations qui figurent sur les blogs de passionnés (Naulin, 2014). Dans le cas des vidéojoueurs, ces producteurs bénévoles sont appelés « modders » (Postigo, 2007).

Le débat entre chercheurs peut être très grossièrement résumé à l'opposition entre deux positionnements. Le premier découle d'une tradition marxiste et dénonce une organisation de la production qui persuade des travailleurs qu'ils sont des clients, les dépossède de leurs productions sans les dédommager, voire en leur demandant carrément de payer l'accès aux outils de production (Terranova, 2000 ; Sotamaa, 2007 ; Dyer-Witheford et De Peuter, 2009). Le second courant de recherche considère que si cette organisation de la production est bel et bien possible, c'est parce qu'elle encourage non pas à effectuer un travail laborieux, mais à exprimer la créativité des usagers. Les producteurs bénévoles se sentent valorisés parce que leur production serait un travail de création reconnu comme tel par des tiers (Robinson et Simon, 2015). Plus précisément, leurs créations sont diffusées et soumises à l'évaluation profane d'autres clients sur une plateforme centralisée conçue par l'entreprise fournisseuse des services. Les créations sont évaluées grâce aux notations et aux courts commentaires laissés par tous les clients curieux qui les ont testées. Ce système

organise un marché qui met en concurrence les producteurs de contenus à la recherche d'une reconnaissance de la valeur de leur expertise. C'est à la condition de cette mise en valeur profane des meilleures expertises que la plupart de ces producteurs tolèrent que l'entreprise dont ils dépendent fasse du bénéfice grâce à leurs productions expertes. Enfin, cette organisation d'une valorisation par les clients des meilleurs experts se prolonge assez fréquemment par une valorisation professionnelle de ces preuves de réussite populaire. Ce basculement vers une valorisation de l'expertise de passionné sur le marché du travail est analysé à partir d'une enquête empirique détaillée, qu'ont menée Nicolas Auray et Fanny Georges au sujet des producteurs de vidéos issues de jeux vidéo (2012).

En deuxième lieu, des multitudes d'utilisateurs de services numériques relèvent elles aussi des pratiques de production de contenus par des clients de services numériques. Ils sont appelés « digital laborers » et exercent une activité peu qualifiée. Les outils numériques permettent de le déléguer à distance aux consommateurs. Ce « travail en miette » se distingue donc de celui décrit par Friedmann et Naville, puisqu'il n'est plus confié à des salariés non qualifiés qui viennent à l'usine tous les matins. Afin d'en tirer un profit monétaire, les fournisseurs du service numérique collectent les données générées par l'activité de chaque client, puis mettent en œuvre des algorithmes complexes pour en tirer des produits plus complexes et commercialisables, par exemple des informations statistiques sur les comportements utiles pour le ciblage publicitaire (Cardon et Casilli, 2015). Grâce à ce travail de planification algorithmique, une valorisation économique est possible, malgré l'absence d'expertise individuelle des clients qui ont bien souvent l'impression qu'ils ne font qu'utiliser un service en ligne.

Du point de vue des producteurs de contenus, les « lead users » se différencient des « digital laborers » par l'étendue de leur savoir, la rareté de leur savoir-faire et la conscience d'être engagé dans un acte de production et pas seulement d'utilisation d'un service numérique. Du point de vue de la plateforme de service, la publication des productions des « lead users » s'accompagne de leur mise en concurrence. Les auteurs sont valorisés au travers d'une personnalisation de leurs productions et en tirent une reconnaissance de leur capacité à produire quelque chose qui suscite l'intérêt. Les « digital laborers » ne sont quant à eux pas valorisés à titre individuel par la plateforme de service. Ils sont généralement peu informés sur la commercialisation de leurs données d'activité, même si bien souvent leur activité de consommation nourrit elle-même des modifications du service, conformes aux résultats statistiques des algorithmes. Si les « digital laborers » cèdent les données qu'ils produisent, c'est parce qu'à l'échelle individuelle leurs données ne leur apparaissent pas susceptibles d'accroître significativement les profits monétaires de l'entreprise. Cette croyance est renforcée lorsque ces producteurs pensent que la loi protège efficacement leurs données personnelles d'une exploitation tierce. Les algorithmes informatiques modernes permettent donc de tirer un profit monétaire de ce type de croyances. Les données produites sont dépersonnalisées, elles sont rendues anonymes par leur agrégation lors de calculs statistiques. Ceux-ci empêchent les « digital laborers » de se reconnaître fidèlement lorsqu'ils sont confrontés aux données statistiques qui portent sur de grandes populations, dont ils font partie. Ils ont donc plus de

difficulté à trouver une légitimité pour revendiquer la propriété individuelle sur ces produits statistiques. Pour tenter d'y remédier, certains forment des collectifs influents afin de revendiquer auprès d'autorités politiques l'instauration de taxes nationales sur l'usage de leurs masses de données afin de pallier à la difficulté de définir juridiquement une propriété collective à cette mise en statistique des données de clients individuels.

5.1.4 – Une contribution au débat sur la séparation entre jeu et activité productive

En résumé, le débat au sujet de la séparation entre les activités de jeu et la capacité productive des joueurs est résumé par Celia Pearce à partir de l'étude des migrations de joueurs entre plusieurs jeux en ligne (2006). Ces migrations engendrent la transposition dans les nouveaux jeux de destination d'une partie des pratiques de jeu antérieures, ce que la chercheuse qualifie de « culture ». Elle s'appuie sur une enquête du suivi d'une telle migration pour affirmer que ces activités de réinvention de pratiques numériques qui impliquent l'imitation imparfaite d'objets d'un autre jeu sont une forme d'art populaire, dont l'appareillage numérique renforce la dimension sociale.

Malgré ce que Pearce en pense, il est tout de même courant d'entendre des discours accusant les jeux vidéo d'être improductifs et de faire perdre du temps inutilement. Or la chercheuse ne donne aucune clé pour comprendre ces discours. Le travail d'enquête de Julien Rueff est à ce titre instructif. Il porte en grande partie sur des joueurs expérimentés qui forment des « guildes »¹³¹ dans un seul jeu en ligne¹³². Ce sont des collectifs d'experts qui recourent à leurs fines connaissances de *Warhammer Online* pour juger de la qualité des marques de progression qu'ils ont obtenues, et aussi de la légitimité des défis dont ces marques sont les preuves probables. Sur la base de ce terrain, le chercheur tente de monter en généralité et d'étendre ses conclusions à tous les joueurs des MMORPG. Ce faisant, il rencontre une difficulté que nous observons également dans notre étude de Dofus. Dès que l'attention se porte sur les discours dissonants dans les cercles de joueurs issus de guildes, les marques de progression exhibées sur les personnages de jeu ne sont plus jugées comme des preuves *d'habileté technique*. Les critiques visent les joueurs qui exhibent ces marques et mettent en doute la valeur de leur habileté, considérant que ces joueurs sont simplement assidus, qu'ils se contentent d'agir dans le jeu de longues heures durant, sans faire preuve de la moindre habileté. Ces critiques ne se limitent souvent pas à un seul jeu, mais elles visent généralement plusieurs MMORPG : selon ces critiques, l'idée qu'il faudrait nécessairement être habile pour obtenir ces marques de progression négligerait la diversité des mécaniques des jeux. Ils insistent sur une différenciation entre les jeux en ligne. Les marques de progression seraient plus légitimes à rattacher à des formes

¹³¹ Ce sont des organisations hiérarchiques qui tirent profit dans une mesure très importante d'appuis techniques spécifiques au jeu, comme la possibilité d'échanger des ressources au sein du groupe formé par la « guide ». Il peut s'agir notamment d'échange de messages pour se coordonner, ou d'échange d'artefacts et de la monnaie du jeu.

¹³² Il recoupe en cela la démarche de T.L. Taylor lorsqu'elle étudie de semblables collectifs dans le MMORPG *Everquest*, qui se nomment eux-mêmes des « power gamers » (2006).

d'habileté dans certains jeux seulement. Warhammer Online et Dofus représenteraient des exemples de jeux en ligne pour lesquels ces marques de progression découlent le plus du temps passé à jouer, sans traduire d'aptitude réelle à réaliser des prouesses dans le jeu.

Julien Rueff dénonce ces critiques parce qu'elles sont promptes à nier toute habileté à des joueurs de Warhammer Online qui cumulent des marques de progression, renvoyant le sens de leur activité à une forme d'oisiveté, au temps que le jeu occupe. Implicitement, ces marques de progression sont considérées comme la preuve d'un temps de jeu gaspillé. Les mécaniques du jeu associeraient forcément ces actions rudimentaires avec l'impossibilité de développer un goût spécifique pour elles parce qu'elles sont implicitement suspectés comme inaptes à l'expression créative. La critique des joueurs légitimes vise donc le manque de potentiel créatif du jeu répétitif dans certains MMORPG, comme Warhammer Online ou Dofus. Ces détracteurs du farm ne critiquent donc pas son improductivité économique¹³³, ce qui serait absurde étant donné que nous verrons dans le chapitre suivant que des collectifs de joueurs le pratique à des fins lucratives. Nous montrons dans le reste de ce chapitre que produire et trouver à qui échanger les objets du farm nécessite justement le déploiement de formes d'ingéniosités. En dernier lieu, les tentatives de reprise de contrôle de l'entreprise propriétaire du jeu en ligne ont tendance à stimuler ces pratiques en établissant un rapport de réciprocité entre le service que le farm rend à d'autres joueurs et celui que l'entreprise est prête à offrir en contrepartie, par exemple un réabonnement au jeu sans payer.

5.2 – La production d'objets du jeu. La finalité fonctionnelle du farm sans but lucratif

Dans cette section, nous nous concentrons sur les pratiques de farm qui sont prévues par le logiciel du jeu et n'ont pas de finalité lucrative. Nous décrivons dans un premier temps les motifs de la genèse des principales fonctions de jeu de Dofus qui encouragent les pratiques de farm. Ces fonctions sont mises en place par manque d'effectifs salariaux chez Ankama, parce qu'il est plus facile et rapide d'inventer des règles du jeu qui favorisent certaines activités de jeu très répétitives. Nous présentons dans un second temps le « farm donjon » et le « farm métier », les deux pratiques répétitives que nous relevons habituellement chez nos enquêtés joueurs de Dofus lorsqu'ils rendent compte de l'usage individuel qu'ils font de leur personnage de jeu.

¹³³ Historiquement, la critique de l'improductivité économique des loisirs coûteux est formulée par Veblen (1970). Il définit les *loisirs ostentatoires* comme des rites semblables au *potlatch*, des compétitions qui poussent les concurrents à une surenchère de dépenses afin d'affirmer la supériorité de leur richesse (Mauss, 1923). Ces riches justifient de la sorte leur rattachement à une grande bourgeoisie qui est la seule à disposer du pouvoir économique pour se permettre ces dépenses de loisir sans pour autant que cela menace à terme le reste de leur mode de vie.

5.2.1 – Les choix de design à l'origine du farm. Une affaire de coût de production

Le design des MMORPG permet généralement aux joueurs de choisir à tout moment entre la réalisation de deux types de défis. Les premiers sont de plus en plus complexes et doivent être effectués dans un ordre cohérent qu'organise un fil narratif préexistant – autrement dit un « script » qui esquisse les grandes lignes d'une histoire et cadre la pratique de jeu. Les seconds relèvent de tâches qui restent toujours élémentaires à réaliser, du début à la fin du jeu. Le joueur peut par exemple s'attaquer à l'un des nombreux monstres peu menaçants qui pullulent partout dans le jeu. Après quelques dizaines d'heures de jeu, il peut commencer à réaliser certains « donjons » en boucle, c'est-à-dire un parcours contraint d'une dizaine de minutes qui est peuplé de monstres relativement difficiles à battre. Enfin, s'il a choisi préalablement un métier comme celui de bûcheron, il peut décider de couper une série d'arbres, voire une forêt entière s'il est patient. De cette manière, un joueur qui ne veut pas prendre le risque de réaliser des défis complexes et risqués auxquels il peut être amené à échouer peut malgré tout cumuler des marques de progression par ces voies simples et sûres. Ainsi, son accumulation de marques de progressions ne cessera pas, pourvu qu'il soit prêt à réitérer ces tâches élémentaires un grand nombre de fois, pendant une durée qui peut paraître fort longue à bien des joueurs, puisqu'elle peut parfois être de l'ordre de plusieurs heures. Il sera récompensé de son investissement dans cette longue série de défis simples par l'accumulation progressive d'une quantité importante de marques de progression. Dans le paysage relativement homogène des MMORPG occidentaux, Dofus fait pourtant figure d'exception, puisqu'à temps de jeu équivalent, il avantage finalement beaucoup les joueurs qui progressent au moyen du farm, en réalisant en boucle des défis peu complexes. Il est vrai que les MMORPG qui ménagent une place prépondérante aux défis simples et répétitifs sont historiquement l'apanage des jeux asiatiques commercialisés au début des années 2000 et en particulier des jeux coréens, par exemple Lineage (NCsoft, 1998). Rien d'étonnant donc à ce que les trentenaires joueurs de Dofus et les salariés d'Ankama du même âge que nous avons vus en entretiens expliquent très souvent que ces activités consistent à « jouer comme un Coréen ». Autrement dit, Dofus est réputé pour favoriser les joueurs assidus au détriment des joueurs habiles.

Dans de nombreux MMORPG à petit budget, l'instauration de défis de farm est justifiée comme une forme de design du jeu en ligne imaginée pour ralentir la progression des joueurs afin de répondre à une nécessité économique. Les joueurs sont soumis à des défis rapides et faciles à surmonter, mais qui s'avèrent en fin de compte chronophages parce qu'ils doivent être réitérés fréquemment pour en tirer un avantage substantiel, ou tout simplement pour être à même de poursuivre au-delà sa progression dans le jeu.

Pour les propriétaires du jeu en ligne, ce stratagème a l'immense avantage de briser la dépendance entre le temps de développement informatique du jeu et le temps que les clients passent à jouer, avant de s'en détourner une fois épuisés tous les ressorts du jeu. Cette dépendance directe entre le temps passé à jouer et celui de la conception du jeu existe habituellement parce qu'une entreprise de jeu en ligne propose régulièrement des contenus inédits et créatifs pour tenter de retenir

ses clients et de les encourager à renouveler le plus souvent possible leur abonnement.

Ceux-ci sont le plus souvent ajoutés à l'occasion d'évènements réels et sont nommés des « Events » par les joueurs de Dofus et les salariés d'Ankama. Pour des fêtes calendaires comme Halloween, Noël ou la Saint-Valentin, des jeux comme Dofus proposent à ce titre de nouveaux contenus thématiques, des quêtes inédites, de nouveaux monstres en rapport avec l'évènement, etc. Ces contenus de jeu ont la particularité de perdre en pertinence dès que l'évènement est passé. L'investissement en temps nécessité pour leur développement est un point de tension important entre l'équipe marketing et les game designers. Les premiers y voient un moyen d'attirer de nouveaux joueurs en y adjoignant des campagnes de publicité thématique. Les seconds considèrent que ces éléments sont trop coûteux en temps de conception, parce qu'ils sont peu mobilisés par les joueurs qui fréquentent le jeu le reste de l'année et parce qu'ils sont difficiles à intégrer au jeu tout en conservant une cohérence d'ensemble à l'univers imaginaire de Dofus. À durée de vie du jeu constante, les coûts sont donc réduits en optant pour le design simpliste de défis de farm, plutôt que pour celui de nombreux défis et d'« Events », complexes et variés, dont la résolution oblige les joueurs et les concepteurs à faire preuve de plus d'ingéniosité.

Concernant Dofus, lors de sa commercialisation fin 2004, le faible nombre de salariés permet seulement aux game designers de créer une petite quantité de contenus que les joueurs seraient à même de s'approprier. Pour éviter que cela n'en frustrer certains, il a bien fallu trouver un moyen valorisant de les maintenir leur activité de jeu. Le principal moyen des game designers a été la démultiplication des « niveaux d'expérience »¹³⁴. Il s'agit d'affichages qui certifient au joueur que son personnage a dépassé un seuil d'avancement donné et que ses capacités de jeu – notamment de combat — s'en trouvent un peu améliorées. Ces seuils sont calculés en « points d'expérience », décernés à chaque défi réussi, la quantité étant calculée en fonction de sa difficulté. L'espacement entre les seuils s'accroissant au fur et à mesure que le jeu avance, le joueur progresse rapidement en « niveaux d'expérience » quand il est novice, et très lentement après un certain temps de jeu. Le joueur passe les uns après les autres des seuils de « points d'expérience », jusqu'à parvenir au seuil ultime fixé au « niveau 200 ». Atteindre le niveau 200 vaut généralement au joueur des félicitations de la part de ses partenaires de jeu et souvent une certaine marque de respect, c'est une reconnaissance symbolique forte entre joueurs de Dofus.

¹³⁴ Le niveau d'expérience est le reflet de la quantité de quêtes préprogrammées qu'un personnage a accomplies et du nombre de combats qu'il a remportés contre des monstres. En fonction de la difficulté du défi, chacun de ces succès occasionne le cumul de quelques dizaines à plusieurs milliers de « points d'expérience ». Ce cumul est ponctué par le passage successif de seuils appelés « niveaux d'expérience », dont l'ultime est fixé dans Dofus au « niveau 200 ». Le « niveau 200 » est un marqueur très important qu'utilisent constamment les joueurs pour comparer leurs performances respectives. Le dépassement de chaque seuil donne au personnage joué de nouvelles capacités, des sorts inédits, quelques points de vie en plus, une chance accrue de gagner les combats, etc.

Lorsqu'ils évoquent en entretien la commercialisation du jeu, les game designers de Dofus que nous avons rencontrés insistent sur le rapport entre les coûts de production du jeu et le rôle important attribué par les règles du jeu à l'augmentation du « niveau d'expérience » des personnages. C'est ce dont rend compte le responsable de l'équipe de game design, Frédéric :

Le choix d'avoir une durée de progression dans les niveaux d'XP [niveaux expérience] qui soit très longue, ça s'était surtout décidé au niveau du modèle économique, pour que les gens s'abonnent plus longtemps. C'est un choix que je conteste totalement maintenant, parce que je trouve ça incroyablement pénible et laborieux pour les joueurs. On a fait ça au début parce qu'on avait tellement peu de moyens, peu de contenu dans le jeu, il fallait qu'on tempore à fond. C'était un très bon choix au début, parce que l'objectif du jeu c'était de progresser de niveau [d'expérience] et ça a tenu les joueurs en haleine. Mais aujourd'hui, je suis de plus en plus dans une dynamique où, progressivement, j'essaye d'accélérer la prise de niveau [d'expérience]. Parce qu'on commence au fil des années à avoir accumulé pas mal de contenus qui nous permettent de dire que l'objectif principal du jeu est plus uniquement l'accumulation de niveau [d'expérience]. Il y a suffisamment de « jeu dans le jeu » : l'élevage, la forgermagie, l'économie, etc. pour se dire qu'on est pas obligé de foutre 200 niveaux qui vont prendre 2 ans pour occuper le joueur. (29 ans, game designer)

L'accroissement du niveau d'expérience traduit la progression de l'habileté des personnages à remporter des défis. C'est le mécanisme qui tient les joueurs de Dofus en haleine à moindres frais. Or, même si cet aguerrissement simulé entretient une relation avec la montée en compétence du joueur, pour Dofus, le « niveau d'expérience » du personnage dépend avant tout du temps passé à jouer avec et il peut donc être occupé en réalisant en boucle les défis les plus simples et les plus rapides. Le fonctionnement du jeu incite donc les joueurs à accroître leur « niveau d'expérience » de manière significative par l'exercice de tâches simples et relativement répétitives. Dans un second temps, lorsque le personnage a atteint un niveau d'expérience que le joueur juge suffisant, il se rabat généralement sur une manière de combattre des monstres qui lui permet d'accroître ses richesses au plus vite. Lors de cette seconde phase de jeu qui est encore plus répétitive, le commerce prend toutefois une place plus importante dans la pratique du joueur.

5.2.2 – Les deux activités de farm les plus courantes

Les écrits suivants sont extraits du forum officiel du jeu Dofus, ils présentent sur un ton ironique les interdépendances entre les principales activités de farm du jeu :

« Rejoignez la communauté Dofusienne ! [...] Venez passer vos journées à tuer des monstres en tous genres et ainsi gagner un petit peu d'expérience. Avec beaucoup d'expérience [c'est-à-dire de points d'expérience], vous gagnerez des niveaux [d'expérience] et pourrez ainsi arborer fièrement une panoplie ! Et oui, pour avoir votre panoplie, vous devrez l'acheter à un prix exorbitant [en monnaie du jeu]... Mais ne vous en faites pas, les métiers sont là pour vous aider ! Au lieu de tuer des monstres, coupez des arbres des heures durant afin d'atteindre le niveau 30 de bucheron et ainsi commencer la profession de mineur et ramasser des minerais ! [...] Ça y est, vous êtes [...] niveau 200 ? Visitez notre boutique souvenir : Trousses, stylos, agenda... Vous êtes majeur et travaillez dans une boucherie ? Pas de

problème, des peluches à l'effigie de votre jeu préféré égaieront vos gigots !»
Extrait d'un billet du forum officiel de Dofus (Bostyre, 2010)

L'auteur de cet extrait reproche aux concepteurs de Dofus d'accorder trop de place aux différentes activités de farm. Il termine sa critique du jeu en indiquant que l'achat de produits dérivés est la seule issue proposée aux joueurs expérimentés. Nous verrons dans la suite que le rôle de l'argent dans Dofus est effectivement central, mais qu'il n'est pas du tout limité à l'achat de produits dérivés (ils sont toutefois très prisés des joueurs). Les dépenses en euros s'avèrent complètement intégrées à l'organisation même du farm.

Revenons tout d'abord sur la définition de l'activité de farm. Elle consiste à cumuler des marques de progression dans un MMORPG : des points d'expérience, de la monnaie du jeu ou des objets rares et ostensibles. Chacune conférant des avantages lors des combats ultérieurs. Les joueurs français désignent cette action à l'aide du verbe dérivé de l'anglais « farmer ». À l'origine, il renvoie exclusivement à l'exercice du métier de paysan, qui collecte des céréales dans les champs (cf. Figure 26). Ce métier est commun à la plupart des MMORPG d'inspiration médiévale fantastique dont Dofus fait partie. Le joueur qui souhaite que son personnage récolte des céréales en fauchant un champ doit cliquer sur une parcelle du champ toutes les 5 à 10 secondes, le temps que le personnage exécute l'animation correspondant au fauchage de blé puis finit par collecter une petite quantité de céréales, qu'il pourra ensuite revendre, ou transformer en pain que son personnage pourra manger pour regagner quelques points de vie.



Figure 26 : Plusieurs personnages en train de faucher un champ de blé dans Dofus. C'est l'activité des personnages joués en exerçant le métier de paysan

Toutefois, l'usage vernaculaire du verbe « farmer » s'étend non seulement à l'exercice du métier de paysan, mais aussi à toutes les actions répétitives des MMORPG. Dans le cas de Dofus, deux types d'actions couramment répétées par des joueurs sont ainsi désignées. La première appelée « farm de donjon » consiste à agresser des monstres, la seconde désignée « farm métier » est l'exercice d'un métier par son personnage. Ces deux types d'activité se distinguent surtout par la nature des objets qu'elles permettent de cumuler, la durée de chaque séquence à répéter. La monotonie de l'activité y est différente puisqu'un peu à l'image d'un tour aux échecs, le « farm de donjon » concerne une séquence d'actions suffisamment diversifiées pour éviter l'ennui d'une fraction des joueurs, même après plusieurs heures de réitération. Le « farm métier » concerne quant à lui une séquence d'actions beaucoup plus monotones et se trouve par conséquent pratiqué assidûment par une minorité de joueurs. Les deux types de farm occasionnent donc des compromis différents entre productivité de la collecte de marques de progression et diversité des tâches de collecte.

La réalisation de donjons en boucle. Le « farm de donjon » et le rôle des panoplies

La plupart des joueurs qui exercent le farm en agressant des monstres le font dans le cadre de sessions de jeu spéciales appelées « donjon », ou parfois « instances » dans d'autres MMORPG populaires. Ces phases de jeu sont singulières, parce qu'elles consistent à explorer les couloirs d'un donjon infesté de monstres, jusqu'à trouver et vaincre un « boss » particulièrement fort. Ces phases de jeu sont les plus difficiles, car si le personnage échoue lors d'un des combats, il doit recommencer le donjon depuis le début. En contrepartie, défaire certains monstres des donjons, et en particulier le « boss » de fin de donjon, permet d'accumuler des marques de progression sous forme de « points d'expérience » ou bien d'objets rares et d'importantes sommes de monnaie du jeu. Les « panoplies » jouent à ce titre un rôle essentiel dans l'activité de farm. Ce sont des assemblages d'équipements rares – certains types particuliers de bottes, capes, casques, etc. — qui prodiguent certains bonus de combat une fois que les bons types d'équipements sont tous réunis sur le même personnage. Le choix d'une panoplie peut viser l'acquisition de différentes marques de progression comme l'explique Amaury :

Dans Dofus, il y a un truc que je trouve super mal fait, c'est qu'il faut créer une panoplie pour avoir des « points de sagesse » qui te font gagner plus vite des « points d'expérience » quand tu gagnes un combat. Or si tu équipés une pano' sagesse t'es faible, facile à tuer, donc il faut que tu crées à côté une panoplie combat, si tu veux avoir des bonnes stats et être plus coriace en combat. Ça veut dire qu'il faut que t'achètes deux panoplies et que tu choisisses laquelle tu mets avant de commencer le combat en fonction de la difficulté de l'ennemi. Il te faut une pour gagner plein [de points] d'expérience et une autre juste pour être meilleur en combat. (20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008).

Pour que le jeu ne soit pas rendu fastidieux et trop difficile, l'obligation de sélectionner au préalable les équipements portés sur le personnage joué encourage les joueurs à combattre avec une seule finalité en tête et cela pendant un certain

temps. Comme nous allons le voir, en dehors de passages ponctuels d'une finalité à l'autre, le design des panoplies a tendance à favoriser la prolongation d'une seule manière de combattre à la fois sur des périodes de plusieurs mois. Ces manières de jouer se suivent presque toujours dans l'ordre que nous allons décrire.

Premièrement, après quelques dizaines d'heures de jeu, les joueurs ont pu tester quelques panoplies complètes et comprennent qu'ils peuvent équiper leur personnage avec des équipements un peu différents qui composent une « panoplie sagesse ». Les combats ne sont pas facilités de manière significative par cette nouvelle panoplie, mais à chaque victoire le cumul de « points d'expérience » augmente plus rapidement et le personnage diversifie ses capacités de jeu et notamment les sorts qu'il peut jeter lors de combats. Il développe de nouveaux talents pour se battre et peut s'aventurer dans de nouvelles parties du jeu où se confronter à de nouveaux types de monstres. En parallèle, la croissance du niveau d'expérience s'accompagne d'une amélioration de la reconnaissance sociale auprès des autres joueurs. Celle-ci a pour fonction d'encourager l'intégration de groupes de participants qui diversifient et accélèrent encore un peu plus la progression dans le reste du jeu. Elle exerce aussi un effet mimétique sur les joueurs qui alignent leurs conduites afin de tous favoriser rapidement la « prise de niveaux » de leur personnage. Cette standardisation des modes de jeu a une autre conséquence, les joueurs ont la possibilité de comparer le niveau d'expérience de tous les personnages du groupe, pour évaluer le temps que chacun a passé à jouer de la même manière en « montant de niveau ». Toutefois, chaque panoplie est adaptée à des combats d'un niveau de difficulté donné et, comme l'indique juste après Amaury, cela a des conséquences sur les manières de jouer :

Vu que la pano tu peux l'équiper que pour une fourchette de niveau d'expérience, du coup ça donne un petit peu l'impression que t'as ta panoplie XP [abréviation de « EXperience Points » en anglais] pour tuer en boucle toujours les mêmes monstres, faire les mêmes donjons et « monter ton perso ». Que tu la changes contre une nouvelle pano sagesse adaptée à des monstres un peu plus forts quand tu as trop monté de niveau. (20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008).

La panoplie ne permet de combattre que des monstres d'un certain niveau, ce qui traduit pour les équipements leur « obsolescence programmée ». La réduction du choix de monstres auxquels se mesurer avec une panoplie donnée encourage fortement à réitérer les mêmes donjons et à se concentrer sur les monstres les plus faciles à battre pour le personnage que l'on joue. Cela favorise donc la pratique du farm, c'est-à-dire une uniformisation de séquences de jeu relativement courtes, de l'ordre de l'heure. Cette uniformisation opère à l'échelle individuelle – le joueur répète les mêmes stratégies de combats sur les mêmes monstres — et collective – tous les joueurs d'un niveau donné s'équipent de manière comparable pour s'attaquer aux mêmes monstres, puis ils réalisent en boucle les mêmes donjons. Toutefois, cette monotonie des combats est limitée dans le temps parce que l'obsolescence d'une « panoplie sagesse » oblige à la revendre régulièrement pour en acheter une nouvelle, adaptée à l'accroissement du niveau d'expérience du personnage et à l'exploration de nouvelles zones géographiques. Le farm de donjon en vue d'augmenter le niveau d'expérience de son personnage uniformise donc la manière de combattre sur des périodes relativement courtes, mais il participe

également à stimuler à grande échelle la production et le commerce de ce type de panoplie.

Le deuxième type de panoplie est la « panoplie de combat ». Amaury poursuit en expliquant comment s'opère la transition vers ce type de panoplie :

Tu choisis à quel moment tu t'arrêtes de monter de niveau d'expérience, quand tu veux vraiment commencer à combattre correctement pour gagner un peu plus souvent. Et là, tu achètes une pano combat super bien (20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008).

Les personnages qui souhaitent s'équiper d'une panoplie de combat efficace doivent donc investir une somme importante de monnaie du jeu. Grâce à elle, ils mettent toutes les chances de leur côté pour vaincre plus rapidement des monstres. Comme Marc l'indique, cela favorise le jeu répétitif sur de longues durées :

Moi, une fois que j'avais la bonne pano, je les faisais en boucle les donjons. Et je sais que ça m'arrivait des fois, des donjons de trois heures, ça m'arrivait de les faire quatre, cinq fois dans la même journée. Et à la fin de la journée, j'étais vraiment riche, j'étais pété de thunes. (Marc, 18 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

À l'image de Marc, un grand nombre de joueurs trouve de l'intérêt à réaliser en boucle et le plus vite possible des donjons déjà connus et pour cela ils ont besoin d'une bonne « panoplie de combat ». Marc le fait pour augmenter significativement la richesse de son personnage. En démultipliant les combats remportés, ce type de joueur peut espérer gagner plus d'objets rares, s'impliquer plus étroitement dans le commerce du jeu pour les revendre et s'enrichir au plus vite. En contrepartie, leur pratique de jeu s'uniformise sur de longues durées et se focalise sur les donjons réputés pour rapporter les objets qui se revendent contre beaucoup de Kamas. Leur niveau d'expérience progresse moins vite, les personnages accèdent plus rarement à de nouveaux talents et à de nouvelles zones géographiques du jeu.

Lorsqu'ils ont atteint un niveau d'expérience élevé et se rapprochent de la limite ultime du niveau 200, la plupart des joueurs se concentrent sur la pratique du farm en vue de s'enrichir en monnaie du jeu. Ils peuvent le faire faute de trouver autre chose d'intéressant à faire dans le jeu, ou parce que la dynamique des guildes les incite à s'engager dans l'une de ces deux modalités du « farm de donjon » : soit le farm pour s'enrichir afin d'acheter des équipements plus performants que les équipes concurrentes, soit le farm pour augmenter son niveau d'expérience afin de rattraper celui des autres membres du groupe. Le jeu ayant 200 niveaux, c'est une tâche interminable pour un grand nombre de joueurs.

L'exercice d'un métier par son personnage de jeu. Le « farm métier » pour alimenter le commerce des panoplies

La pratique du « farm de donjons » ne peut toutefois pas être analysée isolément. Comme le précise Marc, la plupart des joueurs en quête de meilleures panoplies ont besoin de les acheter à quelqu'un d'autre :

Au bout d'un moment, tu ne peux pas avoir tout seul tes panoplies qui te donnent beaucoup de sagesse ou beaucoup de stats pour le combat. Juste par toi-même c'est clairement impossible. À moins d'avoir quelqu'un d'autre qui soit plus haut niveau que toi, et si possible artisan aussi et qui te fait tous tes machins de la panoplie contre plein de Kamas. Donc tu gagnes les K en farmant des donjons plus faciles, pour amasser les panos des niveaux d'en dessous, que tu vas revendre à des joueurs moins avancés que toi (20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008).

Le « farm de donjon » est donc étroitement connecté à la pratique du « craft », c'est-à-dire la confection d'objets par un personnage qui connaît le métier correspondant et va revendre ses créations à des joueurs. Luc explique qu'il pratique justement le « farm de donjon » afin de revendre des panoplies à d'autres :

Tout à l'heure, t'as vu, je t'ai dit je fais crafter [confectionner à partir de matières premières] cape, coiffe, machin. Aujourd'hui, je fais crafter toute la pano¹³⁵ CM [Chêne Mou], parce que je fais que du donjon CM¹³⁶, je boucle, je boucle. Déjà rien

¹³⁵ La « panoplie » correspond à un ensemble de six équipements pour les personnages de Dofus (coiffe ou casque, cape, amulette, gants, bagues et paire de bottes). Les panoplies ont des noms qui réfèrent généralement au donjon dans lequel il est possible d'en trouver. Par exemple, une « pano CM » désigne la panoplie dont les éléments se trouvent dans le donjon du « Chêne Mou ». Ces panoplies sont rares et les joueurs peuvent en trouver certaines pièces d'équipement dans les donjons, ou parfois ils y collecteront seulement une matière première rare qui permet de confectionner plus tard un des équipements composants la panoplie. Dans ce dernier cas, ils doivent faire appel à un artisan capable de cette confection. Ces panoplies difficiles à réunir complètes sont très recherchées par les joueurs, car si le personnage parvient à s'équiper de tous les éléments de l'une d'elles, il engrange des bonus de jeu supplémentaires qui peuvent être très importants.

¹³⁶ Il s'agit d'un donjon de Dofus parmi les plus fréquentés, car il propose un bon compromis entre difficulté, temps de jeu pour le terminer et qualité des marques de progression que les joueurs peuvent y collecter. Il est par conséquent un lieu de prédilection pour l'exercice du « farm de donjon ». En choisissant de l'appeler « Chêne mou », les concepteurs de Dofus font implicitement référence au jeu vidéo Shenmue (Sega, 1999), commercialisé sur la console Dreamcast. Ce jeu est un des premiers univers en 3D à proposer une grande liberté d'action sur le modèle maintenant très populaire appelé « Sandbox », semblable aux opus en 3D de la série à succès Grand Theft Auto, conçus à partir de 2002 par Rockstar games. Shenmue fût un échec commercial, mais il est par la suite devenu un jeu culte. Il se distingue entre autres par son réalisme et plus particulièrement pour avoir le premier proposé de longues et ennuyeuses sessions de jeu consacrées à « jouer » des activités de travail. Il fallait en particulier passer énormément de temps à ranger des caisses en bois à l'aide d'un Fenwick. Le nom du donjon fait donc lui-même écho à une culture vidéoludique qui s'est constituée ces 20 dernières années. Celle-ci ménage une place de choix aux pratiques répétitives telles que le farm non lucratif auquel tant de joueurs de Dofus se prêtent si volontiers.

qu'avec ça je me refais déjà suffisamment de K¹³⁷, enfin pas mal de fric. (Luc, 20 ans, joueur de Dofus depuis 2005)

Comme une grande partie de nos enquêtés, Luc réalise un seul donjon en boucle, le « donjon CM », mais il a besoin de quelqu'un d'autre pour assembler les matières premières qu'il collecte au cours de ses répétitions du donjon. Il entretient une forme de dépendance vis-à-vis de ce tiers, dont le personnage est un artisan spécialisé capable de confectionner des objets rares. Revendre à d'autres des panoplies complètes et rares que l'artisan assemble pour lui est une opération complexe qui rapporte à Luc beaucoup de monnaie du jeu. En accumuler de grosses sommes facilite la progression ultérieure du personnage de Luc, parce qu'il pourra, entre autres, acheter à son tour de meilleures panoplies, qui à la fois avantagent un peu plus son personnage en combat, sont plus rares et se revendront par conséquent plus cher.

Même si la plupart des joueurs ont besoin d'être en relation avec des artisans, la pratique d'un métier reste malgré tout du domaine des activités peu pratiquées. Elles sont le fait des joueurs les plus expérimentés, souvent affiliés à des guildes influentes et qui monnaient leurs services relativement chers. Il existe un système de « niveaux d'expérience » spécifique à chaque métier et le personnage fait progresser son niveau s'il réalise des activités nettement plus répétitives que de combattre un monstre. Par exemple cliquer sur un champ de blé toutes les 10 secondes, cliquer sur « confectionner 10 bottes de cuir » toutes les 30 secondes, etc. Au-delà d'un certain niveau d'expérience, il faut investir un temps croissant dans ces activités et les joueurs finissent presque toujours par le juger trop important, découragés par la monotonie de la séquence d'action. Elle ne change presque pas, quel que soit le niveau d'expérience, s'étendant simplement sur des durées croissant avec les niveaux. Dans la mesure où l'exercice de presque tous les métiers est une tâche des plus répétitives, peu de joueurs les pratiquent à haut niveau, et les services d'artisans qui ont atteint les niveaux d'expérience les plus élevés pour certains métiers sont par conséquent très demandés par la majorité des participants au jeu.

5.2.3 – L'aménagement fonctionnel d'un imaginaire du travail simpliste débouche sur une généralisation des tâches répétitives

En résumé, la manière dont les deux activités de farm de base — « donjon » et « métier » — ont été implémentées au travers de fonctions de jeu témoigne d'une volonté des concepteurs de proposer dans Dofus un imaginaire du monde du travail simplifié à l'extrême. Il repose sur le cumul de points pour simuler l'apprentissage de tâches par le personnage joué. Le farm de donjons lié à des

¹³⁷ Le « K » est le symbole monétaire qui désigne un « Kama », la monnaie en vigueur pour échanger des objets du jeu entre personnages.

tâches de combat et l'exercice d'un métier de producteur d'objets du jeu reposent sur ce principe¹³⁸.

Dans les deux cas, les points qui sont capitalisés correspondent à la simulation d'une montée en compétence graduelle et inexorable du personnage qui les exerce. Le présupposé implicite est que le personnage qui répète une activité fictionnelle devient forcément plus habile quand il la réitère par la suite. La manière de le traduire dans le jeu est d'associer le perfectionnement des compétences du personnage avec la capacité à produire plus de richesses en monnaie du jeu. Paradoxalement, pour le joueur qui observe son personnage s'aguerrir et s'enrichir de l'autre côté de l'écran, cela semble surtout correspondre à un allongement du temps passé à réitérer les mêmes séquences de cliques avec sa souris, ce qui ne ressemble pas vraiment à l'apprentissage de tâches complexes.

Le farm donjon propose deux spécialisations répétitives des activités de combats, elles sont identifiées par les panoplies endossées par le personnage. La première correspond à la « panoplie sagesse », les combats durent plus longtemps, ils sont plus difficiles à terminer. En revanche, les points d'expérience augmentent vite et cela se traduit par un accroissement de la diversité des manières de combattre. Cela réduit à quelques heures les phases répétitives, mais a tendance à cantonner l'activité de commerce à la nécessité de renouveler périodiquement sa panoplie sagesse. La seconde manière de réaliser le farm donjon correspond à l'usage de la « panoplie de combat ». Elle coûte relativement cher et implique souvent que le joueur interrompe un moment l'usage de sa « panoplie sagesse ». Ce mode de combat facilite les victoires, mais il empêche le personnage d'accéder rapidement à de nouvelles zones de jeu. Le joueur est donc encouragé à démultiplier des combats contre des monstres peu variés afin de cumuler très rapidement des objets du jeu, il est également incité à s'investir davantage dans les tâches de commerce pour s'enrichir. En particulier, l'accumulation de nombreux objets peu rares l'engage dans d'intenses commerces avec d'autres participants spécialisés dans le « farm métier ». Ceux-ci sont à même de combiner ces objets pour en confectionner de plus rares qui se revendront plus cher et qui serviront finalement à équiper des adeptes en quête d'objets manquants à leur panoplie rarissime.

Les joueurs ne s'arrêtent pourtant pas à l'adoption des pratiques qui découlent d'un imaginaire du travail aussi simpliste¹³⁹. La généralisation de ces

¹³⁸ Seul l'apprentissage du commerce échappe à ce système rudimentaire de points. Le personnage ne gagne pas de points de progression en négociation commerciale capable de lui garantir des prix plus bas. Le domaine du commerce dans Dofus reste à la discrétion des joueurs, ils peuvent simplement choisir entre les différentes interfaces marchandes du jeu dont certaines garantissent une meilleure information sur les prix des objets et favorisent les débutants. Enfin, contrairement à des points attribués lors de la réussite de tâches précises, l'accumulation de Kamas peut avoir plusieurs origines très différentes, elle peut tout aussi bien être le fait d'un bon commerçant ou d'un aventurier hors-pair qui revend beaucoup d'objets rares collectés dans les donjons les plus difficiles du jeu.

deux types de farm inventés par les salariés d'Ankama est détournée par des joueurs qui inventent une nouvelle manière de réaliser ces séquences répétitives grâce à la pratique du « multicompte ». Elle consiste à démarrer Dofus plusieurs fois sur le même ordinateur pour jouer différents personnages en même temps dans la même partie¹⁴⁰. Elle émerge sans que les concepteurs du jeu en aient véritablement prévu l'ampleur, mais sans non plus que cela dérange profondément la direction d'Ankama. La démultiplication des comptes joueurs suppose une augmentation proportionnelle des coûts d'abonnement pour le joueur, ce qui accroît d'autant les profits d'Ankama. Dans le cadre du farm, le « multicompte » est utilisé pour optimiser la vitesse de collecte des objets du jeu, mais aussi pour compenser la monotonie des tâches répétitives en y réintroduisant du parallélisme et de la multi activité. Plutôt que de farmer avec un personnage, deux ou trois sont engagés dans du farm en même temps, si bien que la gestion coordonnée des activités de farm introduit une forme d'habileté et de dextérité propice à soulager par un peu d'excitation l'ennui causé par des tâches pourtant monotones. Toutefois, les joueurs ne sont pas capables de manipuler plus de quelques personnages simultanément¹⁴¹, au-delà le joueur se trompe de fenêtre, clique au mauvais endroit et le farm perd en efficacité. Les joueurs doivent donc trouver un compromis entre efficacité du farm et distraction grâce à l'introduction du bon dosage d'activités simultanées. Dans Dofus, la simplicité de réalisation du « farm en multicompte » le met à la portée des plus jeunes et des moins expérimentés en informatique. Dès que le joueur vise à décupler les objets virtuels, produits de l'activité de farm, il va de soi que quelques personnages sont joués en même temps, en « multicompte ». Cette modification de la manière de mener à bien les deux types de base du farm préserve malgré tout leurs caractéristiques propres, et en particulier le fait que le « farm de donjon » soit considéré comme plus diversifié et démocratisé que le « farm métier ».

5.3 – L'évaluation des produits du farm sans but lucratif

Dans la suite nous revenons sur les tensions organisationnelles qui apparaissent chez Ankama autour de la question des pratiques de farm et qui aboutissent finalement à leur préservation pour garantir la rentabilité de l'entreprise. Ensuite, nous montrons qu'un critère de légitimité morale sert à distinguer les différentes origines de la collecte de la monnaie du jeu. Du point de vue des collectifs de joueurs, ce « marquage » de l'origine de la monnaie (Weber, 1989 ; Zelizer, 2005)

¹³⁹ Dans la suite de ce chapitre, nous nous limitons à l'étude des formes de production des joueurs qui n'ont pas de but lucratif mais qui permettent de jouer sans payer. Nous aborderons les formes de travail rémunérées dans le chapitre 6.

¹⁴⁰ La première partie revient sur l'usage du « multicompte » qui est largement démocratisé parmi les joueurs de Dofus, c'est une partie intégrante de leurs pratiques de jeu ordinaires.

¹⁴¹ Les lancements simultanés du logiciel de jeu consomment parfois trop de ressources informatique et rendent la partie injouable, nous nous situons ici dans le cas où le joueur détient un ordinateur assez puissant. La différenciation entre les joueurs en fonction de leur matériel informatique est évoquée dans la première partie.

attribue à la monnaie du jeu la fonction de lever les nombreuses incertitudes qui pèsent sur la méthode de collecte de marques de progression.

5.3.1 – La légitimité du farm du point de vue des salariés d'Ankama. Une affaire de rentabilité

À partir de début 2010 et de la sortie de la seconde version de Dofus, les game designers voudraient attirer de nouveaux joueurs dans Dofus qui s'intéressent moins aux activités de jeu répétitives. Le défi est pour eux de proposer d'autres manières de jouer sans pour autant que cela repose sur la mise en place de récits scriptés, trop coûteux au regard du faible allongement du temps de jeu qu'ils prodiguent aux joueurs les plus habiles. Frédéric explique que son équipe de game designers souhaite valoriser chez les joueurs, à côté de leurs habitudes de farm, de nouvelles aptitudes à résoudre des défis plus complexes :

On va pas réduire l'efficacité du farm actuel, parce qu'on sait qu'il y a des joueurs qui veulent jouer à Dofus comme un *Hack' n'slash*¹⁴², et ça faut vraiment, disons que la plus grosse erreur qu'on peut faire c'est de l'oublier. Il y a des gens qui aiment les combats où « paf » ils tuent un monstre en un tour, ils balancent un sort de zone et il y a 5 monstres qui meurent. C'est peut-être même une majorité de joueurs qui aiment ça. Après ça nous prive aussi des fans de tactique et de joueurs qui veulent une qualité de jeu, enfin qualité c'est subjectif. Donc notre objectif si tu veux, c'est de pas toucher à la version farm actuelle du jeu, mais de permettre à la version, entre guillemets, je simplifie, mais disons, intellectuelle, d'être aussi compétitive que le farm. Or pour l'instant ce n'est pas le cas du tout. Actuellement, t'es pas récompensé à jouer tactique, pas assez récompensé. Non vraiment, l'idée c'est de se dire, voilà, on ne pénalise pas notre communauté actuelle et ses méthodes de jeu parfois très (pause) très simplistes ; pourquoi pas ? Une critique qui revient tout le temps c'est : « Dofus c'est que du farm ». Ce qui est vrai ! En gros c'est énormément de trucs répétitifs, si tu veux être efficace et aller au plus vite. Et voilà l'idée ce serait vraiment de se forcer à dire : « Nan, maintenant, tu veux arriver plus vite à tes objectifs ? Peut-être que la meilleure méthode, ça deviendrait de bien jouer. » Ça, ce serait vraiment pour moi l'objectif ultime à atteindre sur Dofus. Et qui ne me semble pas impossible à atteindre. Il y a beaucoup de changements à faire, mais tu vois c'est comme l'ajout dans le jeu des « *challenges* »¹⁴³, il y a beaucoup de trucs à rajouter comme ça, à valoriser un peu plus. (29 ans, game designer)

Les autres game designers de Dofus interrogés formulent le même souhait, celui d'ouvrir davantage Dofus à des joueurs « intelligents » qui apprécient les *défis complexes*. Ceci correspond en réalité à la manière de jouer préférée des concepteurs de Dofus et elle est commune à la plupart des concepteurs de MMORPG. Nos données d'entretien confirment que l'étude des trajectoires biographiques des game designers explique en partie cette préférence, comme l'ont

¹⁴² Un type de jeu dans lequel tuer des monstres sans devoir trop réfléchir est l'activité principale du joueur.

¹⁴³ Pour chaque combat contre un ennemi, une contrainte facultative est indiquée au joueur. Il peut décider de la respecter s'il souhaite obtenir une démultiplication des points d'expérience en cas de victoire. Les « *challenges* » cherchent donc à encourager les joueurs à faire varier davantage leurs manières de combattre des ennemis.

déjà souligné de nombreux chercheurs (Quandt, Grueninger et Wimmer, 2008 ; Wimmer et Sitnikova, 2012 ; Deuze, Martin et Allen, 2007 ; Banks, 2008 ; Malaby, 2011). Ce sont le plus souvent des hommes, pour la plupart diplômés de l'enseignement supérieur (Bac +3 pour la majorité de nos enquêtés), d'une trentaine ou d'une quarantaine d'années, issus de milieux socioprofessionnels codés par des PCS moyennes ou supérieures, dont la résolution de défis complexes est au cœur de l'activité professionnelle quotidienne et de leurs loisirs. Pour l'activité professionnelle, cette appétence pour la stratégie est relativement prévisible, elle l'est moins pour les loisirs. Souvent, les loisirs des concepteurs ont la particularité de faire une place de choix aux jeux vidéo qui valorisent la persévérance et l'ingéniosité pour venir à bout des problèmes les plus compliqués. Ce sont des valeurs qu'ils actualisent en jouant régulièrement à leurs jeux préférés des décennies 1980 et 1990¹⁴⁴, c'est-à-dire ceux de leur adolescence¹⁴⁵. Ces valeurs trouvent aussi leur écho dans les pratiques de jeux vidéo plus récents, mais qui exploitent les mêmes ressorts pour résoudre des défis. D'ailleurs bien souvent, d'autres concepteurs de jeu de leur génération les ont créés en s'inspirant explicitement des jeux anciens des mêmes périodes, si bien qu'il est possible de faire l'hypothèse que cette explication culturelle organise un système de croyances cohérent qui influe sur les productions usuellement qualifiées « d'indépendantes » dans l'industrie du jeu vidéo actuelle¹⁴⁶.

Malgré cette volonté des game designers de Dofus de rendre les défis plus complexes, la faveur qu'accordent les joueurs de Dofus aux activités de farm ne semble pas ébranlée. Les salariés du département marketing avec lesquels nous avons pu nous entretenir ont pu nous expliquer pourquoi Ankama ne cherche pas à les écarter du jeu. Ils insistent pour leur part sur la nécessité de s'ouvrir à de nouveaux clients avec d'autres styles de jeu en faisant la promotion de défis plus complexes et variés, mais sans pour autant que cela ne remette en cause la base historique de fidèles de Dofus. De leur point de vue, cette base est cruciale pour la rentabilité de l'entreprise, puisqu'elle compte une proportion d'adeptes du farm plus importante que dans les jeux en ligne concurrents, comme World of Warcraft (Blizzard entertainment, 2004). D'une nécessité économique au lancement du jeu, le farm devient au fil des années une pratique répandue dans Dofus. Malgré le désintérêt que lui portent les game designers, elle peut donc difficilement être éliminée sans risquer de fragiliser la rentabilité de l'entreprise, parce qu'une part

¹⁴⁴ Voir le chapitre 05 pour une analyse du rôle de la *force mémorielle* dans la mise en œuvre de moyens sociotechniques, que ces game designers utilisent fréquemment, en tant que joueurs, pour maintenir ou faire revivre une pratique vidéoludique passée à laquelle ils sont particulièrement attachés.

¹⁴⁵ Les jeux de rôle et les *wargames* sont également constamment cités lors des entretiens avec les concepteurs de jeux. L'appareillage principal de ces jeux est un livre de règles du jeu souvent complexe, qui a coutume de faire plusieurs centaines de pages et de les familiariser là encore avec la réalisation de défis des plus complexes.

¹⁴⁶ Les produits « mainstream » sont nettement soumis à des impératifs de rentabilité à court terme et suivent davantage des logiques sérielles sans prise de risque, à l'image de l'industrie cinématographique d'Hollywood (Blanchet, 2010).

importante des clients de Dofus, en particulier les plus jeunes et ceux issus des classes populaires, n'est apparemment pas intéressée par la résolution de défis complexes.

5.3.2 – *L'évaluation des produits de l'activité de farm. Visibilité, prestige et transfert des marques de progression*

Tous les joueurs savent que certaines marques de progression sont transférables entre personnages, ce qui fait la différence de prestige réside donc dans la capacité à obtenir des marques de progression rares. Le moyen de les obtenir n'est pas important pour les joueurs.

Le recentrage de l'activité de jeu sur la collecte de marques de progression

Les joueurs de MMORPG insistent généralement sur le fait que le but du jeu n'est pas nécessairement d'en parcourir toutes les parties scénarisées, construites autour de petites narrations cohérentes, dans lesquelles l'exploration du monde de jeu est jalonnée à la fois de quêtes préprogrammées qu'il faut accomplir, mais aussi de dialogues interactifs « à choix multiples » rédigés à l'avance par les concepteurs du jeu. Cet ensemble d'activités scénarisées à l'avance correspond à un cheminement à l'intérieur de l'univers du jeu, à un jeu de pistes. Or dans la plupart des MMORPG, la narration du jeu qui est censée guider les joueurs se retrouve vite reléguée au second plan, souvent parce qu'un grand nombre de joueurs progresse très rapidement et fait le tour de tous les contenus scénarisés en l'espace de quelques dizaines d'heures.

Comme l'analyse Julien Rueff (2014), une fois cette partie du jeu épuisée, c'est la collecte de marques de progression prestigieuses¹⁴⁷ qui oriente les actions des joueurs. Or le « farm donjon » est souvent le moyen principal de les obtenir, même si pour une minorité cela peut aussi être réalisé directement par du « farm métier ». Nous avons construit le Tableau 6 pour faire la synthèse des caractéristiques des différents types de marques de progression de Dofus. Ce tableau montre en particulier que la monnaie du jeu peut être transférée contre d'autres objets aussi bien dans le jeu, qu'à l'extérieur, via des plateformes de courtage sur internet sur lesquelles la monnaie du jeu s'échange contre des euros.

Marque de progression ¹⁴⁸	Visible en public	Transféré entre personnages du jeu	Transféré hors du jeu
<i>Objet d'équipement</i>	Oui (Seule son apparence est visible lorsqu'il est équipé sur le personnage, pas ses caractéristiques numériques)	Oui (échange réciproque à l'aide des interfaces marchandes du jeu)	Rarement (achat en euros suivi d'un transfert unilatéral de l'équipement)
<i>Monnaie du jeu</i>	Non	Oui (échange réciproque à l'aide des interfaces marchandes du jeu)	Oui (achat en euros suivi d'un transfert unilatéral de la monnaie du jeu)

Tableau 6 : Une synthèse des niveaux de visibilité et de transférabilité des marques de progression des personnages joués dans Dofus

¹⁴⁷ Dans la majorité des MMORPG, les joueurs terminent la partie scénarisée du jeu, puis ils augmentent leur niveau de « points d'expérience » jusqu'au seuil maximal, enfin ils cherchent à obtenir les équipements les plus rares pour leur personnage. Ces équipements rares ou leurs matériaux de confections sont obtenus avec une faible probabilité en tuant un monstre qui le détient. Les joueurs cherchent donc à le tuer en boucle jusqu'à ce que la récompense soit l'équipement convoité (ou la matière première qui permet de le confectionner). Une alternative consiste à revendre d'autres équipements un peu moins rares jusqu'à posséder suffisamment d'argent du jeu pour pouvoir acheter l'équipement le plus rare (ceci suppose d'identifier à temps une offre de vente de l'équipement, ce qui peut être difficile s'il est très convoité).

¹⁴⁸ Nous n'indiquons pas le « niveau d'expérience » dans les *marques de progression*, car il n'entre pas dans notre cadre d'analyse. Il n'est ni visible en public, ni transférable entre personnages joués. Un versement en euros peut être réalisé hors de Dofus contre un « prêt temporaire » du personnage à un joueur tiers chargé de jouer avec pour en faire « monter le niveau expérience ». Cette pratique lucrative appelée « power levelling » a pour pendant non lucratif le « mulage » couramment

La visibilité variable des marques de progression : la convoitise des marques visibles les plus rares pousse à l'achat de monnaie du jeu

Dans les MMORPG, les défis ne sont pas seulement jugés par des observateurs en situation, aptes à s'exprimer sur le champ pour donner leur avis sur les habiletés des autres joueurs. Les défis des joueurs sont plus fréquemment évalués de manière indirecte. Ces jugements portent sur deux principaux types de preuves de performance relatives à des défis passés¹⁴⁹.

La première a trait aux objets dont le personnage vainqueur d'un défi peut s'équiper pour améliorer ses performances de jeu¹⁵⁰. Une fois équipés sur le personnage, ces objets (casques, épées, capes, etc.) donnent des avantages lors des combats en augmentant la probabilité d'enlever des points de vie à l'adversaire ou de ne pas en perdre soi-même de trop en cas d'agression. Ces artefacts ont aussi la particularité de se distinguer facilement les uns des autres, parce qu'ils sont visibles pour les joueurs dont le personnage se situe à proximité. Les équipements informent donc le public environnant sur l'intensité de la pratique dont le joueur a déjà fait preuve par le passé, rendant compte des bienfaits qu'il tire de ses victoires et indirectement de la valeur générale de ces victoires.

Le deuxième type correspond aux sommes de monnaie que le joueur possède et qu'il appelle « nombre de Kamas ». Cette monnaie peut être proposée à l'échange contre les objets d'autres participants. Le « nombre de Kamas » quantifie la monnaie du jeu que capitalise le personnage au gré des échanges marchands, et dans une moindre mesure lors des découvertes de butins ou du pillage des corps d'ennemis défaits. Les joueurs en ligne se réfèrent constamment à cet indicateur quantitatif qui traduit une autre manière d'attester de la progression de leur personnage. Il a la particularité de ne pas être directement visible par d'autres joueurs, les Kamas font donc l'objet d'interminables conversations entre joueurs, de questionnements et de mensonges sur leur origine et les montants que chacun possède.

Finalement, ces indicateurs sont tous associés à des preuves de progression du personnage joué, mais seul l'objet équipé est publiquement visible. Ces indicateurs sont en revanche tous reliés à l'économie du jeu en ligne. Les quantités

pratiqué pour faire progresser rapidement le « niveau d'expérience » du personnage d'un nouvel entrant d'une guilde dont un membre plus expérimenté prend un temps le contrôle.

¹⁴⁹ Un troisième type de preuve est le « niveau d'expérience » du personnage joué. Il nous intéresse moins parce qu'il n'est ni visible en public, ni transférable entre les personnages des joueurs.

¹⁵⁰ Parmi les objets du jeu, on en trouve aussi des non équipables qui sont des « consommables » présentés sous forme de nourriture qui octroie des bonus temporaires sans pour autant laisser au-delà une trace pérenne des victoires passées. Parmi les objets, des matières premières servent également aux joueurs qui exercent un métier d'artisan pour concevoir les équipements.

de monnaies du jeu qui sont possédées, bien entendu, mais les objets aussi, parce que leur rareté conditionne leur prix d'échange entre joueurs, en argent du jeu¹⁵¹.

La monnaie du jeu met en équivalence différentes formes de collecte de marques de progressions

Une incertitude alimente les suspicions de farm de la part de certains personnages particulièrement bien équipés. C'est l'impossibilité d'attribuer l'origine des richesses d'un personnage joué à l'une des trois pratiques suivantes qui en est responsable.

Premièrement, l'équivalence entre deux pratiques de collecte individuelles, grâce au temps ou à l'habileté de jeu. Dans Dofus cette ambiguïté est atténuée parce que la plupart des joueurs partent du principe que le temps investi à jouer est primordial pour progresser, l'habileté à jouer n'est pas sans importance, mais elle est reléguée au second plan parce qu'elle peut presque toujours être compensée par un surinvestissement en temps de jeu, notamment dans des activités de farm.

Deuxièmement, l'équivalence entre les pratiques individuelles et la pratique de transfert marchand. La monnaie du jeu est transférable entre deux joueurs en contrepartie d'équipements de personnages, sans que la transaction soit directement visible des autres joueurs¹⁵². La collecte ne s'effectue donc plus seulement de manière individuelle en puisant dans l'environnement du jeu et en tuant des monstres. Le commerce entre joueurs apparaît comme une nouvelle pratique pour s'approprier les marques de progression qu'un tiers possède déjà.

Troisièmement, l'achat de monnaie du jeu contre des euros pour accroître son pouvoir commercial dans Dofus est une dernière manière de s'approprier certaines possessions d'un autre joueur. Dans ce cas, le transfert de la monnaie du jeu découle d'un accord marchand convenu sur un site internet sans lien institutionnel avec Ankama. Celui-ci propose contre des paiements en euros le transfert de monnaie du jeu collectée au préalable par d'autres joueurs. Le prix des équipements des personnages de Dofus dans la monnaie du jeu n'est donc plus nécessairement le reflet d'une pratique de jeu, bien combattre ou bien commercer, mais d'un transfert marchand contre des euros.

¹⁵¹ « L'expérience » du personnage est liée à l'économie du jeu parce que son augmentation est synonyme de meilleures performances de jeu. Elle permet donc d'affronter des monstres plus forts qui font gagner davantage de monnaie du jeu en cas de victoire. L'augmentation du « niveau d'expérience » rend le personnage plus efficace en combat, donc a tendance, à accroître sa richesse pour une durée donnée passer à combattre.

¹⁵² Outre des échanges bilatéraux complètement secrets, des interfaces graphiques permettent bien de proposer à la vente des équipements du jeu à des prix publics fixés à l'avance, mais cela n'informe qu'imparfaitement sur les prix des transactions effectivement réalisées. De plus ces interfaces indiquent un prix moyen pour l'objet et n'affichent qu'une fraction des ventes disponibles. Cela s'ajoute à d'autres facteurs exogènes d'instabilité des prix (citons par exemple la variation due aux heures de sortie des écoles et aux périodes de vacances scolaires), si bien que les prix qu'ils affichent pour un objet donné peuvent se révéler très instables, parfois même sur des durées très courtes de l'ordre de la journée.

5.3.3 – L'incertitude sur le jugement des activités de collecte. Un effet du commerce des marques de progression

En résumé, il est possible de transférer discrètement entre personnages certaines marques de progression, grâce à la monnaie du jeu ou à des euros. En particulier, il y a toujours une incertitude sur la nature de l'activité de collecte à l'origine de l'équipement d'un personnage. En revanche, l'activité d'origine paraît plus facile à déterminer pour les marques de progression qu'il n'est pas possible de transférer entre personnages, comme les « niveaux d'expérience » et le « niveau de métier ». Or, ces deux dernières sont rapidement améliorées respectivement par le « farm donjon » et le « farm métier ». Ce qui est suspecté et rendu illégitime par la majorité des joueurs est donc le fait que d'autres puissent posséder des marques de progression sans avoir du farmer pour les obtenir. Les marques de progression frappées d'illégitimité sont donc celles qui ne résultent pas nécessairement d'une pratique de farm directe, mais qui supposent que leur collecte a été déléguée à quelqu'un. Dans la mesure où l'alternative au « farm donjon » et au « farm métier » peut être le commerce intensif d'équipements contre des Kamas pour s'enrichir directement, sans recherche d'une panoplie spécifique pour retourner farmer, la suspicion d'acquisition par des moyens illégitimes cible les pratiques marchandes. Parce qu'une grande quantité de Kamas s'obtient généralement en jouant sans relâche, le commerce d'objets contre des Kamas collectés en jouant devrait plutôt être bien toléré. Il présuppose un engagement fort dans le reste des activités du jeu, à l'inclusion des différentes modalités de farm. Pourtant le commerce est souvent négligé, parce que l'origine des Kamas utilisés n'est pas forcément une pratique assidue de Dofus, mais peut s'avérer être un achat de Kamas contre des euros sur internet. Le problème principal du commerce d'objets contre des Kamas est qu'il met en équivalence la collecte d'objets qui sont généralement farmés et la collecte de Kamas qui peuvent être farmés directement ou rachetés contre des euros à un farmer tiers. Les équivalences dans Dofus ne se font donc plus uniquement entre diverses mesures d'activité de jeu, mais aussi par rapport à la richesse en euros, à la capacité du joueur à se procurer des euros qu'il dépense pour Dofus. C'est pour mieux cerner les sous-jacents socioéconomiques de ces jugements d'illégitimité que nous analysons dans la section suivante le lien entre le farm et certains déterminants socioéconomiques des farmers insérés dans des collectifs de jeu.

5.4 – La finalité sociale du farm sans but lucratif

Sur quelle réalité socioéconomique repose le jugement négatif qui vise ceux qui pratiquent le farm ? Dans cette section, nous analysons les déterminants socioéconomiques de ceux qui farmer et nous montrons de quelle manière les contraintes économiques qui pèsent sur eux sont étroitement encadrées dans leurs sociabilités de jeu.

Dans un premier temps, nous nous intéressons à la relation entre les sociabilités de jeu en « guilde » et l'activité de farm, que les membres de guildes choisissent d'assumer ou de déléguer secrètement à d'autres groupes de joueurs.

Dans un second temps, nous mettons à jour le lien entre la pratique de farm et le pouvoir économique du joueur. L'impossibilité de dépenser des euros pour s'abonner à Dofus incitant des joueurs au farm.

L'analyse de ces deux dimensions de la pratique du farm montre qu'elles sont loin de s'exclure. Elles remettent en cause une séparation stricte entre un pouvoir économique des joueurs qui serait exogène à Dofus et une sociabilité de jeu détachée d'intérêts économiques, qui serait exclusivement endogène au jeu. Nous montrons que pour la pratique du farm, le pouvoir économique du joueur et ses sociabilités de jeu sont complètement interdépendants.

5.4.1 – L'évitement du farm collectif au sein des groupes compétitifs

Tout d'abord, nous analysons les deux raisons principales qui permettent à des joueurs d'éviter de « farmer » quand ils y sont incités par le groupe de joueurs dont ils font partie. Premièrement, un ancien joueur restitue le point de vue d'une part importante de nos enquêtés qui ont quitté le jeu plutôt que de « farmer » alors que certains de leurs amis de jeu les y incitaient pourtant¹⁵³ :

Ce qui m'a dégoûté du jeu, ce qui est vraiment dégueu, pour moi, vraiment, c'est la communauté. Affreuse. Sur Dofus, la communauté : dégueulasse. J'aime vraiment jouer haut niveau et les gens haut niveau dans Dofus, c'est des personnes « si tu ne penses pas comme moi, si tu ne fais pas comme moi, t'es con ». Donc tu te fais mal parler dans tous les sens. Dofus, les joueurs haut niveau, je connais. Mon ami de lycée il est vraiment devenu addictif, on n'y pensait pas, on lui a montré le jeu avec des potes et il est vraiment devenu addictif. Il a monté le niveau 200¹⁵⁴, il l'a vraiment fait. Le mec je le connaissais avant, super sympa, maintenant il n'avait même pas le temps de me parler sur le jeu, il dit tout le temps qu'il a des choses à faire en donjon. Ouais, vraiment plus de temps pour les potes quoi, c'est vraiment que le jeu, que le jeu. Ça, vraiment ; putain quoi ! J'ai vu de près, hein ! Parce qu'il me faisait jouer avec des amis à lui, hauts niveaux. C'est vraiment des gens dégueulasses, une mentalité de merde : « le temps c'est de l'XP »¹⁵⁵, pour eux c'est ça (rire nerveux) : « le temps c'est de l'XP ». (Antonio, 20 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

Des récits semblables se retrouvent dans la bouche des joueurs qui ne parviennent plus à maintenir la même vitesse de progression que leurs amis, qu'ils côtoient souvent par ailleurs à l'école ou au travail. Ce décrochage se produit souvent si la pratique de jeu est maintenue au-delà d'un certain niveau de progression dans le jeu. Les affinités sociales se portent sur de nouveaux partenaires qui progressent

¹⁵³ Ce qui est frappant dans son parcours, c'est qu'il a malgré tout joué plusieurs années avec des amis avant d'abandonner Dofus pour un autre jeu similaire, World of Warcraft. Le changement de jeu s'est dans son cas davantage effectué à cause d'une inadéquation entre sa manière de jouer et celle de son ancien ami, plus répétitive et intensive en temps.

¹⁵⁴ Le niveau 200 est le niveau d'expérience maximum de Dofus que peu de joueurs parviennent à atteindre, à moins d'y avoir joué plusieurs années avec assiduité.

¹⁵⁵ L'« XP » est l'acronyme utilisé par les joueurs de MMORPG pour désigner les « points d'expériences » que leur personnage de jeu accumule lorsqu'il réalise avec succès des défis, en particulier lorsqu'il parvient à vaincre des monstres en combat.

dans le jeu avec une cadence supérieure et qui font une place croissante à la répétition d'actions en boucle. Cela se traduit par l'émergence d'un discours critique chez les anciens compagnons maintenant délaissés. Ils jugent négativement la répétition en boucle de certaines actions de jeu, par exemple répéter inlassablement le parcours des mêmes donjons. Voire parfois, comme pour Antonio, ils accusent le dissident « farmer » d'addiction, souvent lorsqu'ils se sentent eux-mêmes mis à l'écart, parce que leur pratique n'est pas jugée aussi performante que celle de l'ami qui consent à « farmer ». Dans ces cas, l'intégration à des groupes de « farmers » prêts à dépasser les autres joueurs en « répétant des donjons en boucle » est pour les farmers plus importante que le prolongement dans le jeu de liens amicaux plus anciens, auprès de joueurs moins assidus¹⁵⁶.

Plutôt que de quitter le jeu en pareille occasion, une deuxième manière d'éviter le farm est mise en œuvre par un grand nombre de joueurs. Il s'agit de compenser en partie la progression causée par du farm intensif d'un donjon en achetant sur internet des Kamas, afin d'améliorer significativement l'équipement de son personnage. De cette manière, le joueur parvient à se maintenir épisodiquement dans le groupe de « farmer », sans être complètement exclu de leur pratique de jeu et sans pour autant devoir la répéter à la même cadence qu'eux. Un joueur retrace l'évolution progressive de sa manière de jouer dans un groupe de « farmers » :

C'était l'époque où je traînais encore avec des mecs qui me disaient : « mais non, joues encore avec nous, etc., etc. ». Donc, du coup, tu joues, sauf qu'à force, c'est bien beau de jouer, mais à force, ça m'intéresse plus de faire du clic droit, clic droit ou clic gauche selon les souris. C'est bien un petit peu, mais à force, on s'habitue trop vite et après, il y a plus rien d'autre à faire. Donc si je le faisais avec eux, c'était vraiment que pour les Kamas en faisant des donjons en boucle. [...] Mais bon, au bout d'un moment mes potes, ils avaient beau me dire : « joue, joue ! », j'en avais marre, mais ils ont réussi à me garder dans le jeu un bon moment. Franchement, ils ont réussi à me garder dans le jeu au moins quatre, cinq mois après que j'aie dit : « j'arrête ». À ce moment-là, je jouais, mais c'était vraiment pour leur faire plaisir. Donc, je faisais plus trop de donjons, mais j'achetais les Kamas sur IGVault, je faisais vraiment plus rien, c'était juste, j'y allais pour parler avec eux et les aider à combattre un peu quoi. Donc pour tenir leur rythme quand même, ça m'arrivait une fois de temps en temps d'acheter des Kamas, bon je devais y aller quoi ? Une ou deux fois tous les deux, trois mois, quelque chose comme ça, c'était vraiment, j'utilisais ça pour dépanner, il y a pas d'autres mots, c'était vraiment pour dépanner. Des moments où t'es trop haut level et que ta panoplie ne te suffit plus pour suivre les autres, qu'il en faut une autre mieux. Les compétences que t'as, donc ton niveau d'XP, on va dire, c'est comme si t'avais l'XP de Nadal, mais que t'avais le corps de mon petit frère. Bref t'as un trop gros level pour ce que t'as comme équipement. Or l'équipement à force, ça devient énormément cher d'en acheter du nouveau qui soit mieux, donc IGVault ça aide, mais bon, déjà, de base, c'est moi qui ai freiné, on va dire, je me disais : « faut pas que tu changes trop

¹⁵⁶ T.L. Taylor (2006) identifie déjà cette bifurcation de trajectoire sociale assez nette, apparue à l'occasion d'une intensification de la pratique de certains membres de « guildes » composées d'amis de longue date. Ceux-ci rejoignent des « guildes » plus performantes composées de joueurs qu'ils ne fréquentent souvent pas en dehors des sessions de jeu et ils sont jugés négativement par les amis d'antan qu'ils délaissent progressivement dans le jeu.

souvent de pano [panoplie], parce que les Kamas, c'est bon, ça va, ça va vient, mais c'est pas gratuit ». (Marc, 18 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Marc décrit une trajectoire typique de joueur expert souhaitant diminuer son engagement dans Dofus. D'une pratique initiale de « farm de donjon » en groupe, à une participation à l'exploration de donjons qui se fait plus distanciée et ponctuelle. Il parvient malgré tout à se maintenir au sein du même groupe grâce à l'achat contre des euros de monnaie du jeu¹⁵⁷. Ce stratagème n'est toutefois possible que dans la mesure où d'autres joueurs consentent à « farmer » à la place de Marc. D'une part, avant d'être achetés sur internet, les Kamas acquis par des joueurs comme Marc ont forcément été collectés par un joueur qui les revend à la plateforme internet en question¹⁵⁸. D'autre part, une fois qu'un joueur comme Marc a acheté ses Kamas, il a recours à des joueurs hautement spécialisés en « craft », capables de produire pour lui les équipements les plus performants afin qu'il puisse se maintenir au niveau de son groupe de jeu lors des combats de « donjons » toujours plus difficiles. Leurs services se monnaient contre des sommes de Kamas très importantes, étant donné que la compétence de ces experts en « craft » suppose comme préalable de leur part l'exercice intensif du « farm métier ».

En résumé, si des joueurs n'assument pas eux-mêmes l'exercice du farm, ils optent souvent pour l'abandon du collectif ou un maintien résigné qui demande de dissimuler l'origine d'équipements de jeu achetés contre des euros. Quitter les groupes de joueurs les plus compétitifs amène souvent à cesser de jouer à Dofus, ou tout au moins de fréquenter les joueurs de haut niveau, car le farm collectif tient une place prépondérante pour les joueurs avancés. Se maintenir dans ces groupes compétitifs en déléguant le farm à d'autres coûte cher. Les organisations qui fournissent un service de farm sont interdépendantes, un premier type d'organisation produit des Kamas qui sont achetés contre des euros, un second échange contre des Kamas son aptitude au « craft », c'est-à-dire à confectionner des équipements rares. Ce craft découle d'un « farm métier » préalable qui augmente les « points d'expérience métier » du personnage farmer. Le maintien dans un groupe de farmer de donjons en déléguant la collecte d'équipement à des joueurs rémunérés a donc tendance à stimuler le farm d'un nombre considérable de participants qui se sont organisés pour farmer de manières complémentaires dans Dofus.

¹⁵⁷ Lassé des donjons de Dofus et sans doute pour faire quelques économies suite à l'abandon récent de son métier de plombier, il arrête finalement de jouer à Dofus et se reporte sur la pratique de Skyrim (Bethesda, 2011). Un jeu qu'il a acheté d'occasion peu avant notre entretien. Là où parler de Dofus était visiblement ennuyeux pour lui, me parler de Skyrim le passionne. Ce jeu résout de surcroît ses problèmes financiers, car il le pratique sur la console Xbox familiale, sans payer d'abonnement mensuel. L'abandon de son métier et le resserrement de la pratique vidéoludique de Marc sur un jeu hors ligne pratiqué au foyer familial, en particulier en étroite collaboration avec son frère, s'expliquent malheureusement aussi parce qu'une maladie grave a été diagnostiquée chez lui quelques mois avant la tenue de notre entretien.

¹⁵⁸ Ces joueurs payés pour produire des Kamas sont étudiés dans le chapitre suivant. Dans le cas de Marc, la plateforme internet s'appelle IGVault, l'une des plus réputées pour Dofus, car l'offre y est abondante sur la plupart des serveurs de jeu et les transferts de Kamas plus fiables et rapides que sur d'autres sites concurrents.

5.4.2 – Le maintien du farm collectif pour se réabonner à Dofus. Le cas des joueurs sans budget

Comme nous venons de le montrer, il existe deux possibilités de délaissement du farm, même lorsqu'une pression sociale s'exerce et incite à continuer de jouer. Les joueurs peuvent quitter le groupe de farmers, ou bien s'y maintenir sans pratiquer le farm. Dans ce dernier cas, ils doivent soutenir le rythme d'amélioration de leurs marques de progression en achetant à d'autres farmers en quête de rémunération des Kamas contre des euros. Il ne faut pas pour autant s'imaginer que les farmers recherchent le cumul d'euros ou de Kamas comme une fin en soi. Deux autres déterminants socioéconomiques incitent au farm, ils concernent les *joueurs sans budget*. Nous désignons comme *joueurs sans budget* ceux qui ont des difficultés de paiement pour s'abonner régulièrement et prolonger leur pratique de Dofus de manière durable. Dans cette sous-section, nous intéressons aux solutions que les *joueurs sans budget* trouvent, d'une part pour convertir leurs divers avoirs monétaires dans des formes qu'ils peuvent dépenser dans Dofus, d'autre part pour collecter des sommes d'argent suffisantes pour s'abonner.

Parler de *joueurs sans budget* demande toutefois quelques précisions, car nos entretiens rendent compte de deux cas de figure différents. Premièrement, les jeunes salariés pauvres dont les finances sont en partie autonomes de leurs parents (n=9/21) ; en partie seulement, car leurs parents compensent souvent la précarité économique de leurs enfants, par exemple en continuant à les héberger à titre gracieux. Deuxièmement, les mineurs qui dépendent de l'argent puisé dans les finances de leurs parents (n=12/21). Les parents peuvent être des cadres avec un train de vie relativement aisé (n=3/21), comme des salariés mal rémunérés avec des fins de mois difficiles, dans notre échantillon la personne de référence dans le foyer est alors un employé (n=3/21) ou un ouvrier (n=3/21). L'indicateur de PCS traduit toutefois de manière trop simplifiée les déterminants liés à l'octroi ou non d'argent de poche. L'intensité du contrôle parental semble effectivement dépendre de la PCS, avec un contrôle plus important pour les jeunes de milieux populaires, mais malgré cela le montant de la dépense en abonnement à Dofus est sensiblement le même quel que soit la PCS, parce qu'une part importante de joueurs empêchés de s'abonner avec la carte bleue des parents contournent l'interdiction et s'abonnent en reportant la facture sur celle de leur téléphone mobile grâce aux codes « audiotel » qu'Ankama met à leur disposition. Si les joueurs ont besoin de dépenser plus d'argent pour s'abonner, c'est donc pour des raisons qui ne dépendent pas uniquement de leur PCS.

Dans le premier cas, il s'agit des joueurs qui cherchent à rentabiliser les finances qu'ils ont investies dans leur abonnement. Ils trouvent qu'ils ont déjà consacré beaucoup de temps à jouer et que ça serait dommage de ne plus profiter des marques de progression qu'ils ont déjà collectées. Certains mobilisent également cette rhétorique de la « rentabilisation » alors qu'ils ont investi pour s'abonner au jeu sur une longue durée — 45 euros pour une année d'abonnement à Dofus. Dans tous les cas, même s'ils ont déjà beaucoup progressé dans le jeu, ces joueurs sont incités à trouver de nouvelles activités dans Dofus pour ne pas que leur investissement se fasse à perte. Cette incitation à jouer « pour rentabiliser

l'abonnement » est renforcée par le rôle social que tient le jeu en ligne pour les joueurs d'origine populaire. En effet, dans notre échantillon, ces joueurs habitent des quartiers enclavés, par exemple dans des banlieues parisiennes, ils sont géographiquement isolés de plusieurs de leurs amis qui habitent fréquemment dans d'autres villes de ces banlieues. Si bien qu'ils ne côtoient souvent la majorité de leurs amis qu'à l'occasion de leurs études ou de leur travail, auxquels ils se rendent souvent en transport collectif. Pour la grande majorité de ces joueurs, ces déplacements coûteux et contraignants incitent le reste du temps à se reporter sur d'autres moyens de socialisation afin de maintenir un lien avec des amis. Si ces joueurs consentent à payer le coût d'un abonnement à un jeu en ligne, alors qu'ils ont peu de moyens financiers, le jeu choisi devient un espace de socialisation privilégié pour garder le lien entre amis.

Cette volonté de rentabiliser un engagement financier ne concerne pas que certaines classes sociales. Toutefois, les joueurs issus des milieux les plus populaires et les plus pauvres retiennent l'attention comme l'illustre l'extrait d'entretien suivant. Marc nous décrit ses personnages de Dofus, puis nous explique pourquoi il a consacré autant de temps et dépensé d'énergie à jouer :

J'avais que des comptes avec des super gros persos comme par exemple mon Osamoda, c'est ceux qui invoquent des animaux si je me souviens bien. Genre celui-là était level 200, le max, full stuff invocation [tous les équipements pour améliorer ses sorts d'invocation d'animaux], full vita [le maximum de points de vitalité], il avait, je crois, 15 000 points de vie, il pouvait invoquer au moins dix créatures en même temps, je devais être à seize points d'action. C'était des machines de guerre les trucs. Avec à chaque fois une panoplie d'équipements de brute que tout le monde voulait m'acheter plusieurs millions de Kamas. C'était vraiment des panoplies de fou. Mais quand vraiment j'étais à fond dedans, les gens à l'école et même dans le jeu aussi, ils me disaient tout le temps : « mais t'es un geek, t'es un geek ! », je fais : « Non ! J'ai rien d'autre à faire chez moi ! C'est tout ! » J'aurais eu d'autres choses à faire, je te jure que j'aurais fait autre chose, mais là, il y avait rien d'autre à faire dans ma vie, donc, voilà, c'était Dofus (18 ans, joueur de Dofus depuis 2009).

Les joueurs de milieux populaires cumulent donc un nombre de contraintes qui les encouragent plus que d'autres à rentabiliser leur abonnement en passant beaucoup de temps à jouer. Dès qu'ils ont épuisé les contenus mieux scénarisés et plus diversifiés de ces jeux, cela les mène tout droit au jeu répétitif et compétitif via l'accumulation de marques de progressions.

Deuxièmement, les joueurs qui ont le plus de difficultés à accéder à des moyens de paiement peuvent adopter une méthode d'abonnement détournée qui consiste à s'abonner contre de l'argent du jeu. Elle est très répandue dans Dofus, parmi les joueurs qui ont des difficultés à se réabonner en payant.

Luc est à ce titre représentatif de la catégorie des joueurs qui sont des travailleurs pauvres. Il habite chez sa mère dans un HLM de la région parisienne et exerce le métier d'apprenti boulanger. Il est par ailleurs joueur confirmé de Dofus

et nous explique comment lorsque son compte en banque se vide, l'achat d'abonnement en monnaie du jeu devient une alternative :

C'est trop cher l'abonnement en Kamas. En ce moment ça fait 100.000 K¹⁵⁹ la semaine sur mon serveur Dofus. Ça fait mal au cul. Moi ça me fait chier de dépenser 100 000 K pour abo, alors que par carte bleue j'abo un mois à 5 euros quoi. [...] Par téléphone ça coûte 5 euros, ça fait rien. 100 000 K ça fait beaucoup, ça fait un budget pour ton perso. Et si je dois aller faire un donjon exprès pour m'abonner, me faire de l'argent exprès pour m'abonner parce que la CB est vidée, c'est le genre de trucs qui m'énerve et après je stoppe pendant 3 ou 4 jours le jeu, parce que ça m'a pris le chou. Moi, des fois quand je fais trop, quand on¹⁶⁰ boucle en masse, genre que t'as le level qui monte de 99 à 200 entre les deux¹⁶¹, bref on fait que ça, que des CM¹⁶², que des CM. On aime bien le faire, c'est un donjon qu'est sympathique à faire, ça nous dérange pas trop, mais au bout d'un moment tu t'en lasses quand même quoi. Donc j'alterne Call of duty et Dofus, tous les deux jours. Moi, faut pas que ça soit fixe, après j'ai trop l'impression d'être accroc. Et j'veux pas être comme ça quoi, que ça soit la routine de jouer à Dofus. Quand c'est la routine dans le jeu, voilà, j'arrête pendant deux ou trois jours. Mais après je reprends. Quand ça m'a passé, je reprends. (Luc, 20 ans, joueur de Dofus depuis 2005)

S'abonner à Dofus en dépensant des Kamas modifie donc sensiblement la pratique de jeu. Cela incite à réaliser des actions en boucle pour collecter la somme le plus rapidement possible. Ce temps de collecte de Kamas est perçu par les joueurs comme Luc comme un sacrifice, il préférerait le consacrer à d'autres activités dans Dofus. En particulier, il perçoit négativement la dépense ultérieure de Kamas, parce qu'elle lui semble détournée de l'usage « normal » qu'il fait de ses Kamas, c'est-à-dire l'achat de meilleurs équipements pour son personnage. De nombreux joueurs ont donc recours comme Luc à des pratiques de jeu répétitives pour par ailleurs pouvoir maintenir une autre pratique de jeu, qu'ils jugent plus variée et plus amusante.

¹⁵⁹ La somme correspond au cours de l'abonnement en Kamas contre un code audiotel sur un serveur de jeu donné lors de l'année 2011. Le cours est plus bas avant en raison de changements régulier du design du jeu pour faciliter l'enrichissement des joueurs, ce qui génère de l'inflation sur les prix en Kamas, qu'ils mesurent la valeur des objets du jeu ou des codes d'abonnement. Le prix du code augmente significativement à partir de 2012, lorsque la demande en réabonnement en Kamas s'élargit, suite à la mise en fonctionnement des échanges sécurisés de Kamas contre des Ogrines pour s'abonner avec.

¹⁶⁰ Le pronom « on » désigne Luc et son frère, ils ont l'habitude de jouer ensemble à Dofus depuis plusieurs années, leurs ordinateurs respectifs sont d'ailleurs tous deux dans la même chambre, l'un à côté de l'autre.

¹⁶¹ Le « level » désigne le « niveau d'expérience », un indicateur quantitatif qui s'accroît progressivement lorsqu'un personnage est en jeu. La vitesse d'accroissement de ce niveau est fonction du nombre d'ennemis terrassés et de la difficulté à les battre. Le niveau maximum dans Dofus étant 200, Luc indique en substance qu'il peut lors de sessions de jeu répétitif faire augmenter le niveau jusqu'au seuil maximal, ce qui traduit une pratique de jeu répétitive prolongée sur des durées très importantes.

¹⁶² CM est l'acronyme qu'utilisent les joueurs de haut niveau pour désigner le donjon du « Chêne Mou », que ces derniers affectionnent parce qu'il permet de collecter des équipements rares.

Pour pratiquer le jeu comme la majorité des participants qui n'ont pas de problème pour s'abonner, les *joueurs sans budget* doivent maintenir en parallèle une pratique de farm au long cours, afin de se réabonner à Dofus en échant de Kamas. L'accès aux moyens de payer son abonnement influe donc sur la manière de jouer à Dofus. Ceci explique en définitive que les pratiques de farm soient particulièrement représentées parmi les joueurs jeunes, sans ressources économiques et isolés socialement, dont une part non négligeable semble issue des classes populaires, représentées dans notre échantillon par les joueurs de PCS 5 et 6.

5.4.3 – **L'impossibilité de payer son abonnement régulièrement contraint au farm dans des groupes compétitifs**

Dans cette section nous avons montré que le pouvoir économique des joueurs et leurs sociabilités en jeu sont étroitement liés. Les collectifs de joueurs compétitifs sont incités à accroître progressivement le temps qu'ils passent à « farmer des donjons », ou bien si leurs finances le leur permettent, à accroître leur dépendance à des *joueurs sans budget* prêts à farmer à leur place.

Les *joueurs sans budget* sont quant à eux incités à farmer pour deux raisons. Soit parce qu'ils sont très avancés dans Dofus et ont déjà investi une somme d'argent pour s'abonner pour une durée importante, allant jusqu'à un an. L'engagement de cette somme conséquente les incite à farmer dans Dofus, car entre-temps ils ont épuisé tous les autres ressorts du jeu et ne prennent pas toujours l'initiative d'y créer de nouvelles activités d'eux même. Soit ils s'investissent au cours de longues séances de jeu dans des groupes de « farm de donjons » pour être en mesure de se réabonner à Dofus en faisant prendre en charge les dépenses d'abonnement en euros par des joueurs qui ont moins de difficultés à dépenser des euros pour jouer, mais disposent en contrepartie de moins de temps pour jouer et collecter des Kamas.

Les activités de farm gratuites et en contrepartie d'un accès au jeu sans payer sont très répandues dans Dofus. Elles se partagent la prise en charge de toutes les activités initialement conçues pour être exercées par des collectifs de joueurs désintéressés qui ont des personnages interdépendants. Qu'elles fassent progresser les personnages de jeu ou qu'elles permettent de produire des objets rares.

L'interdépendance entre pouvoir économique et sociabilité de jeu a tendance à pousser les *joueurs sans budget* à farmer et à intégrer des groupes compétitifs afin d'être en mesure de financer rapidement leur réabonnement à Dofus. A contrario, les joueurs riches ont la possibilité de s'abonner sans que cela influe sur leur mode de jeu, en particulier sans être contraint à farmer dans des groupes de joueurs compétitifs.

5.5 – Conclusion. Du laisser-faire à la *captation marchande du farm non lucratif*

Dans ce chapitre nous avons utilisé le terme non lucratif en référence à sa définition légale, notamment en vigueur pour les associations loi 1901. Cette définition n'exclut pas la circulation d'argent, ni même la rémunération, elle suppose seulement que le capital est toujours réinvesti entièrement dans l'activité principalement visée. C'est ce que font les farmers dont il est question, ils dépensent parfois des euros, mais c'est toujours dans le but de les réinvestir pour continuer à jouer. Ce qui ne les empêche pas de dépenser des euros chez des revendeurs de Kamas, des personnes qui développent ces activités seulement pour rechercher du profit monétaire.

La popularisation progressive du farm dans Dofus n'est pas que le fait d'Ankama. Certes, l'entreprise met en place un design de jeu qui encourage la pratique du farm pour retenir les joueurs afin qu'ils payent plus longtemps des abonnements hebdomadaires sans coûter trop cher en développement informatique. Mais le farm prolifère tellement dans Dofus qu'il faut y chercher des raisons supplémentaires. Les joueurs se passent de l'entreprise créatrice pour organiser en autonomie de nouvelles pratiques de farm à des fins de valorisation économique. Ils parviennent à articuler des ressources de jeu à une pluralité de plateformes internet indépendantes spécialisées dans le courtage. Elles sont dédiées au change monétaire entre des monnaies nationales et celle qui a valeur dans le jeu. Une fois que le phénomène prend de l'ampleur, l'entreprise hésite à réfréner l'engouement en favorisant à la place des formes de jeu élitistes qui seraient « plus intelligentes ». Finalement, Ankama décide de préserver la diversité des pratiques de farm pour profiter du chiffre d'affaires acquis en retenant abonnés des joueurs. Mais afin d'en tirer encore plus de bénéfices, la stratégie de l'entreprise passe pourtant d'une tolérance du farm à son encadrement progressif⁶³. Une captation marchande du farm est mise en place par Ankama, qui tente de canaliser les bénéfices détenus par des joueurs rémunérés.

Finalement, les activités de farm gratuites et rémunérées s'étendent. Elles se partagent la prise en charge de toutes les activités qui avaient été initialement conçues par les concepteurs de Dofus pour être exercées par des collectifs de joueurs « normaux ». C'est-à-dire une catégorie de joueurs qui réagissent aux interdépendances entre leurs personnages par la formation de collectifs réunis autour de la notion d'entraide désintéressée, sans que des transactions en euros fassent irruption entre eux.

Dans le chapitre suivant, nous verrons plus en détail en quoi le rôle que remplissent ceux qui farment à des fins lucratives est justement de préserver l'existence de collectifs désintéressés dans un environnement qui s'est ouvert aux

⁶³ C'est dans un second temps seulement qu'Ankama cherche à tirer des profits de cette situation en se substituant à des organisations de joueurs rémunérés. La partie correspondant à cette reprise en main des valorisations économiques dans Dofus est décrite dans le reste de cette seconde partie de la thèse.

échanges marchands rémunérés. Ceci expliquerait la séparation de ces espaces marchands du reste des zones de jeu, ainsi que l'attribution des activités de production à des fins lucratives à des collectifs spécifiques de joueurs.

Chapitre 6

L'émergence du salariat au cœur des pratiques de jeu en ligne. Le cas du « farm » à but lucratif

Le chapitre précédent a décrit les pratiques de farm qui ont pour finalité de prolonger l'activité de jeu, soit en accroissant sa richesse en monnaie du jeu pour faciliter sa progression, soit pour se réabonner en faisant payer quelqu'un d'autre à sa place, notamment grâce à la monnaie intermédiaire appelée Ogrines. Toutefois, des joueurs avec peu de ressources financières pratiquent aussi le farm à des fins lucratives, à la recherche de profits. Parfois ils agissent individuellement, pour leur compte, quand d'autres gagnent leur vie au sein de petits groupes et s'organisent parfois même en entreprises, avec un manager et des salariés dans certains pays où la main d'œuvre est bon marché. Nous tâchons dans ce chapitre de décrire ces pratiques situées à une échelle transnationale, puis comment Ankama tente, non pas de les empêcher à tout prix, mais d'en retirer le maximum de profit tout en minimisant les plaintes des autres joueurs, de ceux qui cohabitent dans les mêmes espaces de Dofus que ces farmers très organisés.

Ce chapitre présente d'abord ces joueurs tiers qui se font acheter le produit de leur farm sur des plateformes de courtage chargées de les revendre à d'autres. Il est le fruit d'une enquête menée sur internet, sur ces plateformes qui revendent la monnaie du jeu. Certains salariés de ces plateformes nous fournissent suffisamment d'information pour qu'un recoupement avec les observations d'autres joueurs de Dofus permette de reconstituer une description de l'organisation du farm par ces « fournisseurs » rémunérés. Nous mobilisons ensuite des entretiens avec des joueurs et des salariés d'Ankama responsable de la lutte contre ces pratiques lucratives de la part de tiers que l'entreprise a du mal à complètement contrôler.

La première section dresse une courte revue de la littérature qui a traité de la question des activités de production lucratives dans les jeux en ligne. La seconde section aborde la question des pratiques de farm lucratives dans Dofus, en particulier de la revente de la monnaie du jeu. Nous analysons ici les effets qu'induit la recherche de profit sur la pratique de farm et sur l'économie du jeu Dofus. La seconde section la complète en détaillant les réponses que les salariés d'Ankama apportent, soit en vue de limiter le farm lorsqu'il mène à une rémunération au profit de tiers indépendants d'Ankama, soit pour faire bénéficier autant que possible l'entreprise de cette activité.

6.1 – Revue de littérature. La production lucrative dans les jeux en ligne

En ce qui concerne les jeux en ligne, la majorité des joueurs paye pour accéder à un service ludique qui est pratiqué pour s’amuser. Toutefois, ceux-ci doivent cohabiter avec d’autres participants que la finalité ludique de certaines fonctions de jeu ne contente pas et qu’ils détournent. Notamment pour produire de gros volumes d’objets et de monnaies du jeu, puis les revendre contre des euros. L’introduction d’argent dans le jeu modifie sensiblement l’équilibre des sociabilités. Une fraction de joueurs produit des objets ludiques échangeables contre de la monnaie du jeu, non plus en dilettante pour s’amuser, mais le plus rapidement possible pour augmenter leurs marges en euro, si bien qu’ils en viennent à exécuter sans interruption certaines actions qui rapporteront la monnaie du jeu en quantité.

La massification de ces pratiques de jeu lucratives incite aujourd’hui l’industrie des jeux en ligne à faire concurrence aux pratiques lucratives de joueurs en proposant le modèle « free to play » dans lequel les joueurs participent gratuitement, mais peuvent acheter en euros à la pièce des bonus et biens virtuels. Cette mutation des modèles économiques des entreprises de jeu en ligne est décrite par la plupart des experts et des consultants en économie des TIC comme un processus de « monétisation » des biens virtuels en argent réel. Un modèle que les organisations des joueurs dont il va être question étaient, à quelques exceptions près, presque seules à proposer, jusqu’à son adoption massive par les entreprises de jeu en ligne après 2008 et l’avènement des « jeux sociaux » sur Facebook.

6.1.1 – Les pratiques de jeu à des fins lucratives

Ceux qui jouent en ligne à des fins lucratives forment deux groupes distincts. Les premiers en tirent des profits à l’échelle individuelle, il s’agit souvent de joueurs qui valorisent leur connaissance ou leur maîtrise approfondies du jeu. Les seconds, appelés « goldfarmers », sont dépeints dans la littérature comme des salariés peu qualifiés. Ils revendent les objets et monnaies de jeu qu’ils collectent en exerçant des activités de jeu que les autres participants considèrent presque toujours comme les plus répétitives et les plus ennuyeuses, justifiant leurs surnoms de goldfarmers, laboureurs de « gold », la monnaie en vigueur dans un grand nombre des jeux en ligne d’inspiration « heroic fantasy » qui dominent le marché des MMORPG. Ceux qui rachètent cette monnaie du jeu contre des devises nationales sont des propriétaires de sites web de courtage qui agissent sur deux marchés complémentaires. Ils centralisent d’une part l’offre d’argent virtuel qu’une multitude de goldfarmers leur vend à prix modique et ils centralisent d’autre part la demande des joueurs qui ne souhaitent pas perdre de temps à en collecter dans le jeu. Ces sites de courtage organisent à grande échelle la répartition des ressources virtuelles et des profits monétaires, dont ils gardent la marge la plus importante (Heeks, 2008).

Pour les joueurs qui recherchent le profit, quels jeux sont privilégiés et depuis quels pays opèrent-ils ? Enfin, quelles formes sociales et juridiques prennent exactement ces pratiques tant décriées, car si elles sont pratiquées pour

gagner de l'argent individuellement, cela se distingue en bien des points d'un goldfarmer salarié pour farmer. De plus, cela se passe très différemment si ces pratiques sont déclarées interdites par une autorité qui se veut légitime, le propriétaire d'un jeu par exemple, ou bien si les pratiques lucratives sont autorisées, comme c'est le cas des jeux qui « monétisent » les « objets virtuels » des joueurs, par exemple ceux issus du Projet Entropia (Mindark, 2003), et plus récemment de Diablo III (Blizzard Entertainment, 2012)¹⁶⁴. Or, bien souvent, on a l'impression qu'on ne parle que de salariés qui « font du business dans les jeux vidéo », que c'est toujours illégal et que cela se passe nécessairement en Chine, si possible dans des hangars insalubres peuplés de travailleurs adolescents, si vite qualifiés d'esclaves. Une vision certes documentée, mais qui reste fragmentaire au regard des autres activités qu'elle masque.

6.1.2 – *Les « goldfarmers ». La construction d'une figure de joueurs déviants autour d'une pratique rémunérée*

Pour ce qui concerne la production lucrative de « biens virtuels », les médias et certains chercheurs ont eu tendance à ne représenter qu'une seule figure qui simplifie ce phénomène. Il s'agit du traitement médiatique des « goldfarmers chinois » affairés sur leur terrain de jeu favori, le jeu en ligne massivement multijoueur World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004), dont les descriptions les plus complètes ont été faites par quelques journalistes anglo-saxons dont le plus cité est sans doute Lee (2005) et des chercheurs qui reprennent en partie ces articles comme sources de données empiriques principales¹⁶⁵ (N. Yee, 2006 ; Dyer-Witheyford et De Peuter, 2009). Cette représentation reste à ce jour problématique, que les comptes rendus viennent de l'étranger, ou de France¹⁶⁶. Certaines raisons du problème ont déjà été abordées par deux chercheurs en sciences sociales (Nardi et Kow, 2010) : peu d'études scientifiques existent sur ces populations et les journalistes se citent entre eux sans réaliser le degré de redondance de leurs sources, celles qui sont indépendantes des autres étant rares.

¹⁶⁴ Même si Blizzard a annoncé pour Diablo III l'arrêt officiel des interfaces de transactions d'objets du jeu contre des devises nationales, à partir de mars 2014.

¹⁶⁵ Jin Ge fait exception, il est à l'époque un étudiant en communication à l'université de San. On lui doit les premières vidéos de « goldfarmers chinois » qu'il diffuse le 8 mars 2006. Grâce à ses vidéos, il a su le premier populariser la figure du « Goldfarmer Chinois », notamment à l'aide d'une série de courtes vidéos YouTube qui rendent compte de leur travail quotidien. Voir la vidéo originale : <https://www.youtube.com/watch?v=ho5Yxe6UVv4>. En complément, un article et un commentaire du réalisateur sur le documentaire permettent de mieux comprendre le contexte de conception du documentaire : http://terranovalogs.com/terra_nova/2006/03/disembodiment_h.html, <https://www.youtube.com/watch?v=rEegohRPsqg>. Consultés le 02/12/2014.

¹⁶⁶ L'article suivant revient sur la genèse du documentaire « Game Over » diffusé sur Arte samedi 2 novembre 2013. Un exemple représentatif de la figure médiatique du « goldfarmer chinois ». Ils sont dépeints comme des groupes de jeunes Chinois à peine sortis de l'adolescence, fascinés par le libéralisme économique et prêts à contourner toutes les lois grâce à leurs connaissances en informatique pour maximiser les profits qu'ils extorquent à de jeunes joueurs occidentaux naïfs : <http://ragemag.fr/le-jeu-video-en-ligne-a-retabli-le-lien-social-entretien-avec-herve-martin-delpierre-realisateur-de-game-over-45068/>.

L'insistance sur l'image médiatique du « goldfarmer chinois » est en partie le reflet de cette absence de diversité des données disponibles. Elle ne rend pas compte de l'étendue de pratiques comparables, dans d'autres pays et dans d'autres jeux. Pour le prouver, il s'agirait d'étudier tous les types de joueurs qui collectent pour la revendre sur internet de la monnaie qui n'a valeur qu'en l'échange d'« objets virtuels » d'un jeu en ligne.

Cette dénomination de « Goldfarmer » stigmatise donc une fraction des joueurs que d'autres participants du jeu et nombre de médias à leur suite transforment en bouc émissaire. Alors qu'une fraction des joueurs en ligne n'ose pas dire qu'elle se fait aussi de l'argent en jouant. Ce lien étroit entre des figures déviantes qui sont surmédiatisées et d'autres pratiques lucratives comparables qui évoluent cachées peut être éprouvé en étudiant l'ensemble des pratiques lucratives des vidéojoueurs en ligne.

6.1.3 – Au-delà des goldfarmers des pays pauvres : rendre compte des trafics réalisés par des adolescents occidentaux

Dans cette section nous avons montré que les pratiques de revente de monnaie du jeu sont exercées par des joueurs situés dans des pays qui possèdent a minima quatre spécificités. Premièrement, de bonnes infrastructures pour accéder à internet et à un nombre assez important d'ordinateurs performants. Deuxièmement, des joueurs souhaitant se faire de l'argent en revendant via internet la monnaie du jeu, voire d'autres services liés au jeu¹⁶⁷. Troisièmement, une demande de rémunération relativement faible, car l'heure de production de monnaie du jeu ne rapporte généralement pas de quoi payer un loyer parisien. Ces joueurs sont donc soit des jeunes qui en tirent de l'argent de poche, soit des habitants de pays relativement pauvres. Quatrièmement, un taux de change avantageux pour que la conversion des profits réalisés dans des monnaies occidentales maximise les gains en devise nationale. Les deux derniers points ayant tendance à encourager les pratiques de revente de monnaie du jeu exercées par des joueurs bien équipés en ordinateurs connectés à internet qui sont la plupart du temps, soit des majeurs situés dans des pays pauvres qui cherchent un moyen de subsistance, soit des mineurs de pays occidentaux qui cherche une indépendance économique vis-à-vis de leurs parents.

Au regard de ces conditions, aucune raison ne s'oppose donc à ce qu'un grand nombre de pays abrite de telles pratiques de revente, même si la répartition n'est pas tout à fait homogène sur le globe. La littérature n'insiste pas sur l'hétérogénéité des situations de ces joueurs, ils sont renvoyés à l'image homogène des « goldfarmers chinois ». Parce qu'ils exercent leur activité dans un même local, au sein d'organisations hiérarchiques avec un encadrement managérial, ces jeunes adultes sont parfois considérés comme des salariés, même si certains auteurs questionnent parfois la légalité de l'entreprise collective.

¹⁶⁷ Parmi les pratiques répandues, on peut citer notamment le « powerlevelling », le prêt de son personnage à un employé chargé de le faire progresser au maximum en « niveaux d'expérience » sur une période de temps aussi courte que possible.

Pour aller au-delà de la vision de goldfarmers chinois qui seraient tous des employés avec des contrats de travail en bon et due forme pour produire des pièces d'or dans World of Warcraft, il faut explorer les spécificités économiques de ces échanges marchands qui traversent parfois les frontières, ainsi que les types d'organisations sociales des pratiques marchandes de ces joueurs. Cela doit être réalisé en fonction du type de jeu en ligne utilisé et en retraçant l'histoire qui a fait naître puis évoluer ces pratiques en certains endroits du globe connectés entre eux. Le journaliste Julian Dibbell a déjà produit une première description documentée dans son carnet de terrain en ligne « Play Money » (Dibbell, 2006). Il raconte au début des années 2000 son voyage en Californie, puis à Tijuana au Mexique, à la rencontre d'un entrepreneur américain qui décide de salarier des Mexicains pour collecter puis revendre la monnaie du jeu en ligne Ultima Online (Origin systems, 1997)¹⁶⁸.

6.2 – Le farm à but lucratif. Une valorisation économique à l'initiative de joueurs

Afin de garantir la rentabilité d'un jeu en ligne qui s'adresse à des publics qui ne sont pas tous intéressés par les activités complexes ou collectives, Ankama réserve finalement aux conduites stratégiques des joueurs un rôle qui n'est pas primordial dans Dofus. Pour augmenter ses chances de progression et accroître la richesse de son personnage, il est en revanche déterminant de passer du temps dans le jeu quitte à y faire toujours la même chose. Ce mécanisme sert la rentabilité d'Ankama, car il incite à prolonger son abonnement en le payant à nouveau tous les mois.

Le principe de base pour stimuler les échanges sociaux à distance est, quant à lui, le suivant : les personnages incarnés dans ces jeux disposent d'avantages comparatifs destinés à les rendre complémentaires et interdépendants. La possibilité pour le joueur d'incarner une « classe de personnage » capable d'accumuler plus rapidement que d'autres la monnaie du jeu induit donc des effets économiques et sociaux très importants¹⁶⁹. Contre toute attente, ces effets ne se limitent bien souvent pas à l'activité ludique circonscrite à l'enceinte logicielle du jeu. Cette petite économie est débordée par des organisations de joueurs spécialisés dans la production lucrative de monnaie du jeu. Des joueurs peuvent en acheter sur des plateformes internet spécialisées dans le courtage des monnaies de jeux en ligne.

¹⁶⁸ Dibbell a également publié un article dans la revue Wired au sujet des anciens patrons d'IGE (Dibbell, 2008), des courtiers, similaires à ceux dont parle le documentaire « Game Over », mais cette fois-ci ils ne sont pas chinois, mais bien américains, un temps réfugiés en Espagne pour tenter d'échapper aux recherches d'Interpol suite à l'inculpation de l'un d'eux pour pédophilie. Les dirigeants les plus suspects ont depuis été écartés et l'entreprise est à ce jour toujours aussi florissante.

¹⁶⁹ Nous n'évoquerons pas ici les problèmes d'inflation et de déflation qui ont cours dans les univers virtuels, ils sont déjà bien documentés par des chercheurs (Castronova, 2005 ; Heeks, 2010).

6.2.1 – La revente de la monnaie du jeu sur les plateformes de courtage en ligne

À l'image de ce qui est représenté à la Figure 27, l'internaute qui se rend sur une telle plateforme de courtage a la possibilité d'acheter la monnaie du jeu Dofus contre des euros. Ensuite, un email lui indique une heure et un lieu de rendez-vous dans le jeu, un personnage du jeu dirigé par un salarié de la plateforme de courtage l'attend pour lui transférer la somme de monnaie du jeu grâce à un transfert unilatéral effectué à l'aide d'une interface d'échange marchand du jeu.

Vous êtes ici: Accueil / Dofus / Dark Vlad:Kamas

Dofus : Dark Vlad : Kamas

Changement vers un autre serveur:

1000,000 Kamas €8.48	Ajouter au panier
2000,000 Kamas €16.90	Ajouter au panier
3000,000 Kamas €25.30	Ajouter au panier
4000,000 Kamas €33.63	Ajouter au panier
5000,000 Kamas €41.91	Ajouter au panier
6000,000 Kamas €50.19	Ajouter au panier
7000,000 Kamas €58.43	Ajouter au panier
8000,000 Kamas €66.58	Ajouter au panier
9000,000 Kamas €74.75	Ajouter au panier
10,000,000 Kamas €82.80	Ajouter au panier
15,000,000 Kamas €123.56	Ajouter au panier
20,000,000 Kamas €163.90	Ajouter au panier
30,000,000 Kamas €244.37	Ajouter au panier
40,000,000 Kamas €324.39	Ajouter au panier

Panier
Le panier est vide
Modifier panier
Passer la commande

Devises
Euros
Converti à:

Aide en ligne
Je suis en ligne.
Commencez
Téléphone : 1- (267) -297-2326
E-mail: virbanks@yahoo.com

Notices
Possible account termination when using illegal leveling or illegally obtained gold

Mon compte
Email:
Mot de passe:
Continuer Enregistrez!
Mot de passe Oublié?

Où est ma commande?
Suivez votre commande

Figure 27 : L'achat en euros de Kamas pour Dofus sur un site web de courtage de monnaie de jeux en ligne

La prise de contact avec des courtiers des plateformes de « goldselling »

En 2011, nous avons voulu prolonger nos entretiens avec des joueurs français par des discussions avec ceux qui procurent des Kamas à ces plateformes internet à but lucratif. Malheureusement, les personnages qu'ils dirigent dans Dofus refusent systématiquement d'entamer des conversations textuelles, ce qui a tendance à conforter les autres joueurs qui pensent qu'ils sont Chinois ou Coréens, puisqu'il est impossible d'obtenir une réponse de leur part, ce qui est généralement perçu comme une absence de maîtrise des langues occidentales comme le français et l'anglais. Nous avons donc décidé de passer directement par les plateformes de courtage de monnaie des jeux en ligne qu'on trouve un peu partout sur internet. Nous avons utilisé l'interface de chat de ce site pour parler avec les salariés chargés du service client des cinq entreprises de « goldselling » les plus citées par les joueurs de Dofus que nous avons vus en entretien : IGVault, Virbanks, Virgames, Dofusbuy et Dofusmart. Les adresses de contact disponibles sur le site des entreprises en question servent normalement à l'aide en ligne des clients, il est donc presque impossible de passer par ce canal de communication pour initier

avec succès une conversation qui porte explicitement sur l'organisation du travail dans l'entreprise qui s'occupe de la plateforme de courtage, et encore moins pour entrer en contact direct avec les joueurs payés pour collecter des Kamas dans Dofus. Nous sommes toutefois passés par ces services clients pour leur poser des questions sur l'activité de collecte des Kamas dans Dofus. Nous avons découvert à cette occasion que nos interlocuteurs avaient toujours plusieurs fonctions dans l'entreprise et pouvaient souvent entamer des négociations pour nous racheter des Kamas contre des euros. Première surprise, la séparation entre fournisseurs et clients des plateformes n'est pas si étanche que ces sites internet le laissent penser. N'importe quel joueur de Dofus peut donc vendre ses Kamas à ces plateformes en toute discrétion. Pour en apprendre davantage, nous avons donc inséré nos questions au fil de conversations qui s'annoncent comme des négociations marchandes en vue de vendre des Kamas à la plateforme. Cela justifie de ne pas passer par la plateforme d'achat de Kamas qui ne propose pas d'interlocuteur humain et nous manifestons par la même occasion un intérêt légitime vis-à-vis d'une des fonctions professionnelles de la plupart de nos interlocuteurs du « service client » qui est en réalité aussi un « service fournisseur ».

Même dans ce cas, lorsqu'une discussion a finalement lieu, il peut se passer plusieurs minutes entre deux échanges, si bien qu'il faut plusieurs heures pour accumuler une bonne connaissance de l'organisation. En cas de signe d'impatience, les salariés répondent fréquemment comme dans cet extrait de conversation en chat avec un « responsable client » du site dofusbuy :

Bruno Vétel : why did you wait so much before giving me your answer ?

Dofusbuy : like i said i was kinda busy ^^

Bruno Vétel : you are online with other sellers ?

Dofusbuy : yes. all the time. we have many games to manage in parallel.

Un comptage des jeux proposés sur les 5 sites de courtage permet de constater que les salariés que l'on peut solliciter en chat doivent gérer en même temps les offreurs et les demandeurs de monnaie pour en moyenne 30 jeux en ligne différents. Il faut donc s'armer de patience pour espérer une réponse. Outre de la patience, l'extrait de conversation en chat avec le responsable client du site de dofusmart nous informe sur un autre type de difficulté que nous rencontrons souvent auprès des salariés de ces entreprises :

Bruno Vétel : and you are active for how long then ?

Ray : you don't need so much more. you always aks us so much questions and never sell us.

L'interruption rapide de cette discussion est elle aussi représentative des difficultés que nous avons eues à maintenir les conversations au-delà de quelques échanges textuels. Il faut veiller à bien sélectionner ses questions pour ne jamais dévier trop longtemps du contexte d'une négociation marchande, sans quoi les salariés se méfient et mettent fin à la discussion.

L'organisation spatiale

Nous avons toutefois pu obtenir un peu plus d'information sur l'organisation de la structure commerciale dans le cadre d'une conversation en chat avec un « responsable client » du site IGVault :

Bruno Vétel : hello. is it possible to sell Kamas for dofus?

陈 [Chen] : yeah,sure. we need all server Kamas

Bruno Vétel : what are the servers with the highest prices?

陈 [Chen] : all server has th esame price. 2.5usd/m or 1.8eur/m [prix par millions de Kamas]

Bruno Vétel : it's quite low:-]

陈 [Chen] : we have 2 supppliers and sell us this price. so how much Kamas you have now?

Bruno Vétel : 2 suppliers for all the servers?

陈 [Chen] : Yeah in tunis.

Bruno Vétel : you are also in tunis

陈 [Chen] : no. in shangai.

Nous constatons que les salariés responsables du service client comme celui-ci déclarent toujours que leurs entreprises sont localisées dans de grandes villes chinoises¹⁷⁰, mais que les « goldfarmers » qui leur procurent la monnaie du jeu résident aussi bien à Shanghai, à Hongkong, qu'à Tunis ou Bucarest. Ces localisations des « fournisseurs » (suppliers) recoupent celles qu'indiquent Heeks (2008) et Dyer-Wittheford & De Peuter (2009), affirmant que ces emplois se trouvent dans les villes avec des infrastructures fiables pour accéder à internet et une main d'œuvre à bas coût, combinant les atouts pour développer la pratique rémunérée de tels jeux en ligne. La localisation des entrepreneurs responsables des plateformes internet de courtage de monnaies peut être un peu différente, car elle est liée à d'autres contraintes, notamment l'optimisation des revenus en localisant le site internet de courtage dans un pays avec une devise locale qui a un taux de change favorable à partir des devises d'acheteurs situés dans des pays occidentaux. Une division stricte entre le travail de collecte de monnaie du jeu et de revente sur un site de courtage semble être la règle en la matière, le travail de courtage nécessitant des compétences que n'ont pas tous les joueurs rémunérés. Les courtiers doivent en effet maîtriser la programmation d'un site web comportant des interfaces de paiement en ligne, gérer les stocks de monnaie du jeu pour chaque serveur de jeu, en fonction de la dynamique de la demande et de la répression de l'entreprise créatrice du jeu qui identifie et supprime régulièrement les « personnages de stockage » qui détiennent les réserves de monnaies du jeu des courtiers. Enfin pour parer aux litiges avec des joueurs acheteurs de monnaie du jeu, les courtiers doivent disposer d'un service client suffisamment nombreux et capable de communiquer en anglais avec les clients occidentaux.

¹⁷⁰ Dyer-wittheford et De Peuter le confirment lorsqu'ils rendent compte de la concentration de ces entreprises de courtage à l'occasion d'une enquête menée dans la région de Shanghai (2009). Les entreprises de Goldfarming chinoises seraient localisées sur la côte est du pays entre Shanghai et Guangzhou, ainsi que dans les provinces du nord est.

6.2.2 – L'organisation des joueurs rémunérés

Ces plateformes de courtage qui réalisent le change monétaire entre euros et Kamas ne peuvent toutefois fonctionner que si des joueurs accumulent au préalable d'importantes sommes de monnaie du jeu et que ces masses monétaires sont stockées quelque part dans le jeu, attendant leur distribution aux joueurs-acheteurs. La question de l'organisation de la collecte de monnaie du jeu en vue de la maximisation de son rendement, c'est-à-dire de son prix de revente en euro- se pose donc inévitablement pour ces joueurs « fournisseurs » spécialisés dans la collecte de Kamas.

Si nous nous en tenons aux pratiques adoptées par les joueurs que nous avons vus en entretien, ces fournisseurs peuvent théoriquement choisir entre le « farm de donjon » et le « farm métier ». Toutefois, c'est généralement un troisième type de farm que les « goldfarmers » mettent presque toujours en œuvre, celui que nos enquêtés appellent de manière un peu dédaigneuse le « farm de monstres BL [Bas Level] ». La technique n'est pas exactement la même que pour le « farm de donjon ». Elle consiste à créer un compte client gratuit pour Dofus et à l'utiliser le plus vite possible pour tuer en boucle des monstres peu puissants qui sont « disponibles » parce que les autres joueurs ont coutume de peu les combattre, mais qui ont le désavantage de rapporter seulement quelques pièces de monnaie du jeu et des objets dont la valeur unitaire en monnaie du jeu est faible. En choisissant de créer un personnage issu d'une des « classes de personnage » parmi celles qui tuent ces monstres le plus rapidement, la quantité de monnaie du jeu croît un peu plus rapidement. Un joueur expérimenté qui a longuement observé ces pratiques à l'intérieur du jeu les décrit et tente d'expliquer l'organisation économique sous-jacente :

Il y en a qui se créent des personnages de la classe Sadida, avec le sort de « ronces multiples », un sort de zone qui fait des dommages sur une étendue importante de la carte de jeu. Ils se font un groupe de 8 Sadidas et il y a un seul joueur derrière en fait, avec 8 instances du jeu démarrées sur son ordi. Il va de map en map agresser tous les petits mobs¹⁷¹ et lancer les « ronces multiples » à chaque fois, le plus vite possible. Donc sur 8 Sadidas qui lancent chacun leur tour « ronces multiples », même sans viser, sur n'importe quel mob, ça lui tombe dessus à un moment. Dans le jeu, tu vois les 8 Sadidas qui courent, les uns derrière les autres à un millimètre de distance chacun. Ils courent et ils agro [attaquent] les mobs, ils les tuent, ils continuent et ainsi de suite (pause) voilà, c'est le truc. En quelques jours, ils se retrouvent level 100 [niveau d'expérience 100], ils ont ramassé plein de monnaie du jeu, ils la revendent aux Coréens, qui la revendent à (pause) toi (rire). (Éric, 25 ans, joueur de Dofus entre 2004 et 2008)

Les personnages de la classe du « Sadida » se trouvent par conséquent surreprésentés parmi les joueurs dont l'objectif est la maximisation de la collecte

¹⁷¹ Les « mobs » sont dans les jeux en ligne les monstres qui se déplacent de manière autonome, dont les mouvements sont dictés par une intelligence artificielle. Ce terme est un diminutif de « mobile », une désignation que l'on doit au game designer Richard Bartle, il s'en sert à l'origine dans les premiers jeux en ligne qu'il a conçu, les « Multi User Dungeons » comme MUD₁ (Bartle, 2004).

de monnaie du jeu. Ils sont généralement accompagnés de personnages de la classe « Enutrof ». La majorité des joueurs de Dofus en utilisent parce qu'en cas de victoire sur un ennemi, la seule présence d'un Enutrof dans un groupe de personnages suffit à augmenter les chances d'obtenir plus de Kamas et d'objets rares. Ce résultat concorde avec des observations qualitatives faites par Steinkühler (2006) sur la surreprésentation de certaines « classes de personnage » utilisées par des joueurs rémunérés dans le jeu en ligne Lineage 2 (NCsoft, 2003).

juin 2012. Le taux de corrélation avec les variables explicatives est indiqué dans la colonne « coeff », l'erreur type (écart type de l'estimateur du coefficient) est appelée E.T., la variable t correspond au test de Student et informe sur la probabilité de réfutation de l'hypothèse nulle, p sur la significativité statistique du résultat de corrélation.

Pour « GS.prix », les variables explicatives n° 18 et n° 22 correspondent aux coefficients de corrélation négatifs les plus importants et les plus viables statistiquement parlant (d'après E.T., t et p). Elles codent le pourcentage de deux « classes de personnages » du jeu dont l'augmentation correspond à une baisse importante des prix de vente des Kamas en euro sur les 5 plateformes de courtage étudiées. Lorsque le même travail d'analyse est effectué sur chaque plateforme isolée, cela permet de distinguer IGVault des autres plateformes, parce que les coefficients de corrélations sur IGVault décrivent les mêmes tendances de fond que pour les quatre autres sites de courtage, mais ils sont nettement plus faibles en valeur pour chacune des « classes de personnage » (de l'ordre de 2 à -2). En concordance avec les déclarations de salariés d'Ankama vus en entretien, ceci s'expliquerait par la position centrale de la plateforme IGVault sur le marché du courtage en ligne de Dofus. Ce site de courtage capterait un nombre beaucoup plus important de fournisseurs et de clients que tous les autres. Les salariés d'Ankama le justifient parce qu'ils ont remarqué que lors de la suppression massive de personnages suspectés de servir pour le stockage de Kamas des courtiers, les prix sur IGVault sont parmi ceux qui fluctuent le moins¹⁷².

D'après ces traitements statistiques, la variation du taux de change s'explique en très grande partie par l'accroissement de la proportion de personnages du jeu de deux types donnés. Leur accroissement est responsable d'une forte baisse du taux de change, ce qui, de manière similaire aux observations de Steinkühler (2006), concorde avec nos données d'observation de terrain, ainsi qu'avec les propos recueillis en entretien. Le croisement de ces différents types de données semble donc témoigner du fait que certaines « classes de personnages » adaptées à la collecte de monnaie intensive à bas niveau de progression sont choisies pour la création d'une proportion très importante de personnages du jeu, et que les observations de terrain indiquent qu'elles sont majoritairement utilisées par des joueurs rémunérés qui réalisent un travail de collecte de monnaie du jeu.

Les programmes d'automatisation des tâches de farm et l'économie du jeu

Dans Dofus, l'usage lucratif de certaines classes de personnage est singulier parce que ces personnages sont très souvent contrôlés par des « bots », des programmes informatiques tiers installés sur l'ordinateur du joueur pour diriger à sa place des personnages joués dans Dofus. Cette automatisation des pratiques de jeu doit toutefois être complètement planifiée à l'avance, le programme se contente de répéter sans interruption une des suites d'actions du jeu. Les « goldfarmers » les

¹⁷² Nous pourrions émettre une autre hypothèse, la plateforme de courtage IGVault pourrait mieux organiser ses stocks de Kamas que les autres et disposer de réserves plus importantes sur chaque serveur de Dofus.

utilisent donc pour farmer à leur place, c'est-à-dire réaliser en boucle des actions de collecte de monnaie du jeu, ceci parfois jusqu'à huit à douze heures d'affilée. La Figure 29 est une capture d'écran de Dofus qui permet d'observer les personnages contrôlés par un tel logiciel.



Figure 29 : Un groupe de « bots » composé de personnages des classes « Sadida » et « Enutrof ». Seuls quatre peuvent être distingués ici, les autres sont superposés

Ce groupe de bots parcourt un territoire situé au tout début du jeu, aux alentours du village d'Astrub, à la recherche d'un ennemi facile à vaincre. C'est ainsi que les bots apparaissent aux autres joueurs. En raison de leur très grand nombre, un joueur qui s'aventure dans les territoires autour d'Astrub en croise pratiquement au cours de chaque partie.

À propos des joueurs qui adoptent des pratiques lucratives dans Dofus, nos enquêtés qui sont salariés d'Ankama parlent davantage de « goldfarmers ». Ces enquêtés sont un peu plus âgés en moyenne que ceux que nous avons recrutés parmi des joueurs de Dofus. Les salariés d'Ankama se réfèrent donc, dans ce cas, plus spontanément à la dénomination adoptée par des médias généralistes et les participants à d'autres jeux en ligne qu'ils affectionnent et pratiquent en soirée après le travail, à l'instar de World of Warcraft. La qualification de « bot », contraction du mot « robot », est davantage mobilisée par nos enquêtés joueurs de Dofus. Ces derniers se réfèrent plus volontiers à ce qu'ils observent en jeu qu'au discours des médias généralistes. Dans le cas précis de Dofus, ce qui est remarquable par tous les joueurs, ce sont des personnages du jeu situés proches des zones réservées aux débutants, dont les comportements sont répétés sur de longues périodes, sans aucune marge d'improvisation. Les joueurs font souvent le lien causal entre l'usage de logiciels interdits qui automatisent les actions des personnages et ces observations. D'après eux, certains joueurs rémunérés les

emploieraient pour faciliter leur travail, ce qui est confirmé par notre enquête auprès des services clients des plateformes internet de courtage de Kamas. Il ne reste plus à ces joueurs utilisateurs de bots qu'à revendre leurs collectes de Kamas aux plateformes. Celles-ci se chargent d'organiser la logistique de stockage des Kamas auprès de personnages de jeu spécialisés dans cette tâche, puis ils la redistribuent à leurs clients qui sont des joueurs payeurs. Les personnages de Dofus détenus par les plateformes de courtage remplissent donc un rôle qui s'apparente, en quelque sorte, à un travail de convoyeur de « fonds virtuels ». Du point de vue des salariés de Dofus, ils se contentent de transférer des Kamas entre des joueurs « fournisseurs » de Kamas (les « goldfarmers ») et des joueurs « clients » qui s'en servent pour jouer.

La pratique des joueurs « fournisseurs » est visible en jeu, en règle générale un personnage du jeu est actif jour et nuit, joué à tour de rôle par deux personnes qui collectent le maximum de monnaie du jeu (Heeks, 2008). Pour optimiser leur collecte, ces joueurs doivent donc se comporter en véritables « ouvriers du jeu », adoptant des routines d'action qui rappellent un travail à la chaîne parce qu'elles se concentrent sur les monstres de « bas niveau » et sont encore plus répétitives que les autres pratiques de farm classiques décrites précédemment. Ces joueurs sont vite remarqués des autres participants, parce qu'ils ne communiquent et ne collaborent qu'entre eux. Ils cohabitent donc dans le même univers de jeu que le restant des joueurs, sans interagir comme les joueurs « légitimes » ont l'habitude de le faire entre eux (en échangeant des messages textuels, en se combattant etc.) Cette fréquentation d'espaces communs sans interaction directe nourrit chez les joueurs « légitimes » une aversion à leur égard. Dans ce contexte, les problèmes de l'économie interne des jeux en ligne sont attribués par ces joueurs « légitimes » aux joueurs « fournisseurs ». C'est ainsi que Gwenaël déclare :

Les bots gâchent tout sur le principe, c'est une vraie plaie parce que ça tue l'économie d'énormément de biens du jeu qui pourraient être exploités par les gens. [...] À cause de ça, certains objets dans le jeu sont sous ou surévalués. (20 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

Ces travailleurs ont donc rarement bonne presse et sont accusés de perturber l'écologie de Dofus. Les joueurs débutants trouvent qu'ils « volent » leurs monstres de faible niveau et les ressources du jeu qui leur sont associées, les salariés d'Ankama considèrent qu'ils parasitent leur activité lucrative, réalisant du profit « sur leur dos », tout en dégradant la réputation du jeu par leur présence visible de tous. Ces critiques sont toutefois à mettre en regard de la finalité de l'activité de production lucrative de monnaie du jeu. Cette monnaie est revendue sur internet contre des euros à la fraction des joueurs qui ne veulent pas farmer pour progresser, soit pour surpasser plus facilement d'autres joueurs, soit pour tenir le rythme de progression qu'un groupe qui consacre plus de temps qu'eux à jouer, notamment quand il faut participer à un collectif de « farmers de donjon ». Sans ce service lucratif, ces joueurs moins persévérants seraient contraints d'abandonner le jeu et en conséquence de cesser de payer leur abonnement mensuel, perdant

l'accès complet à ce jeu « freemium »¹⁷³. Dans la suite, nous étudions la dépendance contradictoire qui lie entre eux ces différents types de joueurs et les salariés d'Ankama. Finalement, chacun profite avantageusement de la situation, mais des joueurs plus légitimes et des salariés de l'entreprise créatrice semblent malgré tout se percevoir comme des concurrents des joueurs qui pratiquent à des fins lucratives.

Les trafics réalisés par des adolescents français. Entre la peur du gendarme et le soutien ambivalent des parents

Dès lors qu'il est question de valorisation lucrative du farm par des joueurs fournisseurs de monnaie du jeu, il est important de casser la binarité entre des pratiques salariées bien organisées à l'étranger et d'autres plus individualisées centrées sur l'enrichissement non contractuel qui se porterait nécessairement sur des montants plus modestes. Notre enquête a tendance à montrer qu'il existe un continuum de pratiques lucratives chez les joueurs en ligne. Souvent ces collectifs de joueurs sont bien organisés, à la manière d'une petite entreprise, mais sans qu'on sache exactement si les membres du groupe sont salariés ou se distribuent les sommes en l'absence de contractualisation explicite, sans recours légal, en se faisant simplement confiance. Certes, l'exemple de certains pays comme la Chine est frappant par le degré d'organisation du travail de collecte qu'y réalisent des collectifs de joueurs. Mais nous sommes en droit de nous demander s'il est toujours synonyme de salariat et s'il est forcément réalisé en groupe.

Par ailleurs, les pratiques de joueurs qui revendent « à leur propre compte » sont complètement occultées de la plupart des comptes rendus d'enquêtes. Ces joueurs rémunérés¹⁷⁴ qui ne forment pas de collectifs pour mener à bien leur pratique dans le jeu ne sont pas mentionnés dans les recherches académiques, alors que plusieurs de nos enquêtés joueurs évoquent leur existence sans jamais être en mesure de nous fournir un contact consentant à nous parler. C'est dans l'espoir de les rencontrer directement que nous avons tenté de recruter des enquêtés sur un site de petites annonces où certains proposent à la revente des objets du jeu et des personnages de Dofus¹⁷⁵. Nous nous sommes présentés à ces

¹⁷³ Un service « freemium » est d'accès gratuit, mais comporte des bridages tant que le client ne paye pas un abonnement, un peu à la manière du logiciel « shareware », mais avec une mensualisation du paiement. Le jeu que nous étudions encourage fortement à payer un abonnement après avoir progressé jusqu'à un certain point dans l'univers du jeu, ce qui correspond généralement à une dizaine d'heures de jeu chez un débutant.

¹⁷⁴ Notre enquête montre que les joueurs en ligne membres de guildes ont souvent dans leur entourage certains contacts familiers de ces commerces avec des plateformes de courtage, mais que ceux-ci sont difficiles à interroger parce qu'ils n'osent pas avouer les faits à la majorité de leurs frères d'armes, de peur d'être stigmatisés et mis à l'écart dans le jeu. Ceci a tendance à conforter des constatations déjà faites par Grundy (2008).

¹⁷⁵ Ces quatre joueurs, ainsi qu'une dizaine d'autres lycéens que nous avons eu au téléphone mais qui n'ont pas souhaité nous voir en entretiens, ont tous laissé entendre d'une manière ou d'une autre que ces reventes sont réalisées pour se concentrer sur leurs études, en particulier sur leurs révisions du baccalauréat, et que cela découlerait souvent d'une pression parentale.

vendeurs comme sociologue et nous leur avons indiqué notre page sur le site internet de notre institution de recherche de rattachement pour qu'ils puissent vérifier notre identité et l'objet de nos travaux. Aux termes de ces appels téléphoniques avec 40 rédacteurs de petites annonces en lien avec l'achat de contenus virtuels pour Dofus, nous avons réalisé quatre entretiens en face à face. Ces discussions téléphoniques, les nombreux refus d'entretien qui s'en suivirent, puis finalement les quelques enquêtés que nous sommes parvenus à rencontrer de visu, constituent un ensemble cohérent de données empiriques. Elles nous permettent de décrire des pratiques de jeu rémunérées qui suivent deux trajectoires distinctes.

Premièrement, la trajectoire que la majorité de ces joueurs a pour habitude de suivre est celle de joueurs experts de Dofus qui parcourent le jeu sans chercher de rémunération. Un jour pourtant, ils réalisent un acte de revente ponctuel : parmi les joueurs en ligne qui se lassent, certains, à l'occasion de leur départ définitif du jeu, revendent biens et personnages du jeu à des amis, ou à des inconnus trouvés via des sites internet de petites annonces et des forums de fans de jeux vidéo. L'un d'eux nous déclare après la revente récente contre 200 euros de son compte joueur, contenant tous ses personnages de haut niveau d'expérience avec leurs équipements :

Si tu gardes ton compte et que tu joues plus, il reste à dormir, ça ne sert à rien. Donc autant l'utiliser à quelque chose, et là l'argent que je me suis fait je l'ai utilisé. J'ai un peu économisé pour les prochaines vacances de cet été, pour sortir avec des potes et aussi je me suis acheté un vélo d'occasion avec. Vu que je fais beaucoup de vélo, il m'en fallait un nouveau en état pour l'été. (Richard, 18 ans, joueur de Dofus depuis 2004)

Il faut garder à l'esprit que dans le cas de ces enquêtés, ce patrimoine de marques de progression a été amassé grâce à une pratique de farm assidue et qu'il est comme pour Richard alloué ultérieurement à son budget de loisir. L'accord parental est toujours donné, voire parfois le soutien et la mise à disposition d'un compte bancaire de leur part. En effet, les parents vivent souvent cette revente comme un soulagement. Ils y voient un compromis pour mettre fin à la pratique de Dofus de leur enfant qui est toujours un joueur assidu qui y consacrait beaucoup de temps.

Deuxièmement, d'autres joueurs font de ces reventes une activité lucrative planifiée à l'avance et génératrice de rentrées d'argent régulières. La pratique ludique est alors très spécifique à cette visée lucrative et elle est pérenne. Fort de leur connaissance du jeu et de moyens d'en détourner certains mécanismes, ces joueurs maintiennent dans la durée leur propre activité lucrative. Au cours de nos diverses enquêtes auprès de joueurs de Dofus, ces joueurs ont été les plus difficiles à approcher. Parmi nos enquêtés, ils sont majoritairement issus de quartiers populaires situés dans des banlieues parisiennes et lilloises. Plusieurs refus d'entretiens tendent à montrer que ces joueurs ont peur d'être dénoncés à la police ou à Ankama.

L'un d'eux est serveur dans un restaurant de fastfood et domicilié dans une banlieue du sud-est de Paris. Au téléphone, il est d'accord pour nous rencontrer et

nous expliquer toutes ses techniques pour s'enrichir grâce à Dofus. Il ne s'est finalement pas présenté à l'entretien dans un café de sa ville. Le jour même, il n'a pas donné suite à nos relances téléphoniques. Sa ligne de téléphonique a finalement été résiliée le jour suivant et il n'a plus jamais répondu à nos emails.

Un autre cas nous permet de préciser que les difficultés de recrutements sont liées aux peurs qui habitent les joueurs et leurs familles lorsque nous leur demandons d'accepter de parler de ces pratiques en face à face à proximité de leur lieu de vie. Nous avons contacté « Damien » sur un site de petites annonces. Le joueur qui se fait appeler ainsi y vend un personnage de Dofus de niveau 199, là encore pour environ 200 euros, le prix habituellement constaté pour de tels personnages. Cette fois-ci, nous avons réussi à rencontrer ce joueur, mais au terme de négociations de plusieurs semaines, par mail, puis par Skype et enfin par téléphone mobile. Sur son profil Skype il se présente de la manière suivante, avec un pseudonyme qui mélange référence au monde des hackers et défiance envers la police :



Figure 30 : Le profil Skype du joueur dénommé « Damien »

Il change sa photo au bout de quelques mois et se représente alors torse nu, mais tête hors cadre. Un format de « selfie » que nous retrouvons sur le profil Skype de deux autres adolescents joueurs de Dofus que nous avons vus en entretien. L'âge du profil de « Damien », 26 ans, semble faux puisque cet enquêté ressemble à un adolescent. Quand il accepte finalement le principe d'une rencontre, il nous précise alors « au fait jmapel pas damien mes sébastien ;) ». Ces populations masculines de joueurs aux pratiques de jeu rémunérées issus de banlieues populaires mettent en scène la présentation numérique d'un soi qui comporte

toujours le même type de contraste. D'une part il y a exhibition de divers symboles de virilité et d'appartenance à la famille et d'autre part un souci de dissimuler une partie de son identité, notamment en cachant son visage, son âge, son prénom et l'adresse précise de son lieu de vie.

Nous discutons ensuite avec Sébastien par l'interface de chat de Skype. Il nous indique qu'en fait, en l'échange d'un entretien, il veut être payé. Devant notre refus, il nous demande à la place des numéros de téléphone mobile de filles de 16-18 ans, parce que déclare-t-il par SMS « leur o6 c difficile de les avoir dans Dofus, c toutes des putes elles veulent des k [Kamas] en échange ». Essuyant un second refus, il nous recontacte par lui-même et nous demande l'envoi par email d'un scan de notre « carte professionnelle » — ça sera notre carte d'étudiant. Il accepte alors de nous rencontrer sans nouvelle contrepartie. Nous lui demandons alors les coordonnées téléphoniques de sa mère, qui accepte le rendez-vous après nous avoir confié ses inquiétudes au sujet des résultats scolaires de son fils. Le jour du rendez-vous, nous arrivons une demi-heure en avance à la gare RER la plus proche de leur domicile. Sébastien nous envoie le SMS « c mort elle a dit :(» Sa mère a changé d'avis. S'en suit pas moins d'une heure et demie de négociations par SMS et par téléphone avec Sébastien, qui tient à négocier personnellement avec sa mère. Finalement, son père l'amène en voiture et nous réalisons l'entretien en sa présence. Le jeune joueur de Dofus s'avère n'avoir que 14 ans. Nous découvrons enfin la manière dont Sébastien organise sa petite entreprise :

Je prends des bots en fait. Et pour trouver les bots, je tapais sur YouTube puis sur des forums de *cheat*¹⁷⁶ puis tu télécharges. Donc on le télécharge, après on doit acheter une clé d'activation. Déjà t'as le logiciel pour le tester, après, s'il te plaît, t'achète une clé d'activation. Moi c'est dès le début la clé d'activation. Moi je l'ai testé cinq minutes, après j'ai acheté la clé. C'est pour quatre codes, enfin quatre Starpass [système de paiement par messagerie téléphonique surtaxée le plus utilisé pour le commerce parallèle dans Dofus], donc ça fait dans les 8 euros le bot, mais si on en fait plusieurs de bots ben ça fait... Moi j'avais besoin de plusieurs bots, pour avoir plus de Kamas, grâce à leur métier. Je vais dans les champs là où y a plein de blé et tout et je l'active [le logiciel de bot] et le lendemain, ouais, mes persos en ont ramassé plein [d'objets d'une faible valeur en Kamas] et ils les mettent à la banque. Après je les revends en HDV [hôtel des ventes], puis les Kamas je les revends avec notre PayPal sur un site internet [de courtage]. (14 ans, joueur de Dofus depuis 2009)

Le jeune joueur gagne donc des euros en revendant les Kamas tirés des objets du jeu que ses multiples personnages farment sous le contrôle d'un logiciel de « bot ». L'originalité est qu'il précise que ces logiciels de « bots » sont très facilement accessibles via YouTube et en payant par téléphone mobile environ huit euros par personnage joué. Autrement dit, les profits en euros tirés de la production automatisée de monnaie du jeu sont captés par un nouvel intermédiaire qui vend des logiciels de bots à ceux qui veulent tenter de s'enrichir de la sorte. Les concepteurs de Dofus nous précisent à ce sujet que ce type de bots sont plus faciles que d'autres à identifier. Autrement dit, il s'agit de programme d'automatisation

¹⁷⁶ Ce sont des forums spécialisés dans la diffusion de logiciels de triche et de « serveurs privés » de jeux en ligne. Ces derniers sont étudiés dans le chapitre suivant.

des tâches de jeu de mauvaise qualité, dont les personnages de jeu sont rapidement identifiés et détruits. Malgré ces déclarations, Sébastien en retire quelques centaines d'euros par mois parce qu'il en utilise plusieurs en même temps, en « multicompte ». Suite à cette conversation, son père l'interrompt :

L'achat des bots ça chiffre à la fin, mais bon ça rapporte un peu. Et tellement il sait les choses, vu comment il a commencé, je pense, il va aller à Stalingrad, parce que ça va arriver jusqu'à (pause) moi je dis au début on voulait le mettre dans une école qui fait informatique, mais avec ses notes il peut pas aller. Je dis, tout ce que tu sais et ben ça te sert à rien. Ils en veulent pas à l'école. (Evgeni, environ 40 ans, Menuisier d'extérieur)

Le père entretient un rôle ambivalent à l'activité lucrative de son fils. Il critique sa conduite scolaire, mais le reste de l'entretien confirme qu'il loue constamment les compétences de son fils en informatique et sa capacité à ramener de l'argent supplémentaire au domicile. En effet, en connectant le compte PayPal de son fils au compte bancaire personnel du père, celui-ci partage les quelques bénéfices des trafics avec Sébastien. Dans les cas de joueurs issus de milieux populaires qui sont des mineurs sans compte bancaire, la récupération d'une rémunération peut difficilement se faire seul, car le plus souvent il faut encaisser des chèques ou mettre en place des systèmes de paiement en ligne rattaché à des comptes bancaires. Si les parents sont au courant, il n'est donc pas surprenant qu'une organisation du jeu rémunéré soit favorisée au sein de la cellule familiale, afin d'apporter au foyer un revenu complémentaire.

6.2.3 – Du farm à but lucratif à sa régulation et à l'organisation de sa captation marchande

Dans cette section, nous avons pu constater que le farm lucratif représente de loin la pratique la plus monotone et répétitive du jeu. Elle est prise en charge dans Dofus par deux types de joueurs. D'une part, des joueurs que quelques recherches académiques décrivent comme de jeunes majeurs organisés depuis des pays pauvres pour gagner de quoi vivre. D'autre part, notre enquête a permis d'identifier une autre pratique lucrative chez de jeunes joueurs occidentaux souvent mineurs, dont ceux qui en font une activité pérenne sont le plus souvent issus de milieux populaires. Ces derniers gagnent relativement peu, quelques centaines d'euros par mois, et ils dépendent à la fois de leurs parents qui détiennent des comptes bancaires et d'informaticiens anonymes¹⁷⁷. Ces derniers mettent à leur disposition des « bots », qui se révèlent être des programmes payants d'automatisation des tâches de farm.

Par ailleurs, le farm lucratif ne trouve pas directement de débouché auprès de joueurs prêts à acheter de la monnaie du jeu contre des euros. Des sites de courtages se chargent toujours de l'appariement des offres et des demandes en monnaie du jeu. Les sites de petites annonces que nous avons visités ne rentrent

¹⁷⁷ Nous ne savons pour le moment rien de ces informaticiens, ni leur nationalité, ni le type de relations qu'ils entretiennent avec d'autres acteurs en place, comme les propriétaires de sites de courtage en monnaie du jeu.

pas dans cette catégorie car ils sont spécialisés dans la revente de personnages et de leurs équipements, mais rarement de monnaie du jeu. Même si nous avons découvert que les joueurs qui revendent leurs personnages entretiennent souvent une proximité étroite avec la production de Kamas grâce au farm et à son automatisation. La localisation géographique des sites de courtage dans des pays pauvres a tendance à encourager une circulation des richesses qui part des pays occidentaux riches et va se concentrer dans ces pays aux devises nationales plus faibles. Ceci explique aussi en partie que les goldfarmers de ces pays pauvres soient encouragés dans le farm lucratif, alors que les farmers occidentaux se trouvent davantage parmi les joueurs mineurs de milieux modestes qui sont les seuls à trouver intéressantes les marges dégagées lors des reventes de la monnaie du jeu dans des devises fortes comme l'euro.

Tous ces cas d'enrichissement de joueurs sont interdits par les conditions d'utilisation (CGU) auxquelles ils souscrivent pourtant en entrant dans le jeu pour la première fois. Lorsqu'il s'agit de salariat, il est important de questionner la forme juridique de l'affaire et le cas échéant la légalité de la pratique au regard de la législation du pays où elle se pratique. En effet, les trafics d'objets virtuels sont transfrontaliers et régulés par les états pour éviter le blanchiment d'argent, la défiscalisation de revenus, etc. Une attention doit également être portée aux conditions d'utilisation que souscrit le joueur (Mauco, 2011). En effet, ces conditions légales peuvent être complexes. Souvent le joueur n'a pas la propriété juridique des objets et des personnages qu'il contrôle dans le jeu. L'entreprise lui octroie seulement le « droit d'usage d'un service ludique ». Le cas est différent si les bénéfices sont distribués selon des règles informelles, sans qu'un statut juridique quelconque les encadre. Dans ce cas, elles sont en surplus soumises au droit national qui peut les qualifier d'illégales.

La sanction est un élément fondamental pour comprendre comment se construisent ces pratiques en relation étroite avec la morale et le droit. Là encore, le panel de sanctions est large. Cela commence comme on l'a dit par la stabilisation de discours stigmatisant certains joueurs, se poursuit par des destructions de personnages de joueurs rémunérés orchestrées par des menées de joueurs mécontents qui s'instituent en redresseurs de torts. Puis, apparaissent les sanctions de l'entreprise créatrice du jeu, elles touchent les personnages considérés comme « douteux » parce qu'ils réalisent des transferts unilatéraux de montants importants de Kamas suspectés d'appartenir à des plateformes internet de courtage. Certaines sanctions peuvent exceptionnellement viser non plus les personnages, mais les joueurs, de temps à autre assignés en justice. Cette diversité des sanctions qui façonne toute pratique informelle rappelle le cas des *serveurs parallèles* de jeux en ligne, souvent considérés comme illégaux, parfois menacés de sanctions, mais rarement attaqués en justice¹⁷⁸.

Enfin, une manière d'expliquer le maintien si fréquent de ces pratiques dans une zone grise du droit peut s'expliquer en partie par l'observation des rapports aux entreprises qui produisent les jeux. Si elles n'appliquent pas toujours de

¹⁷⁸ Voir à ce sujet la fin du dernier chapitre consacrée à la « mort » des *serveurs parallèles*.

sanctions, c'est sans doute parce que celles-ci entretiennent une relation pour le moins trouble avec ces joueurs rémunérés et les plateformes de courtage, en tout cas nettement plus ambiguë que ne l'évoque les médias. En effet, ces travailleurs du jeu, stigmatisés comme de « mauvais joueurs », payent pourtant aussi pour accéder à la plupart des jeux (ou pour y évoluer plus rapidement dans le cas des jeux « Free To Play » dont l'accès est gratuit, mais pour lesquels une dépense d'argent accélère la progression). Parce qu'ils sont souvent nombreux dans les jeux en ligne, ces joueurs participent donc activement à la rentabilité de l'entreprise.

En un mot, les pratiques lucratives de joueurs en ligne sont implantées dans différentes zones du globe et elles sont beaucoup plus hétérogènes que ce qu'on en dit. Évidemment, les premiers comptes rendus se sont focalisés sur certaines d'entre elles, les plus impressionnantes, celles qui se mettent le mieux en scène. Il fallait sans aucun doute commencer par là pour attirer l'attention d'un large public. Peut-être est-il temps de parler du reste, des pratiques informelles plus labiles et délicates à aborder. Par exemple, des joueurs français qui gagnent de l'argent grâce aux reventes d'objets et de monnaies du jeu. Et aussi de leurs clients, dont il n'a pas été question ici. Car le succès indéniable de ces pratiques de revente lucratives, si souvent dénoncées, confirme bien qu'elles rencontrent une demande auprès de millions de joueurs, qu'on entend rarement s'exprimer en public.

6.3 – Les tentatives de reprise de contrôle d'Ankama sur le farm à but lucratif

Le premier dysfonctionnement de la régulation d'un jeu en ligne est évoqué pour le jeu Habitat (Lucas art, 1986). Ses concepteurs assistèrent au vol par un joueur de la plus puissante arme du jeu, destinée au maintien de l'ordre et en possession d'un personnage contrôlé par un salarié de l'entreprise (Morningstar et Farmer, 1994). Il peut aujourd'hui paraître hasardeux d'insérer des salariés chargés de la régulation au sein même du récit de jeu, sous l'apparence d'un personnage doté de pouvoirs uniques. Cet exemple historique a toutefois l'immense intérêt d'interroger très clairement l'effet des formes de régulation sur les frontières qui séparent l'espace collectif de jeu du reste du monde social et en particulier du monde du travail.

De nos jours, l'entreprise créatrice d'un jeu en ligne applique généralement deux moyens différents pour encadrer les pratiques des joueurs. Elle peut, d'une part, agir sur les individus, d'autre part agir sur leur environnement. Dans le premier cas, elle préserve les règles du jeu telles quelles et met en place des dispositifs de jugement (Karpik, 2007) qui produisent, davantage qu'ils n'assistent, la désignation de fautifs. Sur la base de ces informations, elle décide d'en punir certains en usant des moyens techniques à sa disposition. Généralement, elle exclut le personnage du suspect qui n'a alors plus la possibilité de lui faire rejoindre une partie. Dans le second cas, elle change les règles du jeu de manière à contraindre les joueurs à agir différemment. La régulation des petites économies fermées des jeux en ligne a été abordée sous cet angle par Castronova (2005), sans pour autant prendre en compte certaines implications des spécificités techniques de ces logiciels en ligne, et en particulier en faisant l'impasse sur le caractère

plastique et instable du développement de tels logiciels en ligne. Nous montrons dans cette section que les modifications incessantes de design du jeu jouent un rôle incontournable dans les régulations des jeux en ligne.

Comme nous allons le constater, dans les deux cas de régulation, les effets touchent plus largement tous les joueurs. D'autre part, l'exclusion de personnages est partiellement annulée par la politique d'accès gratuit aux premières heures de Dofus, un jeu « freemium » qui autorise à créer gratuitement une infinité de personnages. Quant aux modifications des règles du jeu, elles impactent l'environnement ludique dans des mesures difficilement anticipées. La régulation d'un jeu en ligne devient donc un travail sur la durée qui instaure systématiquement des équilibres précaires.

6.3.1 – Réguler les conduites. Qualifier les conduites « fautives », puis en exclure certaines

Avant d'en venir au problème de la qualification des conduites problématiques, il faut rappeler quels sont les acteurs susceptibles d'être inquiétés et indiquer quels risques ils courent réellement. Pour commencer, des plateformes internet de courtage centralisent les offres de vente de monnaies de différents jeux en ligne. Ces intermédiaires jouent le rôle de marchands (Swedberg, 2005) qui mettent en contact l'offre des joueurs rémunérés qui produisent de la monnaie du jeu et la demande des joueurs acheteurs. C'est précisément ceux qu'Ankama souhaite ne pas voir se rencontrer, afin de garder un contrôle sur les échanges de biens dans le jeu. Cela permet de confiner les mises en équivalence entre des biens du jeu, en s'assurant de l'absence d'interférences de grandeurs externes dans l'environnement ludique, telles que des euros, des yuans ou des dollars. Pour cette raison, une partie des entreprises créatrices de jeux en ligne définissent le statut des objets du jeu dans le « Contrat de Licence de l'Utilisateur Final » (CLUF) qu'un joueur accepte lors de sa première connexion. Ces CLUF indiquent que la revente en argent réel d'objets du jeu par des tiers est illégale. Malgré cela, le risque juridique que les responsables d'une plateforme de courtage prennent est relativement faible. Principalement en raison de leur grand nombre et de la localisation de leurs sites web dans des pays où il est souvent difficile de mobiliser la justice pour faire aboutir des procédures d'incrimination. Les courtiers se trouvent donc dans un rôle plus proche de celui d'un marchand classique que d'un « dealer » de produits illégaux, qui devrait tenir compte des risques d'arrestation dans la fixation de ses prix (Nouguez, 2003).

Le joueur rémunéré qui produit la monnaie du jeu court quant à lui un risque qui pèse sensiblement sur les prix qu'il peut proposer. Ce risque n'est pas de nature juridique, car il est difficile de le localiser à partir des informations laissées lors de la création gratuite d'un personnage de jeu. Parce que son activité très répétitive est facilement repérable en jeu, il peut toutefois y être identifié par l'entreprise créatrice et se faire supprimer son personnage collecteur de monnaie. La productivité du personnage étant en grande partie liée au temps passé à jouer avec, la perte de bénéfice du joueur ne sera pas négligeable. Pour réduire ce coût, il perfectionne ses techniques de collecte, toutefois, l'absence de risque patent de poursuites en justice l'autorise à assumer sa visibilité en jeu et à opter pour une

stratégie de saturation des moyens de contrôle de l'entreprise créatrice du jeu. En pratique, le joueur rémunéré exploite donc le « farm en multicompte », jouant de manière synchrone autant de personnages que son attention permet d'en contrôler, ainsi il n'est pas rare qu'il en supervise plus d'une dizaine en s'aidant de logiciels d'automatisation des tâches pour les transformer en « bots » (De Paoli, 2013). La plupart seront identifiés et supprimés par l'entreprise créatrice du jeu, mais les personnages restants parviendront à collecter suffisamment de monnaie du jeu pour que la pratique reste rentable dans le cas d'un joueur non qualifié habitant un pays relativement pauvre ou d'un adolescent occidental qui a besoin d'argent de poche.

Concernant la surreprésentation de certaines « classes de personnage » chez les bots, les concepteurs du jeu disposent de leurs propres données statistiques et observent également l'activité en jeu. Lors de nos entretiens, ils ont pu confirmer que les joueurs rémunérés utilisent toujours les mêmes « classes de personnage ». Ils sont donc conscients de cet usage détourné de certains personnages, mais ne peuvent en supprimer les fondements dans le code informatique sans affecter les joueurs ordinaires qui possèdent déjà, parfois depuis plusieurs années, un personnage de cette « classe ». Il reste donc aux concepteurs la possibilité de discriminer, dans l'ensemble des usages de ces types de personnage, ceux qui correspondent au travail des joueurs rémunérés.

Un joueur ne peut faire de profit grâce à des activités en jeu qu'en prenant en compte un « coût variable » qui correspond, dans le cas majoritaire de joueurs rémunérés qui collectent la monnaie du jeu, à leur rémunération horaire. Ces joueurs rémunérés ont donc tout intérêt à se trouver dans des pays où la main-d'œuvre non qualifiée est à bas coût pour que ce type de farm leur semble plus rentable qu'un « vrai » travail. Par contraste, l'usage de « bots » permet une localisation géographique moins dépendante du coût de la main-d'œuvre non qualifiée. Elle s'appuie pour sa part sur un « coût fixe », à investir initialement, qui correspond aux dépenses en développement informatique nécessaire à la conception du programme d'automatisation des tâches du personnage. En contrepartie, ce logiciel peut être répliqué à l'infini pour contrôler une multiplicité de personnages de jeu, évitant la rémunération d'un grand nombre de joueurs. Il nécessite seulement quelques personnes pour superviser le bon déroulement des tâches automatisées, ainsi qu'un expert-informaticien dont le rôle est ponctuellement d'adapter ce programme d'automatisation, car les concepteurs du jeu cherchent régulièrement à le rendre inopérant en modifiant le fonctionnement du jeu (De Paoli et Kerr, 2012).

Nous expliquons maintenant quelles sont les raisons du bridage des systèmes « antibots ». Contre toute attente, la rentabilité des « bots » ne se révèle pas toujours supérieure à celle de la collecte « manuelle » de monnaie. En effet, les personnages contrôlés par des « bots » ont des comportements plus prévisibles que ceux des joueurs humains. Les personnages contrôlés par des « bots » peuvent donc être repérés et détruits par des logiciels « antibots » que programment les concepteurs de l'entreprise créatrice. Ceux-ci contrôlent des caractéristiques comme, par exemple, le temps passé par le personnage en jeu à tuer des monstres

en se déplaçant exactement de la même manière, ou encore le temps minimum de la pause-déjeuner d'un joueur humain. L'efficacité de cette détection est limitée parce qu'elle ne peut pas déterminer l'intention à l'origine de la conduite suspecte. Les actions répétitives de certains joueurs humains ne peuvent donc pas toujours être discriminées de celles qui sont commandées par un programme informatique. D'après le récit de ce salarié, les concepteurs jugent acceptable de déterminer cette légitimité des pratiques ludiques par l'unique observation des conduites des personnages du jeu :

Parfois, le système « antibots » pouvait te faire déconnecter pour 2 heures. Si tu faisais un nombre de clics répétitifs trop rapide, tu étais considéré comme un bot, tu te faisais dégager. Il y avait ça avec les poubelles dans les villes. Tu pouvais cliquer sur les poubelles et le truc c'est qu'il y avait un jeu, les joueurs disaient « le dernier qu'a cliqué il est pas gentil » et hop tout le monde clique sur la poubelle ! BAM, ils se faisaient tous déconnecter. Et après ils t'envoyaient un message « ouais je me suis fait bannir ! Pourquoi ?! » heu parce que faut arrêter de cliquer comme un fou quoi ! (G.C., salarié de l'entreprise créatrice du jeu, 30 ans)

Pourtant, punir ces conduites, qui sont également adoptées par des joueurs ordinaires, pose un réel problème de définition du jeu légitime. Mais il s'avère qu'en pratique le risque d'accroissement des « faux positifs » oblige pourtant les concepteurs à réduire volontairement l'efficacité des logiciels « antibots ». Ils ne ciblent en définitive que les comportements les plus typiques des « bots », ceux que n'adopte pratiquement aucun autre joueur. Ce bridage a néanmoins un gros inconvénient, car il garantit une rentabilité élevée aux entreprises qui collectent de la monnaie du jeu à l'aide de tels logiciels d'automatisation. C'est la raison pour laquelle les « bots » sont en définitive très utilisés pour le jeu en ligne que nous étudions.

De manière similaire, des joueurs qui ont quelques notions en informatique utilisent, à leur propre compte, des « bots » pour collecter directement de l'argent du jeu. Un personnage utilisé par ailleurs pour « jouer ordinairement » en journée peut ainsi être laissé sous le contrôle du « bot » pour collecter de la monnaie du jeu pendant que le joueur dort la nuit¹⁷⁹. Le plus souvent, un personnage dédié à la collecte est toutefois préféré, le créer est gratuit dans le jeu que nous étudions et comporte l'avantage d'isoler les risques liés à l'éventuelle identification et suppression du personnage en question. Ainsi, le temps investi en jeu avec son « personnage ordinaire » ne sera pas affecté par la perte de ce personnage dédié à la collecte d'argent automatisé. Des sommes de monnaie du jeu seront ensuite transférées au « personnage ordinaire » en pratiquant des dons détournant l'interface d'échange marchand du jeu. Une minorité de ces joueurs, souvent trop jeunes pour avoir un travail salarié, revend une partie de la monnaie collectée aux sites de courtage. Ces profits amateurs découlent souvent d'initiatives

¹⁷⁹ Ce phénomène a tendance à causer de gros problèmes de mise en concurrence dans l'accès à certains monstres ou ressources du jeu lorsque des bots sont utilisés par des joueurs ordinaires placés sur d'autres fuseaux horaires. Le problème est particulièrement intense chez les francophones lorsque des Français et des Québécois partagent le même jeu en ligne. Pour ce qui concerne les bots d'entreprises très organisées, le problème est d'une intensité supérieure puisqu'elles œuvrent souvent 24 heures sur 24.

individuelles, il ne s'agit donc pas dans ce cas d'une pratique collective organisée. Pourtant, la frontière n'est pas aisément tracée, notamment lorsqu'on considère les plus petits groupes de joueurs rémunérés et les amateurs qui fournissent la monnaie du jeu à leur réseau de joueurs-amis, le paysage se complique alors singulièrement. Les concepteurs ne parviennent donc à identifier spécifiquement que les personnages des joueurs rémunérés dont l'organisation est la plus systématique, parce qu'ils mobilisent de manière récurrente les mêmes techniques pour réaliser la collecte de monnaie du jeu. Ils se démarquent donc des autres joueurs qui font du profit grâce à une organisation de leur travail qui répond à des habitudes moins systématiques.

Comme l'illustre l'extrait d'entretien suivant, les salariés d'Ankama qui surveillent ces pratiques qualifiées d'illégales ont donc tendance à rattacher tout un faisceau de pratiques fortement normées à la qualification médiatique des « goldfarmers asiatiques » :

Tu vois, si c'est une IP [adresse de la connexion internet] par exemple Coréenne, Chinoise, et cetera : une IP qu'on dit un peu exotique, là on va s'en rendre compte et on va dire bon OK ça c'est un voleur. Et généralement les voleurs ce qu'ils font c'est qu'ils génèrent des comptes [de personnage], et pas manuellement, ils génèrent ça avec des softs [logiciels]. Donc du coup les noms et prénoms sur les fiches joueurs [correspondantes], en fait elles sont pas correctement renseignées. Tu vas avoir une suite de X et YZ, des trucs qui ne veulent rien dire. Donc si tu mets tout ça bout à bout tu vois que c'est un profil de bot. (Alan, 26 ans, Responsable du support client d'Ankama)

Les fiches d'identité qu'il faut remplir à la création d'un personnage du jeu respectent donc, dans le cas des pratiques de ce type de joueurs rémunérés, toujours la même syntaxe, car là encore il est d'usage d'employer des logiciels qui automatisent la création des personnages, gratuite pour le jeu étudié.

Cette rentabilité est décuplée par le modèle économique « freemium » de Dofus. En effet, parce que les personnages du jeu sont gratuits à créer et à connecter au jeu pendant quelques heures, le système d'identification des bots dans sa version bridée ne peut que ralentir faiblement la vitesse des collectes massives de monnaie du jeu : si un personnage est supprimé, il suffit d'en créer un nouveau gratuitement. Alan est aussi chargé de lutter contre la prolifération des « bots », il indique la dynamique à l'œuvre :

On a réussi à mettre déjà des solutions avec des « one shot » de 150.000 comptes [de personnages suspects détruits] dans la foulée. BAM, tu vois, des grosses vagues de bans [bannissement] de bots, où d'un seul coup tu vois les populations d'un serveur [de jeu] qui descendaient. Tu te disais, tiens c'est cool, les gens [joueurs légitimes] ils disent plus qu'il y a des bots ! Voilà. Mais bon, ça dure quelque temps, jusqu'à ce qu'ils rencontrent, eux. C'est une guerre perpétuelle. (Alan, 26 ans, Responsable du support client d'Ankama)

L'identification des conduites des « bots » permet donc de supprimer des quantités importantes de personnages appartenant à de supposés joueurs rémunérés, mais cela ne les empêche pas d'en créer davantage pour saturer le dispositif de sanctions de l'entreprise créatrice. Et s'il s'avérait que le logiciel « antibots » devient plus

efficace, comme ce peut être le cas dans d'autres jeux où l'accès est payant, alors les plaintes de joueurs concernant les « faux positifs » augmentent et les pratiques de collecte automatisée se reportent temporairement sur la solution de la collecte de monnaie du jeu « manuelle » qu'il est très difficile d'identifier avec un algorithme informatique.

En définitive, si un joueur collecte de manière intensive de la monnaie du jeu, au moyen d'un personnage d'une des « classes » capable de la maximiser dans les premières heures de jeu, alors il sera suspecté de vouloir revendre sa collecte contre de l'argent. Le jeu étudié se caractérise par la prépondérance des pratiques de collecte automatisée, avec une tendance à moins réguler la collecte « manuelle ». Il reste néanmoins à comprendre pourquoi un tel équilibre a été atteint entre ces deux pratiques partiellement substituables.

6.3.2 – Réguler l'environnement numérique. Tolérer les joueurs rémunérés, mais les faire payer

L'activité productive d'un joueur rémunéré repose sur l'usage imprévu du logiciel de jeu. Si l'entreprise ne souhaite pas se concentrer sur la désignation explicite de fautifs qu'elle exclura du jeu par la suite, alors elle reste théoriquement en mesure d'influer sur leurs conduites par une modification du code informatique du jeu en ligne. Dans la pratique, l'entreprise créatrice choisit alors de viser trois buts distincts. Premièrement, elle cherche à forcer les joueurs indésirables à payer une taxe en euro contre le maintien de leur droit à produire la monnaie du jeu à grande échelle. Deuxièmement, elle accroît le coût de leur investissement en temps de jeu. Ces deux types de régulation affectent la rentabilité de l'activité de production monétaire, mais ne s'avèrent pas suffisants pour dissuader les joueurs rémunérés. Troisièmement, elle agit sur les variables qui déterminent la raréfaction artificielle des ressources, ceci afin d'atténuer la concurrence entre les « joueurs légitimes » qui souhaitent collecter de la monnaie du jeu pour s'amuser et ceux qui sont suspectés de le faire trop ouvertement pour le profit, et indirectement pour la fraction des joueurs acheteurs de monnaie du jeu que l'activité de farm n'amuse vraiment pas.

Pour le jeu que nous étudions, nous constatons que les « bots » sont majoritaires pour ces pratiques de collecte, raison pour laquelle les « joueurs légitimes » qui pratiquent la collecte « manuelle » subissent moins de répression. Quel que soit le jeu en ligne, un équilibre entre collecte manuelle et automatisée s'établit consécutivement aux régulations de l'entreprise créatrice. Il est important de préciser deux choses pour comprendre la manière dont les joueurs rémunérés s'adaptent de cette manière aux spécificités des jeux en ligne, afin d'en tirer le plus de bénéfices en argent réel. Premièrement, les deux méthodes de collecte de monnaie du jeu réalisées, soit « manuellement » par des humains, soit à l'aide de programmes « bots », nécessitent au préalable la création d'un personnage du jeu. Or, le jeu étudié est construit sur un modèle d'accès « freemium », ce qui rend possibles la création et l'usage temporairement gratuit d'un personnage. La collecte de monnaie du jeu peut donc avoir lieu dans les débuts du jeu, avant que le joueur soit forcé de souscrire un abonnement payant pour continuer sa partie. Dans de telles conditions, la démultiplication gratuite de personnages contrôlés par des

« bots » décuple le volume monétaire collecté. C'est pour cette raison qu'ils sont, dans ce jeu, vite devenus plus nombreux. De manière plus générale, ceci explique également la présence très importante des joueurs rémunérés dans le jeu que nous étudions, en comparaison d'autres jeux en ligne dont l'accès à la création d'un personnage est d'emblée payant. En définitive, le modèle économique « freemium » a donc pour effet d'abaisser drastiquement le coût de la collecte de monnaie du jeu. Sans cette barrière à l'entrée, de nombreux joueurs rémunérés tentent ainsi leur chance, même si avec les années d'activité d'un jeu en ligne, cette intense compétition finit par tirer les profits vers le bas (Heeks, 2008).

Dans le contexte d'un jeu « freemium », les marges de manœuvre pour se débarrasser des « bots », en les identifiant pour en supprimer les personnages, sont réduites par le risque des « faux positifs ». C'est la raison pour laquelle les concepteurs du jeu ont tenté de cibler certains déterminants de la rentabilité de leur activité, comme l'explique un concepteur :

On a commencé à mettre des grosses restrictions sur les comptes de personnages non abonnés qui n'ont plus le droit de faire certains échanges. Et là, les bots ont commencé à s'abonner. C'est un peu effrayant parce que ça veut dire qu'ils restent rentables. [...] maintenant, on a des bots abonnés, énormément. Et là effectivement il y a un problème (pause) avec la direction, qui ne veut pas sanctionner les bots abonnés, de peur d'avoir une baisse du chiffre d'affaires. (Florent, 28 ans, responsable marketing de Dofus)

Parce que l'équipe de concepteurs n'est pas en mesure de supprimer complètement l'activité des joueurs-salariés, ni par le biais de leur identification et punition directe, la direction défend la modification du jeu, responsable de « l'invasion » de tous les territoires de jeu par les « bots ». Ce faisant, elle arbitre en faveur de l'augmentation à court terme du chiffre d'affaires de l'entreprise. La direction est ici confrontée à des joueurs rémunérés qui semblent étrangement bien intégrés aux mécaniques du jeu. Elle décide donc de les pousser à s'abonner pour exercer leur activité lucrative. Jusqu'ici confinés à certaines zones du début du jeu, les joueurs rémunérés se sont rapidement retrouvés disséminés à grande échelle dans l'intégralité du monde de jeu entrant malheureusement partout en concurrence avec les « joueurs légitimes ». À moyen terme, cette décision fait donc courir un risque considérable à la réputation du jeu.

Deux autres moyens peuvent être mis en œuvre pour agir sur l'environnement de jeu sans directement viser une incitation des joueurs rémunérés à payer un abonnement. Premièrement, les régulateurs tentent parfois d'agir sur le temps de jeu qu'il faut préalablement investir dans un personnage avant qu'il soit à même de collecter de manière intensive de la monnaie. Un concepteur nous confie :

On essaie de modifier le « gameplay »¹⁸⁰ progressivement pour rendre les bots moins viables à « bas level », pour les forcer à aller à « haut level » pour être efficace, ce qui nous permet quand on les bannit de leur faire vraiment mal, parce qu'il faut qu'ils remontent. (Frédéric, 29 ans, game designer)

¹⁸⁰ Dans ce contexte particulier, cela fait référence aux règles du jeu.

Ce « bas level » correspond à un « niveau d'expérience » peu élevé du personnage. Ce niveau est déterminé par un certificat que le personnage obtient en dépassant un seuil de points qu'il cumule en remportant des épreuves ludiques, comme terrasser un monstre. Ces niveaux donnent progressivement accès au personnage à des compétences supplémentaires et peuvent augmenter sa vitesse de production de monnaie du jeu. Dans ce contexte, « remonter un personnage » consiste en réalité à en créer un nouveau identique. Puis le personnage est joué plusieurs dizaines d'heures, afin de progresser. Pour ce faire, il doit accumuler suffisamment de points d'expérience pour retrouver le niveau d'avant. Cet investissement conséquent en temps de jeu rend le personnage capable de produire avec un haut rendement de la monnaie du jeu. Autrement dit, la suppression du personnage fautif implique donc pour les joueurs rémunérés le gaspillage d'un « coût fixe » important en temps de jeu. Par cette action, les régulateurs augmentent ainsi la perte induite en sanctionnant par la suite le personnage.

Deuxièmement, il est également possible de rendre plus banaux les biens du jeu jusqu'ici artificiellement programmés pour être rares. C'est ce que nous indique un concepteur :

Toutes les ressources de base, on n'a pas hésité à en remettre. [...] Maintenant t'en trouves beaucoup, encore plus dans les zones débutants, parce qu'en fait avant, étant donné que les bots en prenaient, il en restait un peu moins pour les joueurs. (Alan, 26 ans, Responsable du support client d'Ankama)

Les ressources accaparées par les joueurs rémunérés sont ici proposées en surplus, de façon à garantir leur disponibilité pour tous. La conséquence immédiate est de réduire la compétition entre joueurs lors de la collecte de monnaie du jeu. Par ce moyen, les concepteurs régulent donc l'économie par une reprogrammation progressive de l'accès aux biens artificiels du jeu.

Les trois cas d'action sur l'environnement numérique que nous venons de mentionner indiquent que ce type de régulation adaptative du jeu a pour conséquence, soit d'aligner le fonctionnement ordinaire du jeu sur les pratiques existantes des joueurs rémunérés, soit à l'inverse de modifier le fonctionnement du jeu pour chercher à en exclure l'activité de ces joueurs. Le jeu et son économie se retrouvent donc dans les deux cas profondément modifiés par l'émergence de ce nouveau type de participants. Malgré toutes les tentatives de régulation de l'entreprise créatrice, ces joueurs rémunérés cherchent à augmenter coûte que coûte le rendement en monnaie du jeu par heure jouée et y parviennent régulièrement, débordant les régulations (Callon, 1999).

6.3.3 – *Le design des sociabilités de jeu empêche l'éviction du farm à but lucratif*

Cette section nous a montré que l'existence de joueurs rémunérés qui s'organisent en collectif pour produire massivement les monnaies de certains jeux en ligne oblige les concepteurs à prendre en compte ces activités, soit par la qualification et l'exclusion des déviants basées sur des « dispositifs de jugement » qui génèrent des preuves. Soit par la modification de l'environnement numérique du jeu. Ces nouveaux mécanismes de régulation ne parviennent jamais à empêcher complètement les pratiques jugées déviantes. Elles reposent en effet sur la

complémentarité des personnages du jeu, moyen principal trouvé par les concepteurs pour démultiplier les rencontres sociales entre joueurs. Par exemple, un guerrier sera récompensé plus souvent par la découverte de grimoires dont l'usage est réservé aux magiciens, donnant lieu à des échanges monétaires ultérieurs entre ces deux types de personnages. La plupart du temps, les concepteurs de jeux vidéo ont concentré ces complémentarités entre personnages au niveau de leurs capacités productives. Comme nous le voyons, le design des sociabilités de ces jeux en ligne empêche donc d'expulser ces « travailleurs illégaux », à moins de renoncer à plusieurs principes de complémentarité qui fondent les relations sociales qui peuvent se nouer dans ces jeux en ligne. Dans le cas de Dofus, le modèle économique « freemium » se trouve largement encadré dans ces règles sociales, contribuant sans surprise au développement du farm. Ceci permet d'identifier une des raisons qui a pu pousser ces dernières années la légalisation progressive de l'achat de biens virtuels en monnaies réelles dans ces univers : il s'agit de capter les bénéfices en substituant une offre propriétaire au service proposé jusqu'ici par les joueurs rémunérés.

6.4 – Conclusion : de la création de valeur économique par des « farmers », à leur *captation marchande*

La popularisation progressive du farm dans Dofus n'est pas le fait d'Ankama. À l'origine, la mise en place pour Dofus d'un design qui encourage la pratique du farm visait à retenir les joueurs pour qu'ils payent un abonnement hebdomadaire sans coûter à Ankama trop cher en développement informatique. Progressivement, les joueurs ont trouvé leurs propres raisons de farmer et la pratique a proliféré dans Dofus, notamment sa variante lucrative. Les joueurs se passent maintenant de l'entreprise créatrice et organisent de manière autonome de nouvelles formes de valorisation économique qui ont leur source au sein du jeu. Ils parviennent à articuler ces ressources de jeu à une pluralité de plateformes internet indépendantes spécialisées dans le courtage des monnaies des jeux en ligne. Elles contribuent aux profits des courtiers qui les localisent sur le globe de manière à optimiser les gains en jouant sur le taux de change monétaire entre les monnaies de jeux en ligne et l'asymétrie de valeur entre devises nationales de pays occidentaux riches et de pays moins riches. Une fois que le phénomène prend de l'ampleur, l'entreprise hésite à réfréner l'engouement en favorisant à la place des formes de jeu élitistes qui seraient « plus intelligentes ». Finalement, Ankama décide de préserver le farm pour profiter du chiffre d'affaires acquis en retenant les joueurs abonnés. Mais afin d'en tirer encore plus de bénéfices, la stratégie de l'entreprise passe pourtant d'une tolérance du farm à son encadrement progressif¹⁸¹. Une captation marchande du farm est mise en place par Ankama, qui

¹⁸¹ C'est dans un second temps seulement qu'Ankama cherche à tirer des profits de cette situation en se substituant à des organisations de joueurs rémunérés. La partie correspondant à cette reprise en main des valorisations économiques dans Dofus correspond à l'instauration des Ogrines et à la limitation du nombre d'attaque de monstres par jour pour les personnages non-abonnés. Elles sont toutes deux décrites dans la première partie.

tente de capter une partie seulement les bénéfices détenus par des joueurs rémunérés.

Chapitre 7

L'exploitation d'un jeu en ligne commercial modifié. Le cas des serveurs parallèles

— Y a-t-il des adultes... des grandes personnes avec vous ?

Ralph secoua la tête sans mot dire. Il se détourna légèrement. En demi-cercle, des petits garçons au corps bariolé d'argile teintée, des bâtons aiguisés à la main, se tenaient en silence sur le sable.

— On s'amuse... dit l'officier.

Les flammes atteignirent les cocotiers proches de la plage et les engloutirent à grand bruit. Une langue de feu, détachée du reste, s'élança avec une audace acrobatique et s'abattit sur les palmiers du plateau. Le ciel était noir. L'officier eut un sourire encourageant.

— Nous avons vu votre fumée, dit-il à Ralph. Que faisiez-vous ? Vous jouiez à la guerre ?

Ralph fit oui de la tête. Le regard de l'officier détaillait ce petit épouvantail. Le gosse avait besoin d'un bain, d'une coupe de cheveux, d'un mouchoir et de beaucoup de pommade sur tout le corps.

— Pas de victimes, j'espère ? Pas de cadavres ?

— Deux seulement. Mais ils ne sont plus là.

L'officier se pencha et plongea son regard dans celui de Ralph.

— Deux ? Tués ?

De nouveau, Ralph baissa la tête en silence. Derrière lui, l'île tout entière vibrait sous les flammes. L'officier ne s'y trompait pas en général ; ce garçon disait la vérité. Il eut un petit sifflement. D'autres garçons arrivaient ; il y en avait de tout petits, bronzés, le ventre ballonné comme de jeunes sauvages. L'un d'eux s'approcha de l'officier et leva la tête vers lui.

— Je m'appelle... je m'appelle...

Mais le reste ne voulait pas venir. Percival Wemys Madison se creusait la tête, à la recherche de sa formule magique oubliée. L'officier revint à Ralph.

— On va vous emmener. Combien êtes-vous ?

Ralph secoua la tête en signe d'ignorance. Le regard de l'officier se dirigea par-dessus sa tête vers le groupe de garçons bariolés.

— Qui est le chef ?

— C'est moi, affirma Ralph à haute voix.

Sa majesté des mouches, William Golding, 1954

Des organisations sociales intégrant une dimension économique peuvent très bien être mises en place par des enfants sur des îles désertes à l'abri des adultes. Même si le jeu prédomine leurs activités, ces communautés finissent un jour ou l'autre par devoir en sortir pour assurer la pérennité de leur petite société. Il devient alors difficile de ne pas avoir recours aux mêmes idées que celles du « monde adulte ». Nous garderons cela en tête tout au long de ce chapitre. Celui-ci se concentre sur l'analyse de certains types de profits qui peuvent trouver leur source dans des organisations structurées à l'écart d'un jeu officiel comme Dofus, sur des territoires apparemment « virtuels » qui trouvent leurs supports dans des copies modifiées du jeu en ligne, parfois appelées par ceux qui les utilisent des « émulateurs ». Ces profits ne trouvent pas leur origine dans des activités de jeu qui se déroulent à l'intérieur du logiciel de jeu officiel, comme dans le cas du farm à but lucratif qui consiste à revendre de la monnaie du jeu à d'autres joueurs du même serveur de jeu. Ici des détournements des jeux en ligne occasionnent des gains économiques à des tiers, sans que l'entreprise qui détient les droits de propriété ne puisse exercer un contrôle direct sur le logiciel qui est utilisé.

Pour un ayant droit comme Ankama, il est très difficile d'empêcher le cumul de ces sommes d'argent et d'en organiser le *réagencement marchand*. À première vue, un rapport de force naît parce qu'il existe des mécanismes de canalisation des flux de joueurs vers des destinations différentes, vers la version officielle ou vers une des versions « pirates » du jeu. Les détournements des joueurs en ligne qui concernent des pratiques initiées sur les « serveurs de jeu » officiels sont relativement aisés à réguler puisque l'entreprise qui en a la propriété peut choisir de modifier le design du jeu ou de cibler directement les comptes des clients qui posent problème. Quant à eux, les serveurs de jeu « pirates » sont contrôlés par des multitudes d'administrateurs indépendants les uns des autres, ce qui rend extrêmement difficile toute tentative de recadrage par l'entreprise juridiquement responsable du jeu. Les techniques de canalisation qui concernent les « serveurs de jeu » officiels ayant déjà été décrites dans le chapitre 2, ce chapitre-ci présente celles qui sont en vigueur sur ces copies alternatives du jeu, ainsi que les modes de régulations qu'Ankama tente de leur imposer.

Un émulateur peut être défini comme le moyen de faire fonctionner un logiciel ancien sur une machine plus récente lorsqu'à l'origine elle n'était pas prévue pour le lire. Les émulateurs de jeu vidéo ont une particularité que nous pouvons appeler leur *force mémorielle* (Boltanski et Esquerre, 2014). Dans le contexte des jeux vidéo, ce terme désigne la qualité sociale d'un jeu rejoué, lorsqu'il est capable, pour un joueur ou toute une génération de joueurs, de raviver le souvenir de pratiques vidéoludiques du passé. En redonnant accès à un jeu ancien, les émulateurs font renaître de manière originale l'expérience de contenus numériques du passé. Ils parviennent généralement à en tirer une valeur économique, mais seulement à condition que le jeu original soit *remis au goût du jour*. En effet, pour assurer sa viabilité économique, le jeu émulé doit souvent élargir sa clientèle au-delà des nostalgiques du jeu d'antan et pour ce faire il doit

plaire à de nouveaux publics néophytes, souvent plus jeunes et qui n'ont plus forcément d'appétence pour l'esthétique et l'ergonomie de jeux anciens. Le jeu remis au goût du jour facilite l'accès à un contenu qui est partageable entre différentes générations et peut ainsi fédérer d'importantes communautés susceptibles de payer un tel service, parfois même de manière transverse à plusieurs générations par exemple au sein d'une famille entre parents et enfants.

À l'observation attentive de ces nouveaux jeux en ligne, deux décalages surprennent d'abord le connaisseur des émulateurs de jeux hors ligne. Le premier est d'ordre sémantique, une distinction étant faite par les joueurs en ligne et les experts du secteur entre deux expressions vernaculaires, « l'émulateur » et le « serveur privé », qui dans le contexte général des jeux en ligne désignent des objets voisins. D'une part, ceux qui produisent et manipulent le code du logiciel piraté parlent d'« émulateur ». D'autre part, l'administrateur qui installe un « émulateur » capable d'accueillir des joueurs parle alors de « son serveur privé » pour qualifier la version du logiciel pirate installée sur un ordinateur accessible au public via internet. Dans le contexte des jeux en ligne, un « serveur privé » désigne donc une des instanciations d'un « émulateur » générique. Un administrateur contrôle l'accès et les règles du jeu sur « son serveur privé » après l'avoir installé sur son ordinateur. Ce dernier peut personnaliser autant qu'il le veut son « serveur privé », pourvu qu'il soit suffisamment bon connaisseur en informatique pour le faire. Deux « serveurs privés » appartenant à deux administrateurs, même issus du même « émulateur » générique, peuvent donc être dissemblables, car ils seront hébergés sur des ordinateurs avec des performances différentes, parfois reprogrammés un peu différemment et aussi parce qu'ils accueillent presque toujours des communautés de joueurs distinctes. Parce que nous considérons que l'expression « serveur privé » comporte des ambiguïtés puisqu'ils sont accessibles publiquement et constitue une alternative au jeu officiel, dans la suite, nous les désignerons pour notre part comme des *serveurs parallèles*.

Contrairement à l'émulateur de jeu hors ligne classique qui apparaît quand l'original n'est plus vraiment utilisé, les *serveurs parallèles* restituent souvent une version du jeu disparue depuis peu de temps, une durée de l'ordre du mois à l'année. Par ailleurs, la dernière version du jeu original se vend toujours, il est même bien souvent au faîte de sa popularité. On peut citer par exemple les jeux en ligne Everquest et Dark Age of Camelot dont les émulateurs principaux sont brusquement mis en visibilité sur internet au début des années 2000, seulement 2 ans après la commercialisation de ces jeux en ligne, à l'époque parmi les plus joués du marché des MMORPG. Dans le cas de Dofus les émulateurs sont aussi présents environ 2 ans après la commercialisation du jeu, quand l'entreprise dénombre déjà plus d'un million de joueurs officiels, mais il faudra attendre 5 ans après la commercialisation de Dofus — et l'annonce de 25 millions de joueurs officiels — pour qu'une multitude de joueurs bascule brusquement sur ces versions hors-la-loi. Il n'y a donc besoin d'aucune remise au goût du jour pour en faciliter l'accès, la majorité des joueurs ont le même âge, se souviennent de l'ancienne version et l'ont pratiqué récemment. Théoriquement, la valorisation économique par des *serveurs parallèles* d'une *force mémorielle* est donc garantie auprès du plus grand nombre de clients du jeu en ligne officiel sans nécessiter de remettre le jeu en ligne émulé au

goût du jour. Comme dans le cas d'un « émulateur » de jeu hors ligne, pour un jeu en ligne l'émulateur sert pourtant lui aussi à compenser l'accès difficile au jeu original. En revanche l'empêchement n'est pas dû à une raréfaction par manque d'attention collective, suite au désintéret passer pour le jeu original et à la dégradation progressive du matériel de jeu laissé en déshérence. La difficulté d'accès à un jeu en ligne est inhérente à son organisation, l'entreprise propriétaire déploie une infrastructure sociotechnique qui empêche les joueurs d'accéder à une partie du logiciel de jeu appelée « serveur » et elle accélère l'obsolescence de son produit en remplaçant, à intervalle de quelques mois, le jeu en ligne par une « nouvelle version » qui comporte des améliorations ludiques et ergonomiques.

Dans le cas de Dofus, ces *serveurs parallèles* sont identifiés par les salariés d'Ankama comme une menace directe à leurs profits que des communautés d'anonymes détourneraient. En effet, ces *serveurs parallèles* sont accessibles gratuitement, mais parfois avec l'ajout de quelques bonus payants pour progresser plus rapidement dans le jeu. Toutefois, leur valorisation économique ne dépend pas en premier lieu d'une *force mémorielle*, mais surtout d'un site internet indépendant. Ce site est chargé du référencement des serveurs parallèles et Ankama n'a pas les moyens juridiques de le faire fermer. Il classe les *serveurs parallèles* suivant les votes des visiteurs. La visibilité du *serveur parallèle* dépend donc en grande partie du nombre de joueurs qu'il attire et décide à voter pour lui. Cette visibilité conditionne des profits versés par la petite proportion de joueurs qui souhaite profiter de la possibilité d'achat de bonus pour progresser plus rapidement. Un mécanisme de bouclage est instauré entre visibilité et profit. Les serveurs qui plaisent gagnent en visibilité et engrangent des profits. Pour maintenir cette dynamique, les plus rentables investissent une partie de ces profits pour payer des programmeurs. Ils sont chargés de mettre régulièrement à jour le serveur parallèle afin d'intégrer le plus rapidement possible les dernières innovations du jeu officiel. Contrairement aux serveurs parallèles gratuits, qui sont moins visibles et accueillent moins de joueurs, l'incitation des joueurs à venir sur les serveurs parallèles lucratifs les plus visibles n'est donc plus la *force mémorielle*. Elle est remplacée par la recherche d'un accès moins cher à tous les contenus du jeu officiel. L'accès à des communautés de joueurs alternatives est aussi un moteur important pour les joueurs des serveurs parallèles lucratifs qui rassemblent généralement des communautés composées tout au plus d'une centaine de joueurs, voire dans certains rares cas à quelques milliers, alors qu'à terme un jeu comme Dofus compte une cinquantaine de serveurs officiels dont chacun peut réunir jusqu'à parfois une dizaine de milliers de joueurs.

Il est donc question de *serveurs parallèles* indépendants, pour lesquels il existe un couplage entre la somme qu'une minorité de joueurs dépensent pour avoir des bonus de jeu et le niveau de classement du serveur sur le site de référencement. Ici les joueurs sont invités à faire eux-mêmes le travail de mise en visibilité qui occasionnera les profits des serveurs populaires grâce à une fraction minoritaire de joueurs payeurs. Nous montrons dans ce chapitre comment la concurrence entre les serveurs lucratifs les mieux classés les pousse à se rapprocher le plus possible de la version officielle du jeu la plus récente, au point de faire

disparaître la *force mémorielle* qui motive l'adhésion aux émulateurs en ligne sans but lucratif.

Malgré ces spécificités, l'émulation d'un jeu en ligne est-elle articulée à des questions de *force mémorielle* ? Et sont-elles économiquement valorisables ? Pour un jeu vidéo hors ligne, les émulateurs sont conçus dans le but de valoriser des pratiques dans leur dimension mémorielle, au prix parfois de certaines adaptations ergonomiques pour les remettre au goût du jour¹⁸². Mais a priori, rien ne permet de dire que cette mutation est similaire pour des émulateurs de jeux en ligne. Quels objets sont donc désignés comme des « émulateurs » dans le contexte de jeux en ligne ? Et pourquoi, parmi ces versions émulées de jeux en ligne que nous appelons des *serveurs parallèles*, celles qui proposent des bonus payants sont-elles toujours les plus fréquentées ? Afin d'approfondir ces questions, il est important d'expliquer au préalable sur quels mécanismes repose la *force mémorielle* de « l'émulateur » d'un jeu en ligne. Or cela ne peut être cerné qu'une fois circonscrit le contexte d'usage des émulateurs et en particulier les rapports qu'entretiennent les pratiquants d'émulateur de jeux en ligne avec l'apparition simultanée de nouveaux systèmes de paiement, dit « en ligne ».

Dans la première section, nous esquissons un historique de la genèse des premiers émulateurs de jeux en ligne, puis nous pointons les caractères fondamentaux que l'on retrouve dans chacun d'eux depuis près de 20 ans, notamment le détournement du logiciel « client » et la diffusion à large échelle du code de l'émulateur. Puis, nous décrivons plus en détail ce que ce « basculement en ligne » des jeux vidéo fait aux émulateurs, aux conditions sociotechniques de leur fonctionnement et à leur conception. Ensuite, dans les sections 2 et 3, nous abordons le cas de Dofus afin de tester sa capacité de généralisation. Pour ce faire, la section 2 analyse les raisons sociotechniques de l'engouement pour les émulateurs de Dofus. Ces raisons ont le double intérêt de clairement rendre compte de la place des options payantes et de la *force mémorielle* dans le gain de popularité de ces jeux hors la loi, puis de décrire le rôle joué par les sites de classement des émulateurs de Dofus dans la naissance d'un couplage inattendu entre notoriété et valorisation économique des émulateurs. Enfin, la section 3 décrit les salariés responsables du jeu officiel qui ressentent les *serveurs parallèles* à but lucratif comme une concurrence menaçante. Leur objectif est d'aller à l'encontre d'une hypothétique séparation des joueurs en plusieurs communautés éclatées entre le jeu officiel et les versions émulées qu'ils déclarent hors la loi. Dans ce contexte, nous décrivons la manière dont les salariés d'Ankama sanctionnent les acteurs des *serveurs parallèles* de Dofus en se concentrant sur des actions répressives qui ont pour finalité de ramener une majorité des joueurs et des administrateurs de *serveurs parallèles* dans le giron du jeu officiel.

¹⁸² Qu'il s'agisse d'une volonté de conservation du code source original ou de l'actualisation d'une expérience de jeu passée, dont des entreprises peuvent faire leur commerce.

7.1 – La spécificité des émulateurs de jeux en ligne

Les émulateurs de jeux en ligne se distinguent des émulateurs de jeu vidéo hors ligne classique qui sont constitués d'un ensemble de fichiers informatiques exécutés sur un seul ordinateur. En effet, un émulateur de jeu en ligne suit le principe de l'architecture dispersée des logiciels de jeux en ligne. Finalement, ce type d'émulateur désigne deux logiciels bien différents, le « serveur » et le « client ». Ce basculement « en ligne » des émulateurs laisse donc entrevoir un processus d'adaptation technique à internet qui rappelle celui qu'ont subi les jeux vidéo hors ligne très populaires au cours des années 1990 et cela masque dans les deux cas des *réagencements* sociotechniques d'ampleur.

Au cours des années 1990, une part croissante de jeux hors ligne incorpore la possibilité de rassembler quelques joueurs pour « jouer en réseau ». Une option est ajoutée à certains pour transformer n'importe quel ordinateur personnel en « serveur central », sur lequel moins d'une dizaine de joueurs peut se connecter avec son propre ordinateur pour jouer avec les autres. Petit à petit les jeux qui fournissent cette option de « jeu en réseau » l'élargissent à la recherche de partenaires anonymes sur Internet. C'est alors l'âge d'or des services d'agrégation des parties en réseaux qui regroupent une dizaine de joueurs, ouvertes au public sur internet. On peut citer une entreprise comme GameSpy (IGN Entertainment, 1996), leader à l'époque de la mise en relation de joueurs anonymes autour de petites « parties publiques » référencées sur internet, notamment pour le jeu de tir Quake (ID Software, 1996). L'histoire de ces services d'agrégation des parties de jeux en réseaux est décrite plus en détail dans l'annexe de cette thèse. Elle est d'une grande importance parce qu'elle préfigure les modes de valorisation économique des jeux en ligne tels que nous les connaissons encore aujourd'hui.

À partir de la fin des années 1990, internet s'est suffisamment développé dans les foyers pour que l'industrie du jeu envisage de commercialiser à grande échelle des jeux en réseau auxquels on joue principalement en ligne. À cette époque, des jeux hybrides qui permettent de choisir entre le jeu hors ligne ou en ligne sont commercialisés à grande échelle. Diablo (Blizzard entertainment, 1997) et Starcraft (Blizzard entertainment, 1998) sont alors deux exemples parmi les plus populaires du genre dans les pays occidentaux. Ils illustrent un basculement progressif vers les jeux conçus principalement pour être joués en ligne. La popularisation des jeux exclusivement en ligne suit de peu, il n'est plus possible d'y jouer tout seul, parce qu'ils sont pensés dès l'origine pour des parties en réseaux et sur internet, c'est par exemple le cas d'Unreal Tournament (Epic Games, 1999).

À cette occasion, l'organisation sociotechnique des jeux vidéo destinés à être pratiqués en ligne change profondément. Évoquer un simple « basculement en ligne » des jeux vidéo hors ligne est donc insuffisant pour cerner les mutations à l'œuvre et s'intéresser d'emblée au cas des émulateurs de jeux en ligne, et en particulier à leur valorisation économique. Pour ces raisons, la suite de cette section rend compte en détail de plusieurs spécificités des émulateurs de jeux en ligne. Nous décrivons d'abord une brève histoire des débuts de l'émulation des jeux en ligne, puis nous précisons les principes de fonctionnement des serveurs

parallèles et enfin nous montrons comment leurs méthodes de conception les placent d'emblée en marge du droit.

7.1.1 – Un bref historique des émulateurs de jeux en ligne hors la loi

En France, la faillite de l'entreprise propriétaire du MMORPG Ryzom (Nevrax, 2004) est suivie en 2010 de la diffusion dans le domaine public de l'intégralité du code source du jeu via internet (sous licence open source). Ryzom devient à cette occasion le premier MMORPG associatif doté uniquement de serveurs sans but lucratif. Enfin, depuis environ 2013 et le succès du jeu MineCraft (Mojang, 2011), l'entreprise propriétaire de ce jeu commercial distribue elle-même à ses clients des logiciels « serveurs » à installer chez eux, mais sans qu'il soit possible pour l'administrateur d'un tel serveur d'en tirer aisément des bénéfices, des joueurs pourvus de logiciels « clients » peuvent alors se donner dessus et jouer ensemble, Mojang n'est alors plus responsable de la maintenance de l'infrastructure du jeu, l'entreprise ne fait que fournir les logiciels à utiliser pour jouer. Ces deux exemples d'une récente popularisation de *serveurs parallèles* confiés à des administrateurs qui ne dépendent pas d'entreprises sont en complète continuité avec l'histoire des *serveurs parallèles*. Les versions hors la loi de jeux en ligne sont jouées par des dizaines de milliers de joueurs depuis 1995 et continuent de l'être. Depuis cette date, le constat d'une explosion des pratiques hors la loi des jeux en ligne a toujours été dans les discours des professionnels du secteur et il s'y est maintenu. Pour comprendre les réalités que ces discours recouvrent, il est utile de faire retour sur l'historique des émulateurs de jeux en ligne hors la loi.

De manière générale, il émerge presque toujours des *serveurs parallèles* dès qu'un jeu en ligne devient très populaire, mais le phénomène a changé d'ampleur depuis une décennie. C'est ce que souligne Joseph, joueur de MMORPG depuis la fin des années 1990, qui se proclame ancien « hacker » parce qu'il fut très actif au début des années 2000 dans la communauté française des émulateurs de Dark Age of Camelot (EA Mythic, 2001) :

Aujourd'hui, la compétition n'est plus du tout la même. À l'époque tu avais juste des mecs qui allaient faire des trucs un peu hors la loi, un peu en marge. Ils bidouillaient un truc dans leur coin, c'était rare, mais ça pouvait arriver qu'ils en revendent quelques-uns, je veux dire, c'était des moustiques quoi. Le bruit gênait un peu les boîtes de jeux, mais sans plus. Maintenant, les choses sont différentes. Vu l'ampleur que ces trafics prennent, je pense que ça commence quand même à bien redéfinir le terrain de jeu pour les grosses boîtes du secteur. (45 ans, administrateur système dans l'administration publique)

Pour prolonger et asseoir plus objectivement les impressions fournies par cet ancien programmeur, il est possible de scinder en deux grandes périodes l'histoire des émulateurs de jeux en ligne hors la loi. La première s'étend de 1997 à 2004, dans l'intervalle se démultiplient des *serveurs parallèles* presque tous gratuits d'accès. C'est à cette période que la scène des émulateurs de jeux en ligne hors la loi¹⁸³ se forme de membres issus des rangs des joueurs confirmés et connaisseurs de

¹⁸³ L'interview de Joe Hegarty, l'un programmeur de l'entreprise de jeux vidéo BioWare est une très bonne illustration de la rhétorique de salariés de l'industrie quadragénaires qui sont d'anciens

l'informatique, à l'image de Joseph et d'Aurélien ils appartiennent à la génération des quarantennaires d'aujourd'hui et ont bien souvent des activités professionnelles qui réservent une place aux savoirs informatiques. Cet historique est abordé dans une des annexes de cette thèse. La seconde période s'ouvre avec la démocratisation des moyens de micro paiement sur internet. Elle s'étend de 2005 à 2014 et voit émerger une nouvelle génération de programmeurs qui codent des émulateurs dont l'accès gratuit est toujours présent, mais qui comportent souvent en surplus de nouvelles options payantes.

Jusqu'ici il n'a été question que d'émulateurs gratuits qui comptent au plus quelques centaines de joueurs réguliers, des chiffres qui ne sont pas encore comparables aux milliers de joueurs rassemblés sur les serveurs des jeux en ligne officiels. C'est au moment où se popularisent des moyens de paiement simplifiés sur internet qu'apparaissent en parallèle des émulateurs avec des options payantes en ligne, vers 2005, notamment à la suite du rachat de PayPal par Ebay, une plateforme sur laquelle se trouvent déjà la plupart de ses utilisateurs. C'est surtout à partir de 2005-2006, sur le MMORPG qui devient loin devant les autres le plus populaire, World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004), que de nombreux émulateurs à options payantes ouvrent leurs portes. Ces jeux encouragent souvent leurs joueurs à acquérir de l'argent du jeu contre des paiements en ligne en euros, principalement via PayPal.

La même année, le MMORPG français le plus joué du pays est Dofus. Des émulateurs avec des options payantes apparaissent également pour ce jeu, mais ils n'utilisent pas PayPal et privilégient les paiements par téléphone mobile ou par cartes prépayées qu'on achète dans des kiosques à journaux. En France, ces deux modes de paiement apparaissent très tôt en comparaison d'autres pays européens et des États-Unis. Ils sont présents dans le pays dès le début des années 2000 et connaissent à partir de 2006 un fort engouement auprès des jeunes de moins de 25 ans¹⁸⁴. Ils sont tous deux incontournables pour payer son abonnement au jeu

hackers, programmeurs d'émulateurs de jeux en ligne. Ils déclarent souvent avoir contribué au développement des émulateurs pour des raisons éducatives et se défendent d'avoir participé à la diffusion de logiciels illégaux.

http://gamasutra.com/view/news/124171/Opinion_Reverse_Engineering_Evil_or_Enlightening.php

^{*}
http://gamasutra.com/view/news/124171/Opinion_Reverse_Engineering_Evil_or_Enlightening.php
 , consultés le 24/09/2014.

¹⁸⁴ D'une part, en 2002 le service de paiement sur facture téléphonique SMS+ est lancé en France. D'après les statistiques de l'Association Française du Multimédia Mobile (AFMM), qui regroupe principalement SFR, Orange et Bouygues télécom, ce service a connu depuis son lancement un succès croissant et considérable auprès des moins de 20 ans. D'autre part, début 2000 des sociétés françaises qui ont fait fortune à l'époque du minitel mettent sur pied des filiales spécialisées dans le paiement sur facture téléphonique via l'appel de messageries surtaxées. Parmi elles, on retrouve AlloPass et StarPass qui sont des fournisseurs de services de micro paiement qui prennent leur plein essor à partir de 2007 lorsque l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP) libéralise complètement les « Services à Valeur Ajoutée (SVA) » dont ceux-ci font partie. Leurs rentabilités étaient jusqu'ici limitées par des taxes élevées que percevait exclusivement France Télécom. cf. <http://www.arcep.fr/?id=10047>, consulté le 14/11/2014.

officiel Dofus, mais aussi pour acheter des « points boutiques » sur les *serveurs parallèles* de ce jeu.

7.1.2 – **Ce que le jeu en ligne fait aux émulateurs**

La particularité sociale qui distingue les jeux en ligne moderne des jeux vidéo hors ligne classiques est d'augmenter le nombre de participants qui peuvent se rassembler pour jouer ensemble. Quand un jeu hors ligne regroupe une poignée de joueurs autour d'un même écran, un jeu en ligne peut permettre la rencontre simultanée à plusieurs joueurs qui fréquentent un même univers de jeu. Le passage à des jeux en ligne dont le nombre de participants dépasse la dizaine oblige à revoir l'organisation sociotechnique du jeu en raison des insuffisances de l'équipement informatique des foyers. Cette nouvelle organisation laisse plus de liberté à l'entreprise propriétaire pour limiter au maximum l'accès des joueurs à l'intégralité des données du jeu et améliorer de ce fait la lutte contre la conception d'émulateurs hors la loi.

Parmi les « jeux en réseau », des « jeux en ligne massivement multijoueurs » réunissent plusieurs milliers de joueurs qu'un ordinateur personnel n'est plus en mesure de prendre en charge en endossant le rôle de « serveur central » de jeu. Seuls des ordinateurs dévolus à cette tâche et équipés de logiciels spéciaux appelés « serveurs » sont capables de prendre en charge la coordination massive de données entre des milliers de joueurs, or des particuliers ne disposent pas à l'époque des finances pour les acquérir et les connecter à des accès internet équipés de débits suffisamment important pour traiter ces gros flux de données. L'organisation diffère donc complètement de celle d'un jeu vidéo classique « hors-ligne » où tout se trouve dans la machine qui est juste devant le joueur.

Les entreprises propriétaires doivent donc penser une organisation sociotechnique complètement nouvelle, adaptée à ces jeux en ligne et ils optent pour une organisation centralisée. Les joueurs peuvent accéder au « serveur » central seulement au moyen d'un logiciel « client » aux fonctionnalités très limitées et attentivement sélectionnées par l'entreprise propriétaire. Ce « client » est en réalité une version du jeu vidéo auquel manquent les données issues des interactions des personnages que contrôlent les joueurs¹⁸⁵. Le rôle du « client » est en quelque sorte de « planter le décor ». Dès qu'une interaction sociale entre joueurs distants est entreprise, le « client » complète l'affichage à l'écran du résultat que lui a transmis le logiciel « serveur », situé sur l'ordinateur central de l'entreprise. Par exemple, dans un paysage vide stocké à l'identique sur tous les logiciels « clients », le « serveur » transmettra les informations pour placer les personnages contrôlés par des joueurs distants au même endroit pour tous les joueurs connectés au jeu avec leur logiciel « client ». Le « serveur » a donc pour rôle de répondre aux requêtes des « clients » et de leur prodiguer les données manquantes qui sont collectées du côté entreprise.

¹⁸⁵ Ces interactions peuvent être directement sociales si elles se font entre les personnages des joueurs ou indirectement sociales si elles ont lieu entre un joueur et des éléments interactifs qui pourront être activés par la suite par n'importe quel autre participant.

Le jeu en ligne est la conséquence d'une organisation qui n'a rien à voir avec celle du jeu hors ligne qu'on ramène à la maison pour s'en servir. Le connaisseur en informatique et en électronique peut toujours démonter la machine ou le support de stockage du jeu hors ligne, y brancher un ordinateur trafiqué, puis enfin lire ou copier les données du jeu. Mais l'organisation du jeu en ligne empêche l'accès aux points de stockages des données parce que le logiciel « serveur » est installé chez les entreprises propriétaires des jeux. Des joueurs ne peuvent donc pas dérober ces données en échappant à la vigilance de l'entreprise. De surcroît, ils n'accèdent aux données du jeu à copier qu'au travers d'un logiciel « client ». Or, l'entreprise propriétaire conçoit ce logiciel sans fonction de copie du logiciel « serveur ». En définitive, l'organisation du jeu en ligne dépossède les joueurs en ligne d'une part essentielle du logiciel de jeu, dont ils ne maîtrisent plus complètement l'accès.

Un émulateur de jeu en ligne permettant de contrôler une version du jeu qui soit autonome de l'entreprise propriétaire n'est donc pas aisément envisageable. De nouvelles formes d'émulation doivent en tout cas être inventées pour contourner les difficultés d'une architecture informatique centralisée de type « clients/serveur ». Ces nouvelles méthodes d'émulation sont regroupées dans la suite sous l'appellation de *serveur parallèle*.

Le fonctionnement d'un serveur parallèle de jeu en ligne

Afin de clarifier l'analyse, nous précisons que les *serveurs parallèles* se structurent autour de personnes qui endossent trois rôles principaux. Premièrement, des passionnés de programmation produisent une version détournée du jeu officiel. Ce logiciel appelé « émulateur », réplique le fonctionnement du jeu original avec une fidélité plus ou moins poussée. Deuxièmement, des administrateurs se chargent ensuite d'installer un émulateur sur un ordinateur et d'en rendre l'accès public sur internet. Ces administrateurs font ensuite de la publicité en ouvrant un site web consacré à leur *serveur parallèle*. C'est cette version fonctionnelle d'un émulateur, rendue accessible et connue du public grâce à un site internet, qu'ils appellent un « serveur privé ». Troisièmement, les usagers viennent alors s'enregistrer sur le site web puis peuvent se connecter à cette version alternative du jeu.

Depuis la fin des années 1990, le même phénomène se répète dès qu'un jeu en ligne massivement multijoueur sort. Après quelques années de commercialisation, les salariés de l'entreprise propriétaire trouvent sur internet des copies hors la loi de leur jeu, copies que tous les salariés et les joueurs (du jeu original et de ces copies) s'accordent généralement à appeler des « serveurs privés »¹⁸⁶. Ceux qui les programment, ainsi que ceux qui les administrent préfèrent quant à eux parler d'« émulateurs » quand il s'agit du programme informatique, ou de « leur serveur » quand il s'agit de sa version fonctionnelle, accueillant des joueurs.

¹⁸⁶ En anglais, ils sont nommés le plus fréquemment « private server ». « Pirate server » est employé par la communication de l'entreprise Blizzard Entertainment propriétaire du jeu World of Warcraft. « Freeshard » est le premier terme utilisé dans le contexte d'Ultima Online, l'un des premiers succès commerciaux parmi les jeux massivement multijoueur. Nous reviendrons sur ces dénominations dans la suite de ce chapitre.

Ces logiciels s'avèrent être sous l'autorité d'un administrateur indépendant, hors du contrôle de l'entreprise créatrice (cf. Figure 31). Pour cette raison, nous les nommerons pour notre part des *serveurs parallèles*, « privés » pouvant porter à confusion en raison de ses multiples usages en sciences humaines et notamment en sciences politiques. Nous reviendrons par ailleurs dans la suite sur les divers emplois contextuels du mot « émulateur ».

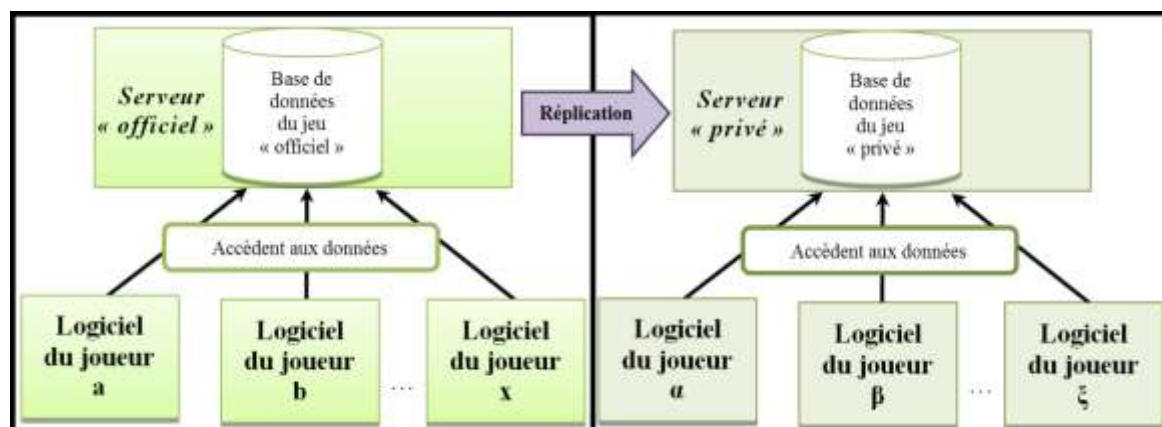


Figure 31 : Un *serveur parallèle* réplique l'architecture logicielle du serveur officiel d'un jeu en ligne, mais pas les données des joueurs issues sur serveur « officiel »

Comme la légende de la Figure 31 le précise, ces *serveurs parallèles* reproduisent l'architecture logicielle (le territoire, le système de règles du jeu, etc.), mais pas les données des personnages qu'y contrôlent les joueurs. Les outils informatiques qui servent au fonctionnement de ces copies débouchent sur un découpage net entre les activités des administrateurs du jeu parallèle et de ses joueurs. Les rôles de programmeur, de game designer, de community manager, de webmaster, ou encore de support client, refont surface à l'instar de l'organisation du jeu officiel. Comme dans les communautés de programmeurs de logiciels libres, le diplôme n'est toutefois pas une barrière à l'intégration de l'équipe d'administration, et il est courant que d'anciens joueurs se voient progressivement attribués des responsabilités dans l'administration du jeu, bénévolement, mais aussi parfois contre de l'argent dans le cas des rôles de programmeurs qui sont plus difficiles à recruter.

Dans ce contexte, l'objectif de « l'émulateur de jeu en ligne » est donc pour l'administrateur de reconstituer chez lui un jeu en ligne entièrement fonctionnel, dont il a une maîtrise complète. Un tel *serveur parallèle* permet donc d'organiser son propre jeu avec un ordre social que l'administrateur gère à son envie. Il peut exclure des joueurs de « son serveur », en faire entrer de nouveaux, éteindre le serveur quand il le souhaite, en changer les règles du jeu, etc. Autant de rôles qui sont dévolus pour le jeu officiel aux salariés de l'entreprise propriétaire. La communauté des joueurs d'un jeu en ligne officiel regroupant des milliers, voire des millions de joueurs, les décisions des salariés sont parfois très mal vécues et certains se considèrent victimes d'injustices, par exemple lorsque leur personnage voit ses capacités diminuées arbitrairement au motif qu'il faut rééquilibrer les règles du jeu pour que la vaste majorité s'amuse davantage. L'accumulation de ces injustices ressenties encourage certains joueurs à juger les administrateurs de ces

serveurs parallèles plus à même que l'entreprise d'organiser un jeu qui leur convienne. C'est ainsi que les participants du MMORPG Dofus se désolidarisent du jeu officiel et s'en vont rejouer la scène du jeu ailleurs, ils font bande à part et s'en vont « jouer dans leur coin ». Quand l'interaction concerne un petit groupe inséré dans une activité ludique comportant moins de membres que dans un jeu massivement multijoueur, Goffman parle d'apartés collusives (*collusive byplay*) en référence aux acteurs de théâtre qui s'adressent au public sans que les autres personnages de la pièce le remarquent. Cela correspond à l'exemple de tricheurs qui se coordonnent. Le cas des joueurs d'un serveur parallèle se rapproche de ce que Goffman qualifie de *postjeu* (*postplay*) : l'activité d'un groupe qui pratique à l'écart des membres du jeu source (Goffman, 1961a, 55-56). Comme Goffman l'indique, l'usage de ces métaphores s'applique tout autant aux jeux pratiqués à distance, sans coprésence physique des joueurs, l'essentiel étant de garantir la plupart des conditions d'une rencontre focalisée (*focused gathering*) (Goffman, 1961a, 18).

Mais contrairement au jeu officiel, le *serveur parallèle* est illégal. D'une part, il s'agit de la copie d'un logiciel qui ne respecte pas le droit d'auteur et s'apparente donc pour la justice française à une contrefaçon en bande organisée, même si comme nous le verrons la simple copie du jeu officiel ne fait pas encourir de menaces de poursuite. Le signal qui déclenche de vives réactions de l'entreprise propriétaire et l'engage dans des démarches de sanctions avec des menaces de poursuites est lié à l'enrichissement des administrateurs de *serveurs parallèles*. L'entreprise juge alors que ces administrateurs s'enrichissent « sur son dos » en exploitant une contrefaçon de son jeu et qu'ils détournent du jeu officiel des joueurs, occasionnant une perte de clientèle comme s'il s'agissait d'une concurrence fondée sur une activité illicite. L'enrichissement d'un administrateur repose toujours sur le même moyen d'action : en dehors du circuit du jeu officiel, la version alternative du jeu offre parfois en surplus la possibilité d'aller sur un site internet détenu par l'administrateur, sur lequel le joueur peut acheter en euros des « points boutiques », puis les troquer contre des bonus pour faciliter sa partie. Les sommes d'argent tirées d'une telle activité lucrative peuvent être conséquentes : dans le cas d'administrateur français de *serveurs parallèles* de Dofus, l'administrateur, lorsqu'il parvient à attirer des publics en masse, engrange des profits qui peuvent en quelques mois s'élever à plusieurs dizaines de milliers d'euros. Toutefois, malgré l'illégalisme des *serveurs parallèles*, ils sont rarement attaqués sous la forme d'une plainte en justice. L'entreprise se contente de les menacer, de les intimider.

La conception des émulateurs de jeux en ligne hors la loi

Deux manières de concevoir l'accès aux données distantes du logiciel « serveur » sont alors possibles, en créant un « émulateur » qui copie parfaitement le « serveur » original, ou en en programmant un qui reconstitue approximativement le fonctionnement du logiciel « serveur » original. Dans les deux cas, la difficulté principale avant de concevoir l'émulateur est d'accéder au logiciel « serveur », dont la copie est hors la loi et très difficile tant que n'a pu être obtenu d'accès physique au local dans lequel il est stocké.

Les émulateurs de jeux en ligne sont en fait majoritairement conçus comme des hybrides *personnalisables*¹⁸⁷. Là encore, le milieu sociotechnique d'appartenance des concepteurs joue un rôle dans la démarche de conception du logiciel. Dans une grande partie des cas, les membres se situent à la marge de petites communautés de passionnés d'émulation de jeux en ligne. Les programmeurs de *serveurs parallèles* de jeux en ligne sont plus proches des communautés de « l'open source » et de certains milieux « hackers ». Ils suivent au choix une des deux pratiques de conception d'émulateurs hors la loi. C'est ce que souligne Aurélien, un ancien programmeur professionnel qui a participé début 2000 au codage d'un émulateur de jeu en ligne pour finalement devenir quelques années après entrepreneur dans le même secteur :

En principe, les gens qui font des « serveurs », ils ont dans le cas des serveurs hors la loi, ils ont récupéré du binaire [le code source] d'une manière un peu chelou [louche], donc c'est rarement des choses officielles et heu, et autorisées. (40 ans, ancien programmeur d'un émulateur de jeu en ligne)

Aurélien refuse d'en dire plus sur leurs méthodes, mais il est relativement facile de s'informer sur ce sujet via internet. Il s'avère que la plus efficace des méthodes est abondamment discutée sur internet et qu'elle consiste à copier purement et simplement le logiciel « serveur » original.

Une première méthode est d'accéder illégalement aux ordinateurs de l'entreprise, soit à distance en tirant profit de failles de sécurité dans le réseau d'entreprise, soit en demandant à un (ex-) salarié de l'entreprise, dont certains peuvent être proches de leurs groupes, de copier directement le logiciel. Malgré la perfection de la copie, cette méthode est risquée et ne peut pas toujours être entreprise. Si elle réussit, généralement elle ne peut pas être réitérée souvent, car les intrusions sont repérées, puis les sécurités renforcées. La copie n'intègre donc pas les modifications ultérieures du jeu original. Ce point est fondamental, car pour un jeu en ligne le développement du logiciel est continu, des modifications incessantes sont réalisées de manière incrémentale par des salariés de l'entreprise, suivant une fréquence qui peut être hebdomadaire.

Une seconde méthode qui exige un travail collectif de plus grande ampleur est le reverse engineering, il faut alors réinventer le code informatique de but en blanc. Un game designer d'Ankama décrit cette façon de faire :

C'est du reverse engineering, c'est ultra hardcore, mais les mecs ils sont dessus depuis des années, ils y passent beaucoup de temps et ils sont ultras nombreux, toute une communauté de mecs aussi intelligents que nos salariés qui bossent sur ce truc toutes les nuits, et donc au bout d'un moment il n'y a pas de raisons que ce soit très loin de ce que produit une boîte de jeu. Si tu veux, ce qu'ils ont à refaire c'est juste la partie serveur. Ce qui est déjà énorme. Mais ils gagnent un temps énorme parce qu'ils ne font pas le contenu, ils ne font pas le game design, ni les graphismes, tout ça est déjà dans la partie du logiciel client. Dès le départ, ils héritent d'un jeu qui a la même qualité graphique, la même qualité de game design, ils ont juste à ressimuler la partie serveur. Enfin, juste... En fait c'est très

¹⁸⁷ cf. l'explication sur les émulateurs comportant des hybridations dans les sections précédentes.

difficile, car elle gère énormément de choses, mais ils y arrivent. (Frédéric, 29 ans, game designer)

Le fonctionnement du « serveur » peut donc être reconstitué entièrement à distance par un procédé informatique complexe dit de « rétro-ingénierie », complémenté d'une analyse de la structure des paquets de données transférés entre logiciel « client » et « serveur ». Il s'agit dans ce cas de construire de toutes pièces un *simulateur* du « serveur » original. Cette imitation de « serveur » est donc imparfaite et un certain nombre de fonctionnalités importantes font défaut, ce que Frédéric s'empresse de préciser en citant l'exemple de l'intelligence artificielle des monstres, un point que les *serveurs parallèles* hors la loi ont traditionnellement beaucoup de mal à restituer correctement :

Par exemple, sur la partie serveur, l'IA [intelligence artificielle qui gère les actions des monstres du jeu] tu vois, chez nous elle est ultra élaborée par rapport aux MMO [acronyme MMORPG tronqué] classiques où c'est une IA à base de j'aggro, j'aggro pas, j'ai aggro sur untel¹⁸⁸. Par exemple, l'IA de WoW [World of Warcraft] se résume à peu près à ça. Ça marche très bien hein, mais nous sur Dofus c'est un jeu tactique en tour par tour, comme les échecs, avec des algorithmes vraiment très compliqués sur l'IA. L'IA c'est 50% des ressources serveur utilisées. C'est des dizaines de threads [processus de calcul] séparées qui tournent en parallèle. C'est des arbres décisionnels. Et donc ça, les mecs, les hackers là, ils se plantent, ils y arrivent pas. Alors qu'on a qu'une personne qui bosse sur l'IA, donc il suffirait de pas grand monde pour qu'ils y arrivent, mais faut qu'ils aient un mec callé en IA quoi, qui veuillent mettre les pieds dedans. Mais ça peut arriver vite, il suffit que, t'aies un doctorant en IA qui va se dire « allez je le fais », il va y passer du temps, et il y arrivera. (29 ans, game designer)

Les émulateurs de jeux vidéo hors ligne et hors la loi sont majoritairement des logiciels d'*émulation* assez fidèles aux originaux¹⁸⁹, même s'ils peuvent comporter des *options personnalisables*. En revanche, pour les jeux en ligne, les groupes de « hackers » recourent à des procédés qui créent des « serveurs » hybrides. Habituellement, une première version d'un émulateur de jeu en ligne est conçue à un instant donné. C'est généralement fait en reprenant le game design et les graphismes contenus dans le logiciel « client », auquel est connectée une copie fidèle de la version du « serveur », ou bien une reconstruction plus approximative du « serveur » par « rétro-ingénierie ». Ensuite, cette version initiale de l'émulateur est tenue à jour des modifications fréquentes du jeu original par l'un de ces procédés. La majorité des « serveurs » hors la loi sont donc des logiciels qui mélangent des fragments de code informatique dont la fidélité à l'original peut varier d'un bout du programme à l'autre.

¹⁸⁸ Initialement, le terme « aggro » réfère à la capacité qu'a un personnage contrôlé par l'ordinateur d'engager un combat avec un adversaire dirigé par un joueur. Par extension, cela désigne toutes les agressions entre personnages d'un jeu en ligne massivement multijoueur.

¹⁸⁹ En proportion, sur internet le nombre de « ROM » de jeux hors ligne et d'émulateurs pour y jouer croît depuis la fin des années 1990, cette offre est donc très largement dominante sur l'offre commerciale de logiciels de *simulation* qui prend à peine son essor à la fin des années 2000. On remarquera tout de même que les publics visés sont quelque peu différents.

En définitive, les émulateurs de jeux en ligne comme ceux de Dofus sont mis en place pour des raisons différentes, en premier lieu pour restituer les particularités d'une version antérieure – parfois récente – qu'une des mises à jour fréquentes de la version officielle a fait disparaître, sans en maintenir l'accès. Dans le cas des jeux en ligne, l'absence d'accès légal à des versions antérieures induit donc une prise en charge illégale de ce service sous la forme d'émulateurs. L'engouement des joueurs pour des émulateurs de versions anciennes dépend en grande partie de la durée de fonctionnement et du succès populaire qu'a connu l'original avant qu'une mise à jour majeure ne le fasse disparaître.

Deuxièmement, tout comme les émulateurs de jeux hors ligne, ceux des jeux en ligne sont indépendants du jeu officiel par conséquent les personnages créés sur chaque *serveur parallèle* n'ont donc aucun lien, ni entre eux, ni avec le jeu officiel. Ces jeux en ligne regroupant des collectifs de joueurs importants, ils engendrent des dynamiques sociales propres à chaque *serveur parallèle*. Celles-ci sont renforcées par la manière dont sont programmés les émulateurs de jeux en ligne. Pour donner à leurs administrateurs une plus grande maîtrise des données du jeu, ils sont souvent diffusés sur internet sous licence *open source* et contiennent en surplus un choix d'*options personnalisables* accessibles sans nécessité de reprogrammation, afin d'en faciliter les principales modifications par la plupart des administrateurs¹⁹⁰. Il peut donc y avoir un très grand nombre de variantes de *serveurs parallèles* pour un même jeu en ligne partageant un « air de famille », mais dont les manières de jouer peuvent différer sensiblement de l'un à l'autre.

Dans la suite, nous nous demandons pourquoi les *serveurs parallèles* les plus fréquentés de Dofus comportent ces options payantes. Nous mobilisons deux échelles complémentaires d'analyse pour répondre à cette question : d'une part, une analyse par les usages des joueurs et des administrateurs de *serveurs parallèles* chargés de les faire fonctionner. D'autre part, nous porterons attention aux conditions historiques du développement des *serveurs parallèles* du jeu.

7.2 – La raison du report massif sur les émulateurs hors la loi de Dofus : l'absence d'accès légal aux versions antérieures les plus pratiquées

En décembre 2009, une nouvelle version de Dofus est mise en ligne, elle change le jeu en profondeur. Graphiquement d'abord, il est plus travaillé : la technologie d'affichage change et consomme plus de puissance de calcul. L'intelligence artificielle des monstres s'améliore sensiblement, rendant certains combats plus difficiles et l'ergonomie des interfaces graphiques est également revue. Par conséquent, une minorité de joueurs réagit négativement, comme l'explique ce salarié d'Ankama :

¹⁹⁰ Ce déblocage de nouvelles possibilités de jeu s'apparente aux « Mods », ces logiciels que certains éditeurs de jeux mettent légalement à disposition de leurs clients afin qu'ils puissent augmenter la durée de vie du jeu original par des ajouts et des modifications de leur initiative (Postigo, 2003 ; Kücklich, 2005 ; Postigo, 2007).

Je sais qu'à la sortie de la nouvelle version 2.0, il y a beaucoup de gens qui, j'imagine par principe, voulaient se faire entendre [...] C'est vrai que c'était une grosse transition quand même quoi. On changeait les looks des persos, on changeait tous les looks des cartes, les façons de combattre des monstres. [...] Surtout que la nouvelle version était beaucoup plus gourmande en ressource [informatiques], donc certains avaient des habitudes de jeu qui étaient plus difficiles à faire après. (François, 39 ans, game designer)

La plupart des joueurs de *serveurs parallèles* de Dofus semblent être d'accord sur le fait que l'évènement qui a déclenché leur report massif est la refonte complète du style graphique de Dofus (cf. Figure 32).



Figure 32: Capture d'écran de la même portion de territoire dans Dofus 1.29 (en haut) et Dofus 2.0 (en bas)

Cette critique s'étendait à l'époque jusqu'au site web et au forum officiels du jeu¹⁹¹. Des communautés de joueurs ont même menacé de suspendre leur abonnement si

¹⁹¹ Les joueurs vus en entretien nous ont confirmé s'être abondamment exprimés à ce sujet au moment de la sortie de Dofus 2.0 (entre eux à l'oral bien entendu, mais aussi à l'intérieur du jeu dans la messagerie publique lue par les modérateurs d'Ankama). Le forum officiel que nous avons consulté à l'époque se fait écho de cette situation. Même si la partie du forum officiel contenant les plaintes de joueurs correspondantes n'est aujourd'hui plus accessible faute d'une durée d'archivage trop courte. Toutefois, les commentaires en réaction à l'annonce officielle des modifications apportées par Dofus 2.0 ont été préservés sur un site d'archivage en ligne et sur le forum alternatif de jeuxonline.info. Leur lecture donne une illustration de la tonalité des plaintes d'alors. Voir par exemple l'adresse suivante :

<https://web.archive.org/web/20091126230932/http://devblog.dofus.com/fr/billets/82-bilan-avenir->

l'ancienne version du jeu disparaissait¹⁹². Les administrateurs des *serveurs parallèles* ont concentré leur offre de jeu sur l'ancienne version de Dofus, afin de profiter de ce mécontentement pour provoquer l'exode de joueurs. C'est de cette *force mémorielle* de l'ancienne version du jeu dont rend compte Sébastien, un jeune administrateur de 14 ans rencontré dans la banlieue du nord de Paris :

Bruno Vétel : Pourquoi t'as préféré installer l'ancienne version sur ton serveur privé ?

Sébastien : Parce qu'il y a plus de gens sur l'ancienne, parce qu'ils préfèrent les graphiques de l'ancienne que la nouvelle.

Bruno Vétel : Et toi tu en penses quoi ?

Sébastien : Bah ouais la nouvelle ils sont nuls les graphiques, ils ont fait n'importe quoi.

Bruno Vétel : En quoi tu les trouves nuls ?

Sébastien : Parce qu'ils sont bizarres (pause), par exemple il y a des flèches pour se déplacer, alors qu'avant il y avait des points.

Le jugement dévie finalement sur une justification qui touche un changement d'ergonomie du jeu évoqué apparemment anodin. En réalité il est évoqué lors de plusieurs autres entretiens de joueurs, recoupant les critiques citées plus haut au sujet de la seconde version de Dofus. L'explication ergonomique complète donc une préférence des joueurs pour les graphismes de la version précédente. Cette version antérieure du jeu officiel a en effet accueilli de jeunes adolescents pendant plus de cinq années d'affilée, des pratiquants fréquemment en jeu plus d'une vingtaine d'heures par semaine, parfois avec des amis de l'école côtoyés quotidiennement. Il s'agit donc d'une période très longue au cours de laquelle des habitudes collectives ont été prises. Elle se clôt prématurément avec un bouleversement brutal du jeu officiel. L'ampleur du report sur des *serveurs parallèles* de l'ancienne version que nous ont décrit les joueurs en entretien est confirmée par la consultation du site de référencement des *serveurs parallèles* et de

version-Dofus-2-0.html et <http://forums.jeuxonline.info/printthread.php?t=1042595&pp=50>, consultés le 24/10/2014.

¹⁹² La plupart des joueurs ont exprimé leur opposition au passage à Dofus 2.0 en coordonnant le désabonnement des membres de leur guilde pendant une durée symbolique courte, de l'ordre de la semaine au mois. Les salariés d'Ankama vus en entretien ont pu nous confirmer cette diminution brutale du nombre d'abonnements. Ils précisent toutefois qu'elle n'a pas eu de conséquences à moyen terme sur le chiffre d'affaires généré par Dofus 2.0. En dehors de ce mode de protestation, quelques guildes ont toutefois exprimé publiquement sur leur site web qu'elles boycotteraient Dofus 2.0. « Cadavre exquis » est le nom d'une guilde dont le site web était à l'époque assez visible sur internet, en partie parce qu'elle est dirigée par des concepteurs de jeux vidéo indépendants, par ailleurs très actifs sur le forum non officiel le plus influent de Dofus : Jeuxonline.info. Les membres de cette guilde rédigèrent à l'époque un article annonçant leur volonté de cesser de jouer à Dofus. Il recueillit plus de 130 commentaires, totalisant un peu plus de 73.000 signes de texte argumenté, majoritairement critique du changement de version du jeu. <http://cadavre-exquis.dragodindons.com/a-quoi-jouerons-nous-dans-9-jours/>, consulté le 24/10/2014.

ses archives¹⁹³. Cet ébranlement qui touche à la forme graphique du jeu, mais aussi à nombre de pratiques des joueurs. Comme on le constate dans la plupart des MMORPG et dans le cas de Dofus aussi, l'absence d'accès légal aux versions antérieures d'un jeu en ligne induit une prise en charge hors la loi de ce service. C'est donc le caractère intrinsèquement plastique du jeu en ligne qui pose problème aux joueurs, sa mise à jour continuelle sans possibilité de revenir à l'ancien. Cela produit la nécessité pour des joueurs d'en émuler certaines versions précédentes auxquelles ils ont joués pendant longtemps, développant à leur égard une *force mémorielle* considérable, à même de remobiliser plus tard des collectifs de joueurs nostalgiques.

7.2.1 – Les options payantes à l'origine des serveurs parallèles de Dofus

Les « forums d'émulation », ou « forums de fans », sont des lieux privilégiés pour obtenir des informations sur l'histoire des *serveurs parallèles* de Dofus. Le jeune modérateur de l'un de ces forums nous raconte sur une messagerie instantanée les débuts de l'usage à grande échelle de l'émulateur pionnier de Dofus:

Le premier serveur c'est Titania¹⁹⁴ par ManyPeneez et Sensei66. L'emu [émulateur] Titania E.M. est créer¹⁹⁵ en vb.net [langage de programmation]. Le serveur à tenu 6 mois, puis ils ont été arrêtés. (Warbird, 15 ans)

Initialement, la vague de report sur des *serveurs parallèles* n'a été possible que parce qu'à l'été 2009 des informaticiens sont à l'origine de la création d'un émulateur qui répond au nom de Titania E.M. Il permet de mettre en ligne un serveur de jeu avec certaines options payantes, dont les profits générés reposent exclusivement sur un système d'achat en euro de « points boutiques ». Ces points sont ensuite dépensés pour s'acheter des objets bonus dans le jeu sur le *serveur parallèle*.

¹⁹³ Nous avons utilisé le site wayback.archive.org pour faire des coupes diachroniques du classement des « serveurs parallèles » disponible sur le site de référencement en question. Un « pas » d'un mois a été fixé pour récupérer les données sur la période qui s'étend du 12/2009 au 11/2010. Pour les dates ultérieures, nous y avons adjoint les deux mois pour lesquels il existe des données à disposition sur le site d'archivage : le 02/2011 et 04/2011. L'état actuel du site au 09/2012 a également été utilisé.

¹⁹⁴ Les noms ont été volontairement changés.

¹⁹⁵ Nous avons fait le choix de conserver les spécificités langagières ainsi que les fautes d'orthographe dans les verbatim collectés sur des messageries instantanées, afin de rendre compte fidèlement du langage courant et collectivement partagé qui est en vigueur dans ces milieux.

Comme l'illustre la capture d'écran ci-dessous, les terminaux de paiement acceptés pour acheter des points sont très diversifiés et intègrent notamment des moyens de paiement prisés par les jeunes adolescents parce qu'ils ne nécessitent pas de compte bancaire. On peut citer notamment, les paiements par facturation téléphonique (Audiotel et SMS+) et par carte de crédit prépayée qu'on achète dans un tabac contre du liquide (Neosurf).

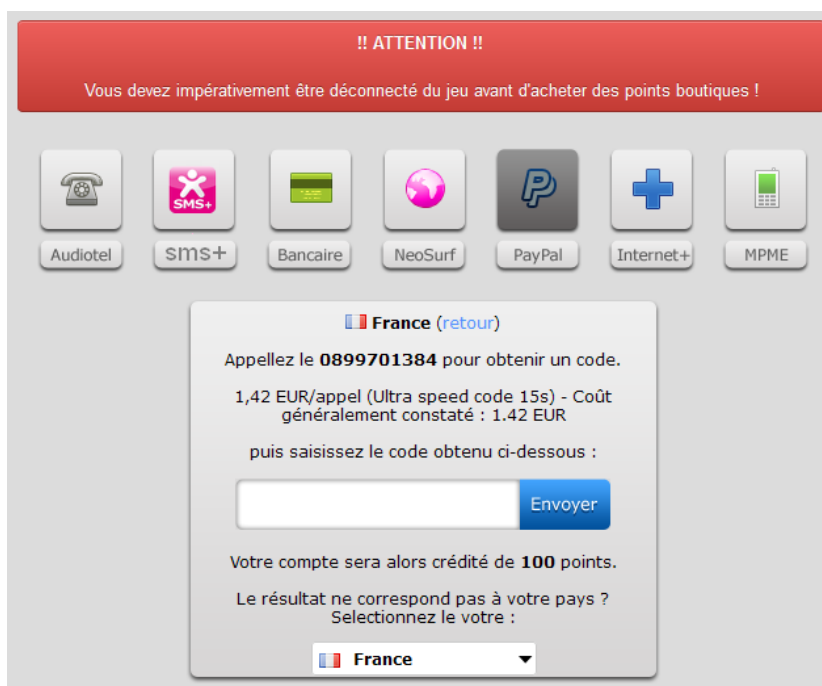


Figure 33: Le mode de rémunération des administrateurs de *serveurs parallèles* se base sur l'achat de points contre des euros, que le joueur dépense ensuite contre des bonus de jeu

Une part importante des jeunes joueurs étant dénuée de compte bancaire, elle débite finalement le paiement sur la facture d'un téléphone mobile qui dans certains cas est emprunté discrètement à leurs parents. Quel que soit le téléphone utilisé, le prestataire qui figure sur la facture masque aux yeux des parents peu regardants la raison de la dépense. Quand ils comprennent que ces dépenses sont liées à la pratique d'un jeu en ligne par leur enfant, ces derniers déclarent souvent qu'elles correspondent, d'après ce que leur enfant leur a dit, à la pratique du jeu officiel Dofus.

C'est donc par ce moyen technique que les deux programmeurs de Titania E.M., des mineurs, ont engrangé des profits considérables. Pour ce faire, ils ont employé l'émulateur à leur propre compte, en tant qu'administrateurs du premier *serveur parallèle* du jeu : Titania. Il devient vite très fréquenté et les « forums d'émulation » principaux le proposent au téléchargement. Une multitude de « serveurs » clones voit bientôt le jour, puis se différencie progressivement du logiciel pionnier, mais l'achat de points en euro subsiste. Son activation est à la discrétion des administrateurs en quête de profit et pourvus des compétences techniques nécessaires. Celles-ci sont congrues, il suffit de s'enregistrer sur le site du prestataire et de copier un bout de code informatique sur la page web de son jeu et le micro paiement est actif.

Enfin, lorsque des lacunes se font jour en matière de compétences techniques, d'autres programmeurs proposent leurs services. Une fraction importante est attirée par la rémunération offerte par les administrateurs des *serveurs parallèles* à option payante qui sont populaires : en 2012, de deux cents à quelques milliers d'euros sont généralement nécessaires pour convaincre un informaticien d'améliorer un émulateur existant. Ils recopient progressivement les dernières innovations apparues sur la version officielle, ou bien en ajoutent d'autres, inédites. Ces spécialistes sont des informaticiens souvent un peu plus âgés que les administrateurs. Ils perfectionnent le code des émulateurs qui attireraient déjà le plus de joueurs et de profits, si bien qu'une fraction des profits est réinjectée par les administrateurs en « recherche et développement », renforçant l'écart de fréquentation avec les autres *serveurs parallèles* concurrents moins populaires. Certains programmeurs n'hésitent pas à diffuser leur émulateur ainsi amélioré sur des sites de partage de logiciels libres¹⁹⁶. Les programmeurs qui sont moins proches d'administrateurs dont le *serveur parallèle* est populaire peuvent proposer aux administrateurs moins compétents des services supplémentaires payants, comme l'indique l'Encadré n° 10 qui présente le contenu du fichier « *readme.txt* » qui accompagne les données d'installation d'un de ces émulateurs.

Encadré n° 10 : Le fichier texte décrivant les fonctions payantes d'un émulateur de Dofus

T-tanium.E.M. est un émulateur développé par jUP sur les bases de EmulHACKR.E.M. en java.

Cette émulateur est en développement continue depuis 1 ans maintenant et regroupe de nombreuses fonctionnalités.

Mon but est de pouvoir fournir un émulateur stable, mais exclusif en vous donnant des mises à jours proposant du vrai contenue.

Vous trouverez 3 configurations, merci de bien remplir les 3 configurations pour le bon fonctionnement de l'émulateur.

L'émulateur demande la dernière version de java (java7).

L'émulateur lui-même est gratuit, les mises à jour seront payante (10 euros).

Toute reproduction ou partage sans autorisation vers tiers de l'émulateur peut avoir des conséquences sur vos serveurs.

Le mode héroïque n'est présent que dans une version "privée" au prix de 40 euros.

¹⁹⁶ Les programmeurs les diffusent souvent sur des sites de partage de logiciels libres et édités sous licence GNU GPL imposant le partage non commercial.

La Figure 32 indique les circulations monétaires en contrepartie des différents services rendus :

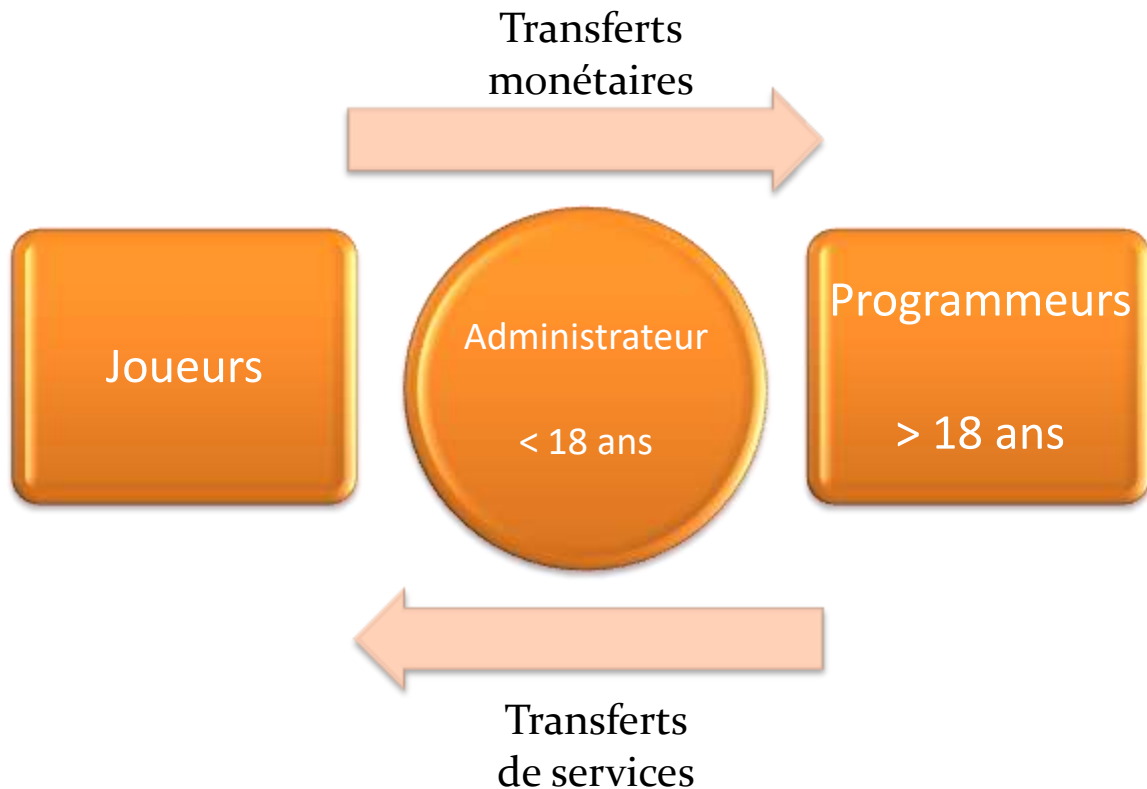


Figure 34 : Les échanges de services marchands typiques d'un *serveur parallèle* de Dofus

En définitive, les flux monétaires connectent donc deux couches d'utilisateurs distincts : la première couche relie programmeurs et administrateurs, grâce à la vente de services supplémentaires pour l'émulateur. La seconde couche relie les joueurs et les administrateurs grâce à un système de vente de points.

7.2.2 – La mise en visibilité des serveurs à option payante sur les sites de référencement

Certains mineurs endossent le rôle d'administrateur, ils supervisent le montage d'un petit monde ludique autonome qui doit maintenant être fréquenté par des joueurs. Cependant, faire venir les joueurs exige là aussi une signalétique intuitive. Certains administrateurs communiquent directement l'adresse du *serveur parallèle* à leurs amis proches pour jouer exclusivement avec eux, mais la plupart préfèrent publier l'adresse sur des sites web de référencement chargés de les classer grâce à un système de vote. Dans le cas où le serveur est ainsi référencé, le système de classement a tendance à mettre surtout en visibilité les 200 premiers serveurs, alors qu'une recherche plus poussée montre que la base de données en contient plus d'un millier. Ces données indiquent que plus de 80 pour cent de serveurs essentiellement fréquentés par une poignée de joueurs (le plus souvent entre deux et cinq joueurs). Les entretiens et l'observation des forums d'émulation indiquent par ailleurs que ce type de serveurs est majoritairement fréquenté par des amis ou des membres de la famille de l'administrateur.

Quel que soit le MMORPG considéré, les *serveurs parallèles* reposent presque tous sur le principe commun de l'accès gratuit au jeu, peu importe le modèle économique du jeu original. Pourtant, parmi les serveurs que des administrateurs font référencer, une fraction importante propose d'acheter contre des euros des objets bonus pour le jeu par l'intermédiaire d'un système de points, afin de dominer aisément les autres joueurs sans forcément avoir à devenir un expert du jeu. Sur les *serveurs parallèles* de Dofus, ces transactions s'effectuent en échange de points que le joueur peut décider d'acheter au moyen d'euros¹⁹⁷ comme nous l'avons déjà précisé, mais les points peuvent également être accumulés en votant pour ce *serveur parallèle* à fréquence régulière sur le site web de référencement. Les joueurs qui veulent gagner des objets bonus sans payer d'euros font donc augmenter la visibilité du *serveur parallèle* sur internet et par conséquent sa capacité à capter des joueurs susceptibles de payer pour obtenir le même type de points. Ce système de points obtenus de deux manières, par vote ou par la dépense d'euros, garantit donc un revenu à l'administrateur grâce aux joueurs-payeurs. L'amplification du profit est quant à elle redevable aux votants qui améliorent l'exposition du *serveur parallèle* et donc la captation des joueurs-payeurs. C'est ainsi qu'un administrateur s'enrichit rapidement dès lors que son serveur se trouve bien classé.

L'étude des *serveurs parallèles* les mieux classés montre que la compétence technique et marketing de l'administrateur et de ses collaborateurs est décisive pour conserver un bon classement dans cet environnement concurrentiel. Sébastien, l'administrateur d'un *serveur parallèle*, rend compte de la démarche que les forums spécialisés conseillent habituellement de mettre en œuvre :

Bruno Vétel : Comment t'as fait pour avoir une bonne note pour ton serveur sur le site de référencement ?

Sébastien : Bah j'ai acheté une place on va dire. En fait, sur mon site il y a marqué « Si vous votez, vous avez 6 points boutique », ça veut dire un vote est égal à 6 points boutiques. Et voilà.

L'administrateur peut accorder des points supplémentaires en échange de votes octroyés à certains moments dans la semaine, lorsque la fréquence des votes décroît trop significativement.

¹⁹⁷ Reconstituant le modèle économique très populaire depuis 2009 des jeux en ligne dits « free to play » : le jeu est pourvu d'une « monnaie virtuelle », véritable intermédiaire entre les dépenses en euros et l'obtention de biens et bonus du jeu.

Le procédé peut être davantage contraint comme dans l'exemple du serveur suivant, à ce jour classé premier sur le site de référencement :



Figure 35 : Le serveur parallèle le mieux classé oblige à lui accorder un vote sur le site de référencement pour pouvoir y accéder plusieurs heures

Les joueurs sont ici obligés de voter pour pouvoir accéder au jeu. Ce système de points renforce donc l'interdépendance de la notoriété et de la valorisation économique de l'émulateur du jeu en ligne. Les compétences techniques de l'équipe du serveur conditionnent la force de ce couplage, qui s'intensifie pour les serveurs parallèles à option payante les plus perfectionnés. Nous rappelons que s'il est absent de l'équipe, l'expert qui dispose de ces compétences est recruté dans la communauté des administrateurs et des joueurs, et qu'il est payé à la tâche, agissant à la manière d'un prestataire qui participe volontiers au perfectionnement de plusieurs émulateurs.

7.2.3 – Le parasitage et la symbiose du jeu officiel et des émulateurs

De rares lanceurs d'alerte ont tenté d'informer sur les gains que des administrateurs de serveurs parallèles accumulent, parfois de plusieurs dizaines de milliers d'euros. Malgré cela, ces acteurs médiatiques ne parviennent jamais à faire émerger une controverse. Ces tentatives ne sont jamais parvenues à s'étendre largement dans les médias. À première vue les acteurs principaux n'y ont pas intérêt. Ni les administrateurs de ces jeux frauduleux, qui veulent rester dans l'ombre pour pérenniser leurs profits loin des critiques des joueurs « légitimes » du jeu officiel. Ni les entreprises responsables des jeux en ligne officiels, qui se sentent spoliées, mais craignent qu'un coup de projecteur médiatique ne détourne la majorité de leurs joueurs vers des serveurs illégaux.

Cette situation change pourtant lorsque survient l'application d'une condamnation en justice d'administrateurs de serveurs parallèles. Deux discours moralisent l'effet des serveurs parallèles très différemment, le premier est

majoritaire avant l'irruption d'une condamnation, le second après. Dans un premier temps, on observe le discours de joueurs de *serveurs parallèles* et d'entreprises propriétaires qui se déclarent peu touchées par le phénomène. Ils affirment que ces pratiques n'ont aucune incidence sur l'activité commerciale des jeux en ligne officiels, voire qu'elle est positive et le promeut activement. Ce *discours de la symbiose* correspond en réalité souvent au seul cas des *serveurs parallèles* gratuits, qui attirent peu de joueurs. Dans les faits, une relation de complémentarité noue les *serveurs parallèles* gratuits et le jeu officiel. Les premiers attirent de petites communautés de joueurs aux pratiques très différentes de celles des communautés plus nombreuses rassemblées par le jeu officiel. Les mécaniques classiques du jeu y comptent parfois même moins pour ces joueurs que le fait de pouvoir montrer à ses amis qu'on a un serveur hors la loi où l'on peut les accueillir et parler avec eux. Ces différenciations n'imposent pas pour autant aux joueurs le choix exclusif entre deux communautés de pratique, qu'on aurait pu intuitivement penser isolées, sans relation. Une enquête de terrain exploratoire¹⁹⁸ rend compte de telles pratiques de jeu situées dans des espaces numériques distincts, d'une communauté d'appartenance du joueur à l'autre. Ces joueurs déclarent presque toujours qu'à leurs yeux les pratiques qu'ils développent, ici dans le jeu officiel, là sur un *serveur parallèle* gratuit, sont complémentaires et ne s'excluent pas les unes les autres. La longévité de certains *serveurs parallèles* qui accueillent pourtant un petit nombre de membres laisse supposer que cette complémentarité entretient même une symbiose, l'intérêt pour plusieurs versions du jeu en ligne se nourrissant des particularismes que chacune développe¹⁹⁹.

Dans un deuxième temps, après la première condamnation médiatisée, c'est le discours des industriels du secteur confrontés à une démultiplication de l'offre de *serveurs parallèles* qui prend le dessus. Ces industriels considèrent souvent que ce moment signe le début d'un irrémédiable exode de leurs joueurs loin des jeux en ligne officiels, signal d'une baisse menaçante de leur chiffre d'affaires. Ce *discours du parasitage* étend à tous les *serveurs parallèles* une réalité qui ne semble vérifiée qu'à l'endroit des serveurs à option payante. Dans les faits, une relation de substitution affecte les *serveurs parallèles* à option payante, qui entrent en concurrence avec le jeu officiel. Ceux-ci attirent un grand nombre de joueurs qui nouent progressivement des liens amicaux. Pour progresser au même rythme qu'eux, ils n'hésitent pas à dépenser des euros dans l'achat de bonus pour leur personnage. En conséquence, ici comme dans le jeu officiel, de puissantes dynamiques de fidélisation se mettent en place. Les joueurs contactés sur des

¹⁹⁸ Outre les entretiens semi-directifs, les résultats suivants sont confortés par les réponses collectées suite à l'administration d'un questionnaire composé de questions ouvertes. Dans le cadre d'un cours de cartographie de controverse, des élèves ingénieurs de Télécom-ParisTech ont conçu puis réalisé la passation en ligne de ce questionnaire sur des forums de *serveurs parallèles* de Dofus représentatifs de la diversité de l'offre (serveurs faiblement peuplés et gratuits et fortement peuplés et à options payantes). Une trentaine de questionnaires remplis et exploitables ont été collectés.

¹⁹⁹ Les pratiques de jeu sur deux serveurs se nourrissent — plus ou moins mutuellement et avec un décalage temporel — des bonnes idées de l'offre alternative, justifiant que les joueurs renouvellent leur fréquentation périodique des deux versions du même jeu en ligne.

forums d'utilisateurs de *serveurs parallèles* à option payante nous confirment très majoritairement cet « effet de cliquet » à l'image de ce joueur-ci :

« Ce qui me motive a continué a jouer a Dofus 1.29 sur un gros serveur privé ? Je préfère ce style jeu, Je ne veux pas refaire toute une vie dans l'officiel & puis, dès que j'ai commencé a jouer je me suis fais des potes IG [InGame : dans le jeu], je me suis donc STUFF [équipé] en PGM [ProGaMer : joueur de très haut niveau]. Ce qui m'est revenu CHER, donc je reste sur ce serveur pour pleins de raisons. »

Les déclarations de salariés d'Ankama vus en entretiens corroborent ces affirmations, les statistiques d'abonnements au jeu officiel seraient selon eux corrélées à la baisse de popularité des *serveurs parallèles* à option payante les plus visités. Ils vérifient le phénomène lorsqu'ils parviennent à faire fermer l'un de ces serveurs et que le jeu officiel gagne brusquement un grand nombre d'abonnés. En résumé, pour un jeu comme Dofus, aucun des discours n'est complètement valide puisque les *serveurs parallèles* attirent un nombre de joueurs très inférieur à ceux du jeu officiel. De plus, les *serveurs parallèles* à option payante n'attirent pas la majorité des joueurs des serveurs hors la loi, mais une quantité totale comparable à ceux des petits serveurs.

Finalement, ces deux discours, celui de la *symbiose* et du *parasitage*, correspondent donc à des observations partielles. D'une part, ces discours ne font jamais état de comparaisons chiffrées avec les effectifs de joueurs officiels. Ceci occulte donc des discussions au sujet des éléments typiques relevant des émulateurs de jeux vidéo, des éléments de trois types qui s'avèrent pourtant décisifs dans le choix des joueurs entre jeu officiel ou hors la loi. Premièrement, la valorisation du matériel informatique du joueur, les serveurs parallèles de Dofus restituant l'ancienne version 1.29 du jeu, mieux adaptée à des ordinateurs peu puissants que ne l'est la nouvelle version officielle 2.0. Deuxièmement, la perpétuation de l'attachement au présent, à la version du jeu à laquelle les joueurs arrivés il y a quelques années se sont habitués. Troisièmement, la possibilité de valoriser l'inaccessible grâce à des bonus acquis moyennant finance avec des « points boutiques », quand cela reste impossible dans le jeu officiel. D'autre part, ces deux discours occultent une partie des communautés de joueurs des serveurs hors la loi, en mettant l'accent alternativement sur celles qui permettent le mieux de se justifier. Il ne peut donc être question de leur distinction, relative au rapport à l'argent réel que l'infrastructure des serveurs gratuits et payants instaure et au lien étroit avec les méthodes de classements des *serveurs parallèles*.

7.3 – La mort d'un serveur parallèle. La réaction des salariés de l'entreprise créatrice face aux conduites des acteurs des serveurs parallèles

La diversité des communautés de joueurs des *serveurs parallèles* est fortement conditionnée par les choix économiques de l'administrateur. Certains font fonctionner les serveurs bénévolement, d'autres génèrent du profit. Ces derniers implémentent des systèmes de paiement en euros qui permettent d'acquérir des « points boutiques » échangés par la suite contre certains bonus de jeu, c'est-à-dire

que la dépense d'euros peut permettre d'accumuler plus rapidement une grande quantité de victoires et donc de distinctions. Or, ce sont ces versions du jeu munies d'options payantes qui deviennent populaires et c'est précisément cette popularité qui rend certains serveurs suspects aux yeux de l'entreprise créatrice du jeu. En sélectionnant parmi les serveurs hors la loi ceux dont la popularité est présentée comme forte par le site de référencement, les salariés délégués à l'identification des serveurs établissent un critère de suspicion qui ne recoupe que partiellement celui de l'infraction avec le droit. Ce critère distingue donc certains acteurs parmi tous ceux qui dérogent au droit et finit par façonner la relation entre la *force mémorielle* de l'émulateur de jeu en ligne et sa valorisation économique.

Dans la suite, nous nous intéressons au cas des administrateurs, ceux qui sont épargnés ou sanctionnés, puis nous expliquerons pourquoi les joueurs de *serveurs parallèles* ne sont jamais visés directement, mais se retrouvent tout de même sanctionnés. Nous résumons ci-dessous les formes de sanctions auxquelles sont soumis ces acteurs en nous basant sur les données recensées lors notre enquête de terrain (cf. Tableau 7).

	Serveur à option payante Accès gratuit Bonus payants Infraction au droit d'auteur ²⁰⁰	Serveur gratuit Accès gratuit Sans bonus payants Infraction au droit d'auteur
Forte fréquentation Bien classé sur le site de référencement De plusieurs centaines à plusieurs milliers de joueurs	<i>Mis en demeure (fermeture)</i> <i>Assigné en justice (fermeture, dédommagements, sursis)</i> <i>Se dérobe aux sanctions (identification retardée ou impossible)</i>	<i>Mis en demeure (fermeture)</i>
Faible fréquentation Mal classé sur le site de référencement De deux à quelques centaines de joueurs	<i>N'est pas sanctionné</i>	<i>N'est pas sanctionné</i>

Tableau 7 : Une synthèse des sanctions appliquées aux administrateurs des serveurs parallèles étudiés

7.3.1 – Épargner les administrateurs des serveurs « à audience confidentielle », sanctionner les administrateurs de serveurs populaires

Qu'en est-il de l'administrateur d'un *serveur parallèle* peu connu ? Ce type d'administrateur n'a pas besoin d'apports financiers, car il commence souvent par héberger le serveur sur son ordinateur personnel, limitant l'accès à très peu de joueurs. Dans de nombreux cas, la boutique en ligne qui permet d'acheter des bonus de jeu n'est alors pas mise en service. L'administrateur cantonne son serveur

²⁰⁰ Un *serveur parallèle* constitue la contrefaçon d'un logiciel soumis au droit d'auteur. Il ne s'agit donc pas ici d'une « copie privée » d'un logiciel acheté, utilisable dans le cercle familial suivant les exceptions mentionnées dans le code de la propriété intellectuelle à l'article L122-5.

à l'accueil de rencontres ludiques ponctuelles, entre des amis membres d'un groupe restreint. Mal classés sur le site de référencement, ces serveurs, dont le nombre est de l'ordre du millier, y restent pour autant majoritaires. Souvent dans le but d'impressionner des amis d'école, leurs personnages sont accueillis par le jeune administrateur qui sera parvenu à faire fonctionner seul cette maison de poupées hors la loi. En pratique, les salariés de l'entreprise créatrice tolèrent cette nébuleuse de serveurs domestiques qui, si elle caractérise une offre très diversifiée, n'attire qu'une demande relativement restreinte, en proportion des quelques serveurs à option payante qui captent un grand nombre de joueurs.

La poignée de serveurs gratuits qui parviennent à gagner en popularité finit par recevoir des demandes de fermetures, auxquelles ceux-ci se contentent de répondre docilement, le plus souvent sans chercher à rouvrir le serveur de manière plus discrète. En revanche, les serveurs à option payante qui sont populaires captent un grand nombre de participants prêts à dépenser de l'argent pour acquérir des bonus de jeu²⁰¹. Certains n'hésitent pas à récidiver lorsqu'ils reçoivent une mise en demeure les enjoignant à cesser leur activité lucrative, pensant avoir les moyens de se prémunir contre les attaques en justice dont ils sont menacés. La poursuite pénale n'est mise en place que pour répondre aux rares cas de réouvertures répétées d'un serveur décidément trop fréquenté. Mais tout comme les demandes de fermeture, la poursuite échoue ou est retardée lorsque l'administrateur investit dans certains moyens de dissimulation d'identité efficaces.

7.3.2 – *Épargner les joueurs des serveurs parallèles, mais pas leurs personnages*

Les données des « personnages de jeu » d'un *serveur parallèle* sont toujours localisées sur un seul « serveur central ». Si ce serveur vient à fermer sous la pression de menaces, les joueurs membres perdent brutalement toutes les données informatiques qui témoignent de l'histoire collective qu'ils y ont vécue. La persistance de l'univers ludique²⁰², propriété centrale d'un MMORPG, est en partie remise en question. La centralisation des données dans un seul lieu rend donc superflue la punition au cas par cas des joueurs membres du serveur.

Les intimidations de l'entreprise créatrice sont renouvelées régulièrement, parvenant à assurer la destruction périodique²⁰³ des données des jeux hors la loi récidivistes. Sous l'effet d'une telle précarité, une partie des administrateurs visés, ainsi que des joueurs membres, finissent par se décourager et quittent les *serveurs*

²⁰¹ Le dispositif sociotechnique constitué du site de référencement et des serveurs parallèles couple étroitement la popularité du serveur et les profits réalisés. Pour cette raison, les serveurs à option payante proposant un service ludique de qualité finissent toujours par attirer plus de joueurs que leurs homologues gratuits et par attirer l'attention de l'entreprise créatrice.

²⁰² La persistance caractérise l'accès à toute heure à l'univers de jeu. Ce monde est en partie irréversible, doté d'une mémoire commune à tous les joueurs. Les actions d'un personnage dans le jeu peuvent donc avoir des conséquences sur l'environnement dans lequel évoluent les autres.

²⁰³ Tous les 3 à 4 mois en moyenne pour un serveur populaire, même si les données des personnages sont répliquées préventivement sur un nouveau *serveur parallèle* par les administrateurs les mieux organisés.

parallèles. Un ancien joueur met en lumière ce qu'implique ces fermetures récurrentes pour beaucoup de membres de *serveurs parallèles* populaires :

Vu l'investissement que je mets dans ce jeu à jouer normalement, il n'y a pas d'intérêt à avoir un personnage où ce serait avec des items éphémères [— Et pourquoi c'est plus éphémère que dans le jeu officiel ?] Je sais pas [dans le jeu officiel] j'ai l'impression qu'il y a une continuité [...] on a l'impression de s'installer dans le jeu et d'avoir une partie à soi dans le jeu. Les amis dans la guilde, sûrement. S'installer, je veux dire, il y a des métiers, plein d'endroits où je passe du temps à gagner de l'expérience, à avoir une maison. Des investissements et t'es sûr de les garder. T'as pas l'insécurité qui régnerait sur un serveur où tu deviendrais tout puissant un jour, et puis après ben (pause) tu sais pas trop. (Christian, 24 ans, joueur de Dofus depuis 2008)

Tout comme ce joueur-ci, ceux qui sont indirectement sanctionnés par une fermeture de serveur retournent parfois sur le jeu officiel. Ces joueurs qui sont pourtant sanctionnés ne sont jamais qualifiés publiquement de fautifs, ils ne subissent donc pas l'effet de renforcement caractéristique d'une *carrière déviante*. Leur défiance à l'égard de l'entreprise créatrice n'est pas stimulée comme peuvent l'être celles d'administrateurs qui ferment un serveur sous la menace. Ces joueurs, lorsqu'ils n'ont pas eu le temps de nouer des liens forts avec des collectifs de *serveurs parallèles*, semblent donc finalement mieux disposés à rejoindre par la suite le jeu officiel.

7.3.3 – L'engagement dans des carrières déviantes. Le cas des administrateurs de serveurs à option payante

Il est frappant qu'au sein de la multitude d'administrateurs de *serveurs parallèles* en infraction avec le droit d'auteur du jeu étudié, seules deux condamnations en justice soient advenues, et qu'elles n'aient visé que des adolescents peu précautionneux, dont l'âge ne dépasse pas 21 ans. Ceux-ci attirent en l'espace de quelques mois plusieurs dizaines de milliers de joueurs, pour un préjudice de l'ordre du million d'euros, ce qui leur a valu, en plus du remboursement des sommes perçues, plusieurs mois de prison avec sursis. Cependant, ces quelques condamnés en justice masquent d'autres pratiques hors la loi qui demeurent impunies. Puisque des *serveurs parallèles* du jeu sont créés depuis maintenant plusieurs années, les administrateurs expérimentés ont donc eu le temps d'acquérir la conscience du danger que revêt l'adjonction d'options payantes. Pour éviter des déboires, ils ont appris à partager leurs récits d'incrimination. Les forums d'aide aux *fans* de *serveurs parallèles* servent à rassembler les éléments qui leur permettent d'échafauder une conduite stratégique plus difficile à mettre en défaut. Grâce à ce partage d'informations, ces administrateurs parviennent à la fois à cumuler des profits et à s'assurer l'inaction de l'entreprise créatrice. Les *carrières* qu'ils suivent se distinguent de celles d'administrateurs qui ne cherchent pas le profit ou n'ont pas de succès. Pour tenter de parvenir à leurs fins, ces administrateurs de serveurs à option payante se distinguent en déplaçant les données de leur *serveur parallèle* chez un acteur aux responsabilités juridiques mal déterminées : le professionnel de l'hébergement de données.

7.3.4 – Héberger ses données chez un professionnel

Pour remédier aux limitations de l'informatique domestique, certains administrateurs ont recours à une entreprise qui propose d'héberger des données sur ses ordinateurs, accessibles sur internet en permanence. L'accueil de publics de joueurs en grand nombre devient possible, ouvrant la porte à d'importants profits en contrepartie du paiement de quelques centaines d'euros par an. Outre la possibilité de faire du profit en améliorant la qualité du service ludique, cela relève tout autant d'une stratégie de gestion des risques légaux les plus probables. L'hébergeur professionnel joue alors le rôle d'un intermédiaire qui gêne les procédures d'incrimination intentées par l'entreprise créatrice.

Une fois qu'elle a jugé un *serveur parallèle* trop populaire et profitable, l'entreprise créatrice du jeu commence par envoyer une notification à l'administrateur, l'enjoignant à cesser son activité. Dans le cas où le serveur n'est pas au domicile, la première difficulté est de contacter la personne par l'intermédiaire de l'hébergeur de données. Un salarié de l'entreprise créatrice du jeu mentionne le ralentissement des procédures qui est habituellement à l'œuvre :

[les hébergeurs professionnels] ils s'en tapent, ils y gagnent des deux côtés. C'est des requins ! [...] Ils hébergent les serveurs [parallèles], toi [administrateur de serveur parallèle] tu payes ton hébergement. Mais en parallèle, nous, on bosse avec eux pour les faire fermer. Après c'est normal, le mail juridique que tu envoies à cette entreprise dit que c'est à eux de mettre en œuvre les moyens de détecter ces choses-là. Et t'es obligé de leur dire. Mais bon, eux ils te disent « ben ouais, mais nous on met les moyens hein ! », mais qui va le prouver ? Personne va le prouver. (Alan, 33 ans, salarié d'Ankama)

Cet ancien salarié nous indique implicitement la raison du problème : la responsabilité juridique des professionnels de l'hébergement de données est floue en raison d'une exception importante précisée à l'alinéa 3 de l'article 6 de la Loi pour la Confiance dans l'Économie Numérique (LCEN) de 2004. Ces hébergeurs ne peuvent être tenus pour responsables tant qu'ils ne regardent pas si leurs propres ordinateurs contiennent des données illicites, mais si quelqu'un d'autre le leur notifie, alors ils doivent « agir promptement ». La marge de manœuvre est donc importante. Pour s'accommoder de cette loi qui la handicape, l'entreprise créatrice tente donc d'abord d'user de son réseau d'anciens salariés, dont certains travaillent pour des hébergeurs de données du pays. Dans les autres cas, la procédure de mise en demeure est ralentie, mais à force d'insister l'entreprise créatrice finit toujours par avoir gain de cause, les hébergeurs n'étant pas prêts à affronter une action en justice. Quoi qu'il en soit, il ne s'agit à ce stade que de lettres de mise en demeure qui peuvent être ignorées.

7.3.5 – Héberger ses données « offshore »

De manière générale, les transactions marchandes sur internet sont exploitées pour les trafics de biens matériels hors la loi entre certains pays, le volume échangé débordant les capacités de contrôle de certaines douanes. Si l'on souhaite faire la même chose avec des services illicites accessibles à distance, dont certains sont parfois qualifiés de « biens immatériels », Internet offre alors deux autres

avantages. Ce réseau informatique permet de consulter ou de modifier, depuis chez soi, des données stockées dans un autre pays et également de payer quelqu'un à distance par une multiplicité de canaux de communication, rendant le traçage des transactions complexe.

Les administrateurs de serveurs à option payante qui souhaitent interrompre définitivement les procédures juridiques de l'entreprise créatrice tentent donc parfois d'héberger les données à l'étranger. Des sites d'aide à la création de *serveurs parallèles* font circuler des listes de plus d'une cinquantaine d'hébergeurs, dits « offshore », disséminés sur tout le globe. Des administrateurs qui les ont testés indiquant leurs appréciations sur l'efficacité de chacun à accueillir un grand nombre de joueurs et à enrayer les procédures judiciaires. Un ancien administrateur de *serveur parallèle* à option payante rencontré sur un forum de discussion nous indique sans difficulté la marche à suivre :

Tiens, CCPghost c'est un hébergeur francophone avec serveurs offshore. Son propriétaire, Frank, parle français et habite en Amérique centrale. Je le recommande il est très stable et très fiable et tu vas avoir aucun problème avec l'entreprise créatrice du jeu. (Kevin, ancien administrateur de serveur parallèle)

Deux finalités sont partagées avec l'usage de sociétés-écrans situées dans des paradis fiscaux (Godefroy et Lascoumes, 2004). Il s'agit de la dissimulation des données du client qui ont un caractère personnel et de la complication des procédures juridiques. Ces entraves sont de même nature que celles rencontrées avec des hébergeurs localisés en France, mais dans certains pays étrangers les procédures judiciaires ralentissent ou parviennent à être stoppées. Quand cela échoue, l'hébergeur soucieux de garder ses clients conseille parfois lui-même à l'administrateur des logiciels de cryptographie pour mieux dissimuler son identité.

Deux points distinguent enfin l'hébergement à l'étranger de *serveur parallèle*, du service offshore classique. D'abord, l'imposition fiscale ne joue pas de rôle pour un *serveur parallèle*, car presque aucun pays ne taxe, pour le moment, les particuliers qui réalisent des transactions de « biens virtuels » de jeux vidéo en ligne classiques. Ils restent considérés par les juridictions nationales comme de simples services ludiques sous contrôle de l'entreprise créatrice. Ensuite, les opérations financières n'ont pas à être protégées par ces professionnels de l'hébergement, car les circuits monétaires des *serveurs parallèles* sont toujours dissociés de la location de l'espace de stockage des données. L'argent transite par des services de paiements indépendants, situés dans d'autres pays et proposant le débit sur facturation téléphonique ou par micropaiement sur internet. L'administration de la preuve s'en trouve donc grandement compliquée.

En dernier lieu, un autre type d'intermédiaire parvient à s'enrichir en profitant de flous légaux, mais cette fois-ci sans jamais éveiller le moindre soupçon. Il s'agit des passionnés de programmation et d'informaticiens de métier qui arrondissent leurs fins de mois en proposant aux jeunes administrateurs l'amélioration ponctuelle de leur *serveur parallèle*. Ces acteurs apparaissent ponctuellement sur certains forums de *fans de serveurs parallèles*, mais pas sur les sites de référencement qu'utilisent les salariés de l'entreprise créatrice pour

identifier les fautifs. Leurs prestations sont monnayées contre plusieurs centaines d'euros et concernent avant tout l'ajout de dernières nouveautés du jeu officiel. Ce sont des travaux très difficiles à incriminer puisque le service est négocié loin des sites internet ouverts au public, laissant peu de traces pour identifier les auteurs. Ces activités rémunérées peuvent donc se construire sur la durée et par conséquent s'avérer fort rentables. À ce jour, elles n'ont jamais été sanctionnées.

7.3.6 – Mettre en échec les anticipations des administrateurs les plus gênants. Les errements des filatures en ligne

Sanctionner certains administrateurs requiert parfois l'usage de moyens à la limite de la légalité par les salariés redresseurs de torts. Lorsqu'un serveur capte vraiment trop de joueurs, il peut être souhaitable « d'abrégé l'enquête » en livrant des preuves à la justice plutôt que de lui déléguer le travail dans sa totalité. Cela advient lorsqu'il faut incriminer un administrateur emblématique, il s'agit habituellement d'un des mieux classés sur le site de référencement, qui s'avère trop difficile à incriminer en respectant le droit à la lettre. Il convient alors d'identifier l'administrateur pourtant précautionneux, qui aura souvent hébergé son serveur à l'étranger. En faisant le récit d'une filature, un ancien salarié indique qu'en l'absence de preuves suffisantes, certains semblent pourtant s'être débrouillés pour se les procurer malgré tout :

Ca fait quelques dizaines de mois on va dire qu'on le suivait [un administrateur de serveur parallèle] bien comme il faut. Et là on arrivait bientôt à terme (rire léger). Donc on allait bientôt le couper en tranche. Le gars, tout infiltré, c'est-à-dire qu'on a tout, ses différentes adresses email, son compte pour gérer les versements par facturation téléphonique de ses joueurs. [...] On a fait une filière bien comme il faut, on a tout remonté, et tout stocké, et là on arrivait à un bon petit paquet. (Alan, 33 ans, salarié d'Ankama)

Ce salarié commence par collecter, de manière légale, des données prouvant l'infraction de l'administrateur gênant. Elles sont à ses yeux suffisantes pour qualifier la conduite d'infraction. Faute de preuves solides, l'infraction ne peut cependant pas être prouvée au regard du droit. Il faut donc collecter d'autres preuves, et pour cela accéder à des données personnelles supplémentaires. La procédure à mettre en œuvre dans ce genre de cas prend en compte le profil inattendu des administrateurs de *serveur parallèle* :

Au début, je me suis dit c'est peut-être des gros gros pirates quoi. Mais en fait nan nan, on s'est aperçu que, bah c'est des jeunes hein, c'est des jeunes ! À partir du moment où tu regardes sur internet, n'importe qui peut arriver à avoir son serveur, donc c'est vraiment simple. [...] C'est pas des gens qu'étaient dans des écoles d'ingénieur, c'est pas des gens qui avaient des compétences particulières, non non ! (Alan, 33 ans, salarié d'Ankama)

Parce que la démarche de création d'un *serveur parallèle* est simplifiée, plusieurs milliers de jeunes²⁰⁴ qui se sont improvisés administrateurs sont allés jusqu'à

²⁰⁴ Ils ont majoritairement entre 14 et 25 ans. Cette fourchette d'âge est évaluée à partir de la collecte de 300 fiches de présentation d'administrateurs. Pour être acceptés sur les forums de *fans*, ils doivent en effet souvent se décrire par eux-mêmes et indiquer leur âge.

inscrire leur serveur sur le site de référencement. Comparativement à des informaticiens aguerris qui pratiquent le *hacking* (Auray et Kaminsky, 2007), ces jeunes décrivent des trajectoires différentes, soumises à l'influence du système scolaire et familial, mais pas encore au monde professionnel. La filature en ligne n'est donc pas la même que pour pister des hackers confirmés (Auray, 2001), elle se concentre ici sur l'exploitation de deux ressorts adaptés à ces jeunes populations, mais bien souvent à la limite de la légalité. Le premier ressort exploite la concurrence qui règne entre les différentes communautés du jeu. À l'image d'enquêtes policières classiques, des indicateurs issus des diverses communautés de *fans* sont approchés par les enquêteurs salariés de l'entreprise créatrice, recueillant des informations personnelles compromettantes²⁰⁵. Le second ressort exploite la gestion naïve des informations personnelles laissées sur internet par ces jeunes. Le peu d'attention aux indices laissés sur internet et l'absence de diversification des codes d'accès qu'ils utilisent ordinairement permettent aux salariés de l'entreprise créatrice de tirer profit de la base de données personnelles du jeu officiel pour les infiltrer. En effet, ces jeunes administrateurs qui ont très souvent commencé leur carrière vidéoludique en jouant au jeu officiel y utilisent les mêmes mots de passe que ceux qu'ils emploient sur les sites internet liés à leurs activités hors la loi.

Certaines de ces démarches peuvent être hors la loi dans la mesure où le droit national réserve les infiltrations de groupes soupçonnés de certaines infractions à des *cyberpatrouilles* habilitées²⁰⁶ (Quemener, 2011, 823). Ce passage des salariés de l'entreprise à des conduites qui enfreignent la loi peut se comprendre dans la mesure où les *cyberpatrouilles* sont, dans le cas des jeux en ligne, encore peu reconnues²⁰⁷. Les entreprises de jeux vidéo en ligne classiques qui ne sont pas perçues comme « à risque » ont donc davantage de mal à faire aboutir leurs plaintes. En l'absence de *cyberpatrouilleurs* assermentés, les enquêteurs de l'entreprise se retrouvent donc en première ligne. Ils prennent conscience de l'importance des montants accumulés par certains jeunes administrateurs de serveurs à option payante et pourraient en venir à se demander si, pour gagner leur vie, il ne serait pas raisonnable de faire comme ceux qu'ils pourchassent, mais en tout état de cause sans courir le risque d'une incrimination.

7.3.7 – La dynamique globale des serveurs parallèles sous l'effet de sanctions ciblées et répétées

En résumé, si l'on repart du cas de Dofus, nous pouvons remarquer que dans l'espace public, le basculement vers l'hégémonie d'un *discours du parasitage*

²⁰⁵ Ces indicateurs peuvent être des redresseurs de torts issus du jeu officiel, ou des membres de forums de *fans* qui se trouvent fréquemment en concurrence et souhaitent parfois procéder à un règlement de compte.

²⁰⁶ L'arrêté d'application date du 30 mars 2009. L'usage cible surtout la lutte contre la pédophilie et les fraudes relatives aux jeux d'argent et de hasard sur internet.

²⁰⁷ Sauf dans le cadre des enquêtes commanditées par l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL), focalisées sur la poursuite des sites illégaux de jeux de hasard sur internet qui peuvent être suspectés de blanchiment (Filippetti A. et Lamour J.-F., 2011).

intervient une fois que les systèmes de classement des *serveurs parallèles* octroient la visibilité maximale aux serveurs hors la loi pourvus d'options payantes. Ceci est en premier lieu la conséquence du design de tels serveurs parallèles, mais également de manière plus subtile de la prise en compte lors de leur conception des algorithmes de classement qui mettent en avant la visibilité des quelques *serveurs parallèles* les plus peuplés. C'est ce design complexe des *serveurs parallèles* à options payantes, induisant une mise en visibilité supérieure, qui provoque le basculement rapide des entreprises propriétaires des jeux en ligne dans la voie répressive.

Le recours à la sanction et en particulier à sa déclinaison pénale est couramment rencontré dans l'industrie des jeux d'argent et de hasard, notamment en réponse aux pratiques de blanchiment d'argent (Steiner et Trespeuch, 2013 ; Trespeuch, 2011c ; Pons, 2006), mais cela surprend davantage pour des jeux en ligne. Les poursuites pénales pour enrichissement illégal sont engagées d'autant moins vite dans le cas de jeux vidéo en ligne classiques, car le gain d'argent réel au cours d'une partie n'y est pas un objectif attendu. Dans le cas de Dofus, nous remarquons que l'enrichissement des administrateurs de *serveurs parallèles* joue malgré lui un rôle important dans le déclenchement d'une incrimination, mais que ce sont les algorithmes de classement des *serveurs parallèles* qui sont les causes réelles de l'engagement dans des démarches répressives. Pourtant, celles-ci restent mesurées. Les sanctions appliquées impliquent le droit le plus souvent de manière indirecte, au travers de simples menaces de recours en justice. Ceci est le résultat d'une négociation des salariés de l'entreprise avec les acteurs engagés dans le fonctionnement et l'usage de *serveurs parallèles*. Il s'agit d'un processus contingent (Ogien, 1986) dans lequel les salariés de l'entreprise propriétaire du jeu appliquent des sanctions qui répondent de manière différenciée aux conduites des acteurs impliqués dans le fonctionnement et l'usage des *serveurs parallèles* hors la loi. C'est ainsi que les salariés de l'entreprise créatrice tolèrent, à des degrés divers, certaines pratiques pourtant en infraction avec le droit des auteurs qu'ils devraient théoriquement protéger avec constance. Contrairement à la part des administrateurs de serveurs à option payante peu habiles qui ferment rapidement leur jeu, une poignée d'administrateurs de serveurs à option payante hébergés à l'étranger parvient toutefois à pérenniser une activité hors la loi, attirant progressivement de nombreux joueurs. C'est dans ce genre de cas qu'une filature illégale de l'administrateur peut avoir lieu et modifier encore une fois le périmètre d'action de l'entreprise.

En dehors des très rares cas de poursuites en justice, nous constatons que la sanction la plus courante reste sans incidence judiciaire. Elle consiste à menacer d'une attaque en justice pour inciter à fermer les serveurs devenus trop populaires sur le site de référencement. Cette fermeture advient donc à la suite d'une simple demande d'arrêt du service qui est alors qualifié d'illégal, demande envoyée à l'hébergeur des données qui décide généralement d'y répondre positivement. Toutefois, ces fermetures sont ponctuées par les ouvertures de nouveaux serveurs, relativement faciles à mettre en place. La courte durée de vie des *serveurs parallèles* incite les administrateurs à modifier les règles du jeu pour permettre une progression accélérée des personnages, ce qui a pour l'instant un effet stabilisateur

sur la taille des communautés de joueurs des serveurs. L'action répressive de l'entreprise créatrice du jeu induit donc également la délégation de services ludiques qui se distinguent du jeu original.

Nous pouvons toutefois nous interroger sur la responsabilité que l'entreprise créatrice fait porter aux administrateurs, parfois très jeunes, et dans une moindre mesure aux joueurs. Leur sanction apparaît davantage comme le fruit d'une « économie de l'imputation » qui met fin à la recherche d'un coupable (Dodier, 1995). Occultant la prise en compte des conduites, plus discrètes, des certains autres acteurs des cercles privés de jeux vidéo en ligne, à commencer par ceux, souvent plus âgés, qui monnaient la programmation de modifications des logiciels de *serveurs parallèles*.

7.4 – Conclusion : les émulateurs de jeu en ligne. De la conservation des anciennes versions du jeu au piratage du jeu officiel à des fins lucratives

La description des agencements sociotechniques qui structurent les trajectoires d'usage et d'exploitation lucrative de serveurs parallèles permet de comprendre les spécificités de la valorisation économique des émulateurs d'un jeu en ligne. Les salariés qui en sanctionnent certains suivent docilement les prescriptions de l'algorithme du site de référencement des *serveurs parallèles* et punissent les protagonistes dont le serveur est situé dans le haut du tableau, ceux supposés les plus profitables et produisant le plus de parasitage pour le jeu officiel. De l'autre côté des écrans, la communauté des passionnés d'émulation de jeux en ligne conçoit des émulateurs toujours plus faciles à prendre en main, qui se révèlent adaptés à leur administration par des mineurs qu'il est difficile de condamner en justice. Cette simplification de l'administration des serveurs a tendance à normaliser leurs fonctionnalités, compliquant leur différenciation pourtant à l'origine des votes qui les classent sur le site de référencement. La rémunération d'informaticiens qui sont majeurs devient de fait une nécessité pour les administrateurs qui souhaitent sortir du lot et inscrire durablement leur *serveur parallèle* dans le haut du classement du site de référencement. Les effets des « points boutiques » payables par micro paiement et des systèmes de votes des sites de référencement se conjuguent pour qu'une minorité de serveurs perfectionnés captent des profits en euros conséquents et attirent les plus fortes fréquentations de joueurs. La différenciation du niveau de valorisation économique entre *serveurs parallèles* n'est donc pas liée à la *force mémorielle* comme c'est le cas pour des jeux hors ligne. Ce paramètre est relativement homogène pour la majorité des *serveurs parallèles*. L'organisation de l'équipe d'administration du *serveur parallèle* qui parvient à se maintenir dans le haut du classement rémunère les meilleurs informaticiens, ceux capables d'adapter au plus vite l'émulateur en y intégrant certaines nouveautés des versions les plus récentes du jeu officiel. Les serveurs parallèles à but lucratif qui attirent le plus de joueurs et de profits sont donc ceux qui répliquent le plus fidèlement la version actuelle du jeu officiel, tout en s'en différenciant par un accès gratuit à l'intégralité des contenus de jeu et la possibilité de payer certains bonus pour progresser plus vite que dans le jeu original.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'étude présentée dans cette thèse comporte un certain nombre de limitations que nous souhaitons résumer succinctement. En premier lieu, le fonctionnement de l'entreprise Ankama ne fait pas l'objet d'une analyse organisationnelle détaillée, elle est principalement mobilisée pour donner le contexte de conception et de régulation de certaines fonctionnalités du jeu bien précises.

Par ailleurs, nous avons expliqué que les joueurs de Dofus de milieux populaires ont peu d'argent et davantage de temps à consacrer au jeu. Cela leur rend possible l'invention de détournements. Notamment lorsque leur visée est l'économie d'argent contre un investissement en temps supplémentaire dans le jeu. Toutefois, si ces détournements fonctionnent si bien dans Dofus, c'est aussi parce qu'une proportion des joueurs plus riches, souvent issus de milieux sociaux favorisés, est prête à dépenser davantage d'argent pour s'épargner certaines pratiques de jeu qui seraient sinon difficilement contournées.

Les différences de milieux sociaux des joueurs donnent un début d'explication aux frictions et aux complémentarités qui structurent l'organisation de pratiques d'échange de temps de jeu et d'argent. Elles ne permettent toutefois pas de tout expliquer. Il semble tout aussi important de prendre en compte ce qui se passe lorsque les joueurs sont déconnectés du logiciel Dofus. Ceux qui sont prêts à jouer beaucoup pour économiser de l'argent sont certes préférentiellement issus de milieux populaires, mais ils sont aussi très souvent jeunes et encore scolarisés dans le secondaire. La relation à leurs parents n'est donc pas la même. Leur âge leur donne par ailleurs l'occasion d'échanger régulièrement avec leurs amis d'école au sujet de Dofus et leur laisse en même temps du temps libre pour jouer après les cours et en vacances. Les joueurs qui payent pour progresser dans le jeu sans y passer trop de temps sont quant à eux relativement plus âgés et ils ont moins de temps à consacrer à Dofus parce qu'ils en investissent davantage dans l'étude ou dans un travail salarié. En fonction de l'âge des joueurs, les sociabilités liées à la famille, à l'école et au travail représentent donc des types de relations qu'il faudrait investiguer plus amplement pour mieux comprendre les pratiques des joueurs en ligne.

Pour expliquer la production de pratiques de jeu économiquement valorisables et notamment les détournements originaux, cette thèse aborde seulement certains effets issus du milieu social et de l'environnement scolaire ou professionnel. Dans le présent manuscrit, ces effets sont principalement évoqués au travers de deux phénomènes, d'une part le temps consacré au jeu lors des journées de cours et des vacances scolaires, d'autre part la pression à revendre son

personnage de jeu sur internet, une pression qui s'accroît juste avant les périodes d'examens et souvent avec le concours des parents. À l'inverse, la manière dont les usages du jeu rétroagissent sur le reste de la vie des joueurs apparaît tout au long de la thèse. Toutefois, nous avons fait le choix de ne pas organiser le manuscrit suivant ces chaînes causales qui interviennent seulement après coup dans la vie des joueurs. Nous en rappelons deux que nous avons jusqu'ici été évoquées seulement en creux.

La première se rapporte au paiement de l'abonnement qui modifie les dépenses en argent de poche du joueur en ligne. Notamment, lorsqu'il cherche à payer grâce à une rente qu'il se constitue, ou bien en allouant à Dofus l'argent destiné à des sorties culturelles ou à son forfait téléphonique. Dans ce dernier cas, il réduit sa consommation en télécommunications vocales au profit des SMS. La seconde concerne des désignations auxquels les joueurs sont particulièrement sensibles. Elles qualifient le temps important qu'ils consacrent au jeu. À ce titre les catégories d'« addict » ou de « cancre » sont les plus courantes. Dans les deux cas, l'évocation d'un probable échec aux examens scolaires complète la désignation. Ces appellations dévalorisantes venues de proches ou de l'enquêté lui-même s'accompagnent souvent chez lui d'explications liées à d'éventuels problèmes relationnels, notamment dans la famille et à l'école. Dans le cadre de notre enquête auprès des joueurs, un certain nombre d'indices relie l'apparition de ces désignations dévalorisantes à des événements problématiques au sein de ces deux types d'environnements sociaux.

Concernant les problèmes avec les parents, nos entretiens avec des joueurs permettent de constater qu'il existe toute une gradation de cas. Au sujet de notre accueil au domicile, le plus souvent, les parents donnent leur accord à l'enfant pour nous voir, puis ils s'effacent autant que possible lors de notre venue. Pourtant, certains laissent paraître des signaux plus explicites de sympathie, au point parfois de devenir obséquieux. Ces cas se sont tous accompagnés de demandes implicites pour nous inciter à valoriser auprès de leur enfant la famille, le travail salarié ou l'école. Parmi nos enquêtés, un problème familial un peu extrême nous a été conté par l'un d'eux à partir d'explications détaillées. Celles-ci portent sur les techniques que l'enquêté a inventées pour contourner systématiquement toutes les interdictions de jouer sur internet que ses parents persistent à vouloir lui imposer. La « lutte pour la connexion à Dofus » est suffisamment opiniâtre pour forcer l'enquêté à aller au Mac Donald — son lieu de travail — pour jouer en dehors de ses horaires salariés, grâce au WiFi proposé aux clients. Il déclare également se rendre parfois les dimanches avec son portable sur des bancs publics voisins du domicile pour capter un réseau WiFi ouvert, même en plein hiver.

Au sujet de l'école, nos données laissent penser que le déroulement de la vie scolaire dans son ensemble a un rôle très important dans l'agencement des sociabilités au sein des jeux en ligne chez les adolescents. Les vacances scolaires que nous avons évoquées dans la thèse sont importantes pour la majorité des jeunes joueurs, mais au-delà, les autres joueurs fréquentés à l'école en dehors des cours peuvent bénéficier d'un renforcement de liens faibles ou forts grâce à la coprésence en jeu le soir après l'école. La relation entre la pratique du jeu et les

résultats scolaires serait aussi intéressante à analyser. Notamment la manière dont ce lien est rendu naturel par les enseignants et les parents d'élèves, alors qu'il semble beaucoup plus complexe à analyser à partir des explications des joueurs. Une recherche complémentaire centrée sur les rôles de l'environnement scolaire dans le développement des pratiques de jeux en ligne compléterait donc utilement notre travail et permettrait d'aller au-delà d'une analyse restreinte à la relation entre style de jeu et niveau de diplôme.

Engagement exploratoire et farm

Nous souhaitons en dernier lieu reprendre la discussion que nous avons entamée avec Nicolas Auray à l'occasion d'un article paru dans la revue Réseaux (Auray et Vétel, 2013) qui discute la *théorie des régimes d'engagement* (Thévenot, 2006).

Cette théorie définit l'engagement non pas comme une analyse qui surplombe l'environnement d'étude. Elle se démarque donc de l'évaluation rationnelle qui débouche sur la coordination des intérêts individuels chère aux économistes néoclassiques, mais aussi du guidage des actions par des prédispositions sociales qui structurent des communautés de normes. L'engagement correspond à la capacité à formuler un jugement sur l'action : « s'engager » c'est donc tenir un jugement sur son action. Et juger c'est mener une opération de rapprochement, de mise en équivalence entre certains éléments sélectionnés dans le cours d'action passé, ce qui suppose de s'inscrire dans un *format de jugement*. L'héritage pragmatiste est mobilisé pour prêter aux acteurs une pluralité de jugements consécutifs, dont les formats varient en fonction du degré de coordination sociale qu'exige le contexte. Par exemple, la coordination en public mobilise des formats de jugement très différents de ceux qui ont cours lorsqu'on agit seul chez soi. Pour chaque individu, les types d'engagements sont pluriels et se déclinent en trois régimes : la justification (Boltanski et Thévenot, 1991), le plan (Thévenot, 1995), la familiarité (Thévenot, 2006). Ils se distinguent par le degré de généralité des catégories du jugement qui sont mobilisées. La justification monte la plus en généralité, le plan moins, la familiarité pas du tout puisque c'est un dialogue intérieur.

Un postulat de base est partagé avec la philosophie politique et morale, celui d'une réflexivité de celui qui agit. Les comportements les plus routiniers et ceux qui sont souvent qualifiés d'obsessionnels sont donc écartés parce qu'ils indiquent que, pour un moment, la personne qui agit suspend ou perd sa prise réflexive (Thévenot, 1993). Toutefois la théorie de l'engagement n'est pas une philosophie, mais une sociologie de l'action, elle ne commence pas par l'analyse de principes d'action cadrés par des règles de droit, mais s'intéresse d'abord aux actions ordinaires en train de se faire. Cette théorie reprend les postulats de l'économie des conventions (Orléan, 2004) qui aborde la question de la coordination collective des actions individuelles, toutefois il s'en démarque de deux manières. D'une part, en ajoutant une dimension politique aux activités de coordination, comprise comme une manière de produire quelque chose de commun. D'autre part, en appréhendant l'action, non pas à partir d'une posture

d'individualisme méthodologique, mais du point de vue du bouclage qui existe entre l'action et son évaluation.

Notre article présente une adaptation au domaine des jeux en ligne de certaines théories que Nicolas Auray a formulées dans son mémoire d'habilitation à diriger des recherches (Auray, 2013) à partir de terrains consacrés aux hackers et aux spammers. Certaines activités des joueurs de Dofus mus par la curiosité permettent de proposer un aménagement à la théorie des régimes d'engagement. Cela ouvre également une réflexion sur les implications normatives d'actes effectués à distance, autant dire que cela concerne des multitudes d'internautes, avec par conséquent des implications économiques et politiques relativement lourdes.

Pour les salariés d'une entreprise et pour ses clients, le capitalisme se caractérise par un centrement d'une partie de leurs actions suivant des logiques gestionnaires qui incitent à l'élaboration anticipée de plans, avec pour tendance l'encouragement d'usages orientés suivant des objectifs qui sont souvent chiffrés (Boltanski et Chiapello, 1999). Cela permet donc d'évaluer la performance de l'action au regard de prévisions et d'attribuer des responsabilités en fonction des évaluations. Parmi une pluralité de *régimes d'engagement* courants, la familiarité et les débats en justification au sujet du bien-fondé des normes sociales sont dépourvus de ces propriétés spécifiques et deviennent moins fréquents. À première vue, cette prédominance de l'engagement en plan, par la planification anticipée et l'attribution de responsabilités, à soi-même et aux autres, semble renforcée par les usages des technologies numériques, elles aussi organisées autour de décomptes et de normes qui reposent sur le chiffrage des performances²⁰⁸.

Comme l'explique Philippe Steiner dans la préface de l'ouvrage « l'attention au monde : sociologie des données personnelles à l'ère numérique » (Kessous, 2012), les formes actuelles du capitalisme reflètent un nouveau modèle de *l'économie de l'attention*. Ce concept repose sur une intuition de Herbert Simon (1971) : le bien rare qu'il faut gérer n'est plus l'information dont le coût marginal est devenu quasi nul, l'objet de l'économie est désormais la rareté de l'attention qui peut être consacrée à l'information. Nicolas Auray part de ce constat pour affirmer que depuis une vingtaine d'années l'intensification des usages du numérique modifie encore davantage l'écologie des *régimes d'engagement*, notamment parce que les usagers du numérique font un recours croissant à deux autres régimes qu'il appelle des *régimes attentionnels*. Premièrement, la curiosité exploratoire, ou *engagement exploratoire*, qui se distingue comme une « curiosité intentionnelle », fruit d'entraînements relativement intenses. Sans viser au maintien d'une seule action, précise, habituelle et efficace, *l'engagement exploratoire* soumet les

²⁰⁸ Des outils numériques pour smart phone assistent, normalisent et encouragent à la quantification d'actions quotidiennes. Par exemple ce « monitoring » vise des actions comme courir, marcher, prendre des photosouvenirs, dormir, manger, prendre soin de soi, jouer, etc. Cela atteste de la diffusion des engagements en plan dans les sphères les plus intimes, là où l'engagement en familiarité avait jusqu'ici tendance à dominer. Reste donc à comprendre comment le design des logiciels oriente les formats de jugement des usagers et quels régimes mobilisent finalement les usagers qui publient et consultent sur internet les résultats de ces mesures.

révisions incessantes des actions à une orientation normative univoque, en direction de ce que les acteurs considèrent comme des bienfaits pour la coordination sociale.

L'article décrit l'*engagement exploratoire* des joueurs en ligne comme une manière d'agir qui est subtilement préparée par le design de certaines interfaces numériques conçues pour valoriser l'ouverture attentionnelle des usagers. Toutefois, ces « scripts d'action » qui incitent à l'exploration de détournements d'usages – nous pourrions les qualifier de *scripts de détournement* – ne parviennent pas à maintenir durablement les joueurs dans cette quête de surprises, si bien que l'exploration curieuse ne tient qu'un temps et reste surtout très présente chez les joueurs débutants.

L'aguerrissement, l'enrichissement en argent du jeu et l'accumulation d'informations sur les modes de coordination qui permettent de gagner plus rapidement au sein du jeu participent à l'effritement progressif des *engagements exploratoires*. Chez les joueurs qui progressent, certains de ces mêmes éléments de design sont appréhendés différemment et finissent par ne plus stimuler la curiosité. Les joueurs experts s'affranchissent progressivement des *engagements exploratoires* et se concentrent sur des *régimes d'engagement* marqués par des anticipations qui se caractérisent par la formulation d'attentes et de plans, circonscrits à de petits réseaux sociaux de pairs expérimentés. L'allongement de l'expérience du jeu des joueurs experts contribue donc à fragmenter des groupes sociaux qui ne mobilisent pas les mêmes *régimes d'engagement*. Les joueurs expérimentés s'isolent à l'écart des débutants dans des groupes de plus en plus restreints, au point de refermer certaines circulations marchandes d'objets du jeu au sein de groupes de joueurs vétérans. Ces changements sociaux ne sont pas nécessairement faciles à observer, car les joueurs ne les identifient pas toujours. En effet, la difficulté des concepteurs à résorber ces iniquités ne débouche pas systématiquement sur l'expression d'injustices, parce que le design du jeu compense la disparition des *engagements exploratoires* chez les vétérans grâce à l'élaboration de règles du jeu qui séparent les groupes sociaux, afin d'éviter les envieux chez les débutants pour qu'ils ne souffrent pas trop de ces disparités.

Un second régime d'attention est appelé attention volatile²⁰⁹ ou *engagement volatile*. C'est une « réactivité irréfléchie, marquée par l'abandon à des sollicitations issues de l'environnement » (Auray, 2013). Cela recouvre, le report d'attention sur une perturbation imprévue, qu'il y ait ou non une volonté préalable de se laisser dissiper. Dans tous les cas, la distraction devient l'objet central de l'action, même si elle modifie en profondeur sa visée normative. Ce régime d'attention qui favorise une « réactivité de bas niveau » face à l'environnement est le plus facile à organiser au préalable, par exemple grâce au choix adapté des éléments de design d'un objet. Il débouche alors aisément sur le paiement de biens et services, puisque l'utilisateur est par définition disponible aux suggestions qui l'environnent. Cet effet est notamment l'un de ceux qui sont produits par les publicités dans l'espace public, certains emballages des produits commerciaux, ou encore les présentoirs de

²⁰⁹ « Backmind attention » chez Davenport et Beck (2001).

marques en tête des rayons de supermarchés (Callon et Muniesa, 2003 ; Cochoy, 2004).

Le farm : un détournement qui engage dans un environnement sociotechnique plastique

Les engagements exploratoires et volatiles qui sont favorisés dans les environnements numériques débouchent couramment sur des actes de détournement qui n'ont rien à voir avec le scénario d'usage prévu par les concepteurs. Notre travail de thèse permet d'identifier d'autres séquences d'action que les joueurs nomment génériquement « farm » pour qualifier un type de détournement caractéristique du jeu. Le farm a la particularité de recourir à la fois aux *régimes d'engagements* du plan et de la familiarité. Il désigne des séquences d'action peu diversifiées, qui sont exécutées à la fois parce qu'elles ne nécessitent pas beaucoup de réflexivité pour être prolongées et parce qu'elles permettent d'être performant pour progresser rapidement dans le jeu, pourvu que l'on veuille bien suivre les divers indicateurs de succès que le logiciel propose, et notamment les indicateurs quantitatifs de la quantité de monnaie du jeu et des « points d'expérience » gagnés par le personnage. Les tâches routinières de farm se composent principalement d'automatismes qui sont familiers au joueur. Le farm est apprécié des joueurs pour sa plasticité. Il leur permet de moduler la pratique jusqu'à trouver un compromis satisfaisant entre investissement cognitif et rapidité de leurs gains.

Le joueur peut favoriser un ménagement extrême de son attention, ce qui peut être recherché en cas d'amenuisement des capacités cognitives, à cause d'un épuisement ou d'anxiété, ou bien lorsque l'environnement numérique sature les capacités normales de l'utilisateur par la démultiplication des alertes et des messages d'informations. Dans ces contextes, le farm est une manière d'agir qui est facile à mettre en œuvre, il suffit d'inhiber la majorité des informations inédites, en premier lieu celles qui s'éloignent le plus du rythme de ces actions succinctes et inlassablement répétées²¹⁰. Si nous adoptons la définition goffmanienne du jeu collectif comme une *rencontre focalisée* (Goffman, 1961b), cette modalité extrêmement individuelle du farm revient donc à se soustraire temporairement du jeu. Toutefois, quand le joueur le souhaite, il peut changer sa manière d'exécuter ces séquences d'action basiques et en exercer plusieurs en parallèle, en contrepartie d'une plus grande charge cognitive investie en adresse pour coordonner ses gestes à la souris et en planification pour inventer des enchaînements plus productifs. Cela débouche sur l'accélération des gains, en premier lieu pour faciliter la progression de son personnage, même s'ils peuvent parfois aussi impliquer un enrichissement en euros hors du jeu.

Autrement dit, dans Dofus, le farm correspond à une alliance modulaire d'un engagement en familiarité et d'un engagement en plan. Il peut être assimilé à

²¹⁰ La définition rythmique du « style de jeu » fait l'objet d'un article complet qu'a publié Manuel Boutet (2012).

un troisième *régime attentionnel* que les joueurs en ligne adoptent massivement parce qu'une partie du jugement réflexif porte sur le compromis entre les gains d'objets du jeu et une économie d'attention qui soustrait progressivement du collectif de participants. Celui-ci a la particularité de se combiner avec le design du jeu en ligne pour reproduire une forte stratification sociale entre les joueurs qui l'adoptent. En revanche, l'*engagement exploratoire* et l'*engagement volatile*²¹¹ sont deux autres régimes attentionnels que les joueurs de Dofus ne parviennent majoritairement pas à maintenir très longtemps. Les principales séquences d'action qui relèvent d'un *engagement exploratoire* ne produisent pas de stratification sociale, mais une fragmentation des joueurs en groupes – en « mondes sociaux » pour reprendre Howard Becker — qui sont caractérisés par l'aguerrissement et l'opulence des personnages joués.

Le régime d'engagement basé sur l'activité de farm n'est donc pas réductible au maintien ininterrompu d'une séquence d'action monotone. Les petites récompenses que le joueur retire régulièrement sont l'occasion d'exercer sa réflexivité et de décider de la modulation des deux formes d'engagements qui composent le farm. À ces occasions, le joueur peut reprendre son schéma d'action à l'identique, le modifier un peu, ou en changer complètement. Ces ruptures sont repérables par des (re)prises de conscience exprimées à soi-même ou à d'autres, le plus souvent suite au ressenti d'une lassitude et d'ennui, d'un manque ou d'une satisfaction qui traduisent toujours la formulation de bienfaits et de méfaits. Toutefois, il est important de rappeler que ces notifications qui s'inscrivent dans une dynamique de valorisation de l'action sont opérées par les joueurs. En tant que chercheur, nous pouvons les observer sans nécessairement y souscrire. Nous pouvons considérer leurs effets normatifs, notamment lorsqu'ils concernent des usages massifs du numérique et ont une potentialité politique avérée.

Les engagements des farmers ont des implications politiques, car ces participants ont des capacités inégales pour gérer la modulation des engagements dans le farm. Émergent différentes pratiques de farm, dont la répartition parmi les joueurs est inégale et dépend de leurs classes sociales et de leurs avoirs économiques. Il en découle une division morale des différentes tâches de farm. Le degré de monotonie des séquences d'action ressort des entretiens comme le principal facteur qui permet aux joueurs d'attribuer ou non à une séquence de farm les caractéristiques morales d'une activité plus ou moins dégradante et méprisée.

D'autres attributions entrent toutefois dans la différenciation morale des activités de farm. À une extrémité se trouve la modalité du *sale boulot* (Hughes, 1962) qui est le plus méprisé, le plus monotone et le moins exigeant en capacités cognitives. Mais il implique aussi la rémunération de joueurs pauvres qui ne s'expriment pas dans des langues occidentales. Paradoxalement, il relève également d'une division des tâches complexe au sein de collectifs structurés, parfois même en entreprises.

²¹¹ Nous n'avons pas spécifiquement étudié l'*engagement volatile* des joueurs en ligne, même s'il semble qu'il soit explicitement visé par les tentatives de modification « publicitaires » de l'environnement de jeu issues du département marketing d'Ankama, notamment les « events » évoqués au Chapitre 5 au sujet de la production d'objets du jeu.

À l'autre extrémité se situe la modalité du *sale jeu* (Fine, 1986)²¹², qui se différencie par une diversification plus grande des séquences répétées, mais également par l'absence de rémunération et l'implication de joueurs occidentaux qui agissent à titre individuel, sans nécessité d'organiser des collectifs élaborés pour écouler leurs collectes. Dans ce dernier cas, c'est l'entreprise qui intègre au logiciel de jeu une organisation sociotechnique efficace et que les joueurs riches peuvent facilement mobiliser. Finalement, l'identité de celui qui prend en charge l'organisation des échanges des d'objets collectés à l'issue du farm fonde la distinction morale entre les modalités de *sale jeu* – l'organisation est endossée par l'entreprise créatrice du jeu — et de *sale boulot* – ce sont ici les farmers et leurs clients qui s'occupe d'organiser les échanges. C'est précisément la séparation des deux types d'agencement par les joueurs et les concepteurs – suivant des attributions morales distinctes qui sont étroitement liées à des types de régime d'engagement – qui permet de comprendre le type de capitalisme à l'œuvre dans un jeu en ligne comme Dofus.

Les joueurs et les concepteurs de Dofus identifient donc deux types de *marchés contestés* (Steiner, Trespeuch et Roux, 2014) grâce à un marquage moral des modes de production des objets supposés y circuler, même si une partie est produite suivant des modalités de farm moins extrêmes est difficile à identifier. L'implémentation de la monnaie intermédiaire « Ogrine » est une des principales stratégies adaptatives mises en place par Ankama pour organiser des *réagencements marchands* sous la forme d'un *marché non contesté* où tous les produits du farm peuvent circuler avec une meilleure sécurité. Le farm dans sa modalité du *sale jeu* y gagne en légitimité morale. Cela se traduit par l'apparition de producteurs qui consommaient jusqu'ici en autarcie les produits de leur collecte et se mettent maintenant à les revendre sur ce nouveau marché. Celui-ci compense en partie le surcoût de la sécurisation parce qu'il touche un nombre accru de joueurs, mais pas suffisamment pour que le Kama y coûte moins d'euros que sur les marchés liés au farm dans la modalité du *sale boulot*. Celui-ci se maintient donc à des prix inférieurs, même si des baisses de marge semblent indiquées par une diversification progressive de l'offre de services, avec notamment la popularisation du « *power levelling* », la cession temporaire et payante d'un personnage à un joueur chargé d'augmenter le plus vite possible son « niveau d'expérience ». Une nouvelle modalité de *sale boulot* se développe et structure un marché de la location d'un type de marques de progression jusqu'ici négligé : les *marques non circulantes*, attachées aux personnages - voire au compte client dans le cas de Dofus.

²¹² Everett Hughes et Gary Alan Fine se sont penchés sur les activités que des membres d'un collectif tolèrent même s'ils posent toutefois un problème moral au plus grand nombre. Hughes définit la notion de *sale boulot* dans un article qui porte sur le rôle social affecté aux fonctionnaires nazis responsables de l'extermination des juifs et il s'interroge sur leur fonction morale vis-à-vis du reste de la population allemande. Gary Alan Fine prolonge ce travail en définissant le *sale jeu* des petits garçons dont les cadres ludiques permettent la transgression de certaines normes que leur fixent les adultes. Dans les deux études, des marquages sociaux moralement dévalorisants sont attribués aux activités d'une minorité, alors qu'elle remplit pourtant bien une fonction sociale qui « sert » la majorité.

ANNEXES

Annexe 1

Quelques données d'enquête complémentaires

La liste des mises à jour majeures de Dofus classées par année et par numéro de version

2016	2015	2014	2013	2012	2011
2.34 2.33	2.32 2.31 2.30 2.29 2.28 2.27	2.26 2.25 2.24 2.23 2.22 2.21 2.20 2.19 2.18	2.17 2.16 2.15 2.14 2.13 2.12 2.11 2.10	2.9 2.8 2.7 2.6	2.5 2.4 2.3 (bis)
2010	2009	2008	2007	2006	2005/2004
2.3 2.2 2.1 2.0 (bis)	2.0 1.29 1.28 1.27 1.26 (bis)	1.26 1.25 1.24 1.23 1.22	1.21 1.20 1.19 1.18 1.17	1.16 1.15 1.14 1.13 1.12	Pas d'historique des versions du jeu

Tableau 8 : L'historique des mises à jour de Dofus. En grisé les années correspondant à notre enquête

Le guide destiné aux entretiens avec des enquêtés joueurs

Contexte du joueur (20 min)	
Parcours ludique (5min)	
Parcours vidéo-ludique général	<u>T'es plutôt joueur ou tu t'y es mis un peu par hasard ?</u> Tu joues depuis combien de temps ? D'autres jeux-vid ? Sur quelles machines ? Genre préféré ? Genre détesté ?
Autres pratiques ludiques	<u>Tu joues à d'autres choses que les jeux-vidéo ?</u> Jeux de hasard ? Jeux de hasard sur internet ?
Pratique ludique (5min)	
L'entourage ?	Qu'est-ce qui joue (à Dofus) autour de toi ? (famille, potes, collègues)
Quand ?	<u>Tu joues depuis quand à Dofus ?</u> Interruptions ? Arrêt ? Joue qd généralement ? Entre quelles heures ? Combien h/semaine ?
Où ? Comment ?	Tu joues ailleurs que chez toi ? Chez toi tu joues où ? Tu as une installation spéciale pour jouer ?
Autour du jeu (10min)	
S'informer	<u>Comment tu fais pour t'informer sur le jeu ?</u> <u>Fansites ? Forums</u> , tu consultes quels sujets / tu écris sur quels sujets ?
Communiquer à distance	<u>Comment tu communique avec les joueurs hors du jeu ? Dans le jeu ?</u> Tu utilises des appli mobile pour Dofus ? Abonnement mobile à 20E ? Répartition conso com, SMS, internet ?
Socialiser	<u>Tu vas dans des rassemblements de joueurs (IRL) ?</u>
Ingame (15min)	
Raconter les moments de jeu importants (10min)	
Le bien virtuel précieux	Tu te souviens le moment le plus important pour toi dans le jeu ? Un souvenir ? Le meilleur / le pire pour toi ?
Le jeu routinier	C'était surtout quoi ta routine de jeu ? Tu avais des stratégies pour monter ton perso rapidement ?
La guilde	<u>Comment tu es entré dans une guilde ? Combien de guildes ? Différentes ?</u> T'avais des rôles précis dedans ?
Débuts sur Dofus	<u>Dans tes débuts à Dofus comment tu faisais pour progresser ?</u> Premiers contacts régulier ingame ? Sites web ? Stratégie spécifique ?
Contexte factuel des persos (5min)	
Serveurs	<u>Sur quel serveur t'as l'habitude de jouer ?</u> Tu penses quoi de son économie ? Quels serveurs tu évites ? Penses quoi de son économie ?
Personnages	Tu peux présenter tes persos ? Pseudo ? Niveaux ? Fonctions ? Multicompte ? [Confiance/Risque vs. S'isoler/Sécurité] Comment tu utilises tes différents comptes ? Y ont des rôles différents ? Y sont utilisés en même temps ou en différé ? Tu évalues à combien le prix total des biens de tes persos ? Tu évalues à combien le prix total de tes persos "nus" ? C'est quoi leurs <u>équipements principaux</u> ? C'est quoi l'objet le plus important de tes persos ? Bonta / Brakmar : tu penses quoi des ton alignement et de l'autre ?
Comportement d'agent économique (15min)	
Ses Kamas	Y a des moments où tu avais des problèmes de Kamas ? Tes solutions pour en avoir rapidement ?
Marchandage général	Moments préférés pour marchander ?(en semaine, journée, vacances) <u>Comment tu fais des affaires ? Comnt tu fais pr fixer les prix ?</u> Quels objets pr transaction en réfléchissant bcp ? Sans réfléchir ? <u>Comnt tu fais les calculs pr évaluer les prix ?</u> <u>Quel objet tu voudrais à tout prix avoir ?</u> Comnt tu gères les dettes dans le groupe ?
Mode échange	<u>Comnt tu utilises le mode échange direct ? mode marchand ? PNJ marchands?</u> Pr débarrasser / profit / autre ?
HDV	Usage HDV ? Temps moyens des objets laissés ? Confiance ds les prix des différents HDV ?

Stockage transport	Quel tri objets, K entre inventaire, banque, maison, guide ? répartition entre lieux ?
Craft	Place métier dans ta pratique ? Commande ? A qui ? (au hasard, amis, fournisseurs intra ou extra guilde ?)
PvP	Tu penses quoi du PvP ? (Les traques, les crâs, l'anti-jeu, les Pévétos) Tu pratiques surtt pqoi ? Pr gagner des Kamas ? (MaJ Pévétos) Pr être connu (MaJ lim° FM / perso)
Comportements déviants [20m]	
Ennui	Moments où tu t'ennuies ? Pqoi tu restes qd m ? Comment tu écoutes ? Vu des Joueurs bien équipés jouant mal ? Cmmt tu reconnais ? Comnt ils s'équipent ?
Nouveaux riches	Déjà vu ? C'est quoi en général ? Ca vise qui ? Tu as vu quoi exactnt ? Ca t'es arrivé ? Décris ? Pour quelle raison ?
Triche	Déjà vu ? C'est quoi en général ? Ca vise qui ? Tu as vu quoi exactnt ? Ca t'es arrivé ? Tu as déjà fait ? Décris ? Usages sus à l'avance ? Ce que tu regrettes le plus d'avoir perdu ?
Arnaque marchande	Déjà vu des bots ? Cmmt tu reconnais ? En penses quoi ? Servent à quoi ? Appartiennent à qui ? Déjà Testé ?
Goldfarmers & bots	Volé un compte ? Décris ? Hacké un compte ? Décris ? Ce que tu regrettes le plus d'avoir perdu ? Accusé de hack ? Décris ? Hacké qun ? Décris ?
Hack	Marchande ac CA ? Décris ? Pense quoi d'achat de CA ? de vente de CA ? Pqoi partique pr toi ? Pqoi mieux qu'Ogrines ?
Trafic : code audio (CA)	Sites marchnds acheter trucs pr jeu ? Quels sites ? Comnt trouve sites fiables ? Achètes surtt quoi ? Combien par mois ? Usages Sus à l'avance ? Potes au courant ? Entourage ?
Trafic : sites traders	Ban
Ban	IG et sur Forum : pq ? en pense quoi ?
Serveurs privés	Gratuit / payant ? Joueur / installateur de serveur ? Raisons ? pense quoi ? Arkanic ?
Vente de comptes	Décrire cmt ça se déroule ds les faits ? Raisons vente / achat ? Sues à l'avance ? Descript° ce qui est vendu ? Pqoi ?
Site web Dofus [5m]	
Abonnement	Testé quels moyens d'abo ? Moyen habituel ? Montant /mois ? Avt Ogrines ? Apt Ogrines ? Comnt procure l'argent ?
Cadeaux	Bonus préféré ac abo ? Espace cadeaux, pts cad ac Ogrines ?
Loterie	Pense jetons ? Objets le plus recherché ? Achète Dofus mag' ? Echanges cartes loteries ? Ac qui ? Contre quoi ?
Extensions [15m]	
Extensions	Penses quoi 2.0 ? Pense quoi passage à 2.0 ? As perdu quoi ? Quoi avait le + valeur pr toi ? As perdu de l'argent ? Persos ? Biens importants ? Autres évo importantes pr toi ? Evo + ? Evo - ? Penses quoi de Frigost ?
Ogrines	Pense quoi Ogrines ? Pense quoi passage aux Ogrines ? Changement dans ta pratique avt / après ?
Transmédia & Transferts d'objets [15m]	
	Joues autres jeux ankama ? Depuis ? Pqoi commencé ? Dedans déjà eu des objets pr Dofus ? En as fait quoi ? Joues autres jeux avec liens entre eux ? Quoi ? Pense quoi du jeu "secondaire" ?
Pratique ludique future [5m]	

Evo de ta pratique ludique ? (tmps, dépense, machines) Pr toi valeur persos, objets virt, argent virt ? Argent réel ds jeu tu en penses quoi ?
Filmer la présentation des personnages
Etat civil [5m]
Nom, prénom, âge, Situation familiale, situation pro perso, profession parents
Loisirs, intérêts, passions

Tableau 9 : Le guide d'entretien utilisé auprès des joueurs enquêtés

Données sociodémographiques et socioprofessionnelles sur nos enquêtés

Prénom	Âge	Résidence	PCS person ne de référé nce	Emploi	Niveau d'étude	Profession du père	Profession de la mère
<i>Gabriel</i>	15	Fontaine-Le-Bourg (Normandie)	2	Non (Elève)	Secondaire (Collège)	Gérant de supérette	Au foyer
<i>Mohamed</i>	17	RP-Colombes	2	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Journaliste indépendant	Nourrice
<i>Jean</i>	15	Paris 18e	3	Non (Elève)	Secondaire (Collège)	Cadre entreprise télécom	Médecin libéral
<i>Emile</i>	16	Montpellier	3	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Professeur d'université	Psychiatre
<i>Richard</i>	18	RP-Antony	3	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Dentiste	Fonctionnaire du trésor public
<i>Christian</i>	24	Marseille	3	Cadre marketing (Chômeur)	Bac+5	Commerçant	Commerçante
<i>Corentin</i>	28	Paris 15e	3	Cadre audit financier (Chômeur)	Bac+5	Banquier	Avocate d'affaire
<i>Marie</i>	29	RP-Aubervilliers	3	Bibliothécaire ville de Paris	Bac+5	CPE Lycée	Infirmière
<i>Hélène</i>	18	RP-Le Raincy	4	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Facteur	Employée secteur social
<i>Samuel</i>	18	RP-Palaiseau	4	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Opticien	Institutrice
<i>Amaury</i>	20	RP-Le Thillay	4	Non (Etudiant IUT informatique)	Bac+2	Technicien dans une PME d'optique	Doubleuse de séries
<i>Loïk</i>	19	Paris 11e	5	Cuisinier Buffalo Grill	Secondaire (Lycée pro CAP)	Technicien informatique	Employée secteur assurances
<i>Gwenaël</i>	20	RP-Le Raincy	5	Serveur chez Flunch (Chômeur)	Bac	Responsable technique	Fonctionnaire du trésor public
<i>Antoine</i>	24	Paris 19e	5	Vendeur au	Bac+3	Revendeur	Comptable

				Bon Marché		informatique	
<i>François</i>	14	RP-Fosses	6	Non (Elève)	Secondaire (Collège)	Menuisier	Secrétaire Dépt RH
<i>Jorge</i>	16	RP-Bois-Colombes	6	Non (Elève)	Secondaire (Lycée général)	Maçon	Au foyer
<i>Marc</i>	18	RP-Villeneuve-saint-georges	6	Non (Elève)	Secondaire (Lycée pro CAP)	Maçon	Au foyer
<i>Antonio</i>	20	RP-Le Thillay	6	Non (Etudiant Licence d'Informatique)	Bac+2	Mécanicien aéronautique	Au foyer
<i>Luc</i>	20	RP-Vaires Torcy	6	Boulangier	Secondaire (Lycée pro CAP)	Sergent armée de terre	Au foyer
<i>Renault</i>	24	RP-Vaires Torcy	6	Magasinier au BHV	Secondaire (Lycée pro CAP)	Sergent armée de terre	Au foyer
<i>Éric</i>	25	RP-Kremlin-bicette	6	Conducteur de métro RATP (Chômeur)	Bac+2	Professeur de collège	Libraire

Tableau 10 : Données démographiques et socioprofessionnelles sur les joueurs de Dofus vus en entretien

Le guide destiné aux entretiens avec des salariés d'Ankama

Contexte général	
Parcours ludique	
Parcours vidéo-ludique général	T'es plutôt joueur ou tu t'y es mis un peu par hasard ? Tu joues depuis combien de temps ? D'autres jeux-vid ? Sur quelles machines ? Genre préféré ? Genre détesté ?
Autres partiques ludiques	Tu joues à d'autres chose que les jeux-vidéo ? Jeux de hasard ? Jeux de hasard sur internet ?
Parcours professionnel	
Formation	Décrire ton parcours professionnel ? Formation académique ? Emplois ? Les jalons les plus importants de ta carrière professionnelle ?
Entrée à Ankama	Contexte de ton embauche ? Un truc qui t'as marqué à cette époque ?
Travail chez Ankama	
Fonctionnement organisationnel	
Mission officielle	Comment elle t'a été présentée ? Description
Mission effective	Description ? Principales divergence avec mission officielle ?
Points marquants	Le moment le plus important pour toi chez Ankama ? Quelque chose qui t'as marqué, un souvenir ?
Fonctionnement entre dev	Répartition des rôles ? Que faisaient dans les faits tes collaborateurs ? (off)
Fonctionnement ac autres	Web agency, précisément le service abonnement ? Level/Game designers ? Programmeurs ? Graphistes ? Commerciaux Communication ?
Design	
Abonnement	Genèse de la formule Freemium ?
Moyens de paiement initaux	Retenus au départ ? Ajoutés par la suite ? Pqoi ? Avantages / Inconvénients pr vous ? pr les joueurs ? Chèque, Virement, CB, Paypal, Cartes prépayées (Paysafecard, TicketSurf), Codes cadeau, Par mobile (SMS, Audiotel)
Code audio	Origine de l'abo par Codes audio ? Contrôle parental ? Détournement ? Arnaques au CA ?
Ogrines	Raisons de la mise en place ? Effet sur l'usage des divers moyens de paiement ? Réaction des sous-traitants ? (CB / Cartes prépayées / Audiotel / SMS ?)
Ogrines IG	Conception de l'interface html IG ? Pourquoi interface différente du HDV ? (html et pas Air) Qui s'occupe de son design, des MAJ ? Pqoi pas plus de MAJ ? Pqoi pas de DebBlog / de log publics des MAJ ? Dysfonctionnement de l'interface en mai 2010 ? (K détournés) Critères pour la mise au point des échelles de sanctions ?
Régulation	
Economie des serveurs	Effets sur l'éco des serveurs de jeu ? Monstres & ressources ? Gestion des cours Ogrines / K ? (libre ou régulé ?) Pqoi ? Disparité entre serveurs ? Des cas particuliers ponctuels ?
Justice des serveurs	Plaintes principales liés à des injustices ? Les Ogrines comme moyens de les résoudre ? De créer de nouveaux problèmes pr les joueurs ?
Multicomptes	Autorisé dès le départ ? Différenciations de certains usages (PvM/PvP/autre) ?
Prêt de comptes	
Triches/hack/arnaques	
Serveurs privés	
Extentions	Passage 2.0 ? Frigost ?
Etat civil	
Nom, prénom, âge, Situation familiale, situation pro perso, profession parents	
Loisirs, intérêts, passions	

Tableau 11 : Le guide d'entretien utilisé auprès des salariés d'Ankama enquêtés

Le guide complémentaire destiné aux salariés d'Ankama en charge de réguler les serveurs privés de Dofus

Récit d'affaires de SP	
Les débuts	Récit de la 1 ^e tentative de poursuite en justice ?
Affaire emblématique	Récit qui t'as le plus marqué ?
Autres affaires importantes	Récit des principaux SP attaqués en justice ? Chefs d'accusation habituels ?
Quantification des affaires	Nombre de SP attaqués ? Fréquence ? Par mois ? Condamnés ?
Profil des condamnés	Quels sont les profils types des condamnés ? - âge - lieu de résidence type, profession et revenus des parents ? - style de famille ? Divorcé, avec pb etc.
Profil des SP des condamnés	Type de rémunération ? Montants ? Type de jeu sur le SP ? Type de règles du jeu ? Complexité de la programmation du SP ?
Profil des délinquants non-condamnés	Ceux qui aident à faire le SP (détail par type de tâche : modérateur forum, design flash infographie etc.) ? Ceux qui aident à programmer le SP ?
Echecs	Récit des SP où saisir la justice n'était tout compte fait pas possible Pqoi ?
Affaires FR vs. Affaires étrangères	Condamnations en FR ? (nombre / fréquence / type d'opérateurs ciblés ?) Condamnations à l'étranger ? (nombre / fréquence / type d'opérateurs ciblés ?)
Procédure d'investigation des SP "génants"	
Sites de référencement	Décrire les tâches ordinaires réalisées ?
Sites de triche et d'émulation de SP	Décrire les tâches ordinaires réalisées ?
Sur le forum du SP	Décrire les tâches ordinaires réalisées ?
Dans le SP	Décrire les tâches ordinaires réalisées ?
Ciblage global	Critères principaux de ciblage des SP à poursuivre ?
Recueillir les preuves suffisantes pour attaquer en justice	
Prouver l'infraction	Recoupement entre : 1. Identification du propriétaire du SP 2. Identification de celui qui touche l'argent ?
Cas problématiques ?	Les principaux cas problématiques pour prouver l'infraction ?
Q° finale	Pqoi pas de poursuite des Programmeurs qui aident les opérateurs ?
Stratégie globale d'Ankama	
Passage à l'acte initial	Récit du passage à l'acte pour la 1 ^e attaque en justice ? Pqoi avoir décidé d'attaquer en justice à un moment ?
Stratégie médiatique	Objectifs attendus de la médiatisation d'affaires ?
Tension en interne sur la stratégie	Direction ? Game designer ? Marketing ?

Tableau 12 : Le guide d'entretien utilisé auprès des salariés d'Ankama en charge de réguler les serveurs privés de Dofus

Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés salariés d'entreprises de jeux vidéo

Prénom	Âge	Profession	Niveau d'étude	Résidence
Gabrielle	27	Attachée de presse Ankama	Bac+5	Roubaix
Jérôme	31	Community manager de Dofus	Bac+2	Roubaix
Frédéric	29	Game designer de Dofus	Bac+2	Lille
Sébastien	32	Game designer de Dofus	Bac+5	Lille
Marc	29	Level designer de Dofus	Bac+5	Valenciennes
Pierre	29	Level designer de Dofus	Bac+5	Valenciennes
François	39	Level designer de Dofus	Bac+5	Roubaix
Jeanne	28	Responsable édition Ankama	Bac+5	Lille
Floran	29	Responsable Marketing de Dofus	Bac+2	Roubaix
Jacques	31	Responsable Marketing de Dofus	Bac+3	Kyoto
Alan	26	Support client pour Dofus	Bac	Roubaix
Florian	33	Chef de produit chez UbiSoft	Bac+5	Paris
Mathias	28	Data Analyst pour une entreprise de Jeux Facebook	Bac+5	Paris
Andrea	38	Game Designer d'un jeu sur Facebook	Bac+5	Paris
Jérémie	37	Entrepreneur dans le secteur du jeu vidéo	Bac+5	Strasbourg

Tableau 13 : Données démographiques et professionnelles sur les salariés d'Ankama vus en entretien

Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés impliqués dans les communautés d'émulateurs de jeux en ligne

Prénom	Âge	Profession	Rôle dans la communauté des émulateurs de MMORPG	Résidence
Aurélien	40	Entrepreneur du jeu vidéo	Programmeur (Jeu non-précisé)	Paris
Joseph	45	Administrateur système	Administrateur (DAoC)	Paris
Félix	28	Programmeur	Administrateur (WoW)	Paris
Sébastien	14	Collégien	Administrateur (Dofus)	RP
Matthieu	42	Programmeur	Administrateur (DAoC)	Paris

Tableau 14 : Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés impliqués dans les communautés d'émulateurs de jeux en ligne

Annexe 2

Analyses complémentaires

Une réflexion critique sur la segmentation classique du marché des jeux vidéo

Cette courte annexe revient sur la définition usuelle du « marché des jeux en ligne » qui semble être un sous-ensemble du marché des jeux vidéo. Ces désignations décrivent-elles des ensembles de produits vidéoludiques identiques à celui du début des années 2000, au moment où Dofus fût imaginé et conçu ? Pour apporter une réponse, nous revenons sur la manière dont, depuis plus de 15 ans, le marché des jeux vidéo est subdivisé afin de regrouper des produits plus homogènes.

Nous insistons en particulier sur la vente de services liés aux jeux en ligne, un créneau du marché que les analystes, qu'ils soient chercheurs ou consultants, ont jusqu'à récemment encore eu du mal à considérer comme partie intégrante du marché des jeux vidéo. Soit parce que ces activités concernent des entreprises productrices de « middlewares », des logiciels intermédiaires qui complètent la pratique des jeux vidéo, soit parce que ces services ont été proposés gratuitement par des producteurs de jeux vidéo qui les rentabilisent en augmentant les profits sur d'autres types de ventes. Cette relative inattention aux services proposés pour tirer davantage de bénéfices de la pratique de jeux vidéo n'a été levée que récemment. C'est suite à la démultiplication des jeux vidéo d'accès gratuits dits « free to play » que l'intérêt se porte sur les services vidéoludiques. Ces jeux facturent en contrepartie l'usage de certaines fonctionnalités de jeu, notamment à celles que les joueurs perçoivent comme des facilités de jeu, des services réservés à ceux qui veulent bien les payer. Avant l'émergence de tels services qui ne font que lever des contraintes programmées artificiellement, il existait pourtant déjà certains services payants pour améliorer les jeux vidéo, notamment ceux auxquels on joue sur internet.

Nous exposons brièvement l'historique des jeux vidéo suivant une organisation, courante, mais problématique, des différents produits du marché des jeux vidéo. Cette organisation oppose la pratique du jeu vidéo locale et à distance. Pour ceux qui la mobilisent, elle réfère souvent implicitement à la coprésence ou non des participants, et délaisse la technique informatique utilisée pour s'échanger les données d'interaction distantes entre participants. Pourtant, nous verrons que la prise en compte des infrastructures informatiques éclaire les dynamiques de marché à plus long terme, notamment lorsqu'on s'intéresse aux services innovants qui structurent discrètement le marché depuis les années 1990.

Dans la littérature scientifique récente (Kerr, 2006 ; Auray et Davidovici-Nora, 2010 ; Simon, 2012 ; De Prato, Feijoo et Simon, 2014), le marché des jeux vidéo est décrit en reprenant les catégorisations qui servent aux études d'agences de consultants

spécialisés²¹³ et d'institutions publiques spécialisées dans les études économiques²¹⁴. Ce découpage se fait parmi quatre dimensions qui sont toujours les mêmes. Par type de machine support du jeu, par nombre de joueurs, par le rapport de la pratique à l'espace (en mobilité ou statique) et de la pratique à la distance entre individus (coprésence ou jeu dans différents lieux, à longue distance).

En premier lieu, les jeux vidéo sur ordinateur sont souvent distingués des jeux sur console et des jeux sur smartphones et tablettes. Afin de proposer une grille de lecture matricielle, un découpage complémentaire sépare les « jeux en mobilité (potentielle) », sur smartphones, tablettes et consoles portatives et les « jeux fixes » sur console de salon et ordinateur de bureau. Jusqu'ici les jeux sont relativement simples à classer, car ces deux premières dimensions sont assez indépendantes. Mais cela se complique dès l'ajout d'une troisième dimension qui sépare les « jeux en ligne » et les « jeux hors ligne », car ce découpage s'accompagne généralement d'un quatrième qui sépare du même tenant les jeux en solitaires et les jeux à plusieurs. Si bien que d'une part, les analystes distinguent les « jeux hors ligne » en solitaires qu'il faut acheter et lancer à partir d'une machine pour jouer seul. Et d'autre part les « jeux en ligne » à plusieurs, qu'on peut télécharger sur internet et auxquels on joue simultanément avec des participants à distance. Ces joueurs peuvent se compter par dizaines, centaines, voire par milliers dans le cas de certains jeux massivement multijoueurs. Cette catégorisation très complexe s'est largement imposée au cours de la décennie 2000 dans les études de marché qui insistent selon les cas sur une ou deux dimensions seulement, articulant très rarement les quatre ensembles. Cela occasionne un certain nombre de simplifications qui empêchent la compréhension de plusieurs des évolutions actuelles du marché des jeux vidéo. Notamment l'apparition de nouveaux business model qui croisent ces quatre dimensions de manière originale et particulièrement ceux qui mobilisent des « monnaies virtuelles ».

L'histoire de la valorisation économique de quelques offres de services de jeu en ligne

Cette annexe revient sur la naissance de services commerciaux supplémentaires qui ont été proposés dans les années 1990 pour améliorer la qualité des jeux en ligne, notamment la fiabilité des serveurs de jeu et l'appariement des joueurs. Ceux-ci sont encore aujourd'hui au cœur des modèles économiques de jeux en ligne comme Dofus.

L'architecture des infrastructures informatiques basées sur un serveur centralisé auquel accèdent à distance des logiciels clients conditionne une grande partie des services commerciaux proposés pour les jeux vidéo connectés à internet. L'argument principal est qu'une telle architecture empêche le piratage classique par copie du logiciel et du même tenant la formation d'un marché noir de la revente des copies de jeux vidéo piratés. Grâce à son architecture « en ligne », le logiciel est éparpillé dans différents endroits, la partie la plus complexe, le serveur central, étant protégée des copies d'utilisateurs parce qu'elle est maintenue sous bonne garde, hors de leur portée.

²¹³ Par exemple, Price WaterHouseCoopers ou l'Institut De l'Audiovisuel et des Télécoms en Europe (IDATE).

²¹⁴ Par exemple, l'Organisation de Coopération et de Développement (OCDE), l'Interactive Software Federation of Europe (ISFE), ou la Banque Mondiale.

Dans un premier temps nous revenons brièvement sur l'histoire des principales architectures informatiques, puis nous discutons son application aux jeux vidéo.

Le jeu vidéo comme objet numérique de télécommunication

Si l'on souhaite comprendre l'architecture de l'infrastructure technique d'un jeu en ligne, il faut d'abord considérer ces jeux comme des services informatiques de télécommunication, c'est-à-dire des technologies vouées à transmettre de l'information à distance. La dissociation des réseaux de service de communication de ceux qui permettent d'en faire l'entretien et de contrôler la reconfiguration de ces services est rappelée par Zittrain (2006). La plupart des ingénieurs décident de séparer les services de télécommunication de leur système de contrôle pour empêcher des utilisateurs de modifier eux-mêmes le fonctionnement du service, et bien souvent pour les forcer à payer pour son usage.

Les réseaux téléphoniques en sont un cas emblématique, car leur infrastructure est centralisée. Ils sont souvent qualifiés de réseaux dans lesquels « des centres intelligents nécessitent des terminaux stupides » (smart centers required dumb terminals). Autrement dit, le système de contrôle intelligent supervise les transmissions d'informations sur le réseau et les combinés téléphoniques situés en périphérie ne peuvent remplir qu'une fonction décidée à l'avance par les ingénieurs de l'opérateur téléphonique, transformer un signal électrique en signal acoustique et vis-versa. En revanche, le réseau Internet déroge à cette règle dans la mesure où le système de communication permet, outre l'échange de données entre usagers, de faire circuler sous forme de données des programmes exécutables sur les ordinateurs des utilisateurs finaux. Ces programmes pouvant à leur tour produire des données et les transmettre sur le réseau. L'adage correspondant est à l'inverse du réseau téléphonique, puisque dans le cas d'internet « des centres stupides nécessitent des terminaux intelligents » (stupid centers required smart terminals). Depuis les périphéries de l'infrastructure technique du réseau des réseaux où ils se trouvent, les terminaux des usagers ont la capacité d'influer sur la nature des informations transmises et sur les protocoles qui vont servir à les acheminer. C'est ce que Zittrain appelle la *générativité* du réseau Internet. Cette *générativité* engendre une polymorphie des usages du réseau qui n'a d'égal que l'impossible centralisation des contrôles des informations qui y transitent. Ces vulnérabilités sont pour la première fois évoquées par des ingénieurs²¹⁵ lorsqu'un étudiant de l'université de Cornwell, Robert Tappan Morris, introduit sur le réseau le premier virus informatique, un programme qui a pour vocation de transmettre via le réseau Internet les données de son propre code informatique, d'un ordinateur à un autre. Ce détournement des systèmes de contrôle n'est possible que dans un système de télécommunication qui associe sur les mêmes terminaux informatiques le transport des données et le contrôle de ce transport, autrement dit le virus informatique est une *affordance* du réseau Internet, conséquence de son caractère génératif.

²¹⁵ Membres de l'organisme officieux qui tente de normaliser des protocoles de communication sur internet, l'Internet Engineering Task Force (IETF).

La valorisation économique des jeux vidéo en ligne

La représentation commune du jeu vidéo pratiqué dans un lieu unique laisse penser qu'il se joue forcément seul. Pourtant les premiers jeux vidéo de l'histoire en font douter, puisque par exemple *Tennis for two* (Higinbotham, 1958) et *Spacewar* (Russel *et al.*, 1962) confrontent deux joueurs. Dès la genèse des jeux vidéo, les parties à plusieurs en coprésence se développent en réalité avant le jeu solitaire, qui est plus complexe parce qu'il nécessite de programmer une intelligence artificielle afin de jouer « contre quelque chose », contre la machine. Rien d'étonnant donc qu'un grand nombre de jeux à plusieurs se pratiquent encore aujourd'hui et que par mesure d'économie et de convivialité leur variante colocalisée implique si souvent encore de regrouper les joueurs sur une même machine, autour d'un seul écran²¹⁶.

C'est avec la possibilité de raccordement par « câble réseau » de machines voisines, contrôlées chacune par un joueur différent, que le « jeu en réseau local » ou « jeu en LAN » (Local Area Network) apparaît. Sa popularisation à grande échelle débute dans les années 1990 grâce aux jeux de tir à la première personne *Doom* (Id Software, 1993) et *Doom II* (Id Software, 1994) vendus respectivement à 2,8 et 3,6 millions d'exemplaires et piratés bien davantage.

Jusqu'à la fin des années 2000, les « jeux en réseau » à distance et les jeux massivement multijoueurs représentent l'écrasante majorité de la catégorie des jeux à distance. Ils nécessitent tous l'installation d'un logiciel spécifique pour chaque jeu sur l'ordinateur personnel. Ce logiciel est appelé un « client » et ces jeux sont donc classés dans la catégorie des « client-based games ». Si nous remontons un peu dans le temps, c'est d'abord dans les années 1990 que les « jeux en réseau local » donnent naissance à une variante qui permet la connexion des joueurs distants via internet²¹⁷. Ces jeux vidéo pratiqués à distance sont rapidement très populaires, mais les modems téléphoniques et les technologies des réseaux informatiques d'avant l'an 2000 limitent considérablement le nombre de joueurs simultanés. Jusqu'à la démocratisation des modems hauts débits, ces « jeux en réseau » via internet se maintiennent donc sur un marché relativement restreint, qui se concentre autour de quelques titres phares

²¹⁶ Outre sur ordinateurs, on les trouve notamment sur la plupart des consoles de jeu d'avant 2003. Il faut se contenter de jouer à plusieurs sur une machine et un seul écran, avec chacun sa manette ou une portion du clavier. Côté console, jusqu'en 2003, il n'existe pas encore de possibilité technique très populaire pour « jouer en réseau ».

²¹⁷ Ce ne sont pas les premiers jeux à plusieurs et à distance via internet. Selon la définition de Richard Bartle, ceux-ci sont les « mondes virtuels » popularisés dans les années 1980. Ce sont des jeux qui s'inscrivent dans la lignée du jeu MUD (Trubshaw, 1978), acronyme de Multi Users Dungeons. Ils proposent des univers persistants et partagés en temps réel entre plusieurs ordinateurs représentés à l'écran par un nom de personnage unique. La narration interactive est constituée exclusivement de descriptions textuelles à embranchements que les joueurs choisissent en tapant des mots au clavier (Bartle, 2004 ; Triclot, 2011). Les premiers « mondes virtuels » représentés par des dessins en deux dimensions sont pourtant plus anciens puisqu'ils émergent dès les années 1970 sur le réseau numérique PLATO (Programmed Logic for Automatic Teaching Operations, 1961), une plateforme de télécommunication universitaire constituée d'une douzaine d'ordinateurs centraux reliés entre eux, auxquels les utilisateurs distants pouvaient se connecter pour interagir grâce à des terminaux semblables à des minitels. Naquis sur PLATO notamment le très populaire jeu *Empire* (Daleske, 1973), le premier de la plateforme à pouvoir être joué au-delà de deux joueurs simultanés, d'abord 8, puis 50 (Daleske, 2008).

vendus à quelques dizaines de millions de copies. Jusqu'en 1997, cette limitation technique freine la diffusion des premiers jeux massivement multijoueurs (MMOG) qui peuvent être pratiqués à longue distance avec des centaines d'autres joueurs²¹⁸.

Le cas de GameSpy et de Battle.net

Au début de l'année 1996, Marc Surfas est le webmaster de PlanetQuake, la principale plateforme d'information et d'échange de « mods », des modifications et des niveaux conçus par des amateurs pour le jeu de tir en vue subjective *Quake* (Id Software, 1996), l'héritier de la série des jeux *Doom*.

La même année, il met sur pied la société GameSpy pour vendre une innovation technologique destinée aux « jeux en réseau » à distance. Ces jeux ne disposent pas des infrastructures informatiques pour gérer des centaines de joueurs dans une même partie et leurs mécaniques de jeu ne sont donc pas pensées pour que plus d'une dizaine de joueurs puissent se confronter. La sociabilité au sein de ces parties à distance est hautement instable, et ces jeux nécessitent un moyen technique efficace pour favoriser la formation de groupes éphémères, dont certains peuvent avoir une durée de vie d'à peine une dizaine de minutes. Dans ces jeux, l'appariement des joueurs devient un problème central pour la pratique à plusieurs et à distance. C'est pourquoi Surfas propose un logiciel qui organise à grande échelle la publication en temps réel des parties existantes. Dans la mesure où ces jeux fonctionnent avec une architecture de réseau informatique centralisé, le joueur qui accueille d'autres participants sur une partie doit avoir le matériel nécessaire pour assurer à tous une qualité de jeu satisfaisante. Si son ordinateur qui fait office de « serveur » ne tient pas la charge, la partie s'arrête pour tous les joueurs. Pour éviter ces désagréments, GameSpy acquiert de nombreux ordinateurs pour accueillir des parties. Puis elle propose, en surplus de la publication de listes de parties en cours, d'héberger les parties de ses clients sur ses propres machines dernier cri, afin d'améliorer la qualité de jeu.

²¹⁸ NeverWinter Nights (AOL, 1991) est l'un des premiers jeux en ligne massivement multijoueurs avec des graphismes en deux dimensions élaborés. Il ne parviendra à cumuler sur 6 années d'activité que 115.000 joueurs abonnés. Un nombre de joueurs qu'Ultima Online (Origin Systems, 1997) totalise 6 mois après sa commercialisation et qui double lors des dix années suivantes. Ces deux produits inaugurent un nouveau genre de jeu, pensé et conçu dès le départ pour être exclusivement joué à distance à plusieurs. Les MMOG sont singuliers parce qu'ils accueillent des centaines, voire des milliers, d'utilisateurs, tous connectés à distance sur un même ordinateur central sur lequel ils choisissent la partie qu'ils préfèrent rejoindre. L'ordinateur central sert donc de point de rencontre des joueurs d'un seul jeu en ligne et se charge d'orchestrer les relations entre les joueurs suivant leurs préférences et les possibilités techniques pour que le réseau informatique assure à tous et à tout moment une qualité de jeu satisfaisante.

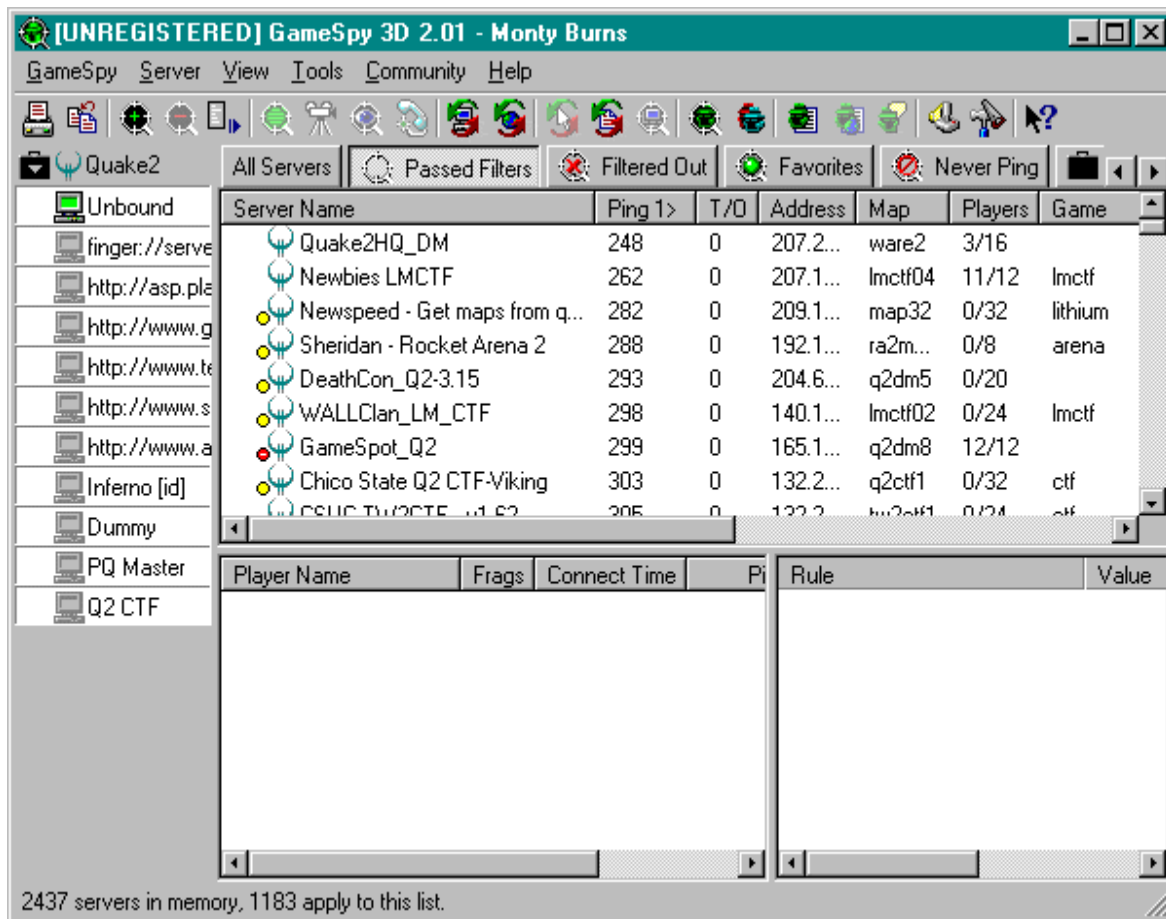


Figure 36 : Le logiciel QSpy affichant la liste des parties en cours pour le jeu en réseau Quake

Pour choisir sa partie préférée, GameSpy propose à ses clients de télécharger et d'installer chez eux, le premier « intergiciel d'appariement » d'envergure (*matching middleware*) pour un jeu vidéo à distance. Une capture d'écran est reproduite ci-dessus à la Figure 36. Une version d'essai temporaire est gratuite, puis la version complète coûte 20 dollars. Ce logiciel se connecte à une base de données centrale hébergée sur un serveur spécial de GameSpy appelé « serveur d'entrée » (*lobby server*). Il s'agit d'une base de données que l'intergiciel interroge à distance, pour récupérer une liste à jour des parties de *Quake* qui sont accessibles en ce moment via internet, sur les serveurs de GameSpy et aussi sur les serveurs ouverts au public par des particuliers. Les joueurs n'ont plus qu'à comparer les principaux modes de jeu (la colonne « Game »), les terrains de jeu (la colonne « Map »), le nombre de participants (la colonne « Players ») et la qualité de la connexion réseau aux autres joueurs distants (la colonne « Ping »), puis à rejoindre la partie de leur choix. Progressivement le logiciel devient un outil indispensable pour tous ceux qui passent du temps sur différents « jeux en réseaux » à distance. Le logiciel accroît rapidement le nombre de jeux en réseau dont il est capable de lister les parties ouvertes aux internautes, couvrant dès 1998 un catalogue de plus d'une centaine de jeux²¹⁹.

²¹⁹ Voir : <https://web.archive.org/web/19980520215229/http://gamespy.com/> (consulté le 13/03/2015).

Pendant que GameSpy se popularise, d'autres entreprises épient avec attention la manière dont l'entreprise crée de toutes pièces, non pas un, mais deux nouveaux marchés : celui de l'appariement des joueurs à distance et celui de la location de services de jeu à distance avec une garantie de qualité. Un concurrent réagit en prenant le contre-pied de GameSpy et se positionne sur ce marché de manière durable, puisqu'il en est encore aujourd'hui un acteur incontournable. C'est ce qu'on apprend grâce au compte rendu que le journaliste Russ Pitts élabore à partir d'entretiens d'anciens salariés de l'entreprise de jeux vidéo Blizzard (2006). En juin 1996, alors que GameSpy a seulement quelques mois d'existence, à 6 mois de la sortie du très populaire jeu *Diablo* (1996, Blizzard), les employés de l'entreprise proposent d'ajouter à *Diablo* un système inspiré de GameSpy, qu'ils appellent « Battle.net ». Contrairement à son concurrent, Battle.net a la particularité d'être gratuit et de privilégier la protection du droit d'auteur, plutôt que l'ouverture des données du jeu au grand public et à des concurrents potentiels. Battle.net ne fonctionne que pour les « jeux en réseau » produit par Blizzard²²⁰, tout en empêchant des logiciels comme ceux de GameSpy d'en lister les parties. L'histoire de Battle.net est rarement mise en avant, alors qu'elle contribue au succès planétaire des jeux en ligne que commercialise Blizzard depuis 20 ans. Ce nouveau service en ligne structure progressivement un parc gigantesque de serveurs de jeu à distance qui regroupe les parties en cours dans tous les jeux en ligne à succès de l'entreprise, et ce depuis la sortie *Diablo* en 1996²²¹. Contre toute attente, Blizzard n'est pas seulement une entreprise qui conçoit des jeux vidéo, mais elle détient de véritables « fermes de serveurs » et des bases de données très performantes pour repérer en temps réel l'activité de ses joueurs. Grâce à elles, des listes de parties en cours sont proposées aux joueurs via l'interface graphique de Battle.net. C'est de cette manière que plusieurs dizaines de millions de joueurs sont distribués en temps réel entre les parties des différents jeux de l'entreprise, hébergés un peu partout sur le globe, sur ses propres ordinateurs.

Conclusion

Les tentatives de GameSpy et de Blizzard doivent retenir l'attention à deux titres. Premièrement, elles démocratisent la mise à disposition pour des clients d'une multitude d'ordinateurs centraux appelés « serveurs », auxquels ses joueurs peuvent se connecter pour rejoindre une partie avec une garantie de qualité de connexion au jeu²²². Cette évolution est à distinguer des *serveurs parallèles* de Dofus, évoqués dans les derniers chapitres de cette thèse. Pour les « jeux en réseau » dont les parties sont

²²⁰ Le plus joué en ligne s'appelle alors Starcraft (Blizzard, 1998), un produit qui reste à ce jour joué par des millions de personnes dans le monde, et en particulier en Corée du Sud où il est l'un des plus populaires pour les compétitions professionnelles de sport électronique (Taylor, 2012 ; Paberz, 2012).

²²¹ À titre indicatif la liste des jeux à distance de Blizzard comprend 6 autres jeux qui ont à chaque fois été vendus à plusieurs millions d'exemplaires : 11 millions de copies vendues pour Starcraft (1998), 18 millions d'exemplaires pour Diablo II (2000), 4,5 millions d'exemplaires de Warcraft III (2002), un pic à 12 millions d'abonnés pour World of Warcraft (2004), 6 millions d'exemplaires vendus pour Starcraft II (2010) et enfin 15 millions d'exemplaires vendus pour Diablo III (2012).

²²² Les serveurs sont des ordinateurs très puissants, ils fonctionnent en permanence toute l'année et sont raccordés à internet par des accès réseau performants équipés de nombreuses sécurités pour éviter les défaillances informatiques et garantir une continuité de service jour et nuit.

répertoriées par GameSpy, l'entreprise propriétaire du jeu original ne propose pas ce type de serveurs. Par exemple, une entreprise comme Id Software se contente de commercialiser le CD-Rom de *Quake*, mais ne propose pas aux joueurs une infrastructure numérique dédiée pour y jouer sur internet. Les joueurs de *Quake* sont donc livrés à eux-mêmes et doivent s'organiser pour trouver des bénévoles qui mettent à disposition des serveurs suffisamment robustes pour accueillir des rassemblements de plusieurs dizaines de joueurs²²³. C'est précisément pour faire des profits en proposant ce service que GameSpy intervient. Battle.net est la première réalisation d'un producteur de jeu à distance pour tenter de capter les profits liés à la vente, non pas d'un produit « jeu vidéo », mais d'un service d'appariement de joueurs et d'un service qui garantit une qualité du service pour jouer en réseau à distance. Deuxièmement, ces entreprises ajoutent dès 1996 une plateforme intermédiaire chargée d'apparier les joueurs dans plusieurs jeux différents. Presque dix ans après, ce modèle sera transposé sur de nouveaux segments du marché des jeux en ligne. C'est ce qui se passe à partir de 2007, pour les boutiques en ligne mises en place par l'oligopole qui produit les systèmes d'exploitation des smartphones et des tablettes tactiles, puis en 2009 pour une frange atypique des « *browser based games* » appelés « jeux sociaux Facebook ». Enfin ce modèle sera généralisé pour presque tous les MMOG à partir des années 2010 et se voit renforcé par l'intégration dans ces jeux de « monnaies virtuelles ».

La genèse des émulateurs de jeu en ligne intégralement gratuits : émuler la partie « serveur » et libérer l'accès au code de l'émulateur

Cette annexe complète le chapitre 7 de la thèse consacré aux serveurs parallèles de Dofus en apportant une vue historique sur les émulateurs de jeux en ligne. Les premiers jeux massivement multijoueurs qui donnent naissance à une multitude d'émulateurs hors la loi sont tout simplement ceux qui sont devenus populaires les premiers. Il s'agit des jeux en ligne dont l'univers s'inspire des récits médiévaux fantastiques à la Tolkien. D'abord *Ultima Online* (Origin systems, 1997), le premier des MMORPG à être médiatisé au-delà des cercles de connaisseurs. Il réunit rapidement plusieurs dizaines de milliers de joueurs abonnés et l'émulateur « *Ultima Offline Experiment* » (UOX) est offert au téléchargement gratuit sur internet dès 1997, avant même la commercialisation de l'original, quand le jeu officiel n'est encore qu'en version bêta. Peu après un scénario comparable se reproduit avec *Everquest* (Sony Online Entertainment, 1999), cette fois-ci après sa commercialisation. Les émulateurs du jeu se démultiplient surtout à partir de la fin 2001, lorsqu'*EQEmu* est proposé au téléchargement. C'est ensuite au tour de *Dark Age of Camelot* (EA Mythic, 2001) pour lequel l'émulateur phare, « *Down Of Light* » (DOL), voit le jour en 2003. Peu après, une série de MMORPG change radicalement d'imaginaire de référence et s'inspirent des univers de « *Space Opera* », des émulateurs voient le jour pour chacun des jeux les plus joués : en premier lieu *Anarchy Online* (Funcom, 2001) et *StarWars Galaxies* (Sony

²²³ Il n'est alors pas rare que des joueurs par ailleurs employés d'universités ou d'entreprises trafiquent un ordinateur de travail connecté à internet pour qu'il devienne temporairement un serveur de « jeu en réseau ». La fonction de jeu est alors souvent cantonnée aux fins de soirées et aux nuits, quand la connexion à internet n'a plus d'utilité professionnelle.

Online Entertainment, 2003)²²⁴. La même tendance à voir émerger des émulateurs pour les jeux les plus populaires s'observe à cette époque en Asie et notamment dans le pays de la région qui compte le plus de joueurs de MMORPG pour PC, la Corée du Sud. Des émulateurs gratuitement accessibles se multiplient sur plusieurs jeux en ligne sud-coréens emblématiques comme Lineage (NCsoft, 1998) et Lineage II (NCsoft, 2003), mais aussi Maple Story (Wizet, 2002) et Ragnarök Online (Gravity Corp, 2002).

En 1997, alors qu'Ultima Online n'est encore qu'en version bêta, sort le premier émulateur « Ultima Offline Experiment » (UOX). Cet émulateur pionnier au nom quelque peu étonnant trace la voie à une multitude de logiciels d'*émulation* de jeux en ligne qui florissent depuis maintenant 20 ans. Premier succès populaire d'ampleur dans le monde des MMORPG, Ultima Online est en matière d'émulation le milieu sociotechnique des expérimentations les plus inventives, un véritable laboratoire pour les émulateurs de jeux en ligne. Pour appréhender plus précisément la diffusion historique à grande échelle de ce type d'émulateur, il s'avère donc souhaitable de faire retour sur la genèse du phénomène. La capture d'écran ci-dessous permet d'avoir un aperçu très restreint de la démultiplication des émulateurs d'Ultima Online pour la période 1997-2001. Cette vue est restreinte, car elle ne rend compte que d'une fraction historique de la lignée d'émulateurs prenant le code informatique d'UOX comme point de départ, un code que chaque programmeur est souvent en mesure de reprendre et de modifier à sa contenance.

Deux précisions doivent être relevées pour prendre conscience de l'ampleur du phénomène. D'une part, à côté des émulateurs de la lignée UOX, des dizaines d'autres émulateurs originaux pour Ultima Online ont progressivement vu le jour et engendrés leurs propres lignées d'émulateurs modifiés. D'autre part, la communauté qui développe des émulateurs pour Ultima Online produit encore de nouvelles modifications d'émulateurs chaque année. Malgré cela, le jeu original est toujours fréquenté, même si son accès payant se fait par abonnement mensuel d'une dizaine d'euros. Le maintien simultané de versions du jeu légale et hors la loi subsiste depuis 18 ans, alors qu'on imaginerait aisément ces moutures du jeu comme des concurrentes. Cela soulève des interrogations sur le rôle que les émulateurs ont pour les joueurs qui payent encore un accès à la version officielle. Toutefois, cette question ne trouvera de réponse qu'une fois les caractéristiques sociotechniques essentielles des émulateurs de jeux en ligne identifiés.

²²⁴ Nous n'évoquons pas ici les deux jeux de combats spatiaux Mankind (Vibes Online Gaming, 1998) et EVE Online (CCP, 2003), car ils relèvent d'un cas de figure différent. Ces jeux font figure d'exceptions sur le marché et ne comportent pas de système de « serveurs » de jeu répliquant le même univers de jeu, séparés les uns des autres, mais plusieurs « serveurs » qui modélisent chacun des galaxies différentes interconnectées entre elles. Le territoire de jeu étant le même pour tous les joueurs, composé de la réunion des galaxies réparties sur plusieurs « serveurs », une technologie spécifique extrêmement consommatrice en capacité de calcul informatique est requise. Pour des raisons principalement techniques, les émulateurs de ces jeux ont donc toujours été beaucoup moins développés que pour la grande majorité des autres MMORPG.

Timeline Details	
1997	<ol style="list-style-type: none"> 1.) Jaegermester (Denny Zukio?) creates the first version of UOX (Ultima Offline Experiment) 2.) Cronian creates UOX2, rewriting UOX from scratch 3.) Fallo creates FUSE, a server expandable by user-made DLL-addons, such as CFuse, Thailand's DLL, and FuseX (by Craz). 4.) Cronian redoes UOX2, and the first public <u>UOX3</u> version (0.37) is released Oct. 22, 1997.
1998/99	<ol style="list-style-type: none"> 5.) A bunch of other UD servers that never really took off generally come to a halt when Cronian releases source for UOX3, including: New World Order, UOAWE - started Feb 9, 1998, by Gabriel, UOR, and <u>An unnamed UD Server</u>. 6.) Menace creates Grayworld early in 1998. It eventually evolves into TUS (The Ultimate Server), which again evolves into <u>Sphereserver</u> around April 2000). 7.) Sheppard creates UOOS - the first object oriented UD emu, or something. 8.) Syzygy(?) creates <u>EQ</u>, in the summer of 1998. 9.) What was later to become Hybrid was started sometime in 1998, around the time when the source for FUSE was released, and back then it went under the name Trespasser. Later it changed name to Hellfire, before being renamed as Hybrid. 10.) Armageddon makes his own version of UOX3, named AUOX, causing the first "branching" of any UD emu to occur :P. Some other people start working on another branch of UOX3, which they call "UOXGold". 11.) SpaceDog continues Armageddon's AUOX through "AUOXCon"(bnued)
2000	<ol style="list-style-type: none"> 12.) Lord Binary does his own version of UOX3, called <u>UOX-rl</u> - later to be merged into Wolfpack. 13.) Ripper's customized UOX3 code grows into <u>Wolfpack</u>, while Chaos's customizations become Legions of Chaos 14.) <u>Sunshine</u>, a derivate work of an early Wolfpack version, is started by M. Strobl sometime in 2000. In 2003, version 3 of Sunshine is reforked from Wolfpack, because of memory restraints/unreadable codebase in the original fork. The successor of Sunshine, Sushix, is never officially released.
2001	<ol style="list-style-type: none"> 15.) Epsilon is started by Kair in May 2001 16.) NOX-Wizard is created by xan using Wolfpack as base (25. June 2001) 17.) Wolfpack development splits in three (see below) as some WP devs pack up and start <u>LoneWolf</u> on November 9th, 2001. 18.) Shard Emulator, a Wolfpack v12.6 based emu, is started at the same time as LoneWolf. 19.) As the <u>main UOX3</u> codebase drops the trigger-system and goes to a javascripting engine, spearheaded by Matthew Randall (EvILDeD) and Daniel Stratton (Abaddon), Sargo decides to continue the trigger-based UOX3-source under the fitting <u>UOX Classic</u>-name, on Nov. 17, 2001.

Figure 37 : L'historique des quatre premières années de développement des différentes branches d'UOX, un des émulateurs du jeu Ultima Online

Deux évolutions qui interviennent lors des premières versions d'UOX mettent le doigt sur les caractéristiques incontournables des émulateurs de jeux en ligne, d'une part l'émulation du logiciel « serveur », d'autre part l'ouverture du code informatique de l'émulateur à toute la communauté des programmeurs. Premièrement, comme son nom d'origine l'indique, l'émulateur « Ultima Offline Experiment » a dans sa première version la particularité de ne fonctionner que hors-ligne, afin de découvrir seul sur son ordinateur l'étendue des contenus que peut offrir le jeu en ligne original Ultima Online. Pour concevoir cet émulateur, les programmeurs n'ont eu qu'à modifier le logiciel « client » d'Ultima Online, sans toucher à la partie « serveur ». Le « client » contenait déjà tous les contenus graphiques et les règles du jeu, de quoi servir de base pour créer un jeu hors ligne autonome. UOX a donc la particularité de ne pas chercher à émuler la partie « serveur » du jeu en ligne. L'opération était donc relativement simple, mais il fallait toutefois penser à réaliser ce recyclage informatique alors inédit : tirer profit du matériel de jeu disponible dans le logiciel « client » pour le muer en un jeu autonome. UOX est donc un jalon décisif pour comprendre la manière dont se développent les émulateurs de jeux en ligne hors la loi des 20 années qui suivent. Fin 1997 l'émulateur voit le jour dans une troisième version qui émule cette fois-ci le fonctionnement de la partie « serveur ». Cette version dénommée UOX₃ fonctionne enfin parfaitement pour jouer en ligne avec d'autres participants. Ici encore, l'idée d'émuler le fonctionnement en réseau du logiciel « serveur » est alors sans précédent dans le monde des MMORPG. Ironiquement, malgré l'ajout d'une possibilité de jouer « on line », le nom initial « Ultima Offline Experiment » est conservé pour ne pas attirer l'attention de publics trop nombreux, afin de maintenir confidentielle la pratique de jeu pour ne pas éveiller l'attention de l'ayant droit. Les programmeurs faisant un pas de plus en direction d'un jeu en ligne proche de l'original, ils courent le

risque d'être identifiés par l'ayant droit comme des concurrents potentiels que le recours en justice permettrait d'éliminer. Pourtant, malgré le succès populaire d'UOX3, l'équipe d'Origin Systems ne tentera jamais aucune sanction importante, là où quelques années plus tard Blizzard Entertainment²²⁵ mène des campagnes de communication de grande envergure autour des sanctions contre les administrateurs d'émulateurs de leurs jeux en ligne World of Warcraft. Deuxièmement, le type d'accès au code informatique de l'émulateur évolue avec le temps. Les deux premières versions d'UOX sont offertes gratuitement sur internet par leur créateur, mais leur code informatique n'est toutefois pas accessible à d'autres. Comme pour un logiciel commercial, seuls les créateurs peuvent modifier UOX pour y apporter des améliorations. À partir d'UOX3, le créateur de l'émulateur prend la décision de proposer l'émulateur sous licence « open source », c'est-à-dire que le code informatique devient lisible par tous. N'importe qui peut donc reprendre UOX3 et le modifier à sa guise, en faire partager la communauté, suivant une dynamique contributive et virale qu'on retrouve pour n'importe quel logiciel « open source » à succès. Les communautés qui développent ces émulateurs hors la loi insistent sur l'accès à leurs jeux en ligne qui ne sont pas payants contrairement au jeu original dont les serveurs du jeu sont nommés par Origin Systems des « shards » (écharde). Pour cette raison, les versions émulées du jeu sont appelées des « free shards ». Malgré cette apparente concurrence, le distributeur du jeu ne cherche pas véritablement à s'opposer à leur démultiplication, en effet la plupart ne rassemblent pas de collectifs de joueurs d'une taille comparable à celui du jeu officiel. Tout au plus trouve-t-on un millier de joueurs sur une version hors la loi du jeu particulièrement populaire, mais l'arsenal juridique de l'époque complique tellement les choses que l'entreprise propriétaire n'intente pas de procès (Blancato, 2005). Il est donc plus évident pour l'entreprise de concevoir ces espaces de jeu comme des contenus additionnels produits par des joueurs, un peu comme s'il s'agissait de « mods », plutôt que comme des substituts pouvant menacer la rentabilité du jeu officiel.

²²⁵ Ci-dessous, une action en justice de Blizzard contre l'opératrice d'un émulateur de World of Warcraft : <http://www.rfcexpress.com/lawsuits/copyright-lawsuits/california-central-district-court/51340/blizzard-entertainment-inc-v-alyson-reeves-dba-scapegaming-et-al/summary/>, consulté le 20/09/2014.

L'entreprise a beaucoup communiqué autour de cas de sanctions dans l'espoir de dissuader d'autres administrateurs : <http://wow.joystiq.com/2008/12/05/blizzard-legal-targets-private-servers/>, consulté le 20/09/2014. http://gamasutra.com/view/news/120740/Blizzard_Wins_88M_Judgment_Against_WoW_Private_Server_Owner.php, consulté le 20/09/2014.

BIBLIOGRAPHIE

- Aarseth Espen J., 1997, *Cybertext: perspectives on ergodic literature*, JHU Press.
- Akrich M., Callon M. et Latour B., 2006, *Sociologie de la traduction: textes fondateurs*, Presses de l'École des Mines.
- Akrich M., 1998, « Les utilisateurs, acteurs de l'innovation », *Education permanente*, vol., n° 134, p. 79-90.
- Akrich M., 1992, « The de-scription of technical objects », *Shaping technology/building society*, p. 205-224.
- Anderson C., 2009, *Free!: entrez dans l'économie du gratuit*, Pearson Education France.
- Andrieu F., Badot O. et Macé S., 2004, « Hypermodernité et distribution: le cas du West Edmonton Mall », *Management & Avenir*, vol., n° 2, p. 27-50.
- Auray N., 2001, « La place des hackers dans l'innovation informatique: une comparaison des cas hollandais, français et américain », Paris. Adresse : <http://ses.telecom-paristech.fr/auray/Auray%20ICUST%202001.pdf> [Consulté le : 5 mars 2013].
- Auray N. et Davidovici-Nora M., 2010, « Caractéristiques technico-socio-économiques et principales tendances d'évolution de l'industrie des jeux vidéo dans le monde », *Synthèse des filières des industries culturelles, document rédigé dans le cadre du projet PANIC*, p. 94-160.
- Auray N. et Kaminsky D., 2007, « The professionalization paths of hackers in IT security: the sociology of a divided identity », *Annals of Telecommunications*, vol. 62, n° 11, p. 1312-1326.
- Auray N., 2013, *Enquête sur les institutions. Le hacker, l'Etat et la politique*, Mémoire original d'habilitation à diriger des recherches, Nice.
- Auray N. et Georges F., 2012, « Les productions audiovisuelles des joueurs de jeux vidéo », *Réseaux*, vol., n° 5, p. 145-173.
- Auray N. et Vétel B., 2013, « L'exploration comme modalité d'ouverture attentionnelle », *Réseaux*, vol. 6, n° 182, p. 153-186.
- Banks M., 2008, « The instrumental leisure of the "creative class" », *Centre for Research on Socio-Cultural Change (CRESC) Working Paper*, vol., n° 47.
- Bartle Richard A., 2004, *Designing virtual worlds*, Indianapolis, New Riders.

- Bense Ferreira Alves C. et Leblanc F., 2014, « Les rétributions: un incessant travail d'articulation », *Sociétés contemporaines*, vol., n° 3, p. 5-5.
- Berry V., 2009, *Les cadres de l'expérience virtuelle: Jouer, vivre, apprendre dans un monde numérique: analyse des pratiques ludiques, sociales et communautaires des joueurs de jeux de rôles en ligne massivement multi-joueurs: Dark Age of Camelot et World of Warcraft*, Paris XIII.
- Beuscart J.-S. et Mellet K., 2012, *Promouvoir les oeuvres culturelles: usages et efficacité de la publicité dans les filières culturelles*, Ministère de la culture et de la communication, Secrétariat général, Département des études, de la prospective et des statistiques.
- Bignon V., 2004, « Une théorie de l'élection de la cigarette comme monnaie », *Revue économique*, vol. 55, n° 3, p. 383-393.
- Blanc J., 2006a, « Convertir la monnaie. A propos des modes d'articulation des monnaies », Adresse : <http://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00337103/> [Consulté le : 22 août 2012].
- Blanc J., 2006b, « Karl Polanyi et les monnaies modernes : un réexamen », *Contributions à une sociologie des conduites économiques*, Paris, L'Harmattan, p. 51-66.
- Blanc J., 2000, *Les monnaies parallèles: unité et diversité du fait monétaire*, Editions L'Harmattan.
- Blanc J., 2009, « Converting Money. On the Articulation Modes of Money », *What is the Nature of Money? A Pluridisciplinary Approach*, J.-F. Ponsot et L. Ph. Rochon éd., Sudbury (Ontario).
- Blancato J., 2005, « The Highest Form of Flattery | It's Your Game | The Escapist », Adresse : http://www.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_4/27-The-Highest-Form-of-Flattery [Consulté le : 30 septembre 2014].
- Blanchet A., 2010, *Des pixels à Hollywood: cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Pix'N Love Editions.
- Boellstorff T., 2013, *Un anthropologue dans Second Life: une expérience de l'humanité virtuelle*, Academia.
- Bogost I., 2008, *Unit operations: An approach to videogame criticism*, MIT Press.
- Boltanski L. et Chiapello E., 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris.
- Boltanski L. et Esquerre A., 2014, « La «collection», une forme neuve du capitalisme la mise en valeur économique du passé et ses effets », *Les Temps Modernes*, vol. 679, n° 3, p. 5-72.

- Boltanski L. et Thévenot L., 1991, *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- Bostyre, 2010, « De l'horrible ennui du farm : Depuis des années, on ne fait que xp... : FORUM DOFUS : Forum de discussion du MMORPG DOFUS, Jeu de rôle massivement multijoueur sur Internet », Adresse : <http://forum.dofus.com/fr/1069-evolutions/400329-horrible-ennuis-farm> [Consulté le : 10 juin 2015].
- Boutet M., 2012, « Jouer aux jeux vidéo avec style. Pour une ethnographie des sociabilités vidéoludiques », *Réseaux*, vol., n° 3, p. 207-234.
- Boutet M., 2008, « S'orienter dans les espaces sociaux en ligne. L'exemple d'un jeu », *Sociologie du travail*, vol. 50, n° 4, p. 447-470.
- Caillois R., 1991, *Les jeux et les hommes: le masque et le vertige*, Editions Gallimard.
- Çalışkan K. et Callon M., 2009, « Economization, part 1: shifting attention from the economy towards processes of economization », *Economy and Society*, vol. 38, n° 3, p. 369-398.
- Callon M., 1999, « La sociologie peut-elle enrichir l'analyse économique des externalités? Essai sur la notion de cadrage-débordement », *Innovations et performances Approches interdisciplinaires*, Paris, p. 399-431.
- Callon M., 2013, « Qu'est-ce qu'un agencement marchand? », *Sociologie des agencements marchands: textes choisis*, Paris, Mines ParisTech.
- Callon M. et Muniesa F., 2003, « Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul », *Réseaux*, vol. 122, n° 6, p. 189.
- Cardon D. et Casilli Antonio A., 2015, *Qu'est-ce que le digital labor ?*, INA. Paris.
- Cardon V. et Pilmis O., 2014, « Des projets à la carrière », *Sociétés contemporaines*, vol. 91, n° 3, p. 43-65.
- Castronova E., 2005, *Synthetic worlds: The business and culture of online games*, University of Chicago Press.
- Castronova E., 2004, « The right to play », *New York Law School Review*, vol. 49, n° 1, p. 185-210.
- Castronova E., 2001, « Virtual worlds: A first-hand account of market and society on the cyberian frontier », *The Gruter Institute Working Papers on Law, Economics, and Evolutionary Biology*, vol. 2, n° 1, p. 1.
- Castronova E. et Falk M., 2009, « Virtual Worlds: Petri Dishes, Rat Mazes, and Supercolliders », *Games and Culture*, vol. 4, n° 4, p. 396-407.

- Castronova Edward et al., 2009, « As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world », *New Media & Society*, vol. 11, n° 5, p. 685-707.
- Castronova E., 2002, « On virtual economies »,
- Cawson A., Haddon L. et Miles I., 1995, *Shape of Things to Consume*, Ashgate Publishing Company.
- Coavoux S., 2009, « La carrière des joueurs de World of Warcraft », *Les jeux vidéo au croisement du social, de l'art et de la culture*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, p. 43-58.
- Coavoux S., 2011, « L'espace social des pratiques de World of Warcraft », *Les jeux vidéo comme objet de recherche*, p. 164-180.
- Coavoux S., Rufat S., Ter Minassian H. et Boutet M., 2013, « Situating Play Cultures. A Survey of Videogames and Culture in France », *Videogame Cultures and the Future of Interactive Entertainment*, Oxford. Adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00974295/>.
- Cochoy F., 2004, *La captation des publics: c'est pour mieux te séduire, mon client...*, Presses Univ. du Mirail.
- Consalvo M., 2007, *Cheating: Gaining advantage in videogames*, The MIT Press.
- Daleske J., 2008, « PLATO Empire - Timeline », Adresse : <http://www.daleske.com/plato/empire.php> [Consulté le : 15 mars 2015].
- Dayan D., 1986, « Copyrighted subcultures », *The American Journal of Sociology*, vol., n° 91, p. 1219-1228.
- De Certeau M., Giard L. et Mayol P., 1980, *L'invention du quotidien*, Paris, Union générale d'éditions.
- De Paoli S. et Kerr A., 2012, « L'agencement de la triche. Aborder la triche dans les MMORPG comme un imbroglio », *Réseaux*, vol. 173-174, n° 3-4, p. 235.
- De Paoli S., 2013, « Automatic-Play and Player Deskillling in MMORPGs », *Game studies* 13 (1).
- De Prato G., Feijoo C. et Simon J.-P., 2014, « Innovations in the Video Game Industry: Changing Global Markets », *Communications & Strategies*, vol., n° 94, p. 17.
- De Valck K., 2005a, *Virtual communities of consumption: networks of consumer knowledge and companionship*,
- De Valck K., 2005b, *Virtual Community Intelligence: Using Netnography to Extract Knowledge from Online Consumer Conversations*, HAL.

- Debeauvais T. et Nardi B., 2010, « A qualitative study of Ragnarök Online private servers: in-game sociological issues », *Proceedings of the Fifth International Conference on the Foundations of Digital Games*, p. 48-55. Adresse : <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1822355> [Consulté le : 31 août 2012].
- Demazière D., 2011, « L'entretien biographique et la saisie des interactions avec autrui », *Recherches qualitatives*, vol. 30, n° 1, p. 61-83.
- Demazière D., Horn F. et Zune M., 2007, « Des relations de travail sans règles? », *Sociétés contemporaines*, vol., n° 2, p. 101-125.
- Demazière D., Horn F. et Zune M., 2011, « Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les «communautés» de logiciels libres », *Sociologie*, vol. 2, n° 2, p. 165-183.
- DesignGraph, 2011, « Incarnam pour les petits », Adresse : <http://forum.dofus.com/fr/1069-evolutions/439035-incarnam-petits> [Consulté le : 13 août 2015].
- Deuze M., Chase Bowen M. et Allen C., 2007, « The professional identity of gameworkers », *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, vol. 13, n° 4, p. 335-353.
- Dibbell J., 2006, *Play money: Or, how I quit my day job and made millions trading virtual loot*, Basic Books.
- Dibbell J., 1998, « My tiny life: Crime and passion in a virtual world »,
- DiMaggio P., 1994, « Culture and economy », *The handbook of economic sociology*, J. Neil, R. Swedberg et S. Swedberg éd., New-York, Princeton University Press and the Russell Sage Foundation, p. 27-57.
- Dodier N., 1995, *Les hommes et les machines: la conscience collective dans les sociétés technicisées*, Paris, Editions Métalié. Adresse : <http://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=yDiqO6M1ioMC&oi=fnd&pg=PA110&dq=dodier+machines+hommes&ots=hjZECLT5z2&sig=n7smvAwiDHLoS5jdQkYH-WDGyDU> [Consulté le : 30 octobre 2012].
- Dodier N., 1993, « Les arènes des habiletés techniques », *Raisons pratiques*, vol. 4, p. 115-139.
- Dubuisson Quelier S., 2009, « La consommation comme pratique sociale », *Traité de sociologie économique*, Quadrige, Paris.
- Ducheneaut N., Yee N., Nickell E. et Moore J. R., 2006, « Building an MMO With Mass Appeal: A Look at Gameplay in World of Warcraft », *Games and Culture*, vol. 1, n° 4, p. 281-317.

- Dyer-Witheford N. et De Peuter G., 2009, *Games of empire: Global capitalism and video games*, University of Minnesota Press.
- Eckhaert, 2011, « Analyse des tendances de la répartition des classes - Dofus - JeuxOnLine, le réseau des mondes virtuels », Adresse : <http://dofus.jeuxonline.info/article/8873/analyse-tendances-repartition-classes> [Consulté le : 5 octobre 2012].
- Fassin D., 2008, « L'éthique, au-delà de la règle », *Sociétés contemporaines*, vol. 71, n° 3, p. 117.
- Filippetti A. et Lamour J.-F., 2011, *Rapport d'information sur la mise en application de la loi relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne*, Paris, Assemblée Nationale. Adresse : <http://www.assemblee-nationale.fr/13/rap-info/i3463.asp> [Consulté le : 24 janvier 2013].
- Fine G.A., 2015, « Organiser les mondes de loisir : la mobilisation des ressources », *Tracés*, vol., n° 28.
- Fine G.A., 1986, « The dirty play of little boys », *Society*, vol. 24, n° 1, p. 63-67.
- Garcia M.-F., 1986, « La construction sociale d'un marché parfait », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 65, n° 1, p. 2-13.
- Geertz C., 1978, « The bazaar economy: Information and search in peasant marketing », *The American Economic Review*, vol. 68, n° 2, p. 28-32.
- Godefroy T. et Lascoumes P., 2004, *Le capitalisme clandestin: l'illusoire régulation des places offshore*, Paris, La Découverte. Adresse : <http://www.lavoisier.fr/livre/notice.asp?id=3LOWLRAKRRK2OWD> [Consulté le : 17 janvier 2013].
- Goffman E., 1961a, *Encounters: Two studies in the sociology of interaction.*, Oxford, Bobbs-Merrill. Adresse : <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1963-06607-000> [Consulté le : 26 janvier 2013].
- Goffman E., 1961b, « Fun in games », *Encounters: two studies in the sociology of interaction. Indianapolis: Bob Merrill.*
- Grandclément C., 2008, *Vendre sans vendeurs: sociologie des dispositifs d'achalandage en supermarché*, École Nationale Supérieure des Mines de Paris.
- Granovetter M., 1985, « Action économique et structure sociale: le problème de l'encastrement », *Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie*, Sociologie économique, Paris, Desclée de Brouwer, p. 75-114.

- Grundy D., 2008, « The Presence of Stigma Among Users of the MMORPG RMT », *Games and Culture*, vol. 3, n° 2, p. 225.
- Heeks R., 2008, « Current Analysis and Future Research Agenda on “ Gold Farming ”: Real-World Production in Developing Countries for the Virtual Economies of Online Games », *Development Informatics Working Paper Series, Paper*, vol., n° 32.
- Heeks R., 2010, « Real Money from Virtual Worlds », *Scientific American Magazine*, vol. 302, n° 1, p. 68-73.
- Hellekson K. et Busse K., 2006, *Fan fiction and fan communities in the age of the Internet: new essays*, McFarland.
- Hine C., 2000, *Virtual ethnography*, London ; Thousand Oaks, Calif, Sage Publications Ltd.
- Hughes Everett C., 1962, « Good people and dirty work », *Social Problems*, vol. 10, n° 1, p. 3-11.
- Hugues E., 1996, « Carrières », *Le regard sociologique*, p. 175-185.
- Humphreys L., 2007, *Le commerce des pissotières: pratiques homosexuelles anonymes dans l'Amérique des années 1960*, Paris, La Découverte.
- Information Solutions Group, 2011, *PopCap Social Gaming Research*, Adresse : http://www.infosolutionsgroup.com/pdfs/2011_PopCap_Social_Gaming_Research_Results.pdf [Consulté le : 9 mars 2015].
- Jouët J., 2000, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol. 18, n° 100, p. 487-521.
- Juul J., 1999, « A clash between game and narrative: A thesis on computer games and interactive fiction », *University of Copenhagen*.
- Juul J., 2005, *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*, MIT Press. Cambridge.
- Karpik L., 2007, *L'économie des singularités*, Gallimard Paris. Adresse : <http://cespra.ehess.fr/document.php?id=843> [Consulté le : 22 août 2012].
- Kerr A., 2006, « The business of making digital games », *Understanding digital games*, p. 36.
- Kerr A. et Kelleher John D., 2015, « The Recruitment of Passion and Community in the Service of Capital: Community Managers in the Digital Games Industry », *Critical Studies in Media Communication*, vol., n° ahead-of-print, p. 1-16.

- Kessous Emmanuel, 2012, *L'attention au monde: sociologie des données personnelles à l'ère numérique*, Armand Colin.
- Kirman A., 2001, « Market organization and individual behavior: Evidence from fish markets », *Networks and markets*, p. 155-196.
- Knight Frank H., 2012, *Risk, uncertainty and profit*, Courier Dover Publications.
- Knorr Cetina K. et Bruegger U., 2003, « La technologie habitée. La forme de vie globale des marchés financiers », *Réseaux*, vol. 122, n° 6, p. 111-135.
- Knorr Cetina K. et Crimpe B., 2008, « Global Financial Technologies: Scoping Systems That Raise the World », *Living in a material world: economic sociology meets science and technology studies*, London, MIT Press, p. 161-189.
- Kopytoff I., 1986, *The Cultural Biography of Things: Commoditisation as Process. V A. Appadurai (ur.): The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective: 64-91*, Cambridge: Cambridge University press.
- Kozinets Robert V., 2010, *Netnography: Doing ethnographic research online*, Sage publications.
- Kozinets Robert V., De Valck Kristine, Wojnicki Andrea C. et Wilner Sarah JS, 2010, « Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities », *Journal of marketing*, vol. 74, n° 2, p. 71-89.
- Kozinets Robert V., 2002, « The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities », *Journal of marketing research*, vol. 39, n° 1, p. 61-72.
- Kreziak D. et Cova V., 2010, « Ça peut toujours servir!": le consommateur ferrailleur », *Actes des 15 èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.
- Kücklich J., 2005, « Precarious playbour: Modders and the digital games industry », *Fibreculture*, vol. 5. Adresse : <http://www.fibreculture.org/journal/issue5/kucklich.html> [Consulté le : 13 septembre 2012].
- de La Pradelle M., 1996, *Les vendredis de Carpentras: faire son marché, en Provence ou ailleurs*, Fayard.
- Lallement M., 2015, *L'Âge du faire: Hacking, travail, anarchie*, Seuil.
- Laurens S. et Neyrat F., 2010, *Enquêter, de quel droit ? Menaces sur l'enquête en sciences sociales*, Bellecombe en Bauges, Éditions du Croquant.

- Lee J., 2005, « Wage Slaves: MMO Goldfarming from 1UP.com », Adresse : <http://www.1up.com/features/wage-slaves-mmo-goldfarming> [Consulté le : 9 novembre 2013].
- Lehdonvirta V. et Ernkvist M., 2011, « Knowledge map of the virtual economy », *The World Bank, Washington, DC*.
- Malaby T. M., 2007, « Beyond Play: A New Approach to Games », *Games and Culture*, vol. 2, n° 2, p. 95-113.
- Malaby Thomas M., 2011, *Making virtual worlds: Linden lab and second life*, Cornell University Press.
- Mallard A., 2011, « Explorer les usages, un enjeu renouvelé pour l'innovation des TIC », *Des usages sociaux des TIC – 30 ans de recherche en sociologie des usages*, Paris.
- Mauco O., 2011, « A la croisée des mondes : le game design de la sociabilité dans les Massively Multiplayer Online Games », *Communiquer à l'ère numérique: Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, p. 283-309.
- Mauss M., 1923, « Essai sur le don forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », *L'Année sociologique (1896/1897-1924/1925)*, vol. 1, p. 30-186.
- Mellet K., 2009, « Aux sources du marketing viral », *Réseaux*, vol., n° 5.
- Menger P.-M., 1997, *La profession de comédien: formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*, La Documentation Française.
- Menger P.-M., 2005, « Les intermittents du spectacle »,
- Morningstar C. et Farmer F.R., 1994, « Le projet «Habitat» de Lucasfilm: les leçons d'un séjour dans l'espace cybernétique », *Réseaux*, vol. 12, n° 67, p. 71-93.
- Nardi B. et Kow Y. M., 2010, « Digital imaginaries: How we know what we (think we) know about Chinese gold farming », *First Monday*, vol. 15, n° 6.
- Nardi B., 2010, *My life as a night elf priest: An anthropological account of World of Warcraft*, University of Michigan Press.
- Naulin S., 2014, « La blogosphère culinaire: Cartographie d'un espace d'évaluation amateur », *Réseaux*, vol., n° 183, p. 31-62.
- Neff G. et Stark D., 2003, « Permanently Beta: Responsive Organization in the Internet Era », *The Internet and American Life*, Thousands Oaks, CA: Sage.
- Nouguez É., 2003, « Réseaux, capital social et profit dans le deal de cannabis (enquête) », *Terrains & travaux*, vol. 4, n° 1, p. 56-81.

- Ogien A., 1986, « L'ordre de la désignation. Les habitués dans les services hospitaliers », *Revue Française de Sociologie*, vol. 27, n° 1, p. 29.
- Oh G. et Ryu T., 2007, « Game design on item-selling based payment model in Korean online games », *Proceedings of DiGRA 2007*, p. 650-657.
- Orléan A., 2004, « L'économie des conventions: définitions et résultats », *Analyse économique des conventions*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Paberz C., 2012, « Le jeu vidéo comme sport en Corée du Sud? », *Hermès, La Revue*, vol. 62, n° 1, p. 48-51.
- Pasquier D., 2014, « Les jugements profanes en ligne sous le regard des sciences sociales », *Réseaux*, vol., n° 1, p. 9-25.
- Pearce C., 2006, « Productive Play: Game Culture From the Bottom Up », *Games and Culture*, vol. 1, n° 1, p. 17-24.
- Pénard T. et Brousseau E., 2007, *The economics of digital business models: a framework for analyzing the economics of platforms*, Paris Dauphine University.
- Piedallu J., 2014, *Le jeu sous contrôle: analyse sociologique des formes de régulations à l'oeuvre dans la pratique contemporaine du poker en France*, Paris 5.
- Polanyi K., 1983, *La grande transformation*, Gallimard Paris.
- Pons N., 2006, *Cols blancs et mains sales: économie criminelle, mode d'emploi*, Paris, Odile Jacob.
- Postigo H., 2003, « From Pong to Planet Quake: Post-industrial transitions from leisure to work », *Information Communication & Society*, vol. 6, n° 4, p. 593-607.
- Postigo H., 2007, « Of Mods and Modders: Chasing Down the Value of Fan-Based Digital Game Modifications », *Games and Culture*, vol. 2, n° 4, p. 300-313.
- Quandt T., Grueninger H. et Wimmer J., 2008, « The Gray Haired Gaming Generation: Findings From an Explorative Interview Study on Older Computer Gamers », *Games and Culture*, vol. 4, n° 1, p. 27-46.
- Quemener M., 2011, « Justice et cybercriminalité : état des lieux et préconisations », *La criminalité en France. Rapport de l'Observatoire national de la délinquance et des réponses pénales*, Paris, p. 815-831. Adresse : http://www.inhesj.fr/sites/default/files/rapport_2011_o.pdf.
- Robinson W. et Simon B., 2015, « Little Big Planet: la créativité numérique à l'oeuvre », *Tracés. Revue de Sciences humaines*, vol., n° 28, p. 99-118.

- Rouleau-Berger L., 1999, *Le travail en friches: les mondes de la « petite » production urbaine*, Editions de l'Aube.
- Rueff J., 2014, *Socialisation et jeu de rôle en ligne: une étude critique des rapports de reconnaissance et de mépris dans Warhammer Online*, Editions Mare & Martin.
- Pitts R., 2006, « Secret Sauce: The Rise of Blizzard », Adresse : http://www.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_48/289-Secret-Sauce-The-Rise-of-Blizzard [Consulté le : 13 mars 2015].
- Salen K. et Zimmerman E., 2004a, *Rules of play: Game design fundamentals*, MIT press. Adresse : <http://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=UM-xyczrZuQC&oi=fnd&pg=PP13&dq=salen+zimmerman+rules+of+play&ots=2zGKuSczYp&sig=tG4BextlhJ6rbV9Su05JuJ-cUGY> [Consulté le : 20 septembre 2012].
- Salen K. et Zimmerman E., 2004b, *Rules of play: Game design fundamentals*, The MIT Press.
- Sassen S., 2007, « The global city: One setting for new types of gang work and political culture », *Gangs in the global city. Alternatives to traditional criminology*, Urbana et Chicago, University of Illinois Press, p. 97-119.
- Sciardet H., 2003, *Les marchands de l'aube: ethnographie et théorie du commerce aux puces de Saint-Ouen*, Economica.
- Silverstone R. et Haddon L., 1996, « Design and the domestication of ICTs: technical change and everyday life », *Communicating by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, p. 44-74.
- Silverstone R. et Hirsch E., 1992, *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces*, Psychology Press.
- Simon Herbert A., 1971, « Designing organizations for an information-rich world », *Computers, communication, and the public interest*, vol. 37, p. 40-41.
- Simon J.-P., 2012, « Un écosystème en évolution rapide. Analyse économique des jeux vidéo », *Réseaux*, vol., n° 3, p. 19-51.
- Simondon G., 1969, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier-Montaigne.
- Sotamaa O., 2007, « On modder labour, commodification of play, and mod competitions », *First Monday*, vol. 12, n° 9.
- Steiner P. et Trespeuch M., 2013, « Maîtriser les passions, construire l'intérêt », *Revue française de sociologie*, vol. 54, n° 1, p. 155-180.

- Steiner P., 2014, « Cartographie des échanges », *Nouvelles perspectives en sciences sociales: Revue internationale de systémique complexe et d'études relationnelles*, vol. 9, n° 2, p. 15-43.
- Steiner P., Trespeuch M. et Roux S., 2014, *Marchés contestés: quand le marché rencontre la morale*, Presses universitaires du Mirail-Toulouse.
- Steinkuehler C., 2006, « The Mangle of Play », *Games and Culture*, vol. 1, n° 3, p. 199-213.
- Swedberg R., 2005, « Markets in society », *The handbook of economic sociology*, p. 233-253.
- Taylor T. L., 2006a, *Play between worlds: Exploring online game culture*, MIT Press.
- Taylor T. L., 2006b, *Play between worlds: Exploring online game culture*, The MIT Press.
- Taylor T. L., 2012, *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*, Mit Press.
- Terranova T., 2000, « Free labor: Producing culture for the digital economy », *Social text*, vol. 18, n° 2, p. 33-58.
- Thévenot L., 1993, « Essai sur les objets usuels. Propriétés, fonctions, usages », *Raisons pratiques*, vol. 4, p. 85-111.
- Thévenot L., 2006, *L'action au pluriel: sociologie des régimes d'engagement*, Paris, La Découverte.
- Thévenot L., 1995, « L'action en plan », *Sociologie du travail*, p. 411-434.
- Trespeuch M., 2011a, « Du monopole à la concurrence sur Internet », *Revue Française de Socio-Économie*, vol. 8, n° 2, p. 39.
- Trespeuch M., 2011b, « Du monopole à la concurrence sur Internet », *Revue française de socio-Economie*, vol., n° 2, p. 39-58.
- Trespeuch M., 2011c, *Le secteur français des jeux d'argent à l'heure numérique: émergence et transformation d'un marché contesté*, Cachan, Ecole Normale Supérieure.
- Trespeuch M. et Mangel A.-C., 2009, « RSE et jeux d'argent: les nouveaux enjeux de la régulation », *Sociologies pratiques*, vol., n° 18, p. 91-107.
- Tricot M., 2011, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, Editions la Découverte.
- Trompette P. et Boissin O., 2000, « Entre les vivants et les morts: les pompes funèbres aux portes du marché », *Sociologie du travail*, vol. 42, n° 3, p. 483-504.

- Turquier B. et Vétel B., 2015, « Le jeu au prisme de la matérialité », *Tracés. Revue de Sciences humaines*, vol., n° 28, p. 7-21.
- Veblen T., 1970, « Théorie de la classe de loisir »,
- Vétel B., 2015, « Comptez les tous! Chaque joueur reconnaîtra les siens. Les mesures d'audience de joueurs en ligne: des formats aux débats. », *XIXe congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC)*, L'Harmattan.
- Von Hippel E., 2009, « Democratizing innovation: the evolving phenomenon of user innovation », *International Journal of Innovation Science*, vol. 1, n° 1, p. 29-40.
- Von Hippel E., 1986, « Lead users: a source of novel product concepts », *Management science*, vol. 32, n° 7, p. 791-805.
- Weber F., 1989, *Le travail à-côté. Une ethnographie des perceptions*, INRA & EHESS.
- West J. et Mace M., 2010, « Browsing as the killer app: Explaining the rapid success of Apple's iPhone », *Telecommunications Policy*, vol. 34, n° 5, p. 270-286.
- Williams D. et al., 2006, « From tree house to barracks », *Games and culture*, vol. 1, n° 4, p. 338.
- Williamson Oliver E., 1991, « Strategizing, economizing, and economic organization », *Strategic management journal*, vol. 12, n° S2, p. 75-94.
- Wilson F., 2006, « My Favorite Business Model », *AVC*. Adresse : http://avc.com/2006/03/my_favorite_bus/ [Consulté le : 22 septembre 2015].
- Wimmer J. et Sitnikova T., 2012, « The professional identity of gameworkers revisited. A qualitative inquiry on the case study of German professionals », *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, vol. 6, n° 1, p. 153-169.
- Varoufakis Y., 2014, « DIGITAL ECONOMIES: Markets, Money and Democratic Politics Revisited », Adresse : <https://yanisvaroufakis.eu/2014/05/08/digital-economies-markets-money-and-democratic-politics-revisited/> [Consulté le : 8 novembre 2014].
- Varoufakis Y., 2012, « To Truck, Barter and exchange ? On the nature of our digital economies », Adresse : <http://blogs.valvesoftware.com/economics/to-truck-barter-and-exchange-on-the-nature-of-valves-social-economies/> [Consulté le : 11 juillet 2012].
- Varoufakis Y. et Russ R., 2013, *EconTalk: Varoufakis on Valve, Spontaneous Order, and the European Crisis*. Adresse : http://www.econtalk.org/archives/2013/02/varoufakis_on_v.html [Consulté le : 10 juillet 2013].

- Yee N., 2006, « The Labor of Fun: How Video Games Blur the Boundaries of Work and Play », *Games and Culture*, vol. 1, n° 1, p. 68-71.
- Yee Nick, 2006, « The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments », *Presence*, vol. 15, n° 3, p. 309-329.
- Zabban V., 2011, « Ceci est un monde ». *Le partage des jeux en ligne : conceptions, techniques et pratiques*, Paris Est Marne-la-Vallée. Adresse : <http://www.theses.fr/2011PEST0077>.
- Zabban V., 2009, « Hors jeu? Itinéraires et espaces de la pratique des jeux vidéo en ligne (enquête) », *Terrains & travaux*, vol., n° 15, p. 81-104.
- Zabban V., 2007, « Le jeu des médiations au service de la mise en tension des "univers virtuels" », *Réseaux*, vol. 4, n° 143, p. 45-79.
- Zabban V., 2012, « Retour sur les game studies. Comprendre et dépasser les approches formelles et culturelles du jeu vidéo », *Réseaux*, vol. 173-174, n° 3, p. 137.
- Zabban V., 2015, « Tricoter sur Internet: le recadrage social et technique d'un loisir ordinaire », *Tracés. Revue de Sciences humaines*, vol., n° 28, p. 25-44.
- Zelizer V., 2002, « Kids and commerce », *Childhood*, vol. 9, n° 4, p. 375-396.
- Zelizer V., 2005, *La signification sociale de l'argent*, [Paris], Seuil.
- Zittrain J.L., 2006, « The generative internet », *Harvard Law Review*, p. 1974-2040.

TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉES

REMERCIEMENTS.....	3
SOMMAIRE	7
INTRODUCTION GÉNÉRALE	11
I - Situation de Dofus au sein des jeux en ligne.....	14
II - Question de recherche principale	18
A - La stratégie adaptative de l'entreprise : s'inspirer de ce à quoi joue les clients	18
B - Les pratiques d'échanges entre les joueurs.....	20
C - Une stratégie de réorganisation périodique des échanges entre joueurs au profit de l'entreprise	23
III - Étude de la littérature	23
A - Une analyse des stratégies de réagencements marchands	24
Les principales stratégies pour tirer des profits des usages du service	24
Une stratégie alternative inspirée des détournements d'usage	28
L'organisation des profits économiques de services propices à l'incertitude ...	30
Ankama s'inspire des détournements de son service commercial pour améliorer ses profits.....	33
B - Une sociologie économique des pratiques de jeu en ligne	34
Les limites de l'approche économique des activités de jeu vidéo en ligne	36
Le premier apport de l'approche sociologique : la prise en compte des activités hors du jeu	38
Le second apport de l'approche sociologique : la caractérisation des « marchés du travail » et des « marchés des capitaux ».....	40
IV - Méthodologie	47

V - Structure de la thèse.....	48
Chapitre 1 Comment étudier les pratiques d'un service numérique commercial ?	54
1.1 – Les biais des études des jeux en ligne menées derrière un écran.....	54
1.1.1 – Première simplification : la focalisation sur ce que fait le personnage joué	55
1.1.2 – Deuxième simplification : la prise en compte de ce qui se passe sur l'écran du joueur	57
1.1.3 – Troisième simplification : l'analyse de données quantitatives sans maîtriser leur construction	60
1.2 – Notre cadrage méthodologique : la prise en compte du contexte sociotechnique situé hors du jeu.....	61
1.2.1 – La synthèse de nos méthodes d'enquête.....	62
1.2.2 – Vers une « sociologie des marionnettistes » ?.....	64
1.2.3 – La prise en compte des pratiques hors-jeu.....	65
1.2.4 – Les techniques d'entretien utilisées	68
1.2.5 – De la nécessité de démultiplier les approches en ligne et hors ligne d'un même terrain.....	68
1.3 – L'enquête auprès de joueurs de Dofus	69
1.3.1 – Les salons de jeux vidéo	70
1.3.2 – Le profil des joueurs vus en entretien.....	71
1.3.3 – Les pratiques de jeux vidéo hors la loi. Travers et détours d'une enquête complémentaire	75
1.3.4 – Un échantillon représentatif des joueurs masculins, abonnés et résidant en milieu urbain.....	78
1.4 – L'enquête auprès des salariés d'Ankama	78
1.4.1 – Les entretiens en dehors de l'entreprise. Les salariés chargés de la « production » du jeu	79
1.4.2 – Les entretiens dans les locaux de l'entreprise. Les salariés chargés des sites web, du marketing et de la relation client.....	84
1.4.3 – Une enquête sur l'organisation de la production du jeu	87
1.5 – Les collectes de données quantitatives	88
1.5.1 – Les populations de personnages joués	89
1.5.2 – Les taux de change entre Kamas et euros.....	95

1.6 – Conclusion : la prise en compte d'un contexte d'observation élargi.....	96
Chapitre 2 Le modèle économique de Dofus	98
2.1 – Les premiers pas dans le jeu. La cohabitation du gratuit et du payant.....	100
2.1.1 – Le rattachement du personnage joué par un débutant à un « serveur de jeu »	100
2.1.2 – « Incarnam ». La découverte guidée des fondamentaux du jeu.....	103
2.1.3 – « Astrub ». L'expérience des limites de l'accès gratuit.....	106
2.1.4 – Les effets de l'accès gratuit sur les pratiques des débutants	109
La mise en visibilité des privilèges incite les débutants à payer	109
L'essai temporaire prépare le regroupement ultérieur avec des proches.....	113
L'entrée gratuite favorise la venue des clients de jeux concurrents	115
2.1.5 – Les frictions entre le jeu gratuit et payant incitent à payer	120
2.2 – Les débutants abonnés. Le jeu à tour de rôle.....	121
2.2.1 – Le choix d'un personnage joué.....	122
2.2.2 – L'apprentissage des autres « classes de personnages »	124
2.2.3 – L'apprentissage de la gestion des stocks d'objets	125
2.2.4 – La découverte des principales dimensions sociales du jeu	127
2.3 – Les joueurs abonnés au long cours. La séparation des combattants et des marchands	127
2.3.1 – L'organisation des serveurs de jeu pour limiter les conflits	128
Le nombre de serveurs de jeu influe sur la diversité des activités de jeu.....	128
La séparation des personnages débutants et confirmés sur différents serveurs	132
Variations du niveau d'expérience et changement progressif des activités de jeu	134
2.3.2 – La pratique du « multicompte » accentue l'individualisation du jeu et des inégalités sociales	140
Les personnages de soutien et l'individualisation du jeu.....	141
L'encouragement de la compétition entre joueurs et des arnaques.....	150
2.3.3 – Le renforcement des pratiques solitaires et commerciales chez les joueurs qui progressent	151

2.4 – Conclusion : l'intégration au « game design » de réagencements marchands originaux.....	152
Chapitre 3 La production et l'acquisition des objets du jeu	155
3.1 – La production et la destruction	159
3.2 – L'acquisition des différents types de <i>marques circulantes</i>	162
3.3 – L'exercice des métiers du jeu	164
3.4 – Les échanges marchands dans le jeu	167
3.4.1 – La conception hybride de l'économie des jeux en ligne. Redistribution et transferts marchands.....	168
3.4.2 – Le « mode marchand » incite les débutants à la flânerie.....	169
3.4.3 – L'hôtel des ventes favorise les débutants.....	173
3.4.4 – Le phishing comme méthode de vol à grande échelle.....	177
3.5 – Les pratiques de réabonnement des joueurs sans budget.....	178
3.5.1 – L'abonnement par « code audiotel ». Du paiement individuel, à l'échange contre des Kamas.....	179
L'achat individuel pour s'abonner	180
L'acquisition contre des Kamas.....	183
Les effets sur les pratiques de jeu : le trafic de Kamas et les arnaques.....	184
3.5.2 – Les Ogrines. Un réagencement marchand qui concurrence les trafics de Kamas	191
3.5.3 – Du transfert de coût d'abonnement à la mise au travail des joueurs sans budget.....	197
3.6 – Conclusion : l'importance des <i>opérations de conversion</i> dans les échanges d'objets des jeux en ligne	198
Chapitre 4 L'influence du hors jeu et des statuts sociaux. Le cas des pratiques des jeunes joueurs d'origine populaire.....	200
4.1 – L'intensification de la collecte de Kamas pendant les vacances des joueurs d'origine populaire	203
4.1.1 – La suspension de l'abonnement pendant les vacances	204
4.1.2 – Les joueurs d'origine populaire pratiquent davantage pendant les vacances	207
4.1.3 – Le réabonnement des joueurs pauvres pendant les vacances	208

4.2 – Le vol de compte à des fins lucratives. Le travail rémunéré des joueurs avec peu de revenus.....	209
4.2.1 – Le contexte du développement du « phishing »	210
4.2.2 – Une procédure de vol typique	211
4.2.3 – La mise en concurrence des activités des jeunes joueurs d’origine populaire	214
4.3 – Conclusion : les Ogrines modifient les pratiques des joueurs d’origine populaire et des goldfarmers	214
Chapitre 5 L’engagement dans des pratiques de jeu répétitives. Le cas du « farm » à but non lucratif.....	216
5.1 – Le jugement des actes techniques. Une revue de littérature	219
5.1.1 – Du mode d’action des « power gamers ». Savoir, performance et réflexivité	220
5.1.2 – Le geste technique comme preuves d’habileté.....	222
5.1.3 – La production d’objets personnels comme preuves d’une habileté à visée fonctionnelle	223
Première visée fonctionnelle : la performance compétitive stimulée par l’admiration de marques de progression	224
Deuxième visée fonctionnelle : le profit économique.....	226
5.1.4 – Une contribution au débat sur la séparation entre jeu et activité productive	229
5.2 – La production d’objets du jeu. La finalité fonctionnelle du farm sans but lucratif.....	230
5.2.1 – Les choix de design à l’origine du farm. Une affaire de coût de production	231
5.2.2 – Les deux activités de farm les plus courantes	233
La réalisation de donjons en boucle. Le « farm de donjon » et le rôle des panoplies.....	235
L’exercice d’un métier par son personnage de jeu. Le « farm métier » pour alimenter le commerce des panoplies.....	238
5.2.3 – L’aménagement fonctionnel d’un imaginaire du travail simpliste débouche sur une généralisation des tâches répétitives	239
5.3 – L’évaluation des produits du farm sans but lucratif	241

5.3.1 – La légitimité du farm du point de vue des salariés d’Ankama. Une affaire de rentabilité	242
5.3.2 – L’évaluation des produits de l’activité de farm. Visibilité, prestige et transfert des marques de progression	244
Le recentrage de l’activité de jeu sur la collecte de marques de progression .	244
La visibilité variable des marques de progression : la convoitise des marques visibles les plus rares pousse à l’achat de monnaie du jeu	246
La monnaie du jeu met en équivalence différentes formes de collecte de marques de progressions	247
5.3.3 – L’incertitude sur le jugement des activités de collecte. Un effet du commerce des marques de progression	248
5.4 – La finalité sociale du farm sans but lucratif.....	248
5.4.1 – L’évitement du farm collectif au sein des groupes compétitifs.....	249
5.4.2 – Le maintien du farm collectif pour se réabonner à Dofus. Le cas des joueurs sans budget	252
5.4.3 – L’impossibilité de payer son abonnement régulièrement contraint au farm dans des groupes compétitifs.....	255
5.5 – Conclusion. Du laisser-faire à la <i>captation marchande</i> du farm non lucratif	256
Chapitre 6 L’émergence du salariat au cœur des pratiques de jeu en ligne. Le cas du « farm » à but lucratif	258
6.1 – Revue de littérature. La production lucrative dans les jeux en ligne	259
6.1.1 – Les pratiques de jeu à des fins lucratives	259
6.1.2 – Les « goldfarmers ». La construction d’une figure de joueurs déviants autour d’une pratique rémunérée.....	260
6.1.3 – Au-delà des goldfarmers des pays pauvres : rendre compte des trafics réalisés par des adolescents occidentaux	261
6.2 – Le farm à but lucratif. Une valorisation économique à l’initiative de joueurs	262
6.2.1 – La revente de la monnaie du jeu sur les plateformes de courtage en ligne	263
La prise de contact avec des courtiers des plateformes de « goldselling »	263
L’organisation spatiale	265
6.2.2 – L’organisation des joueurs rémunérés.....	266

Les programmes d'automatisation des tâches de farm et l'économie du jeu .	269
Les trafics réalisés par des adolescents français. Entre la peur du gendarme et le soutien ambivalent des parents	272
6.2.3 – Du farm à but lucratif à sa régulation et à l'organisation de sa captation marchande	276
6.3 – Les tentatives de reprise de contrôle d'Ankama sur le farm à but lucratif....	278
6.3.1 – Réguler les conduites. Qualifier les conduites « fautives », puis en exclure certaines	279
6.3.2 – Réguler l'environnement numérique. Tolérer les joueurs rémunérés, mais les faire payer	283
6.3.3 – Le design des sociabilités de jeu empêche l'éviction du farm à but lucratif	285
6.4 – Conclusion : de la création de valeur économique par des « farmers », à leur captation marchande	286
Chapitre 7 L'exploitation d'un jeu en ligne commercial modifié. Le cas des serveurs parallèles.....	288
7.1 – La spécificité des émulateurs de jeux en ligne.....	293
7.1.1 – Un bref historique des émulateurs de jeux en ligne hors la loi	294
7.1.2 – Ce que le jeu en ligne fait aux émulateurs.....	296
Le fonctionnement d'un serveur parallèle de jeu en ligne	297
La conception des émulateurs de jeux en ligne hors la loi	299
7.2 – La raison du report massif sur les émulateurs hors la loi de Dofus : l'absence d'accès légal aux versions antérieures les plus pratiquées	302
7.2.1 – Les options payantes à l'origine des serveurs parallèles de Dofus	305
7.2.2 – La mise en visibilité des serveurs à option payante sur les sites de référencement	308
7.2.3 – Le parasitage et la symbiose du jeu officiel et des émulateurs	310
7.3 – La mort d'un <i>serveur parallèle</i> . La réaction des salariés de l'entreprise créatrice face aux conduites des acteurs des <i>serveurs parallèles</i>	312
7.3.1 – Épargner les administrateurs des serveurs « à audience confidentielle », sanctionner les administrateurs de serveurs populaires	313
7.3.2 – Épargner les joueurs des serveurs parallèles, mais pas leurs personnages	314

7.3.3 – L’engagement dans des carrières déviantes. Le cas des administrateurs de serveurs à option payante.....	315
7.3.4 – Héberger ses données chez un professionnel.....	316
7.3.5 – Héberger ses données « offshore ».....	316
7.3.6 – Mettre en échec les anticipations des administrateurs les plus gênants. Les errements des filatures en ligne	318
7.3.7 – La dynamique globale des serveurs parallèles sous l’effet de sanctions ciblées et répétées.....	319
7.4 – Conclusion : les émulateurs de jeu en ligne. De la conservation des anciennes versions du jeu au piratage du jeu officiel à des fins lucratives	322
CONCLUSION GÉNÉRALE	323
Engagement exploratoire et farm.....	325
Le farm : un détournement qui engage dans un environnement sociotechnique plastique	328
ANNEXES	331
Annexe 1 Quelques données d’enquête complémentaires	331
La liste des mises à jour majeures de Dofus classées par année et par numéro de version	331
Le guide destiné aux entretiens avec des enquêtés joueurs	332
Données sociodémographiques et socioprofessionnelles sur nos enquêtés	334
Le guide destiné aux entretiens avec des salariés d’Ankama	336
Le guide complémentaire destiné aux salariés d’Ankama en charge de réguler les serveurs privés de Dofus.....	337
Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés salariés d’entreprises de jeux vidéo	338
Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés impliqués dans les communautés d’émulateurs de jeux en ligne.....	339
Annexe 2 Analyses complémentaires.....	340
Une réflexion critique sur la segmentation classique du marché des jeux vidéo	340
L’histoire de la valorisation économique de quelques offres de services de jeu en ligne	341
Le jeu vidéo comme objet numérique de télécommunication	342

La valorisation économique des jeux vidéo en ligne	343
Le cas de GameSpy et de Battle.net.....	344
Conclusion.....	346
La genèse des émulateurs de jeu en ligne intégralement gratuits : émuler la partie « serveur » et libérer l'accès au code de l'émulateur.....	347
BIBLIOGRAPHIE.....	351
TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉES	366
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	376
TABLE DES TABLEAUX	380
TABLE DES ENCADRÉS	382

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : L'entrée de la minoterie d'un village de Dofus où attendent quelques monstres et plusieurs personnages de joueurs qui font partie d'un même groupe d'aventuriers	56
Figure 2 : Notre premier résumé des principales données informatiques qui structurent les interactions d'un joueur de Dofus.....	59
Figure 3 : Un fragment de cartographie d'un des donjons de Dofus tel qu'il apparaît sur le site indépendant www.barbok.fr	67
Figure 4 : L'estrade principale dans le hall réservé à la « Ankama convention #4 » (Porte de Versailles, en mars 2011)	71
Figure 5 : L'éditeur de cartes de Dofus (2004)	80
Figure 6 : Le premier site web d'Ankama propose une offre marketing de jeux vidéo d'entreprise (2002)	81
Figure 7 : Les locaux d'Ankama situés dans une ancienne filature roubaisienne s'étendent jusqu'au bout de la rue (côté gauche).....	83
Figure 8 : Les données d'un des 50 serveurs du jeu Dofus (septembre 2008).....	90
Figure 9 : La fenêtre des taux de change entre Kamas et Ogrines dans le jeu Dofus (gauche) correspond à une page web dont l'adresse (URL) est identifiée en grisée dans un logiciel « sniffer » (haut). Cette URL est affichée dans un navigateur internet pour tester sa validité (arrière droite).....	96
Figure 10 : La fenêtre de « choix du serveur de jeu », premier affichage lors de la création d'un personnage	102
Figure 11 : Les joueurs peuvent accéder gratuitement à Dofus, mais avec certaines limitations. Ils ne peuvent par exemple pas interagir sur tous les territoires du jeu	107
Figure 12 : Une capture d'écran extraite de la vidéo de présentation des personnages de Renaud	123
Figure 13 : Un graphe du « niveau d'expérience » des populations de personnages de chaque serveur, en fonction de la durée de fonctionnement du serveur.....	130

Figure 14 : Un graphe du « niveau d'expérience » par serveur francophone.....	133
Figure 15 : L'installation informatique des deux frères dans la chambre à coucher de Renaud	145
Figure 16 : L'interface de gestion des métiers de Dofus	165
Figure 17 : La représentation graphique d'un personnage en « mode marchand ».....	170
Figure 18 : L'interface graphique qui présente à gauche et au centre les objets offerts par un personnage en « mode marchand ».....	171
Figure 19 : L'interface graphique d'un « hôtel des ventes ».....	175
Figure 20 : La procédure d'achat et d'abonnement par « code Audiotel » détaillée sur le site web de Dofus	181
Figure 21 : La page d'achat d'Ogrines en euro sur le site internet de Dofus	192
Figure 22 : La « Bourse aux Kamas » et la « Bourse aux Ogrines » dans le jeu Dofus permettent de proposer des échanges asynchrones d'Ogrines contre des Kamas et vice-versa	194
Figure 23 : Les circuits d'échange possibles entre Euros, Ogrines et Kamas	197
Figure 24 : Trois séries relatives aux périodes scolaires. Chacune représente la moyenne des taux de change Kamas/Ogrine en fonction des serveurs francophones identifiés par leur date de création	206
Figure 25 : Une petite annonce de revente d'un personnage de Dofus contre 80 euros.....	213
Figure 26 : Plusieurs personnages en train de faucher un champ de blé dans Dofus. C'est l'activité des personnages joués en exerçant le métier de paysan	235
Figure 27 : L'achat en euros de Kamas pour Dofus sur un site web de courtage de monnaie de jeux en ligne	263
Figure 28 : Les résultats d'une régression logistique appliquée à la variable « GS.prix ».....	268
Figure 29 : Un groupe de « bots » composé de personnages des classes « Sadida » et « Enutrof ». Seuls quatre peuvent être distingués ici, les autres sont superposés.	270
Figure 30 : Le profil Skype du joueur dénommé « Damien ».....	274
Figure 31 : Un <i>serveur parallèle</i> réplique l'architecture logicielle du serveur officiel d'un jeu en ligne, mais pas les données des joueurs issues sur serveur « officiel ».....	298
Figure 32: Capture d'écran de la même portion de territoire dans Dofus 1.29 (en haut) et Dofus 2.0 (en bas)	303

Figure 33: Le mode de rémunération des administrateurs de <i>serveurs parallèles</i> se base sur l'achat de points contre des euros, que le joueur dépense ensuite contre des bonus de jeu	306
Figure 34 : Les échanges de services marchands typiques d'un <i>serveur parallèle</i> de Dofus.....	308
Figure 35 : Le <i>serveur parallèle</i> le mieux classé oblige à lui accorder un vote sur le site de référencement pour pouvoir y accéder plusieurs heures	310
Figure 36 : Le logiciel QSpy affichant la liste des parties en cours pour le jeu en réseau Quake	345
Figure 37 : L'historique des quatre premières années de développement des différentes branches d'UOX, un des émulateurs du jeu Ultima Online	349

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Une synthèse des zones de jeu accessibles en fonction du type d'accès du joueur et du « niveau d'expérience » de son personnage	110
Tableau 2 : Une synthèse des caractéristiques de l'accès gratuit de deux jeux en ligne concurrents (Dofus et World of Warcraft)	117
Tableau 3 : Les changements de rythmes d'évolution du « niveau d'expérience » par serveur	135
Tableau 4 : Les différents modes d'acquisition des <i>marques circulantes</i> de Dofus	162
Tableau 5 : Les <i>communautés de trafic</i> dans Dofus	189
Tableau 6 : Une synthèse des niveaux de visibilité et de transférabilité des marques de progression des personnages joués dans Dofus.....	245
Tableau 7 : Une synthèse des sanctions appliquées aux administrateurs des <i>serveurs parallèles</i> étudiés	313
Tableau 8 : L'historique des mises à jour de Dofus. En grisé les années correspondant à notre enquête	331
Tableau 9 : Le guide d'entretien utilisé auprès des joueurs enquêtés	334
Tableau 10 : Données démographiques et socioprofessionnelles sur les joueurs de Dofus vus en entretien	335
Tableau 11 : Le guide d'entretien utilisé auprès des salariés d'Ankama enquêtés ...	337
Tableau 12 : Le guide d'entretien utilisé auprès des salariés d'Ankama en charge de réguler les serveurs privés de Dofus.....	337
Tableau 13 : Données démographiques et professionnelles sur les salariés d'Ankama vus en entretien.....	338
Tableau 14 : Données démographiques et professionnelles sur les enquêtés impliqués dans les communautés d'émulateurs de jeux en ligne.....	339

TABLE DES ENCADRÉS

Encadré n° 1 : Qu'est-ce qu'un MMORPG ?	17
Encadré n° 2 : Le « niveau d'expérience » des personnages joués dans Dofus	22
Encadré n° 3 : La représentation habituelle des pratiques légitimes des joueurs de Dofus.....	56
Encadré n° 4 : Une définition des « serveurs de jeux » en ligne	101
Encadré n° 5 : La difficile stabilisation des conditions d'accès à la zone d'Incarnam	106
Encadré n° 6 : La définition du joueur sans budget	118
Encadré n° 7 : Le jeu avec plusieurs personnages sur un écran. Compte rendu d'observations du 31 janvier 2011.....	142
Encadré n° 8 : L'effet sur les pratiques marchandes de mises à jour du fonctionnement du « mode marchand »	173
Encadré n° 9 : L'origine des Ogrines et les premiers déterminants de leur prix	193
Encadré n° 10 : Le fichier texte décrivant les fonctions payantes d'un émulateur de Dofus.....	307

Activités économiques et réagencements marchands dans le jeu en ligne Dofus

RÉSUMÉ :

Comment s'articulent les pratiques socioéconomiques des joueurs et le travail de conception et de commercialisation d'un logiciel de jeu ? Ce travail de thèse interroge la manière dont les pratiques ludiques et marchandes du jeu en ligne commercial Dofus dépendent et interagissent avec sa conception, sa commercialisation et ses usages. Nous répondons à cette question à l'aide des outils de la sociologie économique afin de rendre compte d'activités qui sont à première vue des échanges *d'objets virtuels* qui prennent place dans le contexte d'un jeu, mais s'avèrent rapidement impliquer des devises nationales comme l'euro. Nous croisons l'analyse de données quantitatives avec une quarantaine d'entretiens approfondis auprès de joueurs et de salariés de l'entreprise créatrice du jeu. Notre enquête débouche sur deux résultats de recherche qui précisent la forme de capitalisme à l'œuvre dans un jeu en ligne comme Dofus. Premièrement, l'entreprise responsable du jeu met en place des *stratégies adaptatives* pour augmenter ses profits monétaires. Elle incite souvent les joueurs à prolonger leurs activités de jeu en tirant profit d'*agencements marchands* (Callon, 2013) spécifiques qui reposent souvent sur de la *captation marchande* (Cochoy, 2004). La plupart de ces stratégies s'insèrent toutefois dans ce que nous qualifions de *réagencements marchands*, des *agencements* qui s'inspirent des *détournements* (Akrich, 1998) inventés par des joueurs ingénieux. Deuxièmement, en jouant sur la dimension morale de ces détournements, ces *réagencements* finissent par accentuer la segmentation sociale des tâches dans le jeu. Les joueurs auxquels incombent les plus répétitives, appelées *farm* et qui consistent à produire de la monnaie du jeu, sont ceux situés dans des pays pauvres, ou sont des adolescents français issus de classes populaires, alors que les joueurs plus aisés deviennent leurs clients.

Mots clés : sociologie économique, jeu en ligne, échange marchand, monnaie, captation, attention, agencement

Economic activities and trade reassemblages in the online game Dofus

ABSTRACT :

How to articulate players' economic activities and the design and commercialization of a game software? This thesis questions how the ludic and trading practices of the online game Dofus depend on and interact with its design, commercialization and uses. We answer to these questions by mobilizing the tool box of the economic sociology in order to account for what seems to be exchange activities of virtual goods in the context of a game, but quickly implies national currencies like Euros. We combine quantitative data analysis with around forty in depth interviews of players and employees of the game company. Our inquiry leads to two research results which advise on the type of capitalism in action for online games like Dofus. Firstly, the firm responsible for the game organizes adaptative strategies to increase its monetary profits. It encourages players to draw their game activities out, often by taking advantage of specific trade assemblage (Callon, 2013) which are based on *trade capture* mechanisms (Cochoy, 2004). However, most of these strategies are integrated in *trade reassemblage* inspired by *misappropriations* (Akrich, 1998) made up by inventive players. Secondly, by playing on the moral dimension of these *misappropriations*, this type of *assemblages* ends up by emphasizing the social segmentation of game tasks. The players who perform the most repetitive game tasks to produce and resold game currencies called *farm*, are those located in poor countries, or young French teenagers of the working class, whereas more wealthy players become their customers.

Keywords : economic sociology, online game, trade exchange, currency, capture, attention, assemblage