



31 JANVIER 2025 | REVUE BIMENSUELLE NO. 11 | 36 PAGES

LES CONNECTEURS

Le mag québécois sans frontières pour tout savoir sur la révolution **techno**



DOSSIER

LE GAMING D'AUJOURD'HUI,
ET DEMAIN, AU QUÉBEC ET À
L'INTERNATIONAL



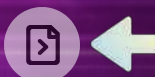
DOSSIER

ENTRE CONSTATS ALARMANTS
ET BÉNÉFICES AVÉRÉS



DOSSIER

IA, UCG ET CRÉATIVITÉ DANS
LE JEU VIDÉO



L'INDUSTRIE ET LA CULTURE DU **GAMING** EN PLEINE TRANSFORMATION





Pour voir d'autres numéros



lesconnecteurs.ca

Direction éditoriale et artistique, et idée originale

Chloé-Anne Touma

catouma@lesconnecteurs.ca

Édition

Jonathan Chodjai, CScience Le Lab

405 Av. Ogilvy #101, Montréal, Québec H3N 1M3

chodjai@lesconnecteurs.ca

Reportages

Chloé-Anne Touma

Fanny Tan

Sacha Israël

Chroniques

Azra Hasanefendic

Cassie L. Rhéaume

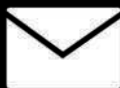
Florian Saugues

Julien Teste-Harnois

Quentin Hibon

Robert Vincent

NUMÉRO 11



ON VEUT VOUS LIRE !

Comment la révolution technologique
change-t-elle votre vie au quotidien?




Pour témoigner, nous proposer un sujet, nous poser
une question ou publier une annonce, écrivez-nous à

contact@lesconnecteurs.ca







LES CONNECTEURS



Dossier | Le gaming d'aujourd'hui et demain, au Québec et à l'international

- Page 5  **Le gaming d'aujourd'hui et de demain : bilan des succès et défis de l'industrie**
Éditorial de Chloé-Anne Touma
- Page 8  **GTA 6 : Une révolution annoncée dans un secteur en pleine expansion**
Chronique de Quentin Hibon
- Page 12  **JO d'e-sport en Arabie saoudite : quand le « sportwashing » porte ses fruits**
Reportage de Chloé-Anne Touma

Dossier | Gamers : entre constats alarmants et bénéfiques


- Page 14  **Enfants accros aux jeux vidéo : ils enchaînent les dépenses à l'insu de leurs parents**
Reportage de Chloé-Anne Touma
- Page 18  **Gaming : une révolution culturelle**
Chronique d'Azra Hasanefendic
- Page 14  **Jonathan Harvey veut vous sortir de la sédentarité, sans éteindre vos écrans**
Reportage de Sacha Israël
- Page 22  **Connectés déconnectés : quand le jeu vidéo fait de vous le produit**
Chronique de Robert Vincent

Dossier | Quand l'IA et l'UGC modifient les codes de création


- Page 24  **L'« UGC » dans le gaming : quand les joueurs prennent aussi les commandes de la création**
Chronique de Cassie L. Rhéaume
- Page 27  **Top 5 des premiers jeux à avoir intégré de l'IA**
Reportage de Fanny Tan



LES BONS CYBER RÉFLEXES DE JULIEN

- Page 30  **Gaming et cybersécurité : ramener les enjeux aux besoins des joueurs**
Chronique de Julien Teste-Harnois

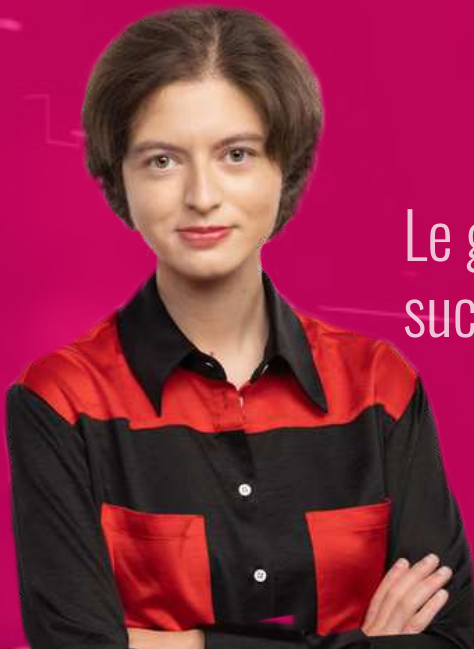
JE SUIS COMPLÈTEMENT PERDU

- Page 32  **Jeux vidéo : Pas si perdu que ça... ou peut-être ?**
Chronique de Florian Saugues

SECTION DÉBAT + COURRIER DU LECTEUR

- Page 34  **Un mois de mars actif pour ce qui est des éclipses au Québec**
Texte et photos soumis par Philippe Moussette





Le gaming d'aujourd'hui et de demain : bilan des succès et défis de l'industrie

Chloé-Anne Touma

Rédactrice en chef, LES CONNECTEURS

catouma@lesconnecteurs.ca



De l'évolution de la jouabilité (« gameplay »), aux nouveaux codes de création et modèles commerciaux, en passant par la quête de l'immersion et de l'hyperréalisme, l'industrie du jeu vidéo n'aura jamais été aussi compétitive, innovante et transformée qu'en cette période de l'histoire, ère de toutes les révolutions technologiques. Mais l'intégration de l'intelligence artificielle, l'exploration du métavers et la folie des grandeurs des grands joueurs de l'industrie à l'origine de ce mouvement, posent aussi des dilemmes éthiques quant à la façon d'entrevoir la création, la consommation et la promotion du « gaming », tant sur le plan national qu'à l'international.

UN BILAN-PORTRAIT DU MARCHÉ LOCAL

En tant que plaque tournante du secteur, Montréal intéresse les plus grandes entreprises, habitée des bureaux Ubisoft, Warner Bros. Games et Behavioural Interactive, avec pas moins de 14 000 professionnels répartis dans 280 studios à travers la province, selon la Guilde du jeu vidéo du Québec.

En termes d'inclusion, on observe une tendance encourageante pour la parité dans l'industrie. En 2022, l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) rapportait que les joueuses représentaient 51 % des adeptes de jeux vidéo au Canada, contre 49 % de joueurs. Au Québec, plusieurs initiatives ont aussi été lancées pour favoriser une meilleure représentation académique et professionnelle des femmes dans le secteur. De concert avec Parité sciences, l'entreprise

Ubisoft, par exemple, qui emploie plus de 5 000 personnes dans la province, a annoncé qu'elle élaborerait des stratégies pédagogiques et des activités stimulantes destinées aux jeunes étudiantes, incluant les conceptrices de jeux vidéos, les informaticiennes, les mathématiciennes et les physiciennes de demain. Tout récemment, l'entreprise s'est associée à l'organisme CyberCap pour soutenir la réussite des élèves du primaire à travers un programme visant à « développer la bienveillance numérique ». Une nouvelle qu'annonçait en primeur la directrice générale de CyberCap, Marie-Astrid Dubant, en entrevue avec notre rédaction pour une capsule LES CONNECTEURS 3 Q/R.

En 2022, les filles/femmes représentaient 51 % des gamers au Canada.

Au chapitre des défis de l'industrie du gaming au Québec, l'enjeu réside surtout dans la rétention de talents, l'amélioration de leurs conditions de travail et l'offre d'avantages pour les start-up qui peinent à faire face à la concurrence menée par les géants de l'élite, dont plusieurs dénoncent certains privilèges.

LES CONNECTEURS

3Q/R

SOUTENIR LA RÉUSSITE DES
JEUNES GRÂCE AU NUMÉRIQUE

AVEC MARIE-ASTRID DUBANT



Pensons au crédit d'impôt couvrant jusqu'à 37,5 % du salaire des travailleurs dans le secteur du multimédia, qui profite justement à des entreprises comme Ubisoft et Google, dont le siège social n'est pas au Québec, et avec lesquelles les entreprises québécoises du jeu vidéo et de la technologie rivalisent difficilement. « Mais dans le cas de Ubisoft, c'est un grand succès, parce qu'on a créé beaucoup de forces vives, pointait l'homme d'affaires et ex-ministre de l'Économie, Pierre Fitzgibbon, en entrevue avec notre rédaction. « On a vu beaucoup de gens quitter Ubisoft pour démarrer leur entreprise, sinon pour aller travailler chez CAE, leader dans le domaine des technologies de simulation en santé. Ces crédits d'impôt, instaurés il y a plusieurs années, ont bien servi le Québec. Maintenant, ce dont il faut s'assurer, c'est que les sociétés étrangères qui viennent ici et qui bénéficient des crédits d'impôt paient leur juste part, et c'est le cas de Ubisoft, qui crée de la richesse pour le Québec. Mais cela n'exclut pas qu'il y aura des ajustements à faire puisqu'il y a plusieurs crédits d'impôt (multimédia, cinéma, etc.). »

LA MONTÉE DE LA VR À L'ÉCHELLE GLOBALE



L'industrie du jeu vidéo aura aussi été marquée par une importante progression du marché des casques de réalité virtuelle (VR) au sein de sa communauté. Déjà en janvier 2022, les données collectées par Valve révélaient que 3,4 millions de casques VR étaient actifs sur la plateforme chouchou des « gamers », Steam, ce qui représentait 2,14 % des utilisateurs totaux.

En 2025, l'engouement n'est toutefois pas à la hauteur des attentes des Meta de ce monde, quoique en bonne voie de retrouver un second souffle avec le déploiement de la 5G, et la production de processeurs plus performants.

L'IA, LE DEEPFAKE, ET LES RISQUES LIÉS À LA PERTE D'EMPLOI ET AUX ABUS DE TALENT

L'IA générative et reproductrice soulève aussi de plus en plus de questions éthiques d'ordres professionnel et commercial quant aux nouveaux moyens de production et de création, notamment parce qu'elle peut faire perdre des emplois et des revenus à plusieurs artisans, en plus de créer un vide juridique quant aux droits d'auteur.

Dans l'industrie du jeu vidéo, le cas d'usurpation dont a été victime l'actrice britannique Victoria Atkin en atteste. Celle qui est connue pour être la voix qui double le personnage d'Evie Frye du jeu *Assassin's Creed Syndicate*, développé au Québec par Ubisoft, a dénoncé l'usage non-autorisé de sa voix sur Nexus Mods, un site très populaire où les gamers (amateurs de jeux vidéo) peuvent télécharger ce qu'on appelle des « mods », soit des ajouts ou des modifications qui peuvent bonifier leur expérience d'un jeu vidéo. En tant que contributeur de la plateforme, un créateur de la communauté a sollicité l'IA pour imiter la voix de Mme Atkin, puis en a fait un mod, qu'il a par la suite offert en téléchargement sur la plateforme, permettant ainsi à des centaines d'intéressés de télécharger la voix de l'actrice et d'en faire une narratrice de leur jeu, sans son autorisation et sans qu'elle n'ait touché de redevances.

Pour Mme Atkin, ce qui est d'autant plus inquiétant, c'est que bientôt, ce sont les développeurs des jeux eux-mêmes qui n'auront plus qu'à utiliser l'IA pour générer des voix, imitant ou remplaçant celle des acteurs, sans avoir à les rémunérer ou les engager pour faire du doublage.

Mais en attendant, ce genre de pratique se veut déjà bien répandu dans le secteur du divertissement, dans un contexte d'activité illégale ou non-encadrée visant à faire du trafic de masse, notamment dans le secteur musical.

Bien que des normes légales commencent à émerger, en Europe et en Amérique, pour discipliner la communauté de créateurs, fans et consommateurs, l'encadrement des contributions faites par et avec l'IA constitue l'enjeu prioritaire pour le secteur des jeux vidéo. Autres

enjeux à surveiller de près : le défi du renforcement d'une culture du gaming inclusive et bienveillante, et le besoin pour la culture de l'e-sport (sport électronique) de s'imposer dans l'univers de la compétition, tout en maintenant un climat sain, et en répondant aux critiques du choix de l'Arabie saoudite comme hôte des premiers Jeux olympiques d'e-sport, attendus en 2026 ou 2027.



Victoria Atkin. (Photo : domaine public)

UN NUMÉRO DE LES CONNECTEURS QUI VOUS OFFRE UN TOUR D'HORIZON COMPLET

Dans le dernier numéro de la revue animée, interactive et gratuite LES CONNECTEURS, nos journalistes et chroniqueurs vous proposent d'aborder ces questions et plus encore, en plongeant dans ces révolutions, et de réfléchir collectivement aux impacts des transformations culturelles, sociales et économiques engendrées par ces transformations.



GTA 6 : Une révolution annoncée dans un secteur en pleine expansion

Quentin Hibon

Chroniqueur, LES CONNECTEURS

Directeur du développement des affaires chez Mitacs



La saison des fêtes vient de s'achever, et comme chaque année, les jeux vidéo figurent parmi les cadeaux les plus prisés. Et pour cause : 53 % de la population canadienne s'identifient comme joueurs ou joueuses, un chiffre qui grimpe à 57 % chez les adultes québécois de plus de 18 ans. Plus surprenant encore, les femmes représentent 51 % de cette communauté, un indicateur fort de la diversité et de l'évolution de cet univers.

L'année 2025 s'annonce comme un millésime exceptionnel pour les amateurs de jeux vidéo. En tête d'affiche, l'annonce tant attendue de la sortie de GTA 6, prévue pour 2025, fait déjà bouillir d'excitation la communauté des "gamers" partout sur la planète. Franchise culte depuis 28 ans, "Grand Theft Auto" se démarque par la taille de sa communauté et symbolise à elle seule l'ascension fulgurante des jeux vidéo dans notre société, désormais reconnus comme le média de divertissement le plus lucratif de notre époque.

Avec des ambitions titanesques et des attentes à la hauteur de sa réputation, GTA 6 promet de repousser une fois de plus les limites du possible et de redéfinir les standards de l'industrie. Cet article propose une plongée au cœur du secteur des jeux vidéo : ses chiffres impressionnants, l'impact durable de GTA 5, et son rôle clé dans l'essor du métavers.

UNE INDUSTRIE PLUS PUISSANTE QUE JAMAIS

En 2023, l'industrie mondiale des jeux vidéo a généré des revenus estimés à 184 milliards de dollars, surpassant largement ceux du cinéma (à environ 95 milliards de dollars) et de la musique (à 26 milliards de dollars). Ce succès repose sur plusieurs facteurs : une base de joueurs fidèle de 3,38 milliards de personnes dans le monde, l'émergence du téléphones intelligents, de plateformes comme Twitch et YouTube Gaming, et des innovations technologiques telles que le cloud gaming et la réalité virtuelle.

« Nos PME et start-up (...) risquent de faire face à des barrières importantes lorsqu'elles opèrent sur des marchés étrangers dotés de régulations strictes, notamment en Europe. »

La franchise Grand Theft Auto, développée par Rockstar Games a su profiter de ces évolutions technologiques et proposer à sa communauté une expérience toujours plus immersive et unique dans le monde du jeu vidéo. À la sortie de GTA 5 en 2013, Rockstar a battu tous les records : 1 milliard de dollars de recettes en seulement 3 jours. En 2022, le jeu avait dépassé les 185 millions d'exemplaires vendus, ce qui en fait l'un des produits culturels les plus lucratifs de tous les temps.

Un autre chiffre impressionnant concerne le budget de production de GTA 5, qui a atteint environ 265 millions de dollars, incluant les coûts de développement et de marketing. Ce budget pharaonique a été rentabilisé dès son lancement grâce à des ventes record. On s'attend à ce que GTA 6 dépasse largement ce chiffre, consolidant son statut d'événement culturel majeur.



GTA ONLINE : UNE DURÉE DE VIE EXCEPTIONNELLE

Ce qui distingue GTA 5 de ses prédécesseurs, c'est la création de GTA Online, une expérience multijoueur persistante qui continue d'attirer des millions de joueurs plus de dix ans après la sortie initiale. Cette plateforme a été conçue comme un écosystème autonome, avec des mises à jour régulières, des événements spéciaux et une économie virtuelle dynamique. Pour ceux qui n'ont jamais eu l'occasion de jouer à GTA online, imaginez du contenu qui s'adapte, par exemple, en fonction des saisons, avec des missions spéciales à réaliser pour Halloween ou Noël. Bref le jeu continue d'évoluer depuis son lancement, sa communauté est extrêmement active ce qui rend l'expérience en ligne d'autant plus divertissante.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : selon Statista, les microtransactions liées à GTA Online ont rapporté à Rockstar plus de 800 millions de dollars par an. Cette stratégie a non seulement été très rentable, mais elle a aussi redéfini le modèle économique des jeux AAA, en mettant l'accent sur les revenus récurrents.



UNE PORTE OUVERTE VERS LE MÉTAVERS

D'un « simple » jeu vidéo à ses débuts, GTA 5, dans sa version en ligne ressemble de plus en plus à Second Life. Avec ses millions de joueurs actifs, GTA Online offre une expérience immersive proche de ce que beaucoup considèrent comme un précurseur du métavers.

Dans cet univers, les joueurs peuvent créer leurs propres avatars, posséder des biens virtuels, interagir avec d'autres joueurs en ligne et participer à des activités diverses allant de courses de voitures à des braquages coordonnés.

Les exemples d'interactions économiques dans GTA Online sont particulièrement frappants. Les joueurs peuvent par exemple, acheter et vendre des biens immobiliers, des propriétés commerciales qui génèrent des revenus virtuels réguliers (boîtes de nuit, bars, restaurants, cinéma, club de golf...).

Vous pouvez même acheter et vendre des actions sur la Bourse virtuelle du jeu. Les valeurs fluctuent en fonction des événements qui se déroulent dans le jeu. Vous pouvez suivre l'actualité à la radio au volant de votre voiture afin d'améliorer la rentabilité de vos placements. Ce système complexe ajoute une dimension stratégique et immersive unique permettant à chacun d'utiliser de tous les stratégies pour escalader l'échelle sociale et faire grossir son compte en banque virtuel qui permet ensuite d'acheter voitures, yachts, armes et bien sûr réinvestir. L'expérience de jeu est donc unique à chaque joueur.

Avec de telles infrastructures virtuelles déjà en place, certains spéculent que Rockstar pourrait introduire une crypto-monnaie spécifique à GTA, surtout si les régulations internationales autour des cryptos deviennent plus claires. Un article de CryptoRank souligne que cette idée pourrait revigorer les ambitions métaverses de Rockstar avec GTA 6 (source : CryptoRank).

Évidemment, pour rendre l'expérience encore plus immersive, certains rêvent de pouvoir utiliser leur casque de réalité virtuelle dans les futures versions du jeu. Cependant, il ne semble pas que la fonctionnalité soit offerte pour GTA 6.

IMPLICATIONS POUR LES AUTRES STUDIOS DE JEUX

Évidemment, la sortie d'un tel mastodonte fait frémir les développeurs d'autres studios qui seront tenté de retarder le lancement de leur nouveau jeu.

Ils n'auront en effet pas le même budget Marketing que Rockstar et plus important, selon moi, Ils savent que le contenu généré par la communauté sur Youtube, Twitch et les différents réseaux sociaux sera concentré sur GTA 6 une bonne partie de l'année, captera l'attention de millions de personnes et démultipliera les efforts Marketing de Rockstar gratuitement.

Il sera donc difficile pour les autres studios d'obtenir de la visibilité pour promouvoir leurs nouveautés. Certains studios anticipent déjà un ralentissement des ventes de leurs propres jeux autour de la date de sortie de GTA6, craignant que l'attention des joueurs soit massivement monopolisée par ce mastodonte de l'industrie (source : GamingBible).

De plus, le budget des joueurs n'est pas extensible à l'infini et lors de sa sortie, le jeu sera à son plein tarif. Il bénéficiera tout au long de sa durée de vie d'offres promotionnelles récurrentes mais rarement dans les premiers mois. Aussi, comme nous l'avons vu, un jeu comme GTA à une durée de vie de 50-70h en mode solo et une durée de vie de plusieurs années pour le mode en ligne (10ans pour GTA5). Les acheteurs de GTA6 risquent donc d'être concentré sur leur jeu pendant un petit moment avant d'envisager un nouvel achat.

En plus de la difficulté au niveau Marketing, la sortie de GTA représente également un défi de taille au niveau technique pour les studios concurrents. Avec des moyens financiers colossaux et sa capacité à innover, Rockstar établit, à chaque lancement, un nouveau standard que de nombreux concurrents auront du mal à égaler. Selon les rumeurs, le jeu pourrait intégrer une IA avancée pour des interactions plus réalistes, des graphismes photoréalistes grâce à l'utilisation des dernières versions des moteurs graphiques et une compatibilité accrue avec le cloud gaming.

Faute de moyens équivalents, les autres studios devront être créatifs pour innover et se différencier afin de proposer des expériences de jeu plus originales ou en ciblant des niches de marchés moins exploitées. Il est certain que ceci améliore l'expérience de jeu de l'utilisateur et tire toute l'industrie vers le haut dont celle du Québec qui, ne l'oublions pas, contribue à hauteur de 1.31 milliard de dollars au PIB de la province et compte 14500 emplois à travers 300 studios.

GTA 6, AU-DELÀ DU DIVERTISSEMENT

La sortie imminente de GTA 6 ne représente pas seulement un événement majeur pour les amateurs de jeux vidéo, mais aussi un miroir de l'évolution culturelle et économique du secteur. Entre son potentiel pour redéfinir le métavers et son impact sur les modèles économiques, GTA 6 pourrait marquer une nouvelle ère pour l'industrie.

Alors que les attentes montent, il reste à voir comment Rockstar parviendra à repousser les limites de l'innovation tout en relevant les défis qui accompagnent un tel succès. Une chose est sûre : GTA 6 s'annonce déjà comme bien plus qu'un simple jeu... un phénomène mondial en devenir.



JO d'e-sport en Arabie saoudite : quand le « sportwashing » porte ses fruits

Chloé-Anne Touma

Rédactrice en chef, LES CONNECTEURS

catouma@lesconnecteurs.ca



En choisissant officiellement l'Arabie saoudite comme hôte de la première édition des futurs Jeux olympiques d'e-sport, le Comité international olympique (CIO) lui accorde une exclusivité temporaire sans précédent dans l'histoire des JO, ce qui soulève des questions d'ordre éthique au sein de la communauté.

Initialement prévus pour 2025, les Jeux ont été reportés à 2026, voire 2027, sous le motif d'un besoin évoqué des organisateurs d'avoir plus de temps pour élaborer un nouveau modèle structurant et financier adapté.

Rappelons qu'en juillet 2024, le CIO s'est prononcé à l'unanimité lors de sa 142e session, à Paris, entérinant le partenariat annoncé entre l'instance de Lausanne et le comité national olympique d'Arabie saoudite, désignée future hôte de cette compétition pendant pas moins de 12 ans.

LE PRIX DES PRINCIPES

La réputation du pays en matière de droits humains et de droits des femmes, et les actes dénoncés et médiatisés, tels que l'assassinat cautionné par l'État du journaliste saoudien Jamal Khashoggi, ont positionné l'Arabie saoudite au 150e rang sur 167 au classement de Democracy Index, et 127e sur 153 en matière d'écart économique entre les hommes et les femmes selon le Forum économique mondial.

Ces antécédents ont poussé plusieurs athlètes et champions, issus de diverses disciplines, à faire le choix de s'exclure de compétitions ou de laisser passer des opportunités de carrière. Pensons à la joueuse d'échecs ukrainienne Anna Muzychuk, qui a failli renoncer à ses deux titres par conviction, refusant de se soumettre aux lois encore en vigueur jusqu'en mars 2018 imposant aux femmes de porter l'abaya et d'être accompagnées lors de leurs déplacements à l'extérieur. Elle annonçait alors vouloir boycotter le tournoi mondial « roi Salmane » de parties rapides et Blitz, avant de conclure un accord avec les organisateurs saoudiens sur les tenues vestimentaires.

« Alors que la rentrée d'argent dans le secteur de l'e-sport pourrait me rendre très enthousiaste, là, c'est un peu différent parce que beaucoup de monde y voit les conséquences du sportwashing. »



Aujourd'hui, des influenceurs et personnalités issus de la communauté du jeu vidéo et de l'e-sport prennent part au débat, comme Travis Gafford, intervieweur de League of Legends, animateur et propriétaire des émissions State of the League et Whose League Is It Anyway. Dans une vidéo publiée sur sa chaîne, le youtubeur s'adresse à ses 200 000 abonnés et au grand public pour expliquer « pourquoi il ne couvrira ni ne regardera les jeux d'e-sport » : « La Coupe du monde d'e-sport 2024 est actuellement soutenue par le gouvernement saoudien, financièrement, et cela s'inscrit dans les gros efforts du pays consacrés à devenir la capitale de l'e-sport pour les cinq prochaines années. Alors que la rentrée d'argent dans le secteur de l'e-sport pourrait me rendre très enthousiaste, là, c'est un peu différent parce que beaucoup de monde y voit les conséquences du sportwashing. »

QU'EST-CE QUE LE « SPORTWASHING » ?

Selon le chercheur Bertrand Schepper, la pratique du sportwashing, aussi appelée « blanchiment par le sport », consiste à dépenser des sommes astronomiques pour organiser des événements sportifs internationaux et redorer son image, « dans l'espoir de faire oublier (ses) pratiques condamnables sur le plan des droits de la personne ».

« À l'image du 'greenwashing', où des compagnies polluantes consacrent des fonds importants en marketing pour publiciser de petits gestes écologiques, les juridictions qui font du 'sportwashing' »

« (...) les juridictions qui font du 'sportwashing' dépensent des sommes faramineuses pour attirer les caméras vers une dimension idéalisée de leur société, celle de la saine compétition dans le sport. »

dépensent des sommes faramineuses pour attirer les caméras vers une dimension idéalisée de leur société, celle de la saine compétition dans le sport », complète le chercheur dans un article de blog du site de l'IRIS (Institut de recherche et d'informations socioéconomiques).

Après l'accueil d'événements en soccer, Formule 1, équitation et boxe, la monarchie pétrolière, qui doit accueillir les Jeux asiatiques d'hiver de 2029 dans son complexe NEOM, et qui espère aussi recevoir la Coupe du monde de soccer de 2034, s'est en effet largement imposée dans la géopolitique sportive.

Malgré l'indignation et la résistance suscitées par les défenseurs des droits humains, le président du CIO, Thomas Bach, défend que le partenariat serait « en totale conformité avec la Charte olympique et les valeurs olympiques ».

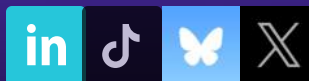


Enfants accros aux jeux vidéo : ils enchaînent les dépenses à l'insu de leurs parents

Chloé-Anne Touma

Rédactrice en chef, LES CONNECTEURS

catouma@lesconnecteurs.ca



L'industrie du gaming voit sa communauté croître de manière exponentielle, faisant de plus en plus d'adeptes chez les tout-petits, sinon chez les adultes de moins en moins jeunes. Consciemment ou non, ces « gamers » organisent et articulent leur identité et leur style de vie autour de cette passion, développant une dépendance accrue à leurs jeux préférés, allant de jeux aussi populaires que « Roblox » auprès des enfants, à ceux de notoriété plus globale au sein de la communauté, comme Grand Theft Auto (GTA), Minecraft, League of Legends et Fortnite. Mais quels sont les risques et effets de cette addiction pour les différentes générations de gamers?

LES JEUNES JOUEURS ET LES « MICROTRANSACTIONS »

Une étude de 2022 de Maude Bonenfant, Simon Delorme, Alexandra Dumont et Cédric Duchaineau, mentionnée dans leur livre « Les jeux vidéo pour enfant : bien les comprendre pour mieux les choisir », menée sur 249 jeux mobiles gratuits pour enfants de 12 ans et moins, a révélé la propension de ces derniers à s'accoutumer au système commercial des « microtransactions », ce modèle qui dépend de récompenses en échange de transactions en ligne aux petits montants.

« Les résultats montrent que 92 % des jeux du corpus offrent des microtransactions aux enfants. La plupart proposent des biens non

durables (55 %) et des biens durables (45 %), mais aussi des offres à durée limitée (39 %). Si certains jeux proposent un contrôle parental pour l'accès aux microtransactions ou aux autres liens qui mènent à l'extérieur du jeu, les parents n'ont aucune possibilité d'invisibiliser ces boutiques et les enfants sont ainsi exposés à ces tentations. »

40,8 % des parents américains rapportent que leur enfant a effectué des achats intégrés à leur insu.

Déplorant un vide dans la recherche portant sur les dépenses en jeu des enfants, les chercheurs-auteurs évoquent également le sondage réalisé en 2020 par la plateforme sellcell.com auprès de 2 000 parents d'enfants de 6 à 15 ans, aux États-Unis, auquel 40,8 % des répondants admettaient que leur enfant avait effectué des achats intégrés à leur insu, 31,1% approuvaient les achats en jeu réalisés par leurs enfants et 23 % ne voyaient pas d'inconvénient à ce que leur enfant dépense plus de 50 dollars américains par mois en micro-transactions. Si 72 % des garçons adhéraient à ce système, 56 % des filles du même échantillon en faisaient tout autant au moment de l'étude.



Conscient de la dépendance aux écrans qui touche de plus en plus d'enfants, Ralph Nakhle a fondé Tokidos en 2020. Son entreprise, qui a développé une console de jeux familiale sans écran, propulsée par l'intelligence artificielle, pour les enfants de 3 à 8 ans et leurs familles, connaît un essor marqué ces derniers temps. La console est constituée de cinq cubes intelligents et interdépendants, qui s'illuminent et émettent des sons. Pour jouer, on choisit une carte, et on la rentre dans le cube principal. « En ce moment, c'est notre seul produit, qui offre déjà des jeux de base, mais on peut en acheter d'autres. On est en train de développer des histoires et des jeux interactifs, éducatifs, sociaux, etc. Chaque carte est dédiée à un jeu, mais il sera aussi possible de programmer le jeu qu'on veut sur une carte vierge », avait relaté M. Nakhle en entrevue avec notre rédaction, lors de la phase de test du produit.

Les cubes sont munis d'un bouton sur lequel l'enfant appuie pour interagir avec la solution. Dans le contexte d'un jeu-questionnaire, par exemple, le joueur devra appuyer sur le cube le plus approprié pour donner la bonne réponse. « L'idée est de permettre à l'enfant de rester en contrôle de la solution, afin qu'il soit autonome et n'ait pas besoin d'être assisté par ses parents ou un ordinateur pour y jouer. »

DES GAMERS PLUS EXPÉRIMENTÉS ET ACCROS

Les plus de 45 ans sont plus nombreux à jouer aux jeux vidéo que les jeunes de la Génération Z. C'est du moins ce qu'indique une étude de Circana, rapportant que 70 % des Américains ont déjà joué à des jeux vidéo, et que 37 % des joueurs sont des adultes de 45 ans.



DES EFFETS BÉNÉFIQUES SUR LE CERVEAU

Mais quelles sont les conséquences d'une addiction qui s'étend sur plusieurs générations, et fait des gamers chez les très jeunes, mais aussi les adultes de plus en plus âgés? Quels en sont les effets, par exemple, sur le cerveau? Des travaux de recherches présentés par l'Université Western au Canada, impliquant plus de 2 000 participants à travers le monde, viennent éclaircir le tableau. Ils ont permis de démontrer que ceux qui jouaient au moins cinq heures par semaine d'un même type de jeu vidéo affichaient des capacités cognitives équivalentes à celles d'individus âgés d'environ 14 ans de moins. À défaut de pouvoir se prononcer sur leur niveau de maturité, l'interprétation des résultats suggère que les joueurs concernés ont affiné leurs facultés mentales.

DES EFFETS BÉNÉFIQUES SUR LE DÉVELOPPEMENT SOCIOAFFECTIF

Pour ce qui est des enfants, selon Maude Bonenfant, Simon Delorme, Alexandra Dumont et Cédric Duchaineau, en plus de bienfaits cognitifs tels que l'amélioration de l'attention visuelle et de l'orientation spatiale, « les jeux vidéo peuvent contribuer à plusieurs aspects du développement socioaffectif des enfants. Les jeux sont d'abord un espace d'exploration et d'apprentissage de l'échec pour des êtres en pleine acquisition de la maturité émotionnelle. [Ils] peuvent aussi soutenir le développement de l'estime de soi, de l'autorégulation, de la coopération et des attitudes prosociales chez les enfants ».



UNE MISE EN GARDE RELATIVE AU TEMPS D'ÉCRAN

N'empêche, selon l'Agence de la santé publique du Canada, il faut limiter le temps d'écran quotidien ou régulier à moins d'une heure par jour pour les enfants de moins de 5 ans. La revue *Naître et grandir* ajoute que « Comme l'exposition aux écrans avant de se coucher peut nuire au sommeil, il est recommandé d'éteindre les écrans au moins une heure avant d'aller au lit ». Les Directives canadiennes en matière de mouvement sur 24 heures recommandent un temps d'écran maximal de deux heures par jour pour les enfants de plus de 5 ans. Les experts rappellent que la lumière bleue des écrans a des effets néfastes sur la rétine, et peut entraîner une myopie. La surexposition aux écrans serait également associée à un retard de langage chez les très jeunes enfants.

Affiche ton zèbre

RQMO
REGROUPEMENT QUÉBÉCOIS
DES MALADIES ORPHELINES



DU 1ER AU 28 FÉVRIER 2025

Comment participer?

- 1- Dessinez un zèbre en utilisant un de nos modèles de dessin à partir du code QR situé à droite ou créez votre propre modèle et affichez-le sur les réseaux sociaux.
- 2- Affichez-vous sous le thème du zèbre par le biais d'une photo, d'une vidéo ou d'un témoignage sur les réseaux sociaux.



N'oubliez pas d'utiliser les hashtags suivants : #affichetonzebre; #showyourzebra; #maladierare; #raredisease; #passirare; #notsorare; #rqmo.



Pourquoi le zèbre?

Le zèbre est devenu le symbole des maladies rares à partir de cette expression inventée à la fin des années 1940 par le Dr. Théodore Woodward :

« Quand vous entendez des bruits de sabots derrière vous, ne vous attendez pas à voir un zèbre. »

Puisque les chevaux sont les animaux à sabots les plus couramment rencontrés et que les zèbres sont très rares, logiquement on peut supposer que l'animal faisant un bruit de sabots est probablement un cheval. C'est ce que le Dr Woodward voulait transmettre à ses étudiants à propos du diagnostic d'une maladie : devant les symptômes chez un patient, pensez plutôt à un cheval et non à un zèbre.

La campagne Affiche ton zèbre c'est quoi?

Il s'agit d'une initiative du Regroupement québécois des maladies orphelines. Notre organisme soutien et informe les personnes atteintes d'une maladie rare. Cette campagne a pour objectif de faire de la sensibilisation auprès de la population par rapport aux enjeux relatifs aux maladies rares.

Les maladies rares sont trop souvent dans l'ombre et pourtant elles ne sont pas si rares.

En effet, selon La Politique québécoise pour les maladies rares élaborée en juin 2022, par Le ministère de la Santé et des Services sociaux, on estime qu'environ 700 000 québécois sont touchés par les maladies rares.

Quelques statistiques :

- 1 personne sur 12 est atteinte d'une maladie rare au Canada.
- Les deux tiers des personnes atteintes sont des enfants.
- La plupart sont des maladies chroniques, dégénératives et mortelles.
- Environ 70 % des maladies rares sont d'origine génétique.



Nous avons hâte de voir vos zèbres!



MOIS DE
zébrier



Gaming : une révolution culturelle

Azra Hasanefendic

Chroniqueuse, LES CONNECTEURS
Fondatrice et présidente, Zelexio



Depuis ses débuts modestes dans les années 1970 avec des jeux comme Pong, le gaming a parcouru un chemin incroyable. Ce qui était autrefois un simple loisir pour quelques passionnés s'est transformé en un phénomène global qui unit des millions de personnes à travers le monde. Pourtant, les stéréotypes tenaces autour des gamers persistent encore aujourd'hui. Le joueur isolé dans sa pièce sombre? Une image révolue, déconnectée de la réalité d'un secteur en pleine effervescence.

DES DÉBUTS MODESTES À UNE INDUSTRIE MONDIALE

Dans les années 70, le gaming faisait ses premiers pas avec des consoles rudimentaires comme l'Atari 2600 et des classiques tels que Space Invaders. Puis vinrent les années 80 et l'âge d'or des arcades, avec des jeux emblématiques comme Pac-Man et Donkey Kong. Depuis, le gaming n'a cessé de grandir, devenant une industrie qui génère aujourd'hui 200 milliards de dollars de revenus annuels selon Statista, et rassemble 3,2 milliards de joueurs à travers le globe.

Les plateformes en ligne comme World of Warcraft, League of Legends et Fortnite ont marqué un tournant dans l'histoire du gaming. Ces jeux ne sont plus seulement des espaces de divertissement, mais des lieux où des millions de joueurs collaborent, planifient et créent ensemble. Environ 56 % des

joueurs déclarent que le gaming est un aspect clé de leur vie sociale, tandis que 77 % jouent au moins une fois par semaine.

UNE CULTURE DE COLLABORATION UNIQUE

Le gaming n'est pas qu'un simple passe-temps : c'est une école de vie. Dans des titres comme Overwatch, Destiny 2 ou Final Fantasy XIV, la réussite repose sur une communication fluide et une coordination stratégique. Mais ce qui rend ces univers virtuels réellement uniques, c'est leur capacité à rassembler des joueurs de tous horizons. Imaginez une mère de famille coordonnant un raid en ligne avec son adolescent, un collègue de bureau, et même un retraité à l'autre bout du pays. Cette scène peut paraître improbable ailleurs, mais elle est monnaie courante dans le gaming.

« (...) le gaming permet de créer des liens authentiques dans un cadre collaboratif et immersif. »

Ces interactions transcendent les âges, les genres et les cultures, unissant des individus autour d'une passion commune. Contrairement à beaucoup d'autres loisirs, le gaming permet de créer des liens authentiques dans un cadre collaboratif et immersif. C'est cette beauté du gaming qu'il est temps de mettre en lumière : une passion partagée qui connecte des vies et forge des amitiés inattendues.

DES COMPÉTENCES QUI BRISENT LES FRONTIÈRES DU JEU

Au-delà des liens humains, le gaming développe des compétences transférables directement applicables dans le monde réel. Dans Minecraft, les joueurs apprennent à gérer des ressources, à planifier des projets complexes et à travailler en équipe. Civilization VI exige une vision stratégique et des talents en négociation, tandis qu'Overwatch repose sur des réflexes aiguisés et une coordination parfaite.

Ces « soft skills » – collaboration, leadership, résolution de problèmes – sont si précieuses que de nombreuses entreprises s'en inspirent. Des géants comme L'Oréal et Volkswagen utilisent la gamification pour former leurs employés, améliorer la cohésion d'équipe et encourager l'innovation. Une étude montre que 67 % des employés trouvent les formations plus motivantes lorsqu'elles intègrent des éléments de jeu.

UNE RÉVOLUTION CULTURELLE À PORTÉE DE MAIN

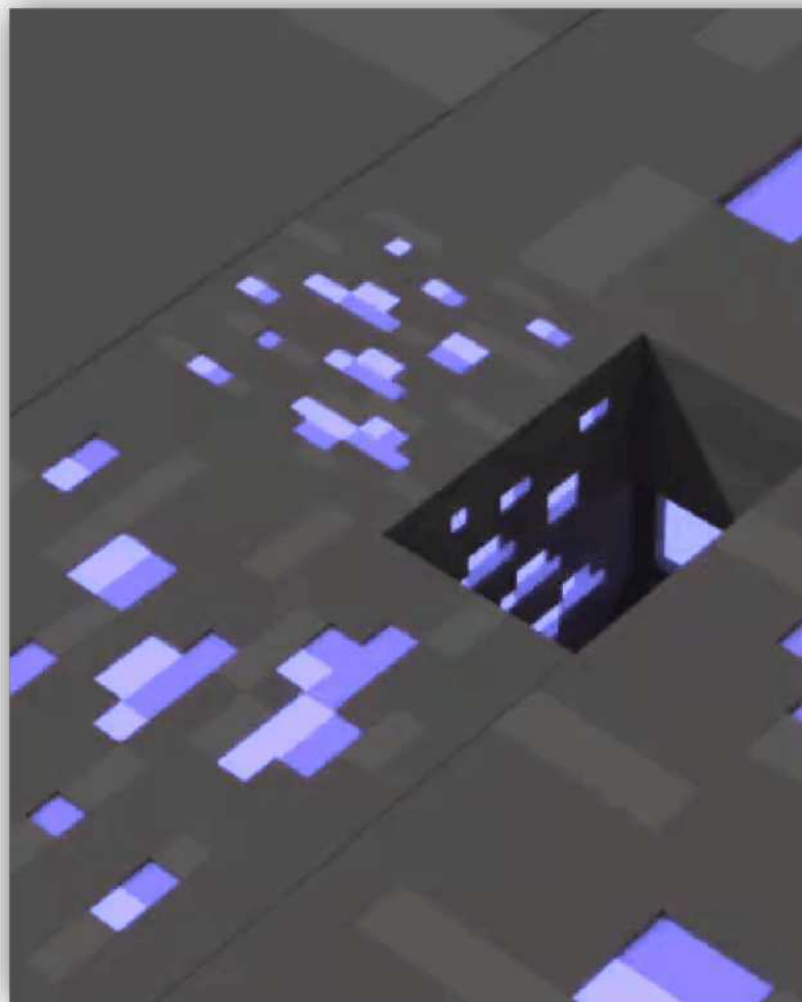
Fini le cliché du gamer reclus. Aujourd'hui, le gaming est un espace inclusif et intergénérationnel, où les parents jouent avec leurs enfants, où les femmes occupent des rôles majeurs dans les compétitions en ligne, et où même des grands-parents participent à des tournois. Ces scènes de vie, qui mêlent diversité et collaboration, illustrent à quel point le gaming dépasse les barrières habituelles pour unir des communautés entières.

Contrairement aux réseaux sociaux, souvent critiqués pour leur superficialité, le gaming offre une connexion en temps réel, profondément humaine. Planifier une stratégie pour vaincre un boss ou triompher d'une mission délicate crée des moments de partage inégalés, où chaque joueur apporte sa contribution. Ces moments illustrent la vraie nature du gaming : un vecteur de lien humain qui célèbre la diversité et la passion commune.

BRISEZ LES STÉRÉOTYPES POUR MIEUX ÉDUQUER

Le gaming n'est pas une mode passagère ou un simple loisir. C'est une culture à part entière, un moteur d'innovation et un espace de partage sans égal. Mais pour en tirer pleinement parti, il faut d'abord briser les clichés. En mettant de côté les idées reçues, nous pouvons mieux comprendre ce phénomène, mieux l'appréhender, et surtout, mieux éduquer les générations futures. Derrière chaque écran se cache une histoire, une connexion et une communauté.

Alors, plutôt que de réduire le gaming à des stéréotypes dépassés, utilisons-le comme une opportunité pour rapprocher, inspirer et bâtir une société plus inclusive et connectée.





Jonathan Harvey veut vous sortir de la sédentarité, sans éteindre vos écrans

Sacha Israël
Journaliste, LES CONNECTEURS



Alors que la surutilisation des écrans alimente les débats publics en raison de ses impacts sur la sédentarité et la santé mentale, certains choisissent d'envisager ces outils sous un angle différent. C'est le cas de Jonathan Harvey, kinésologue en santé publique, qui propose dans son livre « Game Over? » une approche novatrice alliant santé et usage des écrans.

UNE NOUVELLE VISION DES ÉCRANS

Si on attribue à la surutilisation des écrans beaucoup de maux de la société, Jonathan Harvey tente quant à lui d'envisager et de présenter les écrans sous un nouveau jour.

L'inspiration de ce livre lui est d'ailleurs venue de ce constat sociétal : celui qui consiste à parler des écrans comme d'un outil néfaste. Jonathan Harvey souhaite au contraire mettre en lumière leurs bénéfices, en rappelant que le véritable problème réside dans leur surutilisation dans des conditions inadaptées, plutôt que dans leur existence elle-même.

La préoccupation centrale selon le kinésologue réside dans la façon d'utiliser ces outils au quotidien, que ce soit dans le travail, dans le divertissement ou dans la socialisation, pour faire en sorte que leur utilisation soit saine. « Ce qu'on entend dans la politique ou à l'école, c'est qu'il faut arrêter les écrans. Non, il faut juste apprendre à les utiliser sainement », soutient l'auteur de « Game Over? ».

LUTTER CONTRE LA SÉDENTARITÉ : UNE RECETTE POUR TOUTES LES CIBLES

Mais alors, comment faire adopter cette utilisation saine des écrans? Jonathan Harvey a créé une recette afin de valoriser les bénéfices des écrans. Elle consiste à développer plusieurs techniques favorisant le mouvement humain dans plusieurs situations. Le but étant de diminuer le temps sédentaire en le dynamisant dans différents contextes : « J'ai inventé une manière de bouger pendant qu'on utilise un écran. Je l'ai transféré aux sédentaires du bureau pour bouger de A à Z sans avoir d'impact trop négatif sur la performance de jeu. » détaille-t-il.

« Ce qu'on entend (...) c'est qu'il faut arrêter les écrans. Non, il faut juste apprendre à les utiliser sainement. »

L'auteur cite d'autres éléments indispensables pour bouger dans de bonnes conditions, notamment le sommeil, l'hydratation ou l'ergonomie qu'il explique dans sa recette, en parallèle à l'environnement qui joue un rôle essentiel dans la performance de jeu.

D'autres éléments comme la caféine, les anti-inflammatoires ou le dopage dans les sports électroniques sont également évoqués dans le livre ; des sujets qui mériteraient d'ailleurs plus d'attention selon son auteur.



Jonathan Harvey veut vous sortir de la sédentarité, sans éteindre vos écrans, avec son livre « Game Over? ». (Photo : courtoisie, Jonathan Harvey, et montage par LES CONNECTEURS)

UN OUTIL PÉDAGOGIQUE

Ce livre a ainsi pour vocation de faire des liens avec le sport comme l'indique le kinésologue, qui cible notamment la jeunesse dans la vente de son livre. « Est-ce qu'on entrave la passion des jeunes et des moins jeunes en lien avec le football ou le vélo en raison des risques de commotion cérébrale à long-terme? La réponse est non, on leur met un casque. C'est la même mentalité à avoir avec les écrans. Il faut des environnements favorables pour les utiliser à moindre risque. »

Le kinésologue met ainsi de l'avant les bénéfices des activités physiques sur les performances de jeu, qui apparaissent comme un levier pour les enseignants, selon lui. L'auteur cite notamment l'exemple de l'entraînement par intervalles, qui aurait un intérêt

significatif pour les jeunes : « Des études montrent que faire un entraînement par intervalles, juste avant de jouer aux jeux vidéos, permet de rehausser la performance de jeu. Les joueurs en sont plus précis, malgré la fatigue », affirme-t-il. Jonathan Harvey espère ainsi de son livre qu'il s'impose comme une ressource clé pour les écoles, les parents et les joueurs eux-mêmes. Une ressource qu'il voit comme un outil tangible, monté de façon simple, ludique et adapté au mode éducatif.

Dans un monde académique où les écrans occupent une place grandissante, Jonathan Harvey souhaite ainsi faire de son livre une ressource éducative au Québec, afin d'en promouvoir un usage plus éclairé et bénéfique.

Connectés déconnectés : quand le jeu vidéo fait de vous le produit

Robert Vincent

Chroniqueur, LES CONNECTEURS

Associé stratégies de croissance, Prospective RSI

Expert en résolution de crises dans la PME



C'est parce que ce magazine se nomme LES CONNECTEURS et que le jeu en ligne exige une « connexion » que ma « fibre » de sociologue a été titillée. Je me connecterai donc à vous (échantillon ciblé, donc non aléatoire) pour réfléchir aux impacts de ces connexions supposément ludiques, mais totalement asservies aux intérêts supérieurs du pouvoir et de l'argent concentrés dans quelques mains plus ou moins propres/sales!

J'avoue d'emblée ne jamais avoir joué en ligne ou même en solo. Je pense donc pouvoir en parler « librement », n'étant pas encore « connecté » à ce phénomène plus social que technologique, et je dirais même plus, beaucoup plus économique que social ou technologique.

J'ai su garder une distance critique pour des raisons sociologiques plus que par choix personnel, car, pour ma génération (baby-boomer), l'informatique est arrivée tardivement et principalement comme un outil de travail. De plus, je n'ai pas eu d'enfants par « choix » (à cause de The Population Bomb de Paul R. Ehrlich et Anne H. Ehrlich, 1968), ce qui m'aurait probablement poussé à prendre en main des manettes. Je n'ai jamais non plus ressenti le besoin de tuer du temps avec un passe-temps. Enfin, il se pourrait que je manque des neurotransmetteurs spécifiques qui rendent dépendants : je suis athée, je n'ai jamais eu besoin de suivre les modes ni de faire comme tout le monde... Vous voyez le genre !

Assez de préambules, l'émission Enquête du jeudi 16 janvier dernier révèle comment les plateformes de jeux vidéo collectent et revendent les informations personnelles, même très, très personnelles, à partir du plus simple des jeux vidéo.

« (...) les plateformes de jeux vidéo collectent et revendent les informations personnelles, même très, très personnelles, à partir du plus simple des jeux vidéo. »

Les patrons des plateformes de jeux y admettent en caméra cachée que le jeu n'a aucune importance à leurs yeux, et qu'ils n'ont aucun scrupule à contourner toutes les réglementations et autres règles éthiques pour prendre le contrôle des esprits, même des tout-petits, pour se remplir les poches et les serveurs, de toutes les données qui peuvent être revendues à tous les voraces publicistes de la société planétaire de surconsommation... Et pourquoi pas aux dictatures en exercice et en développement. Si le client est prêt à payer, on ne pose pas de questions sur l'usage qu'il en fera! Parlez-en aux technocapitalistes milliardaires, qui sucent les mamelles du président Troll aux soupers qu'il tient à Malades-a-go! À moins que les rôles soient inversés.

Mais beaucoup plus inquiétant encore - et me voilà rendu au point culminant de mon moment d'être pensant connecté au magazine... Pour que la récolte d'informations soit plus abondante, les neurosciences sont au service des tsars pour induire des comportements assimilés aux drogues dures. Il faut garder le « joueur » perfusé au sérum de vérité et dans un état second le plus longtemps possible, pour qu'il fournisse le plus d'informations et que, parallèlement, il soit exposé à un maximum de publicités tarifées et puis ouvre sa bourse pendant qu'il a perdu conscience du temps, incapable de jugement, gracieuseté de sa propre dopamine. La drogue est si dure qu'il sera presque incapable de s'en sevrer, qu'il ait 6 ans ou 66 ans.

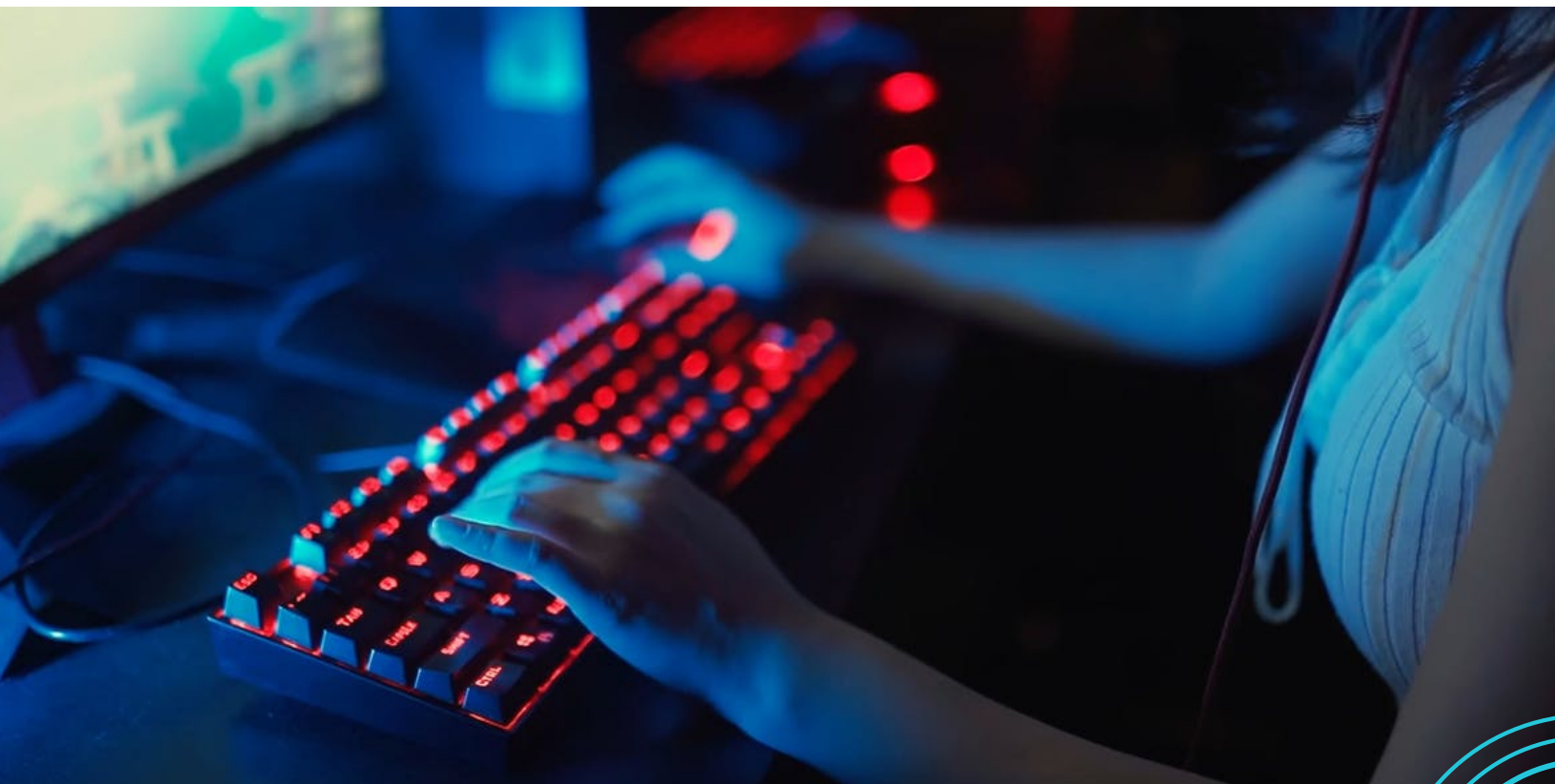
Alors, pendant qu'il néglige ses études, son travail, sa famille, sa santé physique et mentale, seul caché dans une pièce sombre où ça sent l'homme, il « s'entraîne » pour devenir « meilleur », obtenir une « vie de plus », regagner ce qu'il a perdu de points, d'argent, de dignité !

Alors qu'il ne s'est jamais senti aussi « connecté », il se déconnecte de plus en plus de la réalité pour cet un univers parallèle où tout ce qui importe est déformé. On parlait jadis de vivre entièrement dans le metavers... Malade !

La techno-oligarchie « made in US » et tous les autres techno-bandits « made in China ou Russia » sont au front. Euh ! pas eux spécifiquement, mais les millions d'esclaves et prisonniers de « l'industrie » du grand cyberbanditisme, pour exploiter tous les angles de la neuroscience à la puissance 10, gracieuseté de l'IA, pour manipuler ou refaçonner ces milliards de cerveaux dopés de dopamine auto-injectée, à leurs seuls avantages.

Janvier 2025, il est urgent d'apprendre par cœur la bible 1984 d'Orwell, car c'est la nouvelle religion mondiale à laquelle nous devons communier. Voilà pourquoi j'écris ce texte trois jours avant l'entrée en fonction du Dieu Donald... Juste avant l'entrée en vigueur de la loi forçant l'utilisation exclusive de la Novlangue universelle. En conclusion, nul besoin de m'offrir des billets pour les prochains E-Jeux Olym-piques, ni d'injecteurs d'Ozem-pique. Je suis beaucoup trop... Et certainement pas assez...

Big Brother Is God!



L'« UGC » dans le gaming : quand les joueurs prennent aussi les commandes de la création

Cassie L. Rhéaume

Chroniqueuse, LES CONNECTEURS
Directrice générale de TechnoCompétences



En 2022, un créateur québécois a attiré l'attention d'un studio renommé grâce à un jeu conçu sur Roblox. Ce succès illustre une révolution qui redéfinit les rôles dans l'industrie du jeu vidéo : l'avènement du contenu généré par les utilisateurs (CGU), ou UGC (User-Generated Content). Aujourd'hui, les joueurs ne se contentent plus de consommer des jeux : ils les façonnent.

Selon le Gaming Report de 2024, près de 15 % des joueurs créent déjà activement du contenu et 80 % d'entre eux ont déjà joué à un jeu intégrant de l'UGC : cette tendance s'impose comme une force incontournable. Ces chiffres révèlent qu'elle ne se limite plus à une niche de créateurs passionnés : elle transforme la manière dont les communautés interagissent avec les jeux et redéfinit les relations entre studios et joueurs. Portrait d'une tendance impossible à ignorer.

L'UGC : UNE ÉVOLUTION À TRAVERS LES ÂGES

L'UGC émerge dans les années 1990, avec les mods de jeux comme Doom et Warcraft III, donnant naissance à des succès tels que Counter-Strike et DotA. Ces créations de niveau amateur ont transformé les jeux originaux, et ouvert la voie à une créativité sans précédent.

Dans les années 2000, des outils comme l'éditeur de cartes de Starcraft (1998) enrichissent cette dynamique, permettant la création de genres entiers comme les MOBA (Multiplayer Online

Les années 2010 marquent l'essor des plateformes dédiées. Steam Workshop (2011) facilite le partage et la monétisation des contenus, tandis que Roblox (2006, popularisé après 2010) devient une référence incontournable. Des jeux comme Fortnite Creative (2018) permettent désormais aux joueurs de concevoir des expériences complètes, brouillant toujours plus la frontière entre amateurs et professionnels.



Un petit lexique de l'UGC...

Mods ou modifications : Transformations apportées par les joueurs à un jeu existant, qui peuvent inclure des nouveaux niveaux, personnages, mécaniques ou quêtes (modifications, parfois appelées créations au Québec).

Jeux bac à sable ou sandbox games : Jeux comme Minecraft ou Terraria offrant une liberté totale de création et d'exploration.

Marchés virtuels ou marketplaces : Espaces intégrés dans les jeux où les joueurs peuvent acheter et vendre leurs créations UGC. Exemples : Steam Workshop, Roblox Marketplace.



UNE NOUVELLE ÉCONOMIE INSPIRÉE DES MÉDIAS SOCIAUX

L'UGC s'apparente à la montée des médias sociaux au début des années 2000. Tout comme YouTube ou Instagram ont donné aux créateurs des outils pour diffuser leurs vidéos et images, les plateformes de jeux permettent aux utilisateurs de partager et monétiser leurs créations.

Sur Roblox, des développeurs indépendants génèrent des millions de dollars en concevant des jeux et objets virtuels. Selon Deloitte, le nombre de développeurs rémunérés sur des plateformes UGC pouvait dépasser 10 millions en 2024, avec des revenus globaux atteignant 1,5 milliard de dollars américains.

Cette dynamique économique ouvre des opportunités inattendues : certains créateurs, rendus populaires par leurs mods ou jeux, accèdent à des carrières professionnelles. Dota 2, né d'un mod de Warcraft III, a propulsé son concepteur dans l'univers des grandes

productions. Ce phénomène rappelle celui des influenceurs sur les médias sociaux, qui transforment leur passion en métier.

LE FUTUR DU GAMING CO-CRÉATIF

L'UGC transforme l'industrie du jeu vidéo en permettant aux joueurs de devenir non seulement des créateurs, mais aussi des consommateurs avides de contenus produits par leurs pairs. Ce modèle encourage une boucle créative où les utilisateurs participent activement tout en explorant les œuvres d'autres membres de la communauté.

« L'UGC est plus qu'une tendance ; c'est une révolution fascinante qui bouleverse les attentes des joueurs et les modèles d'affaires des studios. »



Cette dynamique stimule l'émergence de nouveaux modèles économiques. Des studios comme Super Social et Creator Corp se spécialisent dans la conception d'environnements et d'expériences pour des plateformes UGC comme Roblox et Fortnite Creative. Ces entreprises pionnières témoignent du potentiel considérable de cette économie collaborative.

Comme le souligne Nicolas Dieu, expert en performance des produits et des affaires – industrie du jeu vidéo : « L'UGC est plus qu'une tendance ; c'est une révolution fascinante qui bouleverse les attentes des joueurs et les modèles d'affaires des studios. »

L'industrie se réinvente pour répondre à cette transformation unique.

DES OPPORTUNITÉS, MAIS AUSSI DES DÉFIS

Si l'UGC inspire et stimule l'innovation, il soulève également des enjeux majeurs. La sécurité et la modération des plateformes sont

cruciales pour éviter les abus et la diffusion de contenus inappropriés.

En parallèle, il faut développer des modèles économiques durables. Les joueurs-créateurs doivent être justement rémunérés, sans compromettre la viabilité des plateformes.

UNE INDUSTRIE EN MUTATION ET DES RESPONSABILITÉS À ASSUMER

Plus qu'une tendance, l'UGC est un mouvement qui redessine les contours d'une industrie que l'intelligence collective renouvelle. L'histoire du jeu vidéo s'écrit toujours à plusieurs mains – et c'est précisément ce qui rend son futur si excitant.



Top 5 des premiers jeux à avoir intégré de l'IA

Fanny Tan
Journaliste, LES CONNECTEURS



Les jeux vidéo sont des terrains de choix pour les développeurs désirant bâtir des intelligences artificielles créatives. Voici cinq jeux « anciens » et pionniers de l'IA, qui ont attiré l'attention de la rédaction.

1. LEFT 4 DEAD

Lancé en 2008 et créé par le studio Turtle Rock en collaboration avec Valve, Left 4 Dead est un jeu de survie coopératif multijoueurs. Le jeu de tir à la première personne (« First Person Shooter »), qui plonge le joueur dans un monde apocalyptique, étonne, avec une fonctionnalité toute particulière : sa mécanique d'« IA Directrice », qui évalue les niveaux de performance et de

stress des joueurs et augmente proportionnellement la difficulté du jeu (par exemple, en faisant apparaître des ennemis supplémentaires si le jeu devient trop facile).

2. ALIEN: ISOLATION

Le jeu, développé par Creative Assembly et Feral Interactive, basé sur le film classique de science-fiction de Ridley Scott, met en scène un personnage d'extraterrestre terrifiant formé par une IA complexe. Grâce à ses deux systèmes distincts de gestion du comportement, l'antagoniste peut traquer le joueur à tout instant, tout en changeant de stratégie en passant par plus de 100 « nœuds » dans son système d'arbre de comportement.





3. THE LAST OF US

The Last of Us est sans aucun doute l'un des jeux d'action narratifs les plus populaires et les plus appréciés. Le succès du jeu, développé par Naughty Dog, repose en partie sur son IA bâti à l'aide d'automates finis (Finite State Machines), qui permettent de structurer des comportements intelligents individuels sous forme d'états singuliers. Cela signifie qu'un personnage peut être en train d'attaquer une cible ou de chercher un endroit, jusqu'à ce qu'un événement se déclenche dans le jeu et force le personnage à passer d'un état à un autre.

4. F.E.A.R.

Tout comme dans The Last of Us, F.E.A.R. utilise un système pour que les personnages non-jouables (Non-Playable Characters) passent d'un état à l'autre. Chaque personnage possède son propre ensemble d'objectifs et son propre ensemble d'actions pour atteindre ces visées, qui peuvent elles-mêmes changer à tout moment, créant des ennemis imprévisibles tout en demeurant réalistes. L'IA du jeu, développé par Monolith Productions, est encore aujourd'hui considéré comme l'un des plus impressionnants par les développeurs et les joueurs, plus de 15 ans après sa sortie.

5. ALPHAGO

Impossible de parler des avancées de l'IA dans le monde du jeu sans mentionner AlphaGo. Développé par Google DeepMind, AlphaGo n'est pas un jeu vidéo à proprement parler, mais un logiciel capable de jouer au jeu de go. L'algorithme du logiciel agence des techniques d'apprentissage automatique et de traversée de graphes, et s'améliore sans cesse à travers ses entraînements avec des humains et d'autres ordinateurs. Le logiciel prend d'ailleurs la vedette dans le documentaire homonyme sorti en 2017 sur Netflix.



LES CONNECTEURS

Comment la révolution techno change-t-elle votre vie au quotidien? On veut vous lire!



Pour donner votre avis, témoigner,
proposer un sujet, publier une annonce,
écrivez-nous à

contact@lesconnecteurs.ca





Gaming et cybersécurité : ramener les enjeux aux besoins des joueurs



Julien Teste-Harnois
Chroniqueur, LES CONNECTEURS
Président, expert en cybersécurité, Resolock



Dans chaque numéro de LES CONNECTEURS, notre expert Julien Teste-Harnois vous plonge dans une situation de cybersécurité concrète. Découvrez les bonnes pratiques pour éviter les pièges du numérique et protéger vos données avec des conseils clairs et pratiques!

Le monde du gaming, avec ses millions de joueurs connectés chaque jour, est une véritable vitrine de l'innovation technologique. Mais cette évolution rapide s'accompagne de défis majeurs en matière de cybersécurité. Pour répondre aux besoins des utilisateurs, les acteurs de l'industrie doivent impérativement ramener les questions de sécurité à leur niveau, en s'adaptant aux spécificités des joueurs. Trois thématiques émergent particulièrement : la protection des jeunes joueurs, le respect de la vie privée en ligne et la lutte contre les tricheurs.

PROTÉGER LES JEUNES JOUEURS : UN ENJEU CRUCIAL

Les jeunes joueurs représentent une part importante de la communauté du gaming. Cependant, leur vulnérabilité face aux risques en ligne est un sujet de préoccupation majeur. Entre les tentatives d'hameçonnage, les messages malveillants et les risques liés aux microtransactions, ils sont souvent des cibles de choix pour les cybercriminels.

Les plateformes ont un rôle clé à jouer pour leur offrir un environnement sécurisé. Des outils tels que le contrôle parental, les restrictions d'achat et les alertes de sécurité claires et adaptées à leur compréhension devraient être prioritaires. Mais pour qu'ils soient vraiment efficaces, ces outils doivent être simples à utiliser et accessibles, tant pour les jeunes joueurs que pour leurs parents. L'objectif est d'offrir une expérience immersive, tout en garantissant un haut niveau de sécurité.

VIE PRIVÉE ET GAMING : UN ÉQUILIBRE FRAGILE

La vie privée est un autre aspect central des besoins des joueurs. Dans le gaming en ligne, où les échanges en temps réel sont légion, la gestion des données personnelles et des interactions est essentielle pour prévenir les abus.

Les systèmes de chat vocal ou textuel, par exemple, sont souvent le terrain de comportements inappropriés ou d'intimidation. Pour répondre à cette problématique, les plateformes doivent fournir des outils de modération robustes, comme le filtrage automatique des propos offensants ou la possibilité de bloquer rapidement des

“ **Entre les tentatives d’hameçonnage, les messages malveillants et les risques liés aux microtransactions, (les jeunes joueurs) sont souvent des cibles de choix pour les cybercriminels.** ”

utilisateurs toxiques. Par ailleurs, l’anonymisation des données des joueurs et le chiffrement des communications sont des mesures indispensables pour garantir la confidentialité et la sécurité.

Pour certains jeux, on pourrait même pousser plus loin et intégrer des systèmes d’éducation à la cybersécurité directement dans l’expérience de jeu. Sensibiliser les joueurs aux bonnes pratiques, comme la gestion des mots de passe ou l’activation de l’authentification à deux facteurs, deviendrait alors un moyen immersif et efficace pour réduire les risques.

LES TRICHEURS : UN FLÉAU POUR L’EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Dans l’univers du gaming, les tricheurs (ou « heaters ») sont une source constante de frustration pour les joueurs honnêtes. Le recours à des logiciels de triche ou de piratage perturbe non seulement l’équilibre des parties, mais aussi l’expérience globale, au point de pousser certains utilisateurs à abandonner les jeux qu’ils appréciaient.

Pour répondre à ce problème, les éditeurs de jeux doivent adopter des solutions à la fois proactives et adaptées aux besoins des joueurs. Cela inclut l’amélioration des systèmes anti-triche, mais aussi la transparence dans leur fonctionnement. Les joueurs doivent pouvoir comprendre les mesures mises en place et avoir un moyen de signaler facilement les comportements suspects.

Un élément intéressant serait de renforcer l’aspect communautaire. En impliquant les joueurs dans la modération ou en valorisant ceux qui adoptent des comportements exemplaires, les plateformes pourraient créer un environnement plus sécurisé et collaboratif.



VERS UNE EXPÉRIENCE DE JEU À LA HAUTEUR DES ATTENTES

Ramener les questions de cybersécurité aux besoins des joueurs est donc une démarche essentielle pour l’industrie du gaming. En protégeant les jeunes joueurs, en respectant la vie privée et en luttant efficacement contre les tricheurs, les plateformes peuvent élever l’expérience utilisateur, tout en renforçant la confiance de leur communauté.

Le gaming n’est pas seulement une activité de loisir, c’est un écosystème complexe, où la cybersécurité doit occuper une place centrale pour répondre aux attentes des joueurs d’aujourd’hui et de demain.



Jeux vidéo : Pas si perdu que ça... ou peut-être ?

Florian Saugues
Chroniqueur, LES CONNECTEURS
Directeur de projet, Numana

in



Dans chaque chronique « JE SUIS COMPLÈTEMENT PERDU », notre expert Florian Saugues vous propose de plonger dans ses réflexions philosophiques, références culturelles et observations pour aborder des sujets techno complexes de manière accessible.

Ce numéro porte sur le thème des jeux vidéo et des besoins des utilisateurs. Et là, surprise! Pour une fois, je ne suis pas du tout perdu! Cela pourrait-il compromettre le concept de ma rubrique? Après 10 ans d'enseignement en histoire du jeu vidéo et de l'animation, ainsi que plusieurs emplois dans l'industrie, il m'est difficile de prétendre être novice en la matière ou « perdu ». Et pourtant...

Quand on observe l'industrie d'un peu plus près, on voit assez rapidement qu'il y a plusieurs perceptions du besoin des utilisateurs : ceux des joueurs et ceux des gestionnaires. Ça peut vous paraître étrange, mais l'évolution du gaming et de ses fonctionnalités est moins guidée par des besoins - vous savez, la loi de l'offre et de la demande - que par du « nudge ». Je vous raconte, et vous pourrez ensuite décider si vous préférez en faire une inspiration ou une cause (vous trouverez des communautés pour chacune).

Pour rappel, le nudge, c'est cette technique de manipulation qui vise à amener quelqu'un à modifier son comportement par de petites suggestions et recommandations indirectes plutôt que par l'injonction. Et pour ça, dans l'industrie, on a des professionnels. Il suffit de regarder les évolutions des modèles d'affaires dans les 20-30 dernières années, allez hop, suivez le prof d'histoire!

Vous connaissez probablement le modèle freemium, cette méthode de financement où une partie des fonctionnalités centrales d'un produit est gratuite, tandis qu'un abonnement permet d'accéder au reste. Ce que vous ignorez peut-être, c'est que cette logique provient du monde du jeu vidéo, où elle est connue sous le nom de « free-to-play ». Il y a 20 ans, ce modèle était entouré de nombreuses polémiques, car les développeurs réservaient certaines fonctionnalités de jeu aux joueurs payants. Cette pratique, particulièrement problématique dans les jeux compétitifs en ligne, créait des déséquilibres notoires au sein de la communauté, compromettant ainsi le succès à long terme de ces jeux. Ce phénomène a été baptisé « pay-to-win ».

Les itérations du modèle free-to-play ont effectivement stabilisé la pratique autour de l'achat d'éléments optionnels : confort de jeu, apparences des personnages et accessoires. Bien que cette approche reste discutable à certains égards, les joueurs l'ont largement acceptée, comprenant le besoin des développeurs de générer des revenus pour un jeu gratuit.

En 2006, Bethesda a marqué l'histoire du jeu vidéo avec l'un des premiers DLC purement cosmétiques pour The Elder Scrolls IV: Oblivion, un jeu à gros budget (prédécesseur de Skyrim). Ce DLC, nommé « Horse Armor Pack », a déclenché un torrent de critiques envers Bethesda et les autres compagnies qui ont osé des initiatives

“
**(...) les jeux coûtent
10 dollars de plus ET
intègrent des logiques
freemium pour générer
plus de revenus.**
”



similaires.

Arrive alors la problématique capitaliste fondamentale : dois-je, en tant que chef d'entreprise, écouter les critiques de la majorité ou me fier à la rentabilité de mon produit? Si les gens achètent, ils aiment. Non?

J'aimerais pouvoir dire que oui, mais ce serait ignorer un grand nombre de facteurs, dont un qui est rendu au centre de notre gestion de marque, et l'a toujours été dans le jeu vidéo : les fans. Les fans ne sont pas des êtres humains dignes de logique (ce n'est pas un jugement de valeur, cela m'affecte aussi). Quand on est fan, on n'adopte pas un comportement de client logique et réfléchi. On. Veut. L'avoir! Il existe une excellente (mais datée) conférence de Bruce Dickinson sur le sujet.

Aujourd'hui, la majorité des jeux à gros budget et achetés 80 dollars (ou plus) proposeront un magasin de belles apparences et accessoires achetables pour un modique coût additionnel, en invoquant le coût de production des jeux vidéo. Et cela malgré de nombreux gels de salaires ou licenciements massifs dans l'industrie dans les 10 dernières années, et une augmentation sordide des dividendes et bonus des exécutifs.

Et si ce n'était de mon anticapitalisme, je ne pense pas que j'aurais fait cette chronique (ok, peut-être). Non, c'est le stratège marketing en moi qui pleure, parce qu'une grosse partie de ces logiques crée deux problèmes pour moi : 1) on s'emprisonne dans un jeu. Les jeux ont intérêt à nous garder captifs lorsqu'ils nous proposent d'investir plus et, pour cela, ils vont exploiter un biais, celui documenté de l'addiction au jeu vidéo, en créant des boucles de gameplay addictives, et en nous récompensant, même pour notre addiction avec des missions répétitives chaque jour ; 2) on exploite la neurodivergence de plus en plus. Je ne suis pas entré dans le débat de « ok ou non que ce soit juste cosmétique », et j'en reste éloigné aujourd'hui. Mais je reste non content d'avoir amené des pratique free-to-play dans des jeux payants. Les jeux proposent aujourd'hui des microtransactions pour des accessoires à durée limitée, ce qui favorise les comportements d'achat impulsifs. Comportements auxquels sont très sensibles certaines neurodivergences, comme le TDAH.

Yves Guillemot, le patron de Ubisoft, nous disait en 2012 que dans 10 ans, tous les jeux seraient free-to-play, permettant aux plus fortunés de payer pour que nous ayons tous accès aux jeux. 10 ans plus tard, les jeux coûtent 10 dollars de plus ET intègrent des logiques freemium pour générer plus de revenus. Et Sony nous propose même une nouvelle version de la PS5, avec des graphismes plus beaux mais des performances un peu moins bonnes, pas plus tard que l'automne dernier!

Et si vous pensez que l'exploitation des biais cognitifs des joueurs et le sacrifice de la jouabilité pour du beau, c'est ce dont les utilisateurs ont besoin, mettez-vous à éditer des jeux pour de vrai! N'empêche, moi, je suis complètement perdu...

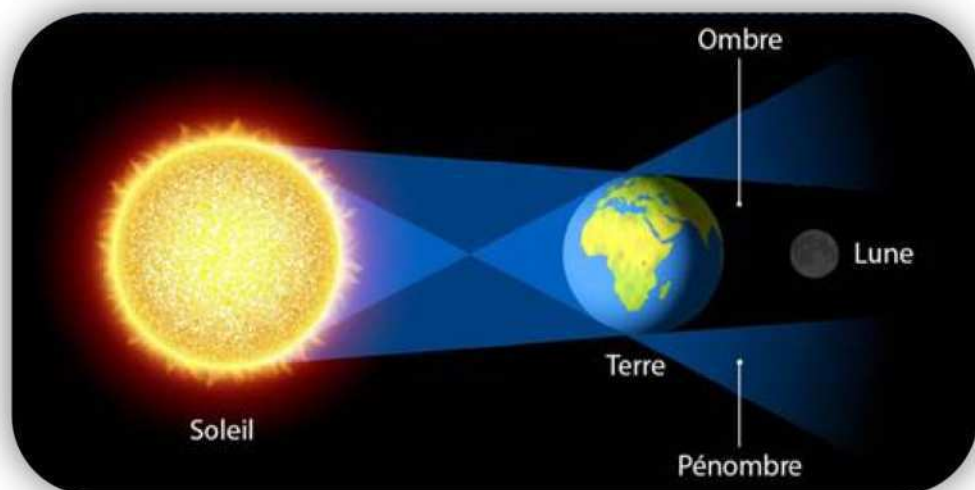
Un mois de mars actif pour ce qui est des éclipses au Québec

Par Philippe Moussette, président du club Véga de Cap-Rouge, chasseur d'éclipses et auteur du livre « Les yeux tournés vers le ciel »

Le mois de mars sera très actif au niveau des événements astro. 2 événements intéressants se passeront dans la nuit du 13 au 14 mars et le matin du 29 mars. Nous aurons droit, dans la nuit du 13 au 14 mars, à une éclipse de lune totale, et le 29 mars au matin, à une éclipse solaire partielle pour tout le Québec.

Éclipse totale lunaire dans la nuit du 13 au 14 novembre 2025

Dans la nuit du 13 au 14 mars, nous pourrons voir une éclipse totale de lune visible du Québec. Voici une brève description du phénomène des éclipses lunaires, tirée de mon livre « Les yeux tournés vers le ciel ».



L'explication d'une éclipse de lune



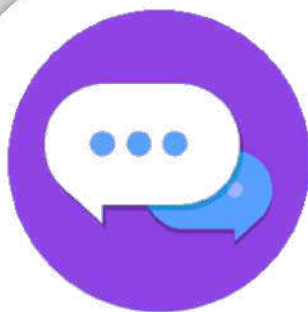
Une éclipse lunaire se produit lorsque la Lune traverse l'ombre de la Terre et que la lumière du Soleil ne se rend plus directement à elle. La Lune devient alors rouge. Ce phénomène se produit quelques fois par année. Il existe trois variétés d'éclipses : les éclipses pénombrales, lorsque la Lune ne fait que passer dans la pénombre de la Terre ; les éclipses partielles, lorsque la Lune ne traverse l'ombre de la Terre que partiellement ; et les éclipses totales, lorsque la Lune traverse complètement l'ombre de la Terre. Ce sont sans contredit les éclipses les plus spectaculaires.

La Lune devient rouge lorsqu'elle est dans l'ombre de la Terre. Ce phénomène est dû au fait que la lumière du Soleil traverse l'atmosphère terrestre, celle-ci étant la seule à pouvoir se rendre jusqu'à la Lune. En fait, cette lumière blanche est filtrée par notre atmosphère, et la moindre variation dans la quantité de particules présentes affectera la luminosité de l'éclipse. C'est ce filtre qui donne à la Lune cette teinte rouge, comme au coucher de Soleil.

***Texte abrégé. Pour plus de détails, visitez philippemousette.com**



L'éclipse lunaire totale du 27 septembre 2015 Photo Philippe Moussette



Pour donner votre avis, témoigner, proposer un sujet, publier une annonce, écrivez-nous à contact@lesconnecteurs.ca

LE MAGAZINE ÉLECTRONIQUE

LES CONNECTEURS

POUR TOUT SAVOIR SUR
LA RÉVOLUTION TECHNO



GRATUIT
ANIMÉ
INTERACTIF
ACCESSIBLE

CS Le Lab.



VOIR TOUS LES NUMÉROS

