

Drag On Slide : Design et serious game



Drag On Slide, c'est une entreprise montoise qui conçoit et développe des jeux vidéo, des applications mobiles et ce que l'on appelle du *serious game*, autrement dit des outils d'apprentissage ludiques. Dans cet article, nous nous sommes penchés sur le succès de cette entreprise, ses divers produits et projets ainsi que son approche centrée tant sur le design que l'utilisateur. Pour ce faire, nous avons fait la rencontre de Paul Attia, en charge de la stratégie, ainsi que Nicolas Jura, directeur créatif et webdesigner au sein de l'entreprise.



-
- L'utilisateur au cœur de la démarche
 - Le design avant le développement
 - Promiself, un produit modulable qui répond à des attentes variées
-

Drag On Slide en quelques mots

À l'origine de Drag On Slide il y a trois jeunes qui, après leur parcours académique, se sont retrouvés en formation chez Technocité, l'un des quatre centres de compétence en Région Wallonne dans le domaine de l'IT. Au cours de leur formation, ils ont décidé de voler de leurs propres ailes en développant des jeux, pas uniquement dans un but ludique, mais aussi éducatif. C'est ce que l'on appelle le *serious game*. En 2011, ils ont lancé Drag on Slide et trois ans plus tard, ils se sont tournés vers Paul Attia, expert en consultation d'entreprise, pour apporter une réelle structure à la société. C'est ainsi que le 1^e juillet 2014, Paul Attia et l'un de ses

amis ont rejoint l'aventure. Aujourd'hui, l'entreprise compte donc un chargé de la stratégie (Paul Attia), un directeur 3D, un directeur créatif (Nicolas Jura), un responsable technologique, un pédagogue, un développeur et une commerciale. Ensemble, ils travaillent sur deux grands axes de développement : le *serious game* et les jeux vidéo d'une part, et les applications mobiles d'autre part.



L'utilisateur avant tout

Ce qui différencie Drag on Slide d'autres entreprises actives dans le secteur numérique, c'est notamment son approche client :

« Lorsqu'un client signe chez nous, il doit s'attendre à nous accompagner dans le processus pour que nous puissions l'accompagner à notre tour, » nous explique Paul Attia, en charge de la stratégie chez Drag on Slide.

La création et le développement d'un projet s'étendent en général sur une période de quatre mois durant lesquels le client sera amené à rencontrer l'équipe chaque semaine. Ainsi,

à la fin du processus, le client connaît le projet sous toutes ses coutures. C'est important car le client ne sait pas toujours réellement ce qu'il souhaite et a besoin d'être encadré. Drag on Slide doit donc non seulement se mettre dans la peau du client pour comprendre les valeurs de son entreprise et l'univers qu'il désire créer, mais aussi dans celle de l'utilisateur afin de s'assurer que ces valeurs lui seront transmises.



Le premier mois sera donc dédié à la compréhension de la promesse de l'entreprise et de ses valeurs ainsi que de l'histoire qu'elle désire raconter. C'est sur cette base que le webdesigner proposera des prototypes sans qu'aucune ligne de code n'entre en jeu :

« *Le premier mois, on ne développe rien du tout, c'est uniquement de la réflexion,* » appuie Nicolas Jura, directeur créatif chez Drag on Slide.

Si l'entreprise accorde autant d'importance à cette phase,

c'est parce qu'elle est primordiale à la réalisation du projet. Et c'est d'ailleurs ici que le rôle du webdesigner est central.

Le design en amont

C'est dès la première phase de réflexion qu'intervient également le webdesigner (Nicolas Jura pour la plupart des projets). Chez Drag On Slide, on a compris que le design n'est pas uniquement une question d'esthétique ; il faut qu'il raconte une histoire.

« On pense d'abord à l'histoire, ce que l'on appelle l'expérience utilisateur, et son rapport avec l'objectif de l'entreprise. Dans l'objectif, on retrouve le design : c'est indissociable, » appuie Paul Attia.



Nicolas Jura, directeur créatif et webdesigner, nous explique que son rôle, au delà des aspects purement techniques et esthétiques, est de faire le lien entre les valeurs de l'entreprise, l'idée qu'elle s'est faite du jeu à développer et l'effet qu'aura le produit sur l'utilisateur final :

« Mon rôle sera d'associer les valeurs de l'entreprise du client à son envie finale afin de les transmettre et que l'utilisateur final qui sera face au produit retrouve ces valeurs et soit intéressé par la promesse de cette entreprise. » Nicolas Jura.

Durant cette phase de réflexion, Nicolas Jura va prototyper, c'est-à-dire créer le produit sans aucune ligne de code et le tester auprès d'un échantillon d'utilisateurs afin de s'assurer qu'il corresponde aux attentes du client. Sur base de cette réflexion, il élabore le Game Design Document, une sorte de cahier des charges reprenant le jeu dans ses moindres détails avec la mécanique de jeux, le graphisme, le son et l'ergonomie d'interfaces, également appelé UX design, le tout dans l'optique d'augmenter l'expérience utilisateur. Ce n'est qu'une fois que ce document a été validé par le client que les développeurs entrent en jeu. Le développement se fera en un à deux mois et le dernier mois sera dédié aux tests. Ayant l'habitude de travailler avec différents types d'utilisateurs, Drag On Slide travaille souvent avec le département de psychologie de l'Université de Mons afin de comprendre le comportement des utilisateurs et adapter l'expérience au public cible :

« Cibler tout le monde, c'est toucher personne. Il est important de comprendre à quels utilisateurs l'entreprise souhaite s'adresser afin de cibler les bonnes personnes, » explique Nicolas Jura.

Le directeur créatif précise toutefois que les études réalisées sur les comportements d'utilisateurs sont à prendre avec des pincettes. Il s'agit en effet de stéréotypes qui sont là pour guider le designer et non de vérités absolues. Un exemple parlant : ce n'est pas parce que les jeux de tir attirent davantage de joueurs masculins que féminins que les personnages devront tous être d'un genre masculin.

« Quand on cible un public, on ne cible pas la personne en

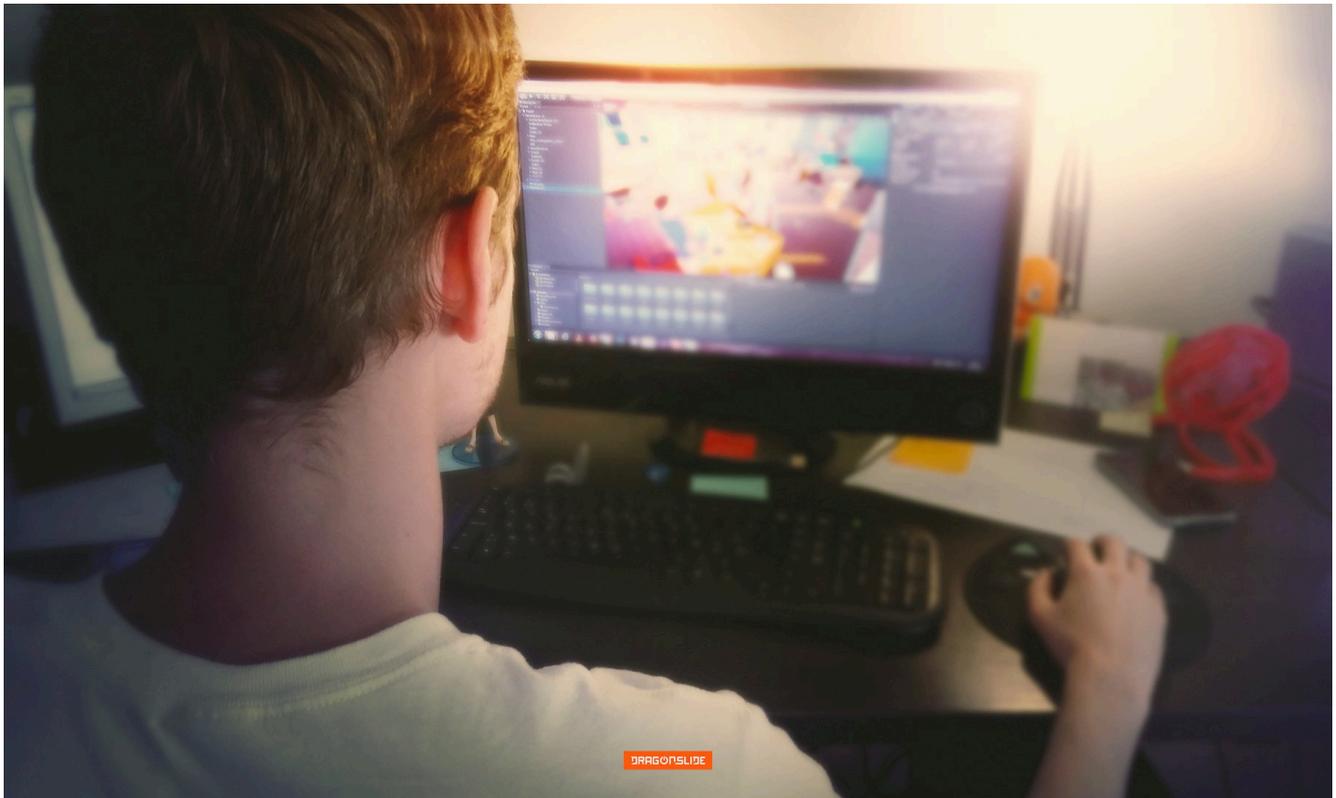
elle-même, mais la personne à laquelle s'identifie ce public, » développe Nicolas Jura.



Une culture d'entreprise qui mise sur la collaboration

Bien que l'entreprise compte un noyau dur de cinq membres aux titres bien définis, la structure de Drag on Slide est flexible et collaborative sur de nombreux aspects :

- Les cinq principaux membres de l'équipe portent plusieurs casquettes. Par exemple, sur un projet, Nicolas Jura est à la fois directeur créatif et webdesigner dans la première phase de réflexion et endosse ensuite le rôle de chef de projet pour les mois qui suivent.
- Malgré leurs âges et expériences variés, tous sont égaux en termes de pouvoirs décisionnels. L'équipe compte deux seniors et trois juniors, mais tous travaillent en équipe sans réelle hiérarchie.
- Pour chaque projet, la structure de l'équipe varie : l'un des 5 membres de Drag On Slide sera toujours le chef de projet et quant au reste de l'équipe, il sera formé en fonction des besoins du client. Cela implique que l'entreprise fera parfois appel à des webdesigners, développeurs ou encore spécialistes 3D en externe, formant une sorte d'écosystème de spécialistes autour de Drag On Slide. Cette manière de fonctionner est une plus-value pour l'entreprise car elle lui permet de bénéficier des expériences diverses et idées nouvelles que ces spécialistes ont à lui apporter.
- Le nombre de personnes travaillant sur un même projet varie d'un projet à l'autre ; avec des équipes pouvant aller jusqu'à quinze membres.



Promiself, la promesse d'un produit modulable

En 2015, après avoir pas mal prospecté sur le terrain, Drag On Slide s'est rendu compte que le *serious game* intéressait de nombreuses entreprises, mais que certaines craintes les empêchaient d'opter pour ce produit – notamment des contraintes budgétaires ou encore un temps de développement trop long. Ces critiques ont donc été prises en compte afin de créer un nouveau produit de *serious gaming* appelé Promiself. Pour décrire ce concept, Paul Attia le compare à un coffre à jouets qui renferme une quantité limitée de jouets, mais une infinité de possibilités de jeux :

« Lorsque vous étiez enfant, vous aviez peut-être un coffre où ranger vos jouets. Vous vous êtes peut-être rendu compte qu'avec le même jouet, vous avez joué à la marchande un jour; et au médecin le lendemain, » simplifie Paul Attia.

Et bien c'est le fonctionnement de Promiself : il s'agit d'une base de données avec des centaines de personnages, d'objets

(tables, chaises, camions etc.) et des mécaniques de jeux où le client viendra puiser. S'il désire rester dans ce « standard », il n'aura plus qu'à faire sa sélection sans devoir payer pour ce contenu puisqu'il existe déjà. Cela résout déjà l'une des objections souvent entendue, celle du budget. Ensuite, Drag On Slide poursuit en suivant un scénario matriciel, c'est-à-dire que les décors existants peuvent être retravaillés et modélisés selon les désirs du client.



L'une des ambitions de ce produit est également de modifier le comportement de l'utilisateur et lui donner envie de revenir. L'on retrouve des mécanismes de récompenses et de scores présents dans les jeux classiques, mais sans jamais plonger l'utilisateur dans le négatif. S'il échoue avec une moyenne de 30%, on ne lui dira jamais « vous avez perdu », mais l'encouragera plutôt à revenir pour s'améliorer avec une série de conseils et d'informations.

C'est avec Promiself que Drag On Slide a réellement changé la donne. Aujourd'hui, l'entreprise peut se vanter d'être la seule en Belgique à ne vivre presque exclusivement du *serious game*, qui représente 85 à 90% de son chiffre d'affaire.

« Dès le lancement de ce produit, notre premier client a été Carrefour Belgium. C'est lui qui a emboîté le pas et tous les autres ont suivi, » s'enthousiasme Paul Attia.

Avec ce produit, qui est beaucoup plus souple en matière de réalisation, de prix et de conception, ils répondent à différents besoins présents auxquels le *serious game* traditionnel ne répond pas systématiquement. En quatre ans, ce produit a beaucoup évolué et leurs a permis de collaborer avec des clients tels que le World Trade Center la KBL Luxembourg, l'un des plus grands groupes bancaires en Europe et l'Université Libre de Bruxelles, pour laquelle Drag On Slide a été chargé de développer un *serious game* pour un cours sur la résistance des matériaux en architecture à l'ULB car il s'agissait d'un cours à taux d'échec élevé. Un projet couronné de succès, puisque l'ULB a annoncé que suite à l'introduction du *serious game* dans le cursus, le taux de présence est passé de 20% à 80-90%, et le taux de réussite de 45% à 70-75%.

Drag on Blind

Ce beau projet directement initié par Drag On Slide a pour mission de permettre aux malvoyants d'approcher le statut pictural d'une œuvre d'art autrement que par un audio guide. En effet, l'audio guide fournit certes une description de l'œuvre, mais ne permet pas au spectateur de la ressentir. C'est pourquoi Drag On Slide a mis au point un dispositif sonore et non narratif, permettant aux malvoyants de pénétrer l'œuvre. Imaginons qu'il se trouve face à un tableau représentant un paysage dans la nature, et bien ce dispositif lui permettra d'entendre le son de l'eau d'une rivière, du vent ou encore des vaches à des intensités qui évoluent au fur et à mesure qu'il évoluera dans l'espace face à ce tableau. Un travail sensoriel et émotionnel plutôt qu'informatif. Un seul regret pour ce projet : malgré leur étroite collaboration avec une ASBL pour les malvoyants, ceux-ci n'ont testé le prototype

que lorsqu'il était presque achevé.

Ce projet sera disponible pour la première fois au Beaux-Arts Mons en février prochain.

L'exemple de Drag On Slide illustre la démarche bivalente du designer: en comprenant le client, le designer sera à même de le guider vers des choix stratégiques pour son entreprise et développer un produit qui transmet ses valeurs ; et en se mettant dans la peau de l'utilisateur, il sera à même de transmettre ces valeurs. Cela prouve à quel point il est primordial que le designer comprenne les valeurs, objectifs et besoins d'une entreprise afin de développer un produit qui fasse sens tant pour l'entreprise que l'utilisateur final.

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

