



SERIOUS GAME EXPO



Combien Coûte Un Bon Serious Game ?

Serious Game Expo, 22 novembre 2011



A propos de l'auteur

Fondateur de la société **Succubus Interactive**

- Pionnière du jeu sérieux en France
- Plusieurs dizaines de jeux pour les professionnels
- Editeur du blog (non commercial) : www.jeuxserieux.fr
- Editeur du « manifeste du jeu sérieux » (gratuit sur le blog)
- Animateur des hubs serious gaming sur Viadeo & LinkedIn
- Meilleur serious game français 2010 😊



A propos de l'auteur

Clients grand comptes

- ERDF
- Ministère de l'Industrie
- Orange
- Symantec
- Fédération Française du Bâtiment
- Manpower

Partenaires

- Micropole
- Paraschool
- Syfadis

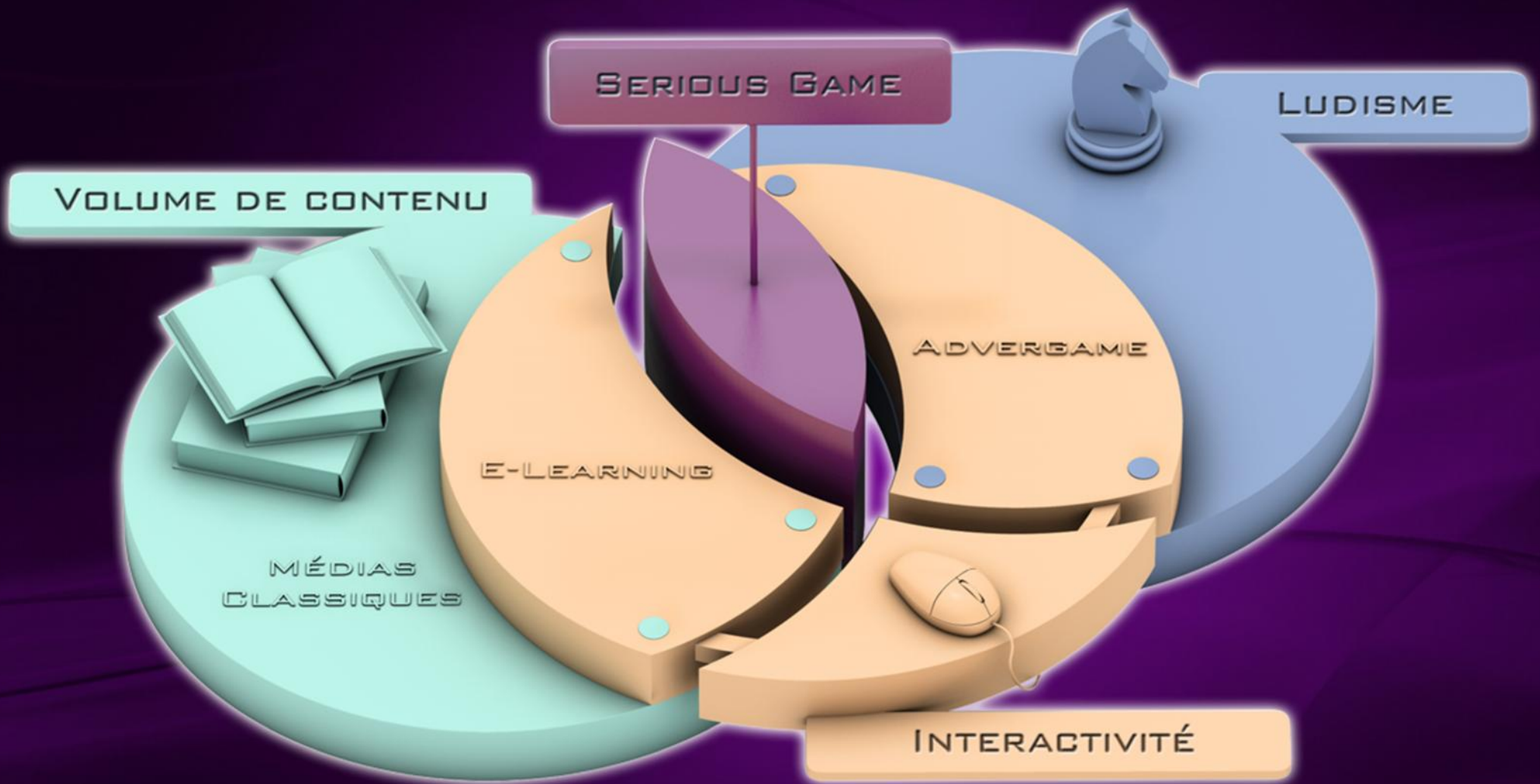
1. Les bases, juste pour être sûr

Quel est le but ?

Simplifier au max. la transmission de message :

- Plus agréable
- Plus facile
- Plus compréhensible
- ...

Positionnement



Quelles applications ?

Trois catégories

- Formation - évaluation



- Information - sensibilisation



- Promotion - marketing



Quels types de jeux ?

- Histoire / Scénario
- Stratégie / Gestion
- Précision / Habileté
- Action / Réflexes

2. Business model / ROI

Modèle économique

- Investissement entre 20K€ et 200K€
→ très dépendant de la **quantité de contenu** et de la **qualité souhaitée**. Autres facteurs importants **le type de jeu** et la **technologie utilisée**.
- Pour le moment seuls quelques développeurs ont réussi à vendre du serious game « sur étagère »
- Les donneurs d'ordre distribuent gratuitement leurs serious game :
 - en interne (formation, sensibilisation)
 - en externe (communication, promotion, recrutement)
- Retour sur investissement très variable en fonction du type de serious game

3. Comprendre ce qu'est un BON jeu sérieux

Vérifier ses ingrédients

- Précision du message
- Richesse de l'univers et du scénario
- Liberté d'action
- Plaisir de jeu
- Qualité de la réalisation

Le 6^{ème} ingrédient

L'efficacité du jeu !

- Pour les serious games de formation
→ **Performance**
- Pour les serious games de marketing
→ **Diffusion**
- Pour les serious games de sensibilisation
→ **Temps d'exposition**

4. Combien ça coûte ?

Réponse du prestataire

- Prix += **Développement** x nb jours
- Prix += **Graphismes** x nb jours
- Prix += **Sons** x nb jours
- Prix += **Game design** x nb jours
- Prix += **Pédagogie** x nb jours
- Prix += **Gestion de projet** x nb jours
- Prix += ...

Plus simple ...

Prix =

Type de jeu
x
(Technologie
+
Qualité
+
Longueur)

Eureka

$$\text{Prix} = J \times (T + Q + L)$$

J // Type de jeu

Habilité / précision	J = 4000€
Réflexion / stratégie / gestion	J = 6000€
Scénario	J = 8000€
Action	J = 10000€

T // Technologie EXISTANTE

Flash 2D	T = 0
Flash 3D ou poussé	T = 1
Moteur 3D	T = 2 (+ coût de licence)
Mauvaise technologie	T = 3 (+ coût de licence ? → très mauvaise techno)

Eureka

$$\text{Prix} = J \times (T + Q + L)$$

Q // Qualité

Optimisation prix	Q = 0
Rapport qualité / prix	Q = 1
Meilleure qualité	Q = 2

L // Longueur de contenu

Pour chaque « heure de jeu non rejouable »	L += 1
--	--------

Coût « à l'heure »

→ Storytelling	J = 8000€
→ Technologie Succubus	T = 1
→ Rapport qualité / prix	Q = 1
→ 1 heure de jeu	L = 1

$$\text{Coût} = 8000 \times (1 + 1 + 1) = 24000\text{€}$$

Ma Cyber Auto-Entreprise

- Storytelling + gestion $J = 8000€ + 6000€$
- Technologie Succubus $T = 1$
- Rapport qualité / prix $Q = 1$
- 4 heures de jeu $L = 4$

$$\text{Budget} = 14000 \times (1 + 1 + 4) = 84000€$$

Questions ?

laurent.auneau@succubus.fr

→ www.jeuxserieux.fr

→ www.succubus.fr