

Valorisation des jeux sérieux

Quatre fiches pratiques pour penser la diffusion et la valorisation d'un jeu sérieux

Mai 2025

Médulline Terrier-Gesbert, Orlane Gadet, Anne Brunner

#InnovoverAvecINRAE



gamae

INRAE

Valorisation des jeux sérieux



Saisis

Fiche 1

Des questions à se poser et à anticiper

Avant de commencer

Avant de se lancer dans un projet de conception de jeu sérieux, il est sage de prendre le temps d'interroger les motivations qui sous-tendent le projet, les objectifs associés au jeu et les ressources disponibles pour mener à bien le projet. Il n'est malheureusement pas rare qu'un projet prometteur échoue et qu'un jeu reste à l'état de prototype non utilisé par manque de temps, de financement ou d'intérêt de la part des acteurs que pensaient cibler les concepteurs.

C'est pour pallier ce risque que nous proposons ci-dessous une liste, non exhaustive, de questions clés à se poser régulièrement, dans une posture itérative au fur et à mesure qu'avance le projet. Pour qu'un jeu puisse in fine être largement diffusé et utilisé par son public cible, il est crucial de penser très tôt le projet sous l'angle de sa valorisation.

Tableau 1 : Se poser des questions tout au long du processus créatif du jeu pour faciliter et optimiser sa valorisation ensuite.

Quelles sont les motivations qui sous-tendent le projet de conception de jeu ?

- ✓ Un jeu, pour quoi faire exactement ? Quelle plus-value du jeu par rapport à d'autres formats ?

Quel est le contexte et quels sont les moyens alloués au projet de conception de jeu ?

- ✓ Qui va participer au projet ? Avec quel investissement en temps ?
- ✓ Le projet est-il soutenu (en interne, par des partenaires éventuels, etc.) ?
- ✓ Que permettent d'envisager les financements disponibles (conception, tests, recours à des prestataires, fabrication, etc.) ?
- ✓ Comment peut-on compléter le budget si besoin ?
- ✓ De quelles compétences dispose-t-on ?
- ✓ A-t-on besoin de nouvelles compétences ou de moyens complémentaires ? Doit-on faire appel à des compétences extérieures (ex. : pour le game design, le graphisme, etc.) ?

Pour qui le jeu est-il conçu ?

- ✓ **À qui le jeu va-t-il s'adresser ?**
- ✓ **Quels sont les différents publics cibles : les joueurs ? Les animateurs de parties ? Les organisateurs de sessions de jeu ? Les prescripteurs ?**
- ✓ **Quelles sont les « preuves » de l'intérêt/réceptibilité de ces cibles quant au sujet et au format du jeu ?**
- ✓ **Comment, et à quelles conditions, le jeu peut-il répondre à un besoin de ces différentes cibles ?**

Comment le processus de conception du jeu va-t-il s'organiser ?

- ✓ **Des cibles du jeu vont-elles être associées au processus de conception et comment ?**
- ✓ **Comment les versions successives du jeu seront-elles testées ?**
- ✓ **Qui va contribuer aux différentes étapes de conception du jeu ?**
- ✓ **Quelles compétences sont requises et disponibles pour chacune de ces étapes ?**

Quel sera le format du jeu (analogique, numérique, Print&Play, versions hybrides) ?

- ✓ Pourquoi ce format est-il important ? D'autres formats sont-ils possibles ?
- ✓ Quelles sont les conséquences de ce choix sur les contraintes et les coûts de fabrication et de diffusion ?

Le jeu est-il générique ou spécifique à une problématique ?

- ✓ Combien d'utilisateurs potentiels peut-on envisager ?
- ✓ Faut-il envisager de faire monter en généralité le jeu pour augmenter ce « volume » (et lever des contraintes de diffusion) ?
- ✓ Qu'implique une montée en généralité ? En matière de méthodologie, de précision des processus décrits dans le jeu, de gameplay, etc. ?

Comment le public cible va-t-il prendre en main le jeu ?

- ✓ Quelles ressources annexes faut-il prévoir pour que le jeu puisse être pris en main par les utilisateurs :
 - Guide d'animation ?
 - Formations ?
 - MOOC ?
 - Vidéos ?
 - Scénarios pédagogiques ?
 - etc...

Le jeu est-il original ?

- ✓ Existe-t-il d'autres jeux portant sur le même thème ? Ces jeux concurrents s'adressent-ils au même public ?
- ✓ En quoi le jeu se distingue-t-il de l'existant, quelle est sa plus-value ?

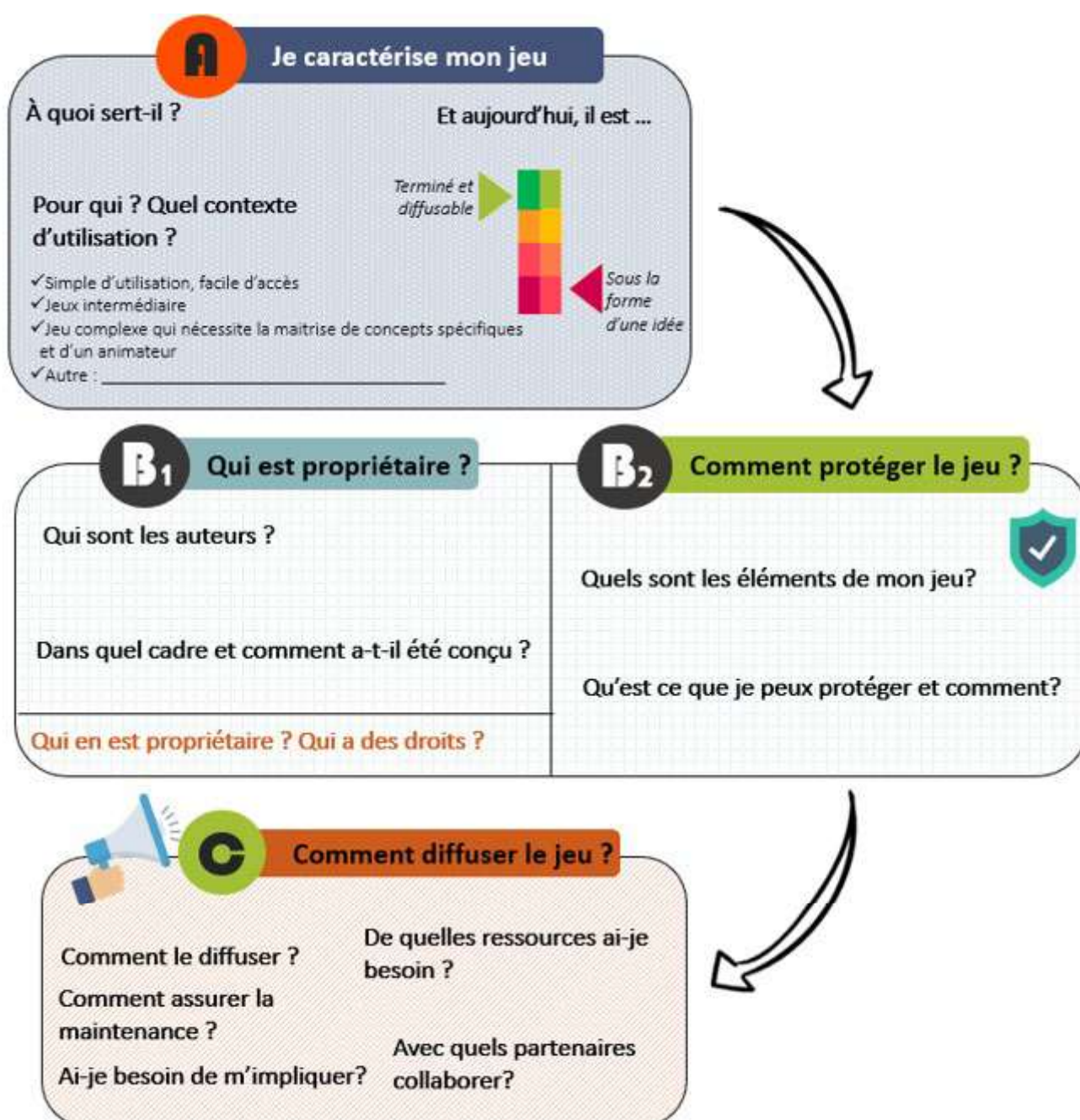
À quelles conditions le jeu peut-il intéresser les utilisateurs ciblés ?

- ✓ Comment le jeu peut-il s'insérer dans les pratiques des acteurs qu'il cible ?

Un itinéraire pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de valorisation

Lorsque le projet de conception se précise et qu'un premier prototype est imaginé, il est temps de spécifier la stratégie de valorisation du jeu. Pour vous guider dans cette réflexion, nous proposons un parcours en trois grandes étapes, détaillées dans les fiches 2 à 4.

Figure 1 : Trois étapes pour construire et mettre en œuvre une stratégie de valorisation du jeu



Ce document a été réalisé par INRAE et INRAE Transfert, dans le cadre du plan d'action innovation 2021-2024 d'INRAE.

Les autrices remercient pour leur relecture et leurs conseils :

- ✓ Micaël ALIOUAT (INRAE, Direction des Affaires Juridiques)
- ✓ Les coordinateurs et éditeurs de l'ouvrage Quae « *Les jeux de plateau pour l'agriculture et le paysage* », et en particulier Sylvain DERNAT (INRAE, GAMAE), Nolwenn BLACHE (VetAgroSup) et Yves MICHELIN (VetAgroSup)

Autrices :

- ✓ **Médulline TERRIER GESBERT (INRAE, Département ACT)**
- ✓ **Orlane GADET (INRAE Transfert, Pôle Valorisation, Innovation & Partenariat)**
- ✓ **Anne BRUNNER (INRAE, Direction du Partenariat et du Transfert pour l'Innovation)**



Ce document est sous licence Creative Commons BY NC SA : [Attribution – Utilisation non commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions.](#)

Pour citer ce document :

TERRIER-GESBERT, Médulline, GADET, Orlane, BRUNNER, Anne. *Quatre fiches pratiques pour penser la diffusion et la valorisation d'un jeu sérieux*, 2025, INRAE et INRAE Transfert, 43 pages. <https://hal.inrae.fr/hal-05182324v1>

INRAE



gamae
games for agriculture, food & environment