
Analyse de la couverture médiatique du jeu free-to-play Genshin Impact dans la presse généraliste et spécialisée francophone

Auteur : Pasque, Valentine

Promoteur(s) : Dozo, Björn-Olav

Faculté : Faculté de Philosophie et Lettres

Diplôme : Master en journalisme, à finalité spécialisée en investigation multimédia

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/21741>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

ANNEXES

Table des matières des annexes

Annexe 1 : Corpus assemblé et découpé en unités d'information selon la méthode Morin-Chartier.....	2
Annexe 2 : Tableau de codage (méthode Morin-Chartier).....	91
Annexe 3 : Justifications écrites du codage de chaque unité d'information pour l'analyse de notre corpus via la méthode Morin-Chartier.....	99

Annexe 1 : Corpus assemblé et découpé en unités d'information selon la méthode Morin-Chartier.

Le gratuit se la joue payant (1)

Web. Les jeux «free-to-play» ont trouvé un modèle viable qui mêle parties à l'œil et micropaiements. (2)

Par Erwan Cario

Apparu en 2004 en Corée du Sud, Kart Rider totalise aujourd'hui plus de 250 millions de comptes ouverts. C'est un jeu vidéo en 3D plutôt léchée, très classique et rappelant fortement le célèbre Mario Kart. Un tiers des Coréens y aurait joué au moins une fois. Principal ingrédient du succès : il est gratuit. C'est un des précurseurs du «free-to-play» et de l'«Item selling» (vente d'objets) (3),

un modèle économique surprenant et d'une simplicité déconcertante : le joueur ne paie que s'il le veut bien. Il peut en effet jouer indéfiniment sans déboursier un centime. Mais s'il s'accroche, si le jeu est bon, s'il a envie d'en découvrir plus ou s'il a juste envie d'un nouveau chapeau pour son personnage, il peut sortir sa carte bleue. (4)

Eldorado. (5)

Un tel modèle peut sembler fragile. Si le joueur peut jouer gratis, pourquoi casquerait-il ? D'autant, et c'est sans doute là un des points les plus subtils de l'affaire, que les joueurs qui paient ne doivent pas être avantagés de façon significative au risque de décourager les autres, cassant l'ensemble du système. Le nouveau chapeau n'était donc pas une blague : les joueurs paient pour des améliorations purement cosmétiques de leur personnage. Et ça marche très bien. Mais à une condition : il faut un bon jeu. (6)

Goa, la filiale d'Orange consacrée aux jeux en ligne, l'a appris à ses dépens. Début 2007, elle décide de tenter l'aventure des «free-to-play» en important et en traduisant des titres venus de Corée du Sud et des Etats-Unis. Problème : le secteur ressemble à un nouvel eldorado et le nombre de productions a explosé. Il devient difficile de trouver le bon titre qui va marcher. A son lancement, quatre jeux était censés constituer l'ossature de Goa.com. (7) « C'est un système qui marche quand on a un produit de qualité, analyse Rahim Attaba, responsable Marketing du free-to-play chez Goa. Au lancement d'un jeu, vu que c'est gratuit, on engrange de nombreux joueurs sans trop de problème. Mais le bouche à oreille est rapide. Si le jeu est bon, les joueurs se passent le mot. Et si le jeu ne tient pas la route, ils le font aussi. » (8) Bilan, fin 2009, Goa fait le ménage et ne garde que Pangya, un excellent jeu de golf. (9) «C'est un titre qui avait déjà fait ses preuves en Asie et

aux Etats-Unis, explique Rahim Attaba. *Et il est vraiment adapté au modèle économique. Son ARPU est vraiment bon.»* (10) L'ARPU (Average Revenue Per User, revenu moyen par utilisateur), c'est un peu le nerf de la guerre. Et Pangya est parfait pour ça. Le joueur fait en effet très vite connaissance avec la «boutique» en achetant de nouveaux vêtements grâce aux «pangs», la monnaie gagnée en jouant. Mais pour cette jolie salopette en jean noir ou ces sandales rouges, il faut des «cookies». Les cookies ne s'obtiennent qu'en payant. Comptez 7,5 euros pour la salopette (152 cookies). Et si on peut trouver ça délirant vu de l'extérieur, le sentiment n'est plus le même après des dizaines d'heures de jeux. On se dit qu'en fait, on n'a rien payé jusqu'ici. Que ce jeu est vraiment bien. Et qu'elle est quand même pas mal, cette salopette... (11)

Surprise. (12)

Si Goa s'est contenté d'importer des jeux existants, d'autres utilisent un modèle comparable avec leur propre production. C'est le cas de Boost, société parisienne uniquement dédiée au jeu de carte en ligne Urban Rivals. Après avoir vivoté sur les premiers systèmes connectés des téléphones portables (Wap, i-mode), Urban Rivals débarque sur le Web en 2007. (13) Sébastien Flory, dirigeant et directeur technique de Boost, s'en souvient : «Pour nous, c'était un peu le chant du cygne. On galérait sur mobiles et on ne croyait que moyennement au succès de la version web.» (14) Urban Rivals s'inspire des systèmes de jeux de cartes à collectionner comme Magic The Gathering. Le joueur démarre avec quelques cartes et peut en obtenir simplement en jouant. Mais de nouvelles cartes apparaissent régulièrement et le moyen le plus simple de les acquérir est bien sûr de sortir quelques euros. (15) Dès son apparition sur navigateur, à la plus grande surprise des créateurs, Urban Rivals commence à marcher. Et aujourd'hui, avec 8,5 millions de joueurs et 800 millions de parties jouées, Boost est largement rentable. Urban Rivals est sorti récemment sur iPhone et se prépare à son arrivée sur Facebook. (16) «La bonne nouvelle, se réjouit Sébastien Flory, c'est qu'en faisant un produit cool, bien conçu et qui nous plaît, les joueurs accrochent. Du coup, c'est vertueux. On donne aux joueurs en leur offrant de nouvelles fonctionnalités et en écoutant leurs remarques. Eux, ils sont fidèles et achètent, mais on ne les oblige pas. C'est comme un accord tacite. » (17)

Viralité. (18)

Cette vision artisanale du jeu gratuit en ligne se retrouve chez Motion Twin, une Scop (Société ouvrière coopérative de production, 11 salariés actionnaires à parts égales) de Bordeaux. Ils se sont fait connaître notamment avec deux titres à la viralité exemplaire : Miniville et La Brute. Fondée

en 2001, la petite société a trouvé un système qu'elle adapte pratiquement à toutes ses créations. Le joueur a accès à l'intégralité du jeu mais ne peut jouer que de façon limitée dans le temps (généralement un certain nombre de tours). S'il en veut un peu plus, il peut payer. Motion Twin sort de nouveaux jeux régulièrement et sa base de joueurs ne cesse de s'agrandir. Et même si, encore une fois, l'énorme majorité des joueurs ne paie jamais, le modèle tient la route : 16 millions de joueurs sont aujourd'hui inscrits sur l'ensemble de leurs sites et le chiffre d'affaires en 2009 se monte à 4 millions d'euros. (19) | «Internet est un support idéal pour nous, explique Margaret Alés Cowley, responsable de la communication. Ça nous permet de rester totalement indépendants et de faire les jeux qui nous plaisent. On est assez modestes et on ne veut pas aller trop vite. On n'a pas besoin de rentrer dans une logique industrielle et capitaliste pour s'en sortir.» (20) | Ils semblent faits pour cartonner sur Facebook, qui fait fantasmer toute l'industrie du jeu vidéo, mais ils regardent le réseau social avec prudence. (21) | « On va sans doute essayer. Mais on risque d'être obligé d'abandonner un peu de notre modèle et d'aller vers une économie basée sur la pub. Et ça ne nous plaît pas trop.» (22) | Logique. Et reposant. (23)

Les free-to-play, pas si gratuits (24)

Libres d'accès sur Internet, les jeux « free-to-play » attirent de plus en plus de jeunes joueurs qui achètent ensuite accessoires, armes ou vêtements dans des boutiques virtuelles. (25)

JAURES Cécile

Flavien, 17 ans, a découvert « League of Legends » il y a un an, sur les conseils d'un ami. (26) « Comme l'accès était gratuit, j'ai eu envie d'essayer, ça n'engageait à rien, contrairement à d'autres jeux en ligne sur abonnement. » (27) Il fait aujourd'hui partie des 32 millions de joueurs actifs et passe près de quatre heures par jour dans la peau d'un mage ou d'une créature étrange, à se battre, en compagnie d'une poignée de copains, dans un univers fantastique et coloré. (28) « Les jeux "free-to-play" correspondent bien à la culture de la gratuité que les adolescents ont acquise via Internet. Pour eux, payer avant d'avoir testé le jeu constitue presque une aberration » (29). Analyse Thomas Painçon, directeur marketing chez Ubisoft, qui prévoit de lancer pas moins de huit « free-to-play » d'ici à juin 2013, sur des univers aussi variés que la construction de cités médiévales ou la bataille sous-marine sur fond de Seconde Guerre mondiale. (30)

Né en Asie il y a une dizaine d'années, ce nouveau modèle économique est en plein essor en Europe (31). Il permet aux éditeurs de faire rayonner leurs marques dans le monde, de toucher un public plus large, et d'attirer ces jeunes joueurs de plus en plus versatiles. (32) Une idée d'autant plus payante que, bien entendu, tout n'est pas gratuit dans le « free-to-play » : afin d'accélérer sa progression ou d'acheter armes et accessoires, on dépense de l'argent bien réel, toute l'astuce des éditeurs étant de pousser à la consommation sans en avoir l'air. (33) « Si seuls 20 % des joueurs dépensent de l'argent, des études montrent que ceux-ci cumulent les micropaiements et déboursent au final plus que s'ils avaient acheté un jeu-boîte à 60 », note Frédéric Fau, rédacteur en chef de Jeuxvideo.com (34).

Nul besoin d'ailleurs de posséder une carte bancaire, de nombreux jeux proposent un paiement par cartes prépayées (vendues dans les magasins de jeux vidéo), SMS ou numéro surtaxé, parfaitement discret (35). Flavien, par exemple, a déjà dépensé près de 80, une somme qu'il juge « raisonnable » au regard de ce que déboursent certains camarades (jusqu'à 300 !) (36). « Contrairement aux jeux asiatiques surnommés "pay-to-win" (paye pour gagner), précise Thomas Painçon, nous veillons à ne pas créer de déséquilibre entre les joueurs fortunés et les autres. L'argent permet de gagner du temps, mais ne fournit pas d'avantage décisif. » (37)

Notre avis (38)

¶ Certes, les jeux « free-to-play » offrent une certaine liberté. Ils permettent de jouer gratuitement, mais la tentation est forte pour les adolescents de payer pour accélérer leur progression ou « customiser » leurs personnages avec les tenues événementielles (Halloween, Noël...) que les éditeurs ne manquent pas de leur proposer pour des sommes a priori modiques. Attention aux surprises en fin de mois ! (39) ¶ Par ailleurs, la plupart des « free-to-play » n'adhèrent pas au système international PEGI, classification par âge des jeux en fonction de leur contenu. Difficile donc de savoir si le jeune joueur évolue dans un univers qui lui est adapté et s'il ne fait pas de « mauvaises rencontres », risque classique des jeux en ligne aux communautés immenses. (40)

¶ Free to play : jouer gratuitement (41)

¶ Vous connaissiez déjà le shareware et le freeware ?

Mais saviez-vous que vous pouvez jouer à des jeux commerciaux et complets sans rien payer ? Ce concept, c'est le free to play (aussi appelé freemium).

Ce modèle économique est né il y a déjà plusieurs années, dans le monde des jeux multijoueurs en ligne (MMO). (42) ¶ Un créneau devenu particulièrement concurrentiel au fil du temps.

Pourquoi dans ce genre bien particulier ? Tout simplement à cause des casual gamers (joueurs occasionnels) qui commençaient à trouver que, acheter un jeu puis payer trois ou quatre fois sa valeur en abonnement par an, tout ça pour n'y passer que quelques heures par mois, ça commençait à faire un petit peu cher. (43)

¶ Le même jeu ? Oui, enfin presque (44)

¶ Mais alors, comment un éditeur peut-il s'y retrouver s'il permet de jouer à son jeu complètement gratuitement ? Tout simplement grâce à un système d'options payantes. Car il ne faut pas croire non plus que vous allez disposer très exactement des mêmes avantages que celui qui s'est acquitté de son abonnement. (45)

¶ Si l'on prend l'exemple d'un MMO, vous aurez accès à tous les types de personnages, probablement à toutes les zones du jeu, vous pourrez participer à des quêtes avec les autres joueurs ou à des batailles entre royaumes... (46)

¶ Mais certains détails, a priori anecdotiques, feront la différence comme par exemple un coffre limité, la possibilité de porter moins d'objets, une monture qui va moins vite que les autres... (47)

¶ Le free to play est-il pour autant un système de jeu au rabais ? Pas forcément. Car c'est à vous de juger quelle sera votre implication dans le jeu, et d'ajuster votre participation financière en fonction.

Si vous jouez peu souvent, ce système peut parfaitement vous suffire. Vous jouez un petit peu plus ? Prenez une ou deux options pour être plus équilibré. Vous êtes finalement conquis ? Alors abonnez-vous. (48)

■ Du coup, le free to play est aussi un excellent système pour tester, et dans la durée, un jeu avant de passer à la caisse. (49)

Note(s) :

Parmi les jeux les plus en vogue : Battlefield Play4Free, Tribes : Ascend, Hellbreed, Age Of Empires Online, City Of Heroes, Le Seigneur des anneaux Online, Allods Online, Star Trek Online...

Une enquête sur le "free-to-play" au Royaume-Uni (50)

L'Office of Fair Trading (OFT), autorité britannique chargée de protéger les consommateurs, a lancé, vendredi 12 avril, une enquête sur les jeux et applications "free-to-play". L'OFT cherche à savoir si ces jeux imposent des "exhortations directes" à réaliser des achats de biens virtuels, notamment auprès des plus jeunes. En mars, une affaire avait fait grand bruit au Royaume-Uni, quand un enfant, âgé de cinq ans, avait dépensé plus de 1 700 livres (1 900 euros) dans son jeu favori sur tablette tactile, rapporte la BBC. (51)

"Nous ne cherchons pas à bannir les achats dans les jeux, mais l'industrie du jeu vidéo doit montrer qu'elle se conforme aux réglementations et garantisse la protection des enfants", note Cavendish Elithorn, de l'Office of Fair Trading, cité dans un communiqué. Les principaux acteurs du free-to-play seront sollicités, indique l'organisme britannique. (52)

Depuis quelques années, le modèle du free-to-play ne cesse de croître. Pour le joueur, ce modèle peut sembler particulièrement attractif, dans la mesure où l'accès au jeu est gratuit... Les concepteurs se rémunèrent en effet en proposant des objets additionnels, payants. Dans un jeu de course par exemple, il peut s'agir de nouveaux modèles de voiture, ou de nouveaux circuits. (53)

IRRÉSISTIBLE EXPANSION (54)

D'après l'OFT, 80 % des applications en plus forte croissance sur le magasin en ligne de Google, disponibles au Royaume-Uni, utilisaient le free-to-play. (55) Ce modèle, venu d'Asie, existe en fait depuis la fin des années 1990. Il a d'abord émergé sur le marché PC. Il a surtout atteint le grand public, avec le succès des jeux sur Facebook. Dans Cityville ou Farmville, de l'éditeur de jeux sociaux Zynga, le joueur doit payer s'il souhaite acheter des semences supplémentaires pour son champ, ou de nouveaux bâtiments pour sa ville virtuelle. (56)

Les éditeurs de jeux mobiles ont également saisi le potentiel commercial du modèle free-to-play. Gameloft, l'un des leaders du secteur, a placé ce modèle économique au cœur de sa stratégie. D'autres importants acteurs de l'industrie traditionnelle, comme Electronic Arts, souhaitent aussi migrer vers le free-to-play. L'autorité britannique entend publier les résultats de son enquête pour le mois d'octobre. (57)

Moins de 1 % des joueurs payent pour les jeux free-to-play (58)

Sortez les harpons, la chasse à la baleine est ouverte (59)

De plus en plus de jeux free-to-play sont proposés par des centaines de studios et d'éditeurs, pour nos smartphones et tablettes. Tous ou presque reposent sur le même principe et proposent aux joueurs d'accélérer leur progression contre de l'argent. (60) Mais quel est le comportement des joueurs vis-à-vis de cette méthode ? Une étude de Playnomics cherche à y répondre.

Playnomics a mené une étude sur le comportement des joueurs vis-à-vis des jeux sociaux et des jeux free-to-play proposés sur les appareils mobiles. Si des statistiques sont disponibles sur leur engagement ou leur loyauté aux titres, un volet de l'étude est consacré à la monétisation. (61)

Sur 1,7 million de joueurs ayant joué à des titres type non-arcade, seuls 13 454 ont mis la main à la poche, soit environ 0,77 % du total (62). En moyenne, ils ont dépensé lors du dernier trimestre 43,87 dollars (63), et 150 % n'ont pas engagé plus de 3,50 dollars (64). Plus surprenant encore, la personne ayant le plus dépensé a mis sur la table pas moins de 7400 dollars, une somme suffisante pour acheter une console accompagnée de 100 jeux. Cela correspond aussi à un peu moins de 2500 \$ par mois, soit un peu plus d'un SMIC et demi. (65)

Playnomics s'est ensuite attardée sur les 134 joueurs les plus dépensiers, qu'elle qualifie de « baleines », afin de vérifier si le cas précédent était isolé. La réponse est non : dans ce groupe, la dépense moyenne s'établit à 1439,36 dollars, et il reste question, pour le moins généreux d'une somme de 692,80 dollars sur un trimestre. (66)

Les éditeurs ont tout intérêt à prendre soin de ces baleines, puisque ces 134 personnes représentent à elles seules un tiers de l'argent qu'ils ont récolté ce trimestre, soit un peu plus de 192 000 dollars. (67) Si l'on étend le champ aux 20 % les plus généreux, les revenus atteignent 534 000 dollars, soit 90,5 % du total. (68) L'histoire ne dit pas si tous les jeux présents sur les stores d'Apple et de Google profitent des généreux dons de ces baleines. Mais désormais, nous savons que contrairement à leurs congénères vivant dans l'océan, celles qui hantent les boutiques d'applications ne sont pas en voie de disparition. (69)

Free-to-play: le "modèle Candy Crush" va-t-il s'imposer dans l'industrie du jeu vidéo? (70)

Victor Garcia

Si les contenus additionnels payants ont le vent en poupe dans l'industrie du jeu vidéo, un autre modèle économique tend à s'imposer, le free-to-play: ces jeux gratuits proposant des options payantes, comme Candy Crush ou Clash of clans. Vous êtes bloqué dans un niveau particulièrement ardu de Candy Crush? Vous n'avez pas envie de patienter dans Clash of Clans? Alors vous avez probablement dépensé quelques euros pour obtenir du temps ou un bonus qui vous facilite la vie... Et ainsi participé à l'essor des jeux free-to-play (FTP), également appelés freemium.

Leur principe est simple: (71) "Ce sont des jeux 100% gratuits, mais qui proposent des contenus ou biens virtuels entre un et dix euros", résume Hadrien des Rostours, président directeur général d'IsCool Entertainment, un studio parisien spécialisé dans le jeu mobile (72). Un modèle économique lucratif. A tel point qu'il s'est largement imposé sur mobile et tablette, et s'exporte de plus en plus sur PC. Le cas le plus connu est certainement celui de League of Legends. (73)

Les "baleines", ces joueurs généreux (74)

Mais comment ces jeux "gratuits" peuvent-ils être rentables? En grande partie grâce aux "baleines": ces rares joueurs payeurs qui (75) "payent pour tous", nous explique Khan, journaliste chez Canard PC (76). "Chez IsCool, 80% de nos revenus viennent des micro-paiements, et 20% de la pub", confirme Hadrien des Rostours. (77) "Mais le business reste très compliqué: pour 1000 téléchargements, vous avez en général 10 utilisateurs qui payent." (78) Résultat: il faut que le jeu soit le plus populaire possible pour enregistrer "un maximum de téléchargements" (79).

Mais les jeux sur mobile et tablette étant généralement peu coûteux à créer et le gain potentiellement énorme, nombreux sont ceux à se lancer dans l'aventure. La concurrence est donc (très) rude. Les échecs commerciaux sont donc nombreux, les Candy Crush et autres Clash of Clans plus rares. (80) "C'est du darwinisme économique, résume le PDG d'IsCool. L'App Store d'Apple est un véritable cimetière d'applications." (81) "Il faut donc se battre pour proposer le meilleur jeu possible, ce qui est bénéfique pour les joueurs", ajoute-t-il. (82) Malgré ces difficultés, une

chose est sûre selon lui, le freemium a vocation à devenir le futur modèle dominant... Et remplacerait ainsi celui des jeux payants qui proposent des contenus additionnels payants, les fameux DLC -les contenus téléchargeables payants. (83)

Le free-to-play bientôt sur console? (84)

Un avis à contre-courant de celui des autres spécialistes interrogés par L'Express. Eux pointent les grandes différences entre les jeux mobile et ceux sur PC et console. Les premiers sont considérés comme plus récréatifs, ponctuels -on y joue entre deux stations de métro- et surtout moins cher à produire. Les seconds sont souvent beaucoup plus impliquants, passionnants, et évidemment plus chers à créer. (85) "On se penche sur ce business model, il arrivera probablement un jour sur PS4, mais pour l'instant c'est trop tôt", explique par exemple Richard Dubois, le directeur de la communication de Sony France. (86)

De la potion pour le free-to-play (87)

O.V.V.

Tout possesseur de smartphone ou de tablette l'a déjà bien compris: le nouveau gros business du jeu se trouve dans le "free-to-play", ces applications gratuites au téléchargement, mais qui feront douiller les plus accros sur la longueur, et ce théoriquement sans fin. (88) Une véritable poule aux oeufs d'or qui attire les plus gros développeurs de jeux et les meilleures licences: Star Wars y tient ainsi une position remarquée moins de deux ans après son lancement, et si l'on reste dans la bande dessinée, Walking Dead vient d'y faire son trou avec un univers, les zombies, qui était naturellement fait pour le jeu vidéo et les jeux de shoot. (89) Un marché saturé de marques anglophones, qui se cherchait encore un héros européen, si pas francophone, pour s'y faire une place. (90) Il l'a peut-être trouvée dans Astérix et sa dernière licence, Astérix & ses amis. Un jeu free-to-play développé par le studio autrichien Sproing, diffusé par la filiale européenne du géant japonais Bandai Namco, et surveillé de près par les éditions Albert René, détentrice des droits de l'univers créé par Goscinny et Uderzo. (91) Un jeu de construction des plus classiques sur ce type de plateformes, s'il n'était pas égayé par un univers graphique effectivement extrêmement proche de celui des BD même quand les développeurs se permettent une modélisation 3D. Proche dans la manière et dans l'esprit: vous voilà à la tête d'un petit village d'irréductibles sous la conduite du chef Démocratix, où l'on chasse le sanglier, où le poissonnier vend du poisson pourri, où la maison du barde est confinée dans un arbre et où les bagarres, nombreuses, avec les Romains qu'il s'agit de "tataner", se font toujours derrière un nuage de poussière et des effets très cartoon, et très Astérix. (92)

Chasse à la baleine (93)

Une qualité qui aura demandé trois ans de développement, l'accord des ayants droit pour presque chaque dessin et chaque idée de scénario, et surtout l'appui financier d'un mastodonte comme Bandai, jusqu'ici, mais jusqu'ici seulement, relativement discret dans le monde du "gratuit à jouer" (94), mais qui peut rapporter (très) gros: chaque jeu est en effet en quête de ses "baleines", surnom donné aux joueurs, rares, mais prêts à dépenser des milliers d'euros ou de dollars dans le jeu qu'ils préfèrent pour s'offrir des items. (95) D'où un gameplay basé entièrement sur l'addiction, l'addition de tâches a priori infinies, et des mises à jour régulières comme seuls le permettent les jeux en ligne. (96) Un business plan qui ne fonctionne que depuis le haut du panier, comme le confirmaient les représentants de Sproing et Bandai à la présentation de Astérix & ses amis, dans le parc du même nom: (97) "Les joueurs dépensent de l'argent uniquement sur les jeux qu'ils préfèrent. Il

faut donc trouver la bonne balance entre le bon gameplay, qui leur donnera envie de continuer, et le bon univers, qui leur donne envie de revenir. Or Astérix est extrêmement populaire un peu partout en Europe, notamment en Allemagne et en France, deux marchés très importants. Il s'agissait donc de capturer la magie des albums et d'y multiplier les détails accrocheurs." (98)

Deux semaines après son lancement officiel en appli iOS et Android, mais deux ans après une première version jouable sur Facebook, les chiffres semblent leur donner raison: le jeu a déjà rassemblé plus de 2,6 millions de participants, pour une durée de jeu additionnée de 6 271 ans. (99)

JEUX VIDÉO : LE MODÈLE RENTABLE DU FREE TO PLAY (100)

Stéphanie Marius

CAS #4

Si le freemium n'est pas nouveau dans l'univers des softwares, l'engouement pour les jeux multijoueurs en ligne donne un véritable essor aux titres gratuits, rémunérés uniquement via les "in-app purchases", achats optionnels de bonus et accessoires. (101)

Le secteur vidéoludique joue la carte, gagnante, du gratuit. (102) Concurrent montant des jeux payants, dédaignés des mobinautes en particulier (103), le free to play est un business model d'un nouveau genre, fondé sur l'addiction des joueurs. (104) Les jeux sont téléchargeables librement et sans abonnement mais favorisent les "in-app purchases", des micropaiements destinés à acquérir de nouveaux contenus ou à accéder à de nouvelles fonctionnalités. L'achat se fait au sein d'une boutique virtuelle, souvent de manière indirecte: le participant achète une monnaie virtuelle, laquelle lui permet de réaliser des emplettes in-game. (105)

Le système coupe court au piratage, bête noire des éditeurs. Interrogés, les éditeurs refusent de communiquer sur le montant moyen de ces achats. (106) Stéphane Vallet, directeur de la communication Europe de Wargaming, éditeur du jeu mobile de guerre World of Tanks, indique que "l'immense majorité des joueurs dépense de quelques centimes à quelques euros. Une infime fraction dépense chaque mois une centaine d'euros". (107) Pourtant, certains "packs" atteignent plusieurs centaines d'euros sur le très médiatisé Candy Crush Saga. (108)

Si certains studios hésitent et tâtonnent (Electronic Arts a produit plusieurs titres sur ce modèle puis les a stoppés), d'autres bénéficient d'un succès fulgurant. Riot Games, petit studio indépendant, réunit chaque mois environ 100 millions de joueurs dans le monde autour de son MOBA (multiplayer online battle arena) League of Legends, mastodonte du secteur. (109) Au sein d'un marché du jeu vidéo qui poursuit son envolée (3,46 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France en 2016, soit 4% de plus qu'un an plus tôt⁽¹⁾), le segment du free to play croît de 7%, pour atteindre 19 milliards de dollars dans le monde⁽²⁾, via des titres sur mobile et sur ordinateur. (110)

Pay to win, pay to accelerate (111)

Les in-app purchases se répartissent en trois catégories: le "pay to win", le "pay to accelerate" et les achats "cosmétiques". (112) Guillaume Rambourg, country manager France de Riot Games, revient sur ces derniers, seul revenu (hormis les événements) de l'éditeur: "Il est possible d'acheter du contenu optionnel dans le jeu, tels que des personnages ("champions") que l'on peut ajouter à

sa collection, ainsi que des costumes ("skins") pour ces derniers. Ainsi, toutes ces micro-transactions disponibles dans le jeu ne sont que cosmétiques et n'avantagent en rien un joueur par rapport à un autre. Ce sont des achats de coeur. Par ailleurs, ce contenu optionnel peut être aussi acquis via des "Points d'influence", une monnaie virtuelle que les joueurs acquièrent en jouant des parties. League of Legends est un vrai titre free-to-play, et non pay-to-win." (113) Cette vision éthique est partagée par Grinding Gear Games, éditeur de Path of Exile. Le parcours et la vitesse de jeu ne sont pas affectés par les achats. Les dépenses influent sur le confort de jeu et la décoration (des concours de décors ont d'ailleurs été organisés) mais non sur la progression et ne confèrent pas d'avantage sur les autres joueurs. (114)

Si aucun éditeur interrogé n'a affirmé proposer de pay to win, cette pratique consistant à donner des "vies" supplémentaires, à offrir des avantages importants ou à débloquent des niveaux extrêmement difficiles existe néanmoins. Le jeu populaire sur mobile Candy Crush Saga (studio King) en est l'exemple. (115)

Plus populaire, le "pay to accelerate" a trouvé son champion en Pokémon Go: le jeu gratuit sur mobile, dépourvu de revenus publicitaires, rapporte l'équivalent de 12 millions d'euros le jour de sa sortie aux États-Unis, grâce à la vente de "gemmes", promesse d'une performance accrue pour les "dompteurs". Le concept est popularisé en 2013 par le jeu mobile Clash of Clans. La totalité du parcours est accessible mais la progression ralentit au fil des parties, incitant les joueurs à payer des éléments permettant d'accélérer leur progression. Un modèle similaire à celui de World of Tanks: (116) "S'il est vrai que 90% du contenu de nos jeux sont accessibles gratuitement, explique Stéphane Vallet (Wargaming), 10% restent payants via l'achat de véhicules premium (de quelques euros à quelques dizaines d'euros selon le niveau)." (117)

Un modèle instable par nature (118)

Une difficulté demeure: compenser le manque de stabilité financière de ce modèle plus dépendant de l'implication des joueurs, car une personne qui ne joue pas ne génère pas de revenus. Animer sa communauté devient un impératif de survie. Le studio Wargaming, mise ainsi sur le service: (119)

"Il faut envisager le jeu comme un service. Cela passe par un customer service qui n'est pas délocalisé mais situé dans nos bureaux à Paris. Il en va de même avec l'équipe des community managers, qui va régulièrement au contact de nos fans et joueurs", indique Stéphane Vallet. (120)

Une stratégie qui va de pair avec la création d'événements en jeu. Ainsi, l'éditeur King (Candy

Crush Saga) organise des défis et incite les joueurs à solliciter ses amis Facebook pour l'aider à gagner des "vies". (121)

Guillaume Rambourg (Riot Games), propose de lever le nez de l'écran: "En dehors du jeu, nous avons de nombreuses interactions avec notre communauté pour prolonger l'expérience du titre, que ce soit par le biais de tournois compétitifs amateurs et professionnels (e-sport), du contenu vidéo (mini-documentaires, reportages) ou des rassemblements avec notre communauté (cosplayers, notamment). Tous nos efforts n'ont qu'un but: être l'entreprise au monde qui se focalise le plus sur la satisfaction des joueurs." (122)

Une logique que le studio Niantic, éditeur de Pokémon Go, pousse encore plus loin. L'entreprise a lancé, en partenariat avec Knight Foundation, une série d'événements en "open street", incitant les joueurs américains à créer des fêtes de quartier sponsorisées. Le premier événement a eu lieu à Charlotte, en Caroline du Nord, le 7 mai 2017, le long d'un parcours de 4 kilomètres environ, jalonné de 16 PokeStops (endroits où l'application en réalité augmentée repère des Pokémon à attraper). (123)

Animer sa communauté et générer des achats d'impulsion (124)

Une fois la communauté constituée, il s'agit de captiver le joueur pour susciter les achats d'impulsion, les fameux "in-app purchases". Riot Games, par exemple, met en vente des coffres contenant des fragments de "skins" ou de "champions". Offres et packages promotionnels à durée limitée sur la plupart des titres, message "Débloquer plus de niveaux?" sur Candy Crush Saga, les notifications constituent un lien entre le parcours du joueur et le geste consistant à effectuer un micropaiement. (125)

En parallèle, certains éditeurs, à l'instar de Blizzard Entertainment (Hearthstone), récompensent l'assiduité des joueurs et le temps passé en ligne (et, donc, les chances d'achat) grâce à des avantages facilitant leur progression. (126)

Renouveler ses contenus en permanence (127)

Enfin, il importe d'innover en permanence pour proposer des contenus attractifs et de se montrer réactif aux retours des joueurs, au sein de communautés dont l'élargissement dépend majoritairement du bouche-à-oreille. Suite à une expérience malheureuse avec la mise à jour "Rubicon", source de mécontentement au sein de la communauté, Wargaming s'est attelé à instaurer un véritable échange. (128) "Nous avons mis en place un système dit de sandbox, explique Stéphane Vallet. Une petite partie de nos plus gros joueurs interagit directement avec nos

développeurs et échange sur les idées et nouveautés à apporter au jeu avant d'arriver en phase de développement final." (129)

De même, le studio Riot Games affirme éviter "toute forme de marketing agressif": (130) "Nous avons du feedback régulier de la communauté aux quatre coins du monde, via les réseaux sociaux, les plateformes de discussion (Reddit, etc.) ou bien lors de nos événements communautaires et e-sport. Cela nous permet de donner du contexte à nos équipes de développement et les aide parfois à mieux prioriser leur planning de sorties, ainsi que le contenu et les fonctionnalités sur lesquels ils travaillent", détaille Guillaume Rambourg. (131)

Adaptabilité de l'offre, engagement de la communauté... Le segment du free to play innove sans cesse pour faire de l'instabilité de son business model une nouvelle source de profit et réinventer le lien avec les consommateurs.

(1) Selon le rapport 2017 du SELL, Syndicats des éditeurs de logiciels de loisirs.

(2) Source : rapport SuperData Arcade, décembre 2016 . (132)

Le secteur en chiffres: (133)

L'âge moyen des joueurs de jeux vidéo est passé de 21 ans (en 2005) à 34 ans (en 2016). (source: étude Sell)

Alors qu'en 2005, 29 % de la population française reconnaissait jouer aux jeux vidéo, plus de 52 % de Français se définissent désormais comme joueurs. (source: étude Sell)

Montant des achats: de quelques centimes à plusieurs centaines d'euros.

20% des joueurs payants réalisent 90% du chiffre d'affaires des éditeurs de jeux free to play (source: étude Playnomics)

19 milliards de dollars (17,4 milliards d'euros): montant généré par le free to play en 2016 dans le monde (source: étude SuperData 2016)

Les titres PC free to play les plus joués sont, dans l'ordre: League of Legends, Crossfire et Dungeon Fighter Online. Sur mobile, Clash Royale occupe la première place des jeux à succès, suivi de Monster Strike et Clash of Clans (source: étude SuperData 2016). (134)

« Free to play », « games as a service »... Comprendre les modèles économiques du jeu vidéo (135)

Avec l'explosion du dématérialisé, l'industrie s'est lancée dans d'innombrables expérimentations, tranchant avec le vieux modèle de l'achat unitaire. Tour d'horizon. (136)

Par William Audureau

Publié le 03 décembre 2017 à 11h00, modifié le 09 janvier 2018 à 19h43 Temps de Lecture 5 min

Qu'il est loin, le temps où un jeu coûtait soixante euros et appartenait une bonne fois pour toutes à son acquéreur. Avec l'explosion du jeu sur smartphone, de l'e-sport, du dématérialisé et l'envolée des coûts, les éditeurs tentent de diversifier leurs modèles économiques. Parfois avec fracas, à l'image de la récente polémique sur les coffres aléatoires payants intégrés à *Star Wars Battlefront 2*. Le plus souvent avec succès, si l'on en croit le succès colossal de *Clash of Clans*, un jeu en téléchargement gratuit, ou la hausse des nouvelles formes de revenus dans les comptes d'Ubisoft, Activision ou encore Electronic Arts. (137)

Les modèles traditionnels

La vente unitaire

C'est le bon vieil achat à l'unité, soit d'un jeu en boîte, soit de sa version dématérialisée, sur le *store* d'un constructeur de consoles ou d'un distributeur. Traditionnellement, il donne à l'acquéreur la propriété du jeu, et aucun frais supplémentaire n'est demandé. On parle également aujourd'hui de modèle premium. Il est sur le déclin.

L'achat à l'acte

Héritage de l'âge d'or du flipper, ce modèle consiste à payer à la partie – le fameux « insérez une pièce », ou *insert a coin* en anglais. Une solution pratique pour des équipements volumineux et coûteux, comme l'étaient les bornes de jeux vidéo d'arcade, et qui perdure aujourd'hui dans les installations foraines. Une variante s'est développée récemment pour essayer des casques de réalité virtuelle dans des salles spécialisées. Cela reste un modèle très marginal.

Les premiers modèles nés avec Internet

L'abonnement

Avec le jeu vidéo en ligne s'est développé une nouvelle forme de pratique, impliquant plus d'interactions humaines. Dans les MMORPG notamment, comme *World of Warcraft*, des millions de joueurs arpentent chaque mois le territoire d'Azeroth. Une vie parallèle permise par des serveurs entretenus depuis plus d'une décennie et financée par un abonnement mensuel d'une dizaine

d'euros. Depuis peu, des éditeurs comme Electronic Arts ou des consoliers comme Sony et Microsoft proposent à leur tour des services similaires, comme EA Pass, PlayStation Now ou Xbox Pass, à ceci près qu'ils donnent accès non pas à un jeu, mais à un catalogue, sur le modèle de Netflix.

Les extensions payantes

Qui veut du rab ? Parfois sous forme physique, le plus souvent en dématérialisé, l'industrie s'est mise à proposer à partir de la fin des années 2000 des *downloadable contents* (ou DLC), du contenu téléchargeable comme des nouveaux chapitres ou de nouveaux niveaux. Généralement payants, ils permettent au joueur de prolonger son aventure dans le jeu tout en permettant à l'éditeur d'amortir les coûts de développement : ce contenu additionnel reprend, en effet, de nombreux éléments déjà créés (moteur de jeu, personnages, animations, etc.), ce qui le rend moins coûteux à produire.

En 2008, *GTA IV* en proposait deux, avec *The Ballad of Gay Tony* et *The Lost & Damned*. Aujourd'hui, la plupart des blockbusters comme *Call of Duty*, *Far Cry* ou *Assassin's Creed* en prévoient plusieurs, que les joueurs peuvent même acheter par avance, grâce à un *season pass*, un droit d'accès au contenu additionnel prévu.

Les jeux vidéo épisodiques

Proches cousins des DLC, dont ils sont contemporains, les jeux vidéo par épisodes fonctionnent sur le modèle de séries télévisées : approche narrative, grammaire cinématographique et cliffhanger en fin d'épisode. Ceux-ci sont courts, rarement plus de deux heures de jeu, et forment en général une saison complète au bout de cinq chapitres, achetables indépendamment (15-20 euros en moyenne) ou conjointement (souvent au prix d'un jeu classique, 60 euros). La révélation française de l'année 2015, *Life is Strange*, repose sur ce modèle.

Les modèles récents issus du smartphone et du PC

Le freemium (138)

C'est la contraction de *free* et de *premium*. Ce modèle, théorisé dans la seconde partie des années 2000 et très populaire sur smartphones, consiste à proposer en accès libre une partie tronquée d'un jeu vidéo, afin d'allécher le consommateur et lui donner envie, par un dosage subtil de la frustration, de débloquent l'expérience entière. En 2015, le jeu *Super Mario Run*, dont la partie gratuite s'arrête brutalement au bout de trois niveaux, en a été un exemple parfait. (139)

Le free-to-play (F2P) (140)

Devenu incontournable sur smartphones, il a porté le succès planétaire de jeux comme *Temple Run*, *Candy Crush Saga* et *Clash of Clans*. Contrairement au jeu freemium, le jeu free-to-play (ou F2P) ne restreint pas l'expérience du joueur, qui peut profiter (quasiment) à volonté du jeu téléchargé. C'est sur des revenus indirects que se rémunère l'éditeur. Ceux-ci peuvent provenir d'annonceurs (placement produit, publicité intégrée, voire financement du développement, dans le cas d'un jeu publicitaire, ou *advergame*). (141)

Ils peuvent également venir des joueurs eux-mêmes, soit par l'achat d'objets virtuels cosmétiques, les *skins*, qui permettent de personnaliser son avatar, soit par l'acquisition de crédits, pour rejouer plus vite, ou encore d'objets virtuels donnant un avantage dans un jeu compétitif (on parle alors de *pay to win* – modèle particulièrement critiqué des joueurs). (142)

Plus récemment sont apparus des packs d'objets payants au contenu aléatoire, sur le modèle des cartes à jouer (d'ailleurs repris dans *Hearthstone*, ou par extension), baptisés « *loot boxes* ». Certains utilisateurs, surnommés « baleines » (ou *whales*), sont capables de dépenser plusieurs dizaines de milliers d'euros dans un jeu. (143)

La nouvelle approche, le « games as a service » (144)

Dernier-né, le « jeu en tant que service » ressemble à une synthèse protéiforme de ces différents modèles. Porté par les gros éditeurs comme Activision, Electronic Arts ou encore Ubisoft, il consiste à marier le principe de la vente unitaire (le jeu est payant, souvent 60 euros, voire plus s'il intègre le *season pass* ou des contenus optionnels) et celui du free-to-play (il cumule de nombreuses formes de revenus supplémentaires, qu'il lui emprunte, comme les *skins*, les *loot boxes*, ou le placement produit). (145)

La critique adressée à *Star Wars : Battlefront II*, celle d'être un jeu payant intégrant des options de monétisation optionnelle, correspond ainsi à un modèle récent généralisé à de nombreux jeux récents, le plus souvent des superproductions (*Overwatch*, *Destiny 2*, *L'Ombre de la guerre*, *Forza Motorsport 7*, *FIFA 18*, etc.). Il s'explique autant par le succès colossal de certains jeux en F2P, comme *League of Legends*, que par la nécessité pour les géants du jeu vidéo de pérenniser des développements de plusieurs dizaines de milliers, voire millions d'euros. (146)

Le « games as a service » est par ailleurs souvent associé à une modification du statut juridique du jeu vidéo. Celui-ci n'appartient plus au joueur, qui paye, en réalité, un droit d'accès à un service.

C'est, par exemple, le cas de *Rocket League*, si l'on se réfère à ses conditions d'utilisation. Grâce notamment à des services dans le *cloud*, l'éditeur se réserve le droit de modifier à sa guise le programme – le plus souvent pour changer l'équilibrage de la difficulté ou l'enrichir en contenu, y compris payant, voire pour y ajouter des nouveaux modes, et maintenir son intérêt sur le long terme.

(147)

■ Pour les éditeurs, l'objectif est triple : d'une part, amortir sur la longueur les coûts de développement devenus stratosphériques grâce à ces sources de revenu supplémentaires, sans augmenter le prix facial. De l'autre, allonger sa durée de vie et empêcher la revente du jeu et étouffer le marché de l'occasion, sur lequel seules les boutiques et les particuliers se rémunèrent. Enfin, permettre au jeu de se vendre sur le long terme, notamment en l'enrichissant de modes compétitifs de type e-sport. (148)

■ Corollaire de cette nouvelle approche, les ventes au lancement sont de moins en moins décisives dans la carrière commerciale d'un jeu. A condition, tout de même, qu'il parvienne à se créer une communauté sur la longueur. (149)

GENSHIN IMPACT : UN JEU "CLONE" DE BREATH OF THE WILD DÉVOILE SON GAMEPLAY AU STYLE ANIME (150)

De LifeIsCool - Posté le 24 juin 2019 à 13h52 dans Jeux vidéo

Si vous êtes un fan incontesté de Zelda : Breath of the Wild et que vous l'avez fini, alors voici ce qui pourrait vous occuper en attendant la suite de la série, annoncé par Nintendo lors de l'E3 le 11 juin. Le studio MiHoYo a présenté une demi-heure de gameplay de Genshin Impact, son nouveau jeu dont on ne connaît pas encore la date de sortie. Après visionnage, nombreux sont ceux qui ont vu en lui un clone du dernier Zelda sortie sur Switch. (151)

GRAPHISMES, GAMEPLAY ET MÉCANIQUES DE JEU SIMILAIRES (152)

Genshin Impact assume son inspiration. Dès les premières images, le jeu ressemble fortement à *Breath of the Wild*. L'herbe claire et vaporeuse, les monstres à combattre, certaines cinématiques et mouvements... **Aucun doute, si vous avez aimé le jeu de Nintendo, vous aimerez celui de MiHoYo.**

Par exemple, vous pouvez courir, et escalader les parois. Seulement vous êtes limités par une jauge d'endurance. Les monstres, à l'instar des Bokoblins dans *Zelda*, se rassemblent dans des campements et leurs trésors ne sont disponibles qu'une fois avoir battu les ennemis de la zone. Des plans lors des cinématiques sont presque les mêmes. **Impossible de ne pas y penser lorsque le paysage se découvre, face au personnage**, ou encore quand le héros touche une statue dont une boule mystérieuse rentre dans son cœur. (153)

Pour autant, même si le terme "clone" semble péjoratif... c'est un jeu qui promet d'être flamboyant, et qui détient tout de même certaines particularités. (154)

COMBATS PLUS DYNAMIQUES, PLUSIEURS PERSONNAGES JOUABLES (155)

Au-delà de l'aspect graphique des personnages, qui se rapproche d'une esthétique d'anime, *Genshin Impact* mêle des idées à un monde que l'on connaît. **Les affrontements semblent plus rapides, plus orientés vers l'action, un peu comme les jeux *Tales of*. (156)**

Le jeu fait penser à une oeuvre plus basée sur les fantaisies traditionnelles que son synonyme. Plusieurs personnages sont jouables, dont les possibilités changent au fil de l'aventure, selon la situation. (157) **En plus, des mécaniques de déplacements comme des dashes vers l'avant différencient le jeu à *Breath of the Wild*. (158)**

L'extrait qui a été dévoilé n'est qu'un test et est donc soumis à de probables modifications, mais les ingrédients principaux sont déjà en bouche. *Genshin Impact* sera jouable sur PC, iOS et

Switch. De quoi attirer un public plus large que son cousin, qui a tout de même explosé les records de vente. (159)

Genshin Impact : À peine annoncé, le Zelda-like chinois déchaîne les passions (160)

Un jour, si l'humanité s'avère assez résistante pour survivre encore quelques milliers d'années, des archéologues ébahis mettront peut-être à jour les us et coutumes d'une civilisation respectueuse d'autrui et mesuré dans ses réactions. La nôtre ne sera évidemment pas de celles-là.

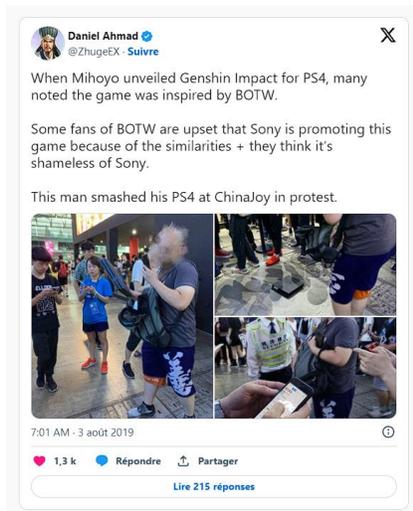
Vous allez probablement finir par le savoir: **le weekend dernier se tenait dans la ville de Shanghai le salon du divertissement numérique ChinaJoy**, et l'occasion était donc trop belle pour les studios chinois de dévoiler leurs nouvelles créations plus ou moins inspirées.

|| Dévoilé lors de la conférence PlayStation destinée à ouvrir le bal des festivités, **c'est peu dire que Genshin Impact aura rapidement su faire parler de lui, et pas nécessairement sous un angle positif**. Mais après tout, toute publicité n'est-elle pas une bonne publicité ? Pour citer Leonard Nimoy : "*La réponse est non*". (161)

|| Ce jeu d'action/aventure en monde ouvert fait écho au manga du même nom, et place le joueur dans la peau du Voyageur, un aventurier passablement amnésique, et qui devra partir à la découverte de Teyvat, une contrée composée de cités-Etats disséminées ici et là. (162) || Et si rien ne vous choque à la vue de ce trailer coloré, les joueurs chinois présents sur place n'ont pas fait preuve du même flegme.

Comme vous pouvez le découvrir dans notre **galerie d'images**, **les spectateurs de ChinaJoy ont estimé que Genshin Impact lorgnait de façon un brin trop voyante sur un certain The Legend of Zelda : Breath of the Wild**, ce qui a valu au trailer quelques doigts d'honneur de la part du public. (163)

|| **Pire, l'analyste Daniel Ahmad dont nous nous faisons régulièrement l'écho a publié ces photos d'un joueur tellement en proie à ses pulsions qu'il en a fracassé sa PlayStation 4** devant un public quelque peu... circonspect. La mesure, on vous dit :



(164) [Prévu pour le moment sur PC, PlayStation 4 et smartphones, il y a donc de fortes chances pour que l'on entende à nouveau parler de Genshin Impact, dont la date de sortie n'a pour l'instant pas été évoquée. **(165)**

Les jeux vidéo gratuits sont ceux qui rapportent le plus (166)

Kahn, Samuel

Les éditeurs de jeux vidéo doivent 80 % de leur chiffre d'affaires aux jeux gratuits. Paradoxal ? Pas tellement. (167) Le free-to-play, ce modèle de financement qui consiste à proposer un jeu au sein duquel on peut payer pour avancer plus vite ou pour changer l'apparence de son personnage, tire l'ensemble du secteur, et ce depuis plusieurs années. (168)

Selon l'institut de recherche SuperData, Fortnite a généré 1,8 milliard de dollars de chiffre d'affaires en 2019. C'est moins qu'en 2018 - le jeu de tir multijoueur en ligne produit par le studio américain Epic Games avait engrangé 2,4 milliards de dollars de revenus - mais cela n'a pas empêché ce dernier de rester en tête du classement des jeux vidéo les plus lucratifs pour la deuxième année consécutive. (169) « Fortnite est resté devant les autres jeux grâce à ses mises à jour régulières et son système de saisons. Ce jeu parvient très facilement à convaincre les joueurs d'y dépenser de l'argent », explique SuperData dans son rapport (170). Autre raison avancée pour expliquer le succès de Fortnite : des collaborations avec des blockbusters de la pop culture comme Avengers ou Star Wars, ce qui lui permet de toucher un public extrêmement large. (171)

Incitation à la dépense (172)

Fortnite se place ainsi devant Dungeon Fighter Online, Honour of Kings, League of Legends, Candy Crush Saga et Pokémon GO. (173) Outre leur extrême popularité, ces jeux ont un point commun : il est possible d'y jouer sans dépenser un centime. Mais au gré de ses aventures, le joueur est tenté d'obtenir des améliorations techniques, de nouveaux costumes ou bien un accès à des niveaux inédits. Une seule condition pour cela : mettre la main à la poche.

Des sommes modestes, mais qui finissent par s'accumuler. (174) Selon une étude réalisée en 2018 par Lendedu, les joueurs de Fortnite avaient dépensé en moyenne 84 dollars depuis qu'ils avaient commencé à jouer. Une somme supérieure au prix des blockbusters vidéoludiques comme FIFA ou Grand Theft Auto, qui dépassent rarement 60 euros et que le joueur paye une fois pour toutes. (175)

Puisqu'ils rapportent plus et comptent plus de joueurs - 250 millions pour Fortnite contre 45 millions pour FIFA 19, le plus lucratif des jeux premium -, il n'est pas étonnant que les free-to-play aient remporté la plus grande partie des 120 milliards de dollars que représentait le marché des jeux vidéo en 2019. (176) Ce système a parfois des conséquences délétères. En octobre 2019, un rapport du protecteur de l'enfance britannique mettait en garde contre les risques d'addiction et de cyberharcèlement liés aux jeux dont le modèle économique est fondé sur des mécanismes qui

peuvent s'apparenter à des jeux de hasard, et où un joueur qui n'a pas acheté le dernier costume à la mode peut être mis au ban par sa communauté. (177)

Genshin Impact : Le "Breath of the Wild chinois" dévoile sa cinématique d'intro (178)

Lors de son annonce à l'occasion du festival ChinaJoy, l'action -RPG Genshin Impact avait su s'attirer les foudres relativement peu mesurées de certains joueurs chinois, qui le jugeaient instantanément pompé sur Breath of the Wild, et réclamaient instantanément son lynchage public.

Heureusement, les développeurs de **miHoYo** ne se sont pas arrêtés aux majeurs dressés et aux consoles malmenées, et continuent leur petit bonhomme de chemin, malgré l'hystérie de l'époque.

(179) **Aujourd'hui, c'est donc la courte cinématique d'introduction qui se dévoile, et prend un peu de hauteur, puisque nos deux protagonistes qui se trouvent être frère et soeur gagnent les cieux pour faire face à une antagoniste pour le moins habile dans les airs. (180)**

Le combat chorégraphié qui s'offre à nous permet ainsi de relativiser, puisque les inspirations semblent aussi multiples que variées, empruntant aussi bien à Xenoblade Chronicles son chara-design lumineux qu'à Shin Megami Tensei pour le visuel de l'attaque ennemie.

(181) **Bref, voilà qui nous amènera une fois de plus à relativiser, et à nous rappeler que Genshin Impact est prévu quelque part en 2020 sur PC, PlayStation 4, Switch et smartphones. (182)**

Genshin Impact : 10 millions de téléchargements le jour du lancement (183)

Publié 28 sep 2020 Par ZeroAk

Disponible depuis peu, Genshin Impact atteint déjà la barre des 10 millions de téléchargements. Un chiffre qui montre bien que l'attente était belle et bien présente pour le titre sorti sur PS4, PC, iOS et Android. (184)

Et voilà, cela fait désormais quelques heures que le jeu est disponible en téléchargement mais Genshin Impact a suscité l'intérêt d'un grand nombre de joueurs. (185) En témoigne ce tweet officiel



(186) Et oui, dès le jour de sa sortie, le jeu signé miHoYo a atteint la barre des 10 millions de téléchargements dans le monde. Ce chiffre représente la totalité des téléchargements toute plateforme confondue. En général, ce n'est pas avec ce genre d'information que l'on peut deviner si le jeu rencontrera un succès franc ou non sur le long terme.

Il sera donc intéressant de voir par la suite la proportion entre le nombre de téléchargements et le nombre d'utilisateurs réel jouant au jeu au bout d'un mois ou deux. (187)

Des récompenses ? (188)

Pour récompenser les joueurs et fêter ce cap atteint, 1 760 primo-gemmes ainsi que 10 pièces de fatalité seront offertes. Pour les 1760 primo-gemmes, il s'agira d'un bonus quotidien, au rythme de 160 gemmes par jour. Grâce à ce bonus, vous pourrez espérer avoir des personnages retrouvables dans notre tier list.

Pour rappel, 1600 primo-gemmes correspond à 10 pièces de la destinée ou 10 pièces de fatalité.

(189)

"Genshin Impact" : la sensation chinoise qui s'inspire de "Zelda: Breath of the Wild"

(190)

NOUS Y AVONS JOUÉ - Ce jeu vidéo entièrement gratuit rencontre un succès inattendu en ce début d'automne. (191)

Aymeric Parthonnaud

C'est un jeu qui a la forme, la direction artistique, les couleurs et une bonne partie du gameplay de *The Legend of Zelda: Breath of the Wild*, le chef d'oeuvre de la Nintendo Switch sorti en 2017. Un jeu vidéo très riche et bien réalisé et pourtant... totalement gratuit. Voilà la recette de *Genshin Impact*, un jeu que n'importe quel possesseur de **PS4, PC, smartphones iOS ou Android** et bientôt **Switch** peut installer sans ouvrir son porte-feuille. (192) Vous pourrez aussi jouer avec vos amis pour peu que vous soyez sur le même serveur continental et vous pourrez jouer sur une console et reprendre votre partie sur votre téléphone dans les transports par exemple. Le but semble d'abolir les frontières techniques et financières pour séduire un maximum de joueurs. (193)

Malgré l'apparence "manga-animé" des personnages et la ressemblance avec le dernier Zelda, ce jeu de l'éditeur et développeur **miHoyo** n'est pas Japonais, mais Chinois. (194) *Genshin Impact* qui vient tout juste d'être lancé à la fin du mois de septembre est en train de battre record sur record et de séduire la communauté des gamers. Ce **free-to-play** qui a coûté 100 millions de dollars en développement et marketing est en train de devenir le jeu chinois le plus célèbre de l'histoire de l'industrie du pays dans un marché mondial toujours dominé par les studios japonais, américains et européens. (195)

En Chine, le jeu est devenu la deuxième application la plus rentable de l'AppStore en quelques jours. Le jeu a aussi enregistré un nombre considérable de précommandes (196) : "5,3 millions de personnes pré-enregistrées sur le site web en dehors du territoire chinois. Localement, on en compte 16 millions sur l'ensemble des plateformes", note nos confrères de *Jeuxvideo.com* citant des sources du *South China Morning Post*. (197)

Pourquoi un tel succès ? (198)

Un jeu n'a pas besoin d'être gratuit pour triompher. Il faut qu'il soit séduisant, stable, amusant, addictif et surtout qu'il offre des contenus, des contenus et encore plus de contenus. C'est la seule façon pour ces titres gratuits de survivre sur le long terme : un grand nombre de joueurs actifs et une rémunération moins directe avec des coffres gorgés de nouveaux personnages et armes aléatoires à acheter avec quelques euros si vous avez tel ou tel objet en vue. Rassurez-vous, **vous**

pouvez toujours jouer à *Genshin Impact* sans jamais toucher une seule fois votre carte bancaire. Mais nous ne doutons pas que miHoyo fera tout pour rendre la tentation insoutenable. (199)

Le jeu commence sur les chapeaux de roues avec un frère et une sœur naviguant à travers l'espace et les mondes, brusquement stoppés dans leur voyage par une mystérieuse divinité. Vous choisissez le frère ou la sœur pour être votre personnage principal, l'autre est capturé et vous voilà parti à l'aventure. Objectif : libérer votre jumeau. Vous voilà armé d'une épée, de la capacité à contrôler le vent et d'un guide-mascotte qui est là pour vous expliquer les mécaniques du jeu. (200)

Comme *Breath of The Wild*, vous pouvez explorer un vaste monde avec deux grandes techniques popularisé par ce *Zelda* en monde ouvert : l'escalade et un paravent. Comme dans *Zelda* vous devez combattre des ennemis intelligemment et résoudre des puzzles dans des temples pour avancer dans l'histoire. **Comme *Zelda***, vous pouvez cuisiner de bons petits plats. Tout comme *Zelda* sauf... sur le système global d'évolution de vos personnages. (201) Car vous ne jouerez pas qu'avec votre héros. Vous allez pouvoir **collectionner des personnages**, chacun avec des armes et des compétences différentes, chacun maîtrisant un élément différent. C'est riche de votre petite troupe que vous pourrez avancer dans le jeu en débloquent telle ou telle zone.

C'est cette gymnastique entre les personnages (que vous pouvez intervertir à volonté et instantanément) qui fait le charme de ce jeu. *Genshin Impact* est aussi beau, le monde réactif, l'histoire n'est pas transcendante mais charmante malgré tout, les personnages sont plutôt bien écrits et disposent de **dialogues entièrement doublés** en anglais, japonais, chinois et coréen. Les textes, eux, sont entièrement traduits en **français**. Le jeu présente un haut niveau de personnalisation et de gestion qui rappelle plutôt un jeu de rôle classique qu'un jeu d'action-aventure à la *Zelda*. Donc si vous avez peur des menus, des points de compétence et des inventaires fournis, fuyez. Sinon vous serez au paradis. (202)

La réalisation globale et les bonnes finitions du jeu expliquent certainement pourquoi *Genshin Impact* est l'un des jeux préférés sur la plateforme Twitch qui rassemble une gigantesque communauté de joueurs. Si vous aimez l'animation japonaise, les jeux à la *Skyrim*, **si *Breath of the Wild* vous manque...** *Genshin Impact* pourrait bien vous séduire, après tout, l'expérience est gratuite. (203)

«Genshin Impact» n'est-il qu'un plagiat chinois de «Zelda»? (204)

Barthélemy Dont - 5 octobre 2020 à 12h27

Le modèle chinois à l'assaut de l'occident: ça marche plutôt bien. (205)

Temps de lecture: 2 minutes

À la sortie du dernier jeu de la licence Zelda sur Switch et Wii U, il est apparu évident que *Breath of The Wild* ferait des émules. Le jeu de Nintendo est parvenu à réinventer le modèle de l'open world, pourtant souvent galvaudé, en récompensant la découverte, l'exploration et la contemplation.

Certains jeux sortis depuis semblent déjà s'inspirer de la philosophie de jeu de *Breath of The Wild*. D'autres semblent être des copies conformes du bestseller de Nintendo. Ubisoft a notamment récemment dévoilé *Immortals Fenyx Rising*, qui semble avoir été très inspiré par le dernier *Zelda*. Ce dernier a aussi manifestement influencé *Genshin Impact*, un jeu chinois gratuit. (206)

En Chine, le marché du jeu vidéo regorge de ce genre de jeux mobiles gratuits, qui imitent, voire plagient, des jeux populaires et y intègrent des mécaniques «gacha», similaires au système des «loot boxes» –on paie de l'argent réel pour accéder à une loterie, afin d'obtenir dans le jeu de nouvelles armes ou éléments cosmétiques. (207)

Ces jeux dominent le marché chinois mais sont plutôt mal vus en Occident. *Genshin Impact* a d'ailleurs été présenté comme un simple clone de *Zelda* lors de son premier trailer à l'E3 2019 – même les gamers chinois·es sont ému·es face à un copié-collé trop évident. (208)

Succès international (209)

Seulement, depuis sa sortie, *Genshin Impact* a été téléchargé dix-sept millions de fois en quelques jours, et ce uniquement sur mobile. D'après le *South China Morning Post*, c'est le meilleur démarrage international de l'histoire du jeu vidéo chinois. (210)

Un coup d'oeil aux tendances Twitch montre que le jeu est aussi en bonne place sur la plateforme de streaming. *Genshin Impact* pourrait-il devenir le premier vrai succès international des «gacha games»? Et surtout, pourquoi se démarque-t-il de la masse des autres jeux de ce type? (211)

Il pourrait y avoir une réponse toute simple à cette question: le jeu du studio chinois miHoYo est plutôt bon. Les graphismes sont beaux, l'histoire tient debout, les personnages sont fouillés; autant de qualités que l'on n'a pas l'habitude de trouver dans un jeu mobile en free-to-play. (212)

En outre, Genshin Impact parvient à se démarquer suffisamment de Zelda pour ne pas être considéré comme sa simple copie conforme. Le joueur peut incarner plusieurs personnages, le système de combat est différent, l'esthétique s'inspire des animés japonais, etc. (213)

Comme le souligne Wired, grâce à Fortnite ou Call Of Duty Warzone, le public s'est acclimaté aux jeux gratuits mais de qualité, en échange de microtransactions omniprésentes. (214)

Le défi des «gacha games» est que les gamers reviennent régulièrement déboursier quelques euros pour obtenir la dernière arme ou le dernier personnage. Reste à voir si la soudaine popularité de Genshin Impact saura tenir la longueur, et si le public occidental saura se défaire de cette tenace impression de déjà-vu. (215)

Test Genshin Impact sur iOS, Android, PS4 et PC (216)

Publié 07 oct 2020 Par **ZeroAk**

Le phénomène Genshin Impact, accusé par beaucoup (à tort) d'être une copie de Zelda Breath Of The Wild, est disponible sur PS4, PC, iOS et Android vous offre un vent de fraîcheur pour cet automne. Vaut-il le coup de se pencher dessus ? Voici notre avis sur le sujet.

(217)

Sorti le 28 septembre dernier, l'Action-RPG du studio miHoYo est **souvent comparé, à tort, à un certain jeu d'une licence célèbre de Nintendo, à savoir Zelda Breath of the Wild**. Certes, on en retrouve l'inspiration sur pas mal de points, mais Genshin Impact est-il réellement une copie ou arrive-t-il à se démarquer de son prédécesseur ? Et surtout, est-ce un bon investissement de temps ? **(218)**

Version utilisée pour le test (219)

Notez bien que ce test a été effectué sur la version 1.0 du jeu, à l'heure où **une version 1.1 est en approche**.

Genre : Action / Aventure

Date de sortie : 28 septembre 2020

Plateforme : PS4, PC, iOS et Android

Développeur : miHoYo

Éditeur(s) : miHoYo / Game_DEV085

Prix : Gratuit

Testé sur : Android et PC **(220)**

Genshin Impact, la capacité de se démarquer (221)

En reprenant les codes de base d'un chef d'œuvre du jeu vidéo, on peut parfois se perdre. Mais ce n'est pas ce que propose le jeu de miHoYo qui arrive avec son lot de surprises et d'originalité. **(222)**

Tout d'abord, revenons sur un point crucial du jeu : le gameplay, car c'est l'essence même d'une licence, qui peut la faire passer de "vraiment bonne" à "très mauvaise". A l'heure actuelle, Genshin Impact se situe plutôt du côté des bonnes surprises, avec quelques cordes à son arc. **Le jeu reprenant un système de combat orienté action avec de l'esquive et des combos d'attaques divers et variés, les compétences et attaques ultimes font aussi partie du lot pour vous éviter de spammer la même touche pendant des heures**. Par contre, malgré des bases solides, on peut vite se lasser de ce genre de gameplay, même si Genshin Impact s'en tire plutôt bien en y rajoutant

sa petite touche personnelle, à savoir le système de réaction élémentaire. Gel, évaporation, électrocution, on vous épargne la liste complète... Tout ce qu'il y a à savoir, c'est que les différents combos élémentaires fonctionnent très bien. Grâce à eux, un côté stratégique va se mettre en place, vous permettant d'établir différentes façons d'abattre un ennemi grâce à des synergies entre vos héros. Bien entendu, le changement de **personnage** ainsi que les différents rôles qu'auront vos héros jouera aussi dans votre façon d'approcher votre adversaire, qui peut être équipé de boucliers nécessitant certaines techniques pour les briser. (223)

¶ Durant votre découverte et votre exploration du monde de Teyvat, vous devrez grimper, courir, nager ou même planer. C'est surtout par rapport à cette mécanique que le jeu est considéré par certains comme une copie de Zelda Breath of The Wild, puisqu'il reprend **le concept de la jauge d'endurance qui ne plaira certainement pas à tout le monde**. Il ne vous sera pas possible de courir tout le temps et il faudra apprendre à gérer vos efforts pour ne pas tomber ou mourir de façon bête. (224)

¶ Une dernière petite surprise concernant le gameplay : pendant toute la durée de votre aventure, vous aurez l'occasion de découvrir des clins d'œil à différents genres de jeux, comme de l'infiltration ou encore des phases de shoot'em up. **Ces passages permettent de varier un tant soit peu le gameplay à divers moments, histoire de rafraîchir encore un peu plus l'expérience proposée**. Surtout que la plupart du temps, cela est bien amené par l'histoire. (225)

¶ **Une histoire plutôt bien ancrée** (226)

¶ Dès le début du scénario, vous retrouvez votre personnage échoué sur une plage, avec pour objectif de retrouver sa sœur. Jusque-là, rien de bien passionnant. Mais au fur et à mesure de votre périple, de nouvelles rencontres auront lieu avec des rebondissements divers et variés. Là où l'histoire va vraiment devenir intéressante, c'est au moment de l'introduction de nouveaux personnages de l'univers dans votre histoire à vous. **Chacun de ceux que vous rencontrez aura son propre rôle dans votre quête de retrouver votre jumelle. Ce n'est pas tout puisqu'on retrouve deux types de quêtes d'histoire : les quêtes de l'Archon et celles de l'histoire — plutôt classiques**. La séparation entre les deux permet aux joueurs de découvrir des histoires parallèles, dont certaines vous feront avancer dans le background de votre héros tandis que les autres vous apprendront à connaître les différents protagonistes qui vous viennent en aide. Une dernier point sur l'histoire semble important à préciser : vous pouvez en profiter en français (227). ¶ Côté cinématiques, le jeu saura vous plaire si vous aimez le style kawai des animes et mangas.

Avec ce style-là, on retrouve des graphismes plutôt mignons et assez détaillés pour peu que vous puissiez faire tourner le jeu. **Oui, celui-ci est assez gourmand en terme de ressources, mais il saura se faire apprécier si votre bécane arrive à le faire tourner (configuration recommandée à retrouver par ici).** Sachez que même en niveau de graphismes "Faible", le jeu reste plutôt beau. Par contre, évitez de passer à "Très Faible" sans quoi vous risqueriez d'être déçus. Que ce soit sur PC, PS4 ou même mobile, la qualité est au rendez-vous sur tous les supports. Cependant, selon votre machine, il est possible de rencontrer quelques bugs de textures, même si cela se révèle assez rare — mais tout de même dommageable (228). Et pour aller avec un monde si mignon, que diriez-vous d'une bonne bande-son ?

Baladez-vous dans les rues de la cité de Mondstadt ou laissez-vous embarquer par la mélodie jouée durant les cinématiques. L'ambiance sonore du jeu est très agréable. **Orchestrée par l'orchestre de Shanghai — notamment pour le thème principal — on ne pouvait s'attendre qu'à de l'excellence et c'est ce que nous propose miHoYo** avec les différentes musiques composées pour le jeu. En y ajoutant les voix, disponibles dans plusieurs langues notamment le coréen ou le japonais, on se retrouve vite plongé dans un monde vivant et rythmé. Les bruitages durant les combats sont aussi présents : comprenez que vous entendrez chaque contact avec un ennemi ou un matériau. On regrettera quand même que l'on ne puisse pas demander au barde Venti de nous chanter une chanson. (229)

Si gacha que ça ? (230)

Un univers riche, coloré et surtout gratuit comme celui de Genshin Impact cache sûrement quelque chose, pas vrai ? Et si on vous disait que non ? Certes, il existe un système d'invocations, mais il n'est pas forcément obligatoire pour profiter pleinement du jeu. Le côté payant du jeu ne se fait ressentir que si vous voulez avoir absolument tous les meilleurs personnages ainsi que le meilleur stuff, et surtout très rapidement. **Contrairement à d'autres jeux du genre, dans lesquels le système d'invocation est mis en avant, Genshin Impact vous laisse le temps d'explorer à minima avant de l'introduire.** Les développeurs ont pensé à tout puisque si un personnage est obligatoire pour une session ou un donjon, il sera rajouté à votre équipe en tant que personnage supplémentaire afin que vous puissiez tout de même avancer. Bien entendu, il faudra invoquer pour l'avoir définitivement et c'est là qu'intervient le système d'invocation ou plus précisément de vœux.

(231)

Si vous avez l'habitude des gacha games, cette façon de procéder ne vous perturbera pas puisque le système d'invocations est somme toute classique. Vous récupérez une ressource rare, vous achetez des pierres pour invoquer et vous priez RNGsus pour qu'il vous gâte. Le prix d'une multi-invocation étant quand même assez élevé vu le nombre de primo-gemmes pouvant être obtenues dans le jeu, il reste quand même assez généreux sur le long terme avec une multitude de façons d'en avoir. **Bien entendu, les fameux « bugs » (ou achats) pour avoir les cristaux payants restent une option qui n'est absolument pas obligatoire pour profiter du jeu, la preuve étant qu'ils ne vous servent qu'à avoir des primo-gemmes, que vous pouvez dans l'absolu farmer régulièrement.** Le fait d'invoquer vous donnera une autre monnaie qui pourra vous servir à plusieurs choses comme acheter des ressources, personnages ou des pierres pour invoquer de nouveau. Une dernière chose concernant les invocations, c'est que le taux d'obtention d'un 5 étoiles est faible (0,6 %) mais à force d'invoquer, le jeu vous récompensera forcément d'un 5 étoiles à un moment en vous le garantissant. (232)

Quelques défauts notables malgré tout (233)

Certes, tous les jeux ne se valent pas, mais ils ont tous un point commun, celui de ne pas être parfaits. **Et oui, Genshin Impact a bien des défauts, pas forcément nombreux, mais qui peuvent devenir lourds à force de jouer.** (234) Le premier d'entre eux est la caméra qui, parfois, vient se placer à un endroit bizarre en plein combat, derrière des herbes ou un buisson par exemple. Parfois, elle zoome à fond sur vous, et cela peut se révéler assez problématique. (235) Un autre reproche que l'on pourrait faire, c'est la ressemblance trop criante entre les différentes zones qui, certes, sont magnifiques, mais on aurait aimé plus de variété. (236) Concernant les contrôles sur téléphone, il peut arriver que vous appuyiez sur des touches sans le vouloir en voulant bouger la caméra : un peu lourd lorsque vous êtes sur le point de franchir une grande falaise et que vous vous retrouvez en bas à cause d'une mauvaise touche. (237)

Un contenu déjà assez conséquent (238)

Il faut un peu plus qu'un jeu beau, avec du gameplay sympa et de la bonne musique, mais il faut aussi du contenu pour occuper le joueur. Rassurez-vous, en vous lançant dans l'aventure, vous risquez davantage de vous perdre avec tout le contenu qui s'offre à vous plutôt que d'en manquer. La seule chose à ne pas faire, c'est de s'éparpiller : car même si à un moment vous n'aurez pas d'autre choix que de farmer pour débloquent la suite de l'histoire, il y aura toujours du contenu. Contrairement à Breath Of The Wild, celui-ci sera indiqué sur la carte. Au fur et à mesure de votre

avancée, vous débloquerez divers menus ou ajouts pour vous maintenir en haleine pendant de longues heures. **Entre histoire, quêtes du monde, quêtes quotidiennes, donjons, cuisine ou autre exploration, vous pourrez passer facilement 40 heures sur le jeu sans aucun problème.** Les plus ambitieux pourront même aller chercher toutes les particules disponibles dans le monde, qui vous demanderont pas mal de temps de jeu. Ajoutez à ça des boss, un passe de bataille ou encore de la coopération et vous pourrez vous amuser des dizaines d'heures durant. (239)

■ Pour finir, revenons rapidement sur **la coopération : ce mode n'est pas disponible dès le début du jeu, mais il reste très intéressant car il vous permettra de jouer avec vos amis.** Il reste limité dans certaines proportions, comme le fait que le joueur invité ne peut pas récupérer les coffres ou les particules (anémoculus/géoculus). Il est aussi impossible de lancer le mode si vous êtes en pleine quête principale. Par contre, vos amis peuvent vous aider dans vos quêtes du monde si vous avez besoin ou même dans des donjons. Vous l'aurez compris, le mode coopération est "correct" pour le moment, mais on regrettera le manque d'interaction et le fait de ne pas pouvoir plus en profiter. (240)

■ **+ Univers mignon et coloré**

+ **Gratuit**

+ **Des combats dynamiques**

+ **Le cross-play qui fonctionne très bien**

+ **La cross-save entre PC et mobile**

+ **L'intégration des personnages dans l'histoire**

- **La caméra qui ne se place pas toujours où il faut**

- **Assez gourmand en batterie sur téléphone**

- **Un poids assez conséquent, surtout pour un smartphone**

- **Un mode coopération pas encore au point (241)**

■ Contrairement à l'idée reçue véhiculée par le premier trailer du jeu, Genshin Impact possède sa propre identité couplée à des mécaniques qui fonctionnent certes déjà ailleurs. Il parvient cependant à se démarquer par son côté kawaï et son système d'éléments. Entre un gameplay dynamique, une bande son de très bonne qualité et une histoire plutôt riche, le jeu de miHoYo arrive à se hisser dans la case des très bons jeux du genre malgré son côté gacha-game. En plus de proposer du cross-play entre toutes les plateformes et d'être gratuit, il marche sur les traces d'autres gros titres et pourrait très bien devenir l'une des bonnes surprises de cette fin d'année 2020 (si ça n'est pas déjà fait). (242)

« Genshin Impact » : tout comprendre au jeu vidéo mobile chinois qui cartonne (243)

En deux semaines, le jeu chinois « Genshin Impact » a fait des millions d'adeptes sur smartphone, mais aussi sur PC et console. (244)

Par Corentin Lamy

Publié le 11 octobre 2020 à 10h00, modifié le 12 octobre 2020 à 12h03 Temps de Lecture 4 min.

Un budget de blockbuster, une sortie simultanée sur toutes les plates-formes, des faux airs de *Zelda* et déjà des millions de joueurs : *Genshin Impact* est disponible depuis le 28 septembre, et en attendant la sortie de la nouvelle génération de consoles le mois prochain, c'est l'un des phénomènes vidéoludiques de cet automne. (245)

Genshin Impact, développé par le studio chinois miHoYo, ne nécessite pourtant pas de carte graphique ni de console hors de prix pour fonctionner (même s'il est disponible sur PC et PlayStation 4), puisqu'un simple smartphone suffit pour le faire tourner. Pas besoin non plus d'ouvrir le portefeuille au moment de l'achat : le jeu est gratuit, téléchargeable sans déboursier un centime. (246)

Ça raconte quoi ? (247)

Des jumeaux, un frère et une sœur, voyagent entre les mondes, quand soudain une divinité leur apparaît. Elle capture l'un des jumeaux (ce sera l'objet de votre quête) et bannit l'autre (c'est vous) sur Teyvat, un continent plein de châteaux, de magie et de dragons, qu'il vous reviendra de découvrir. Ici, vous n'allez pas tarder à le comprendre, tout est régi par sept affinités élémentaires, elles-mêmes incarnées par sept sages : Anémo, Cryo, Dendro, Electro, Géo, Hydro et Pyro. (248)

Ça se joue comment ? (249)

Jeu mêlant aventure et action au sein d'un univers en monde ouvert, champêtre et coloré, *Genshin Impact* rappelle nécessairement *The Legend of Zelda : Breath of the Wild*. Autant pour ses paysages que pour sa façon de recopier deux des idées les plus fortes du dernier *Zelda* : la possibilité d'escalader la moindre montagne et celle de se laisser retomber en planant. (250)

Le style graphique des personnages (proche de celui des animes japonais) tranche, en revanche, de même que le système de jeu. *Genshin Impact* s'inspire davantage des jeux de rôle japonais, avec un système de points d'expérience à collecter, de compétences à améliorer et d'armes à forger en récoltant divers matériaux. (251)

Le système de combat, lui aussi, diverge de l'évident modèle *Zelda* : on dirige ici une équipe de quatre personnages. Même si l'on n'en contrôle qu'un seul directement, il est possible de passer de

l'un à l'autre en un clin d'œil, par une simple pression du pouce sur son nom en haut à droite de l'écran.

Chaque personnage a son style, sa voix, une forte personnalité, mais surtout ses attaques propres. Il s'agit donc de choisir le bon personnage au bon moment, qui étant familier avec le feu, qui avec l'eau, qui avec l'électricité. Une héroïne capable de lancer des éclairs sera en effet plus efficace contre des ennemis qui ont les pieds dans l'eau, alors qu'un lanceur de boules de feu pourra brûler le bouclier de ses adversaires. (252)

❗ C'est vraiment gratuit ? (253)

❗ Oui et non. Le téléchargement de *Genshin Impact* est gratuit, mais il est en revanche possible d'y acheter des « cristaux primaires » (1 euro les 60, 110 euros les 6 480), que l'on peut ensuite convertir en « pierres de la destinée » (également trouvables gratuitement dans le monde du jeu, mais c'est bien plus long), lesquelles permettront enfin d'acheter des « vœux ». (254) ❗ Comment ça, des « vœux » ?

Dans *Genshin Impact*, un « vœu » est une sorte de pochette-surprise virtuelle à l'intérieur de laquelle se trouvent des armes plus ou moins rares (les meilleures d'entre elles n'ont même pas 1 chance sur 150 d'apparaître), et, parfois, 1 nouveau personnage parmi 24 à débloquent – pour l'essentiel, des nymphettes stéréotypées forcément court-vêtues et une poignée de minets évidemment très ténébreux. (255)

❗ Cristaux, pierres, vœux, attributs, armes, artefacts, constellations, aptitudes, matériaux en pagaille : l'économie de *Genshin Impact* laisse craindre le pire, comme tous ces jeux gratuits (on parle de *gacha*, en japonais) qui multiplient les objets à collecter pour mieux éprouver notre patience – et nous encourager à sortir la carte bleue.

Mais contre toute attente, les invitations à déboursier de vrais euros plutôt que de simplement prendre des heures à collecter des « pierres de la destinée » ne sont pas très envahissantes, le jeu ne poussant pas à la consommation. (256)

❗ Ça marche ? (257)

❗ *Genshin Impact* est, en matière d'ambition, une anomalie dans le monde des jeux gratuits chinois – dont il est rare de voir la sortie se faire simultanément dans tous les pays du monde, d'autant plus sur plusieurs plates-formes. Il est plus rare encore que ces derniers bénéficient d'un budget (marketing compris) de 100 millions de dollars (85 millions d'euros), équivalent à celui d'un blockbuster.

Alors que de tels jeux sont généralement cantonnés aux plates-formes mobiles, *Genshin Impact* sort aussi sur PC et console (PlayStation 4 aujourd'hui, Switch demain), où il est également très prisé. Selon le journal hongkongais *South China Morning Post*, le jour de sa sortie, *Genshin Impact* était plus téléchargé sur l'App Store que Douyin (la version exclusivement chinoise de TikTok), mais il était aussi plus regardé sur Twitch que *Fortnite*.

Toujours selon le *South China Morning Post*, 21 millions de joueurs s'y étaient pré-inscrits avant même sa sortie, dont un quart en dehors de Chine : un record absolu pour un jeu chinois. (258)

C'est bien ? (259)

En dehors de quelques jeux multijoueurs compétitifs, les jeux vidéo gratuits n'ont habituellement pas la cote avec la critique, pas plus que les jeux chinois, rarement vantés pour leur originalité.

Genshin Impact, lui, récolte partout de bonnes notes : 9,25 et 7,5 (sur 10) sur les sites spécialisés américains Game Informer et Destructoid, par exemple, ou encore 85 % et 15/20 sur les sites français Millenium et Jeuxvideo.com. (260)

Ce dernier loue une réalisation « propre sur PC, sublime sur [les] téléphones et tablettes haut de gamme », ou encore « un monde ouvert vaste et bien rempli », (261) tout en regrettant que le jeu, morcelé en quêtes très courtes, ne soit pas adapté aux trop longues sessions, ou qu'il souffre de ralentissements sur PlayStation 4. (262)

Genshin Impact : 100 millions de dollars engrangés en 2 semaines (263)

Publié le 12/10/2020 à 12:09

L'industrie vidéoludique chinoise a décidément le vent en poupe. Alors que de grosses productions telles que Black Myth : Wukong sont dans les tuyaux, le studio miHoYo vient de réaliser l'un des plus gros lancements de l'histoire de l'Empire du Milieu. L'heureux élu s'appelle Genshin Impact... (264)

Vous l'avez probablement vu passer ces derniers jours, avec son rendu graphique rappelant un certain The Legend of Zelda : Breath of the Wild , Genshin Impact connaît un immense succès depuis sa sortie. (265) [La firme Sensor Tower parlait de 60 millions de dollars engrangés en une semaine et c'est désormais au tour de l'analyste Daniel Ahmad de nous en dire plus. Selon ses dernières données, le RPG a rapporté plus de 100 millions de dollars depuis le 28 septembre dernier, notamment grâce aux joueurs chinois, japonais, coréens et américains. (266) [De quoi nous confirmer, pour ceux qui en doutaient encore, qu'il s'agit bien du lancement le plus réussi pour une nouvelle licence originale chinoise. (267)

Critique - Genshin Impact (268)

Ce n'est pas tous les jours que nous nous retrouvons en présence d'un jeu qui sème la controverse en raison de ses nombreux parallèles avec The Legend of Zelda: Breath of the Wild. Une chose est certaine, Genshin Impact du studio chinois miHoYo n'est pas passé inaperçu dans le cercle des gamers depuis son annonce. Sommes-nous en présence d'un vulgaire clone ou y'a-t-il plus derrière ces apparences? (269)

Être ou ne pas être...un clone (270)

Cette phrase emblématique de William Shakespeare repose sur un questionnement existentiel, une philosophie. D'emblée, j'aimerais préciser que Genshin Impact n'est pas un clone à proprement dit. Alors pourquoi poser une telle question? Parce que sans se définir ainsi, Genshin Impact comporte certainement plusieurs facettes classiques empruntées de jeux du moment dont The Legend of Zelda: Breath of the Wild fait partie. (271)

Dans Genshin Impact, le but est d'explorer une gigantesque carte et d'accomplir une variété d'activités. Les similitudes avec le jeu de Nintendo sont nombreuses : possibilité de cuisiner avec des ingrédients récupérés sur le champ de bataille, escalade de parois vertigineuses, découverte de camps ennemis, c'est à s'y méprendre. Fait cocasse, Genshin Impact est plus prenant que son vis-à-vis pour moi au niveau des dialogues entre les différents protagonistes, tous accompagnés de voix. Le travail effectué par miHoYo pour faire de Genshin Impact un RPG à part entière a de quoi étonner, surtout que le jeu est distribué gratuitement selon le modèle d'affaires free-to-play (F2P).

(272)

Si d'un point de vue Genshin Impact arrive à mon avis à surpasser certains des jeux dont il s'inspire largement, d'autres facteurs l'embourbent. Parmi eux, la jauge d'endurance qui limite la possibilité de courir ou d'escalader. Je ne crois pas que c'est quelque chose d'intéressant et ce, même s'il est possible d'augmenter sa jauge d'endurance après avoir récupéré des petits esprits flottants (anemoculus). L'idée n'est pas très bonne. (273)

Un système de combat exceptionnel (274)

Genshin Impact se démarque des autres jeux du genre avec un système de combat dynamique. À tout moment, il est possible de changer de héros en combat. En général, vous en avez quatre, mais il est possible d'en avoir un de plus au cours de quêtes spécifiques. L'idée est de jongler d'un personnage à l'autre afin d'exploiter les combinaisons d'éléments. Exemple : mon héros utilise une technique à base d'eau sur l'ennemi. Je change tout de suite après pour un héros spécialisé en

électricité. Mon attaque provoque une réaction élémentale (electro-charged) qui confère un bonus de dégâts. Il existe plusieurs combinaisons à exploiter en combat, ce qui ajoute une belle complexité aux attaques de base.

Les combats dans Genshin Impact sont rapides, fluides et excitants. C'est bien plus près d'un ARPG que d'un MMO. (275) | Je ne peux en dire autant pour le butin, assez limité. Le jeu nous pousse à améliorer nos objets plutôt que de toujours attendre le prochain gros drop. Ne vous attendez donc pas à un Diablo côté loot. (276)

| Mon royaume pour 5 étoiles (277)

| L'un des pires défauts de Genshin Impact à mon avis est son gashapon. Pour les néophytes, il s'agit d'un système de récompenses inspiré des machines à pièces distribuant des jouets au Japon. En gros, il est possible d'obtenir de nouveaux héros (Travelers) et des armes spéciales en échange de ressources obtenues dans le jeu ou achetées avec de la vraie argent.

Là où ça se corse, c'est que les récompenses sont obtenues de façon aléatoire avec des taux archi faibles. Puisque la différence entre des objets ou des héros de bonne qualité et ceux de moins bonne qualité est énorme, obtenir lesdites récompenses devient primordial pour dominer dans Genshin Impact.

Je parle bien ici de dominer, car le scénario principal du jeu peut être complété sans jamais toucher au système gacha. En effet, miHoYo distribue quelques héros au fil de l'aventure qui sont assez puissants pour vaincre la plupart des bêtes sur votre chemin. C'est juste décevant de ne jamais en obtenir malgré les nombreuses tentatives avec le système créé à cet effet. Le côté gambling du jeu est malsain et miHoYo semble ne pas y voir de problème. (278)

| Quelque chose que vous ne verrez pas souvent! Un jeu intéressant qui cache de gros problèmes (279)

| J'ai pris mon temps avant de rédiger la critique de Genshin Impact, car je voulais me faire une bonne idée de ses nombreux systèmes. J'étais aussi déchiré par rapport à mon évaluation. D'un côté, il y a ce jeu visuellement accrocheur avec un monde ouvert palpitant à explorer, riche d'un système de combat addictif qui est un véritable vent de fraîcheur. De l'autre, il y a toutes les tactiques marketing liées aux jeux mobile, en passant d'un terrible GACHA à la ressource résine. (280)

| Voilà un autre élément que je ne peux passer sous silence. La résine dans Genshin Impact est une ressource rare qui fonctionne à titre d'énergie comme dans les jeux mobile. Celle-ci vient limiter la progression possible dans le jeu, notamment la capacité à compléter des domaines, le nom donné

aux instances (donjons). Pour récupérer vos récompenses, la résine est nécessaire! Autant dire que c'est une ressource obligatoire. Le problème, c'est que la résine est si importante qu'elle devient un axe majeur de Genshin Impact...pour les joueurs soucieux de se rendre le plus loin possible.

Si vous n'avez rien à faire de tout découvrir à propos du jeu, cet aspect ne vous touche pas autant.

(281) | Mais quand on rassemble toutes les façons de soutirer de l'argent à ses fans, on se demande quelle est la véritable intention de miHoYo : livrer un excellent jeu ou exploiter ses joueurs une fois l'appât bien en place. Pour ma part, ces nombreuses tactiques m'ont laissé un goût amer en bouche. Je sais que bien des fans défendront miHoYo puisque le jeu est offert gratuitement, mais cela n'excuse pas le comportement. **(282)**

| Verdict (283)

| Les plus (284)

| Style visuel accrocheur et coloré

Exploration du monde ouvert plaisante et addictive

Système de combat simple d'approche avec une belle profondeur

Entièrement gratuit pour l'expérience de base **(285)**

| Les moins (286)

| Un des pires GACHA de l'univers

Paimon

La jauge d'endurance, totalement inutile

La ressource résine qui bloque la progression artificiellement

Un mode coopératif mal pensé **(287)**

| Note finale 7 / 10 (288)

Genshin Impact : les clés du nouveau phénomène venu de Chine (289)

Addictif, mais pas (que) pour de mauvaises raisons (290)

Par Jarod (@__steeve__), le 30 octobre 2020 à 10h00

Il est arrivé, cet étincelant Action-RPG en monde ouvert venu de Chine qui nous faisait de l'œil dès son annonce en juin 2019. (291) Et dans quelles conditions : une sortie mondiale en cross-play à travers la console, le PC et le mobile, rien que ça. (292) Faute d'avoir pu accéder à la bêta pour prendre de l'avance, on s'est lancé dans la découverte du monde de Teyvat dès la sortie du 28 septembre, profitant comme chacun du modèle free-to-play. (293) Ce même modèle fait qu'on est d'abord venus tâter le terrain sans forcément avoir l'intention de s'éterniser. Vous savez ce que c'est quand on approche de la quarantaine et qu'on a passé sa vie sur console : les free-to-play, les gacha, tout ça est un peu étranger et les braves gens nous ont appris qu'il fallait s'en méfier. (294) Un mois plus tard et sans un centime dépensé, le seul constat qui s'impose est que Genshin Impact est un des jeux les plus addictifs de l'année. Oui, même en comptant Hades. (295)

Attention aux méprises, si Genshin Impact a pris tout le monde de court au point d'établir sans aucun doute un nouveau standard en matière d'Action-RPG gratuit, miHoYo n'est pas une petite bande d'otakus chinois ayant réalisé un exploit avec les économies de papa et maman. Si les trois jeunes diplômés de l'Université Jiao-tong de Shanghai que sont Cai Haoyu, Liu Wei et Yuhao Luo n'avaient que 100 000 yuan (12 000 euros) en poche au moment de commencer l'aventure en 2012, le chiffre d'affaires de miHoYo approchait des 2 milliards de yuan (250 millions d'euros) en 2018, selon la presse locale. L'entreprise embaucherait aujourd'hui autour de 1 500 personnes, dont 400 développeurs occupés sur Genshin Impact. (296)

AU DELÀ DES APPARENCES GENSHIN IMPACT, DE MIHOYO (297)

JOËL MARTEL

Alors qu'il a été justement accusé par plusieurs internautes d'être une pâle copie de Breath of the Wild, le nouveau jeu proposé par le développeur miHoYo intitulé Genshin Impact a vraiment de quoi surprendre, en plus d'être offert gratuitement! (298) C'est avec un peu de scepticisme que je me suis lancé dans Genshin Impact. Pour le vieux joueur que je suis, disons que plusieurs signaux d'alarme étaient allumés. (299) Tout d'abord, c'est vrai qu'il est très difficile de résister à la tentation de jouer au jeu des comparaisons entre le titre de miHoYo et l'incroyable chapitre de Zelda intitulé Breath of the Wild. (300) De plus, le fait que Genshin Impact soit gratuit peut nous rendre très méfiants quant à toutes les horreurs vidéoludiques associées à l'univers des free to play.

(301)

Or, une fois qu'on fait le grand saut dans Genshin Impact et qu'on découvre ce qui se trouve au-delà des apparences, on se rend rapidement compte qu'il s'agit là d'un jeu extrêmement riche et qui nous volera certainement plusieurs heures. (302)

Votre aventure débute alors qu'un frère et une sœur sont séparés par le destin. La suite, que vous avez probablement déjà devinée, consiste à retrouver votre frère ou votre sœur — selon le personnage que vous choisissez d'incarner — en effectuant de nombreuses quêtes au cours desquelles vous multipliez les rencontres avec plusieurs personnages flamboyants et insolites.

(303)

Un des éléments qui fait en sorte que Genshin Impact se distingue énormément de son cousin produit par Nintendo, c'est que vous avez le choix de jouer avec plusieurs personnages. Au fil de votre aventure, certains personnages se joignent à votre équipe, mais il vous est aussi possible d'ajouter d'autres héros à votre groupe en effectuant des vœux. (304)

Bien qu'il soit possible d'augmenter vos chances d'avoir plus de vœux à votre disposition en payant avec votre vrai argent, il est important de savoir que vous pouvez très bien progresser sans dépenser le moindre sou. Pour ma part, j'ai résisté à la tentation de déboursier quelques dollars et après plusieurs dizaines d'heures de jeu, je n'ai jamais senti qu'on avait tenté de me forcer la main en m'imposant des épreuves insurmontables ou en mettant tout simplement ma patience à l'épreuve. (305)

Pour ce qui est des joueurs et des joueuses qui aiment bien passer de longues heures à faire de la gestion d'inventaire et de compétences, je peux leur assurer qu'ils seront au paradis, puisque tous

les éléments peuvent être augmentés et/ou raffinés. À titre d'exemple, vous devez gérer vos points d'expérience entre les différents membres de votre équipe. Il vous arrivera à quelques occasions de vous mordre les doigts d'avoir investi considérablement dans un personnage plutôt que dans un autre. Vous avez aussi à gérer les armes de vos personnages et une fois de plus, il faut le faire de façon judicieuse, car vos ressources finissent par être très limitées. Il y aura enfin les artefacts, pour équiper vos héros, qui nécessiteront plusieurs minutes de gestion. (306)

■ Du côté de la mécanique de jeu, on peut dire des combats qu'ils s'apparentent d'une certaine façon à ceux de type hack n'slash, mais il vous est très utile d'apprendre à maîtriser rapidement vos compétences spéciales d'attaque et de magie. Je suis très tenté aussi de vous recommander de ne pas tarder à développer de bonnes compétences en cuisine, car en plus de vous fournir les points de santé dont vous avez parfois grandement besoin lors de certains combats très intenses, les petits plats que vous cuisinez vous permettent de profiter de bonus très efficaces quant à votre force d'attaque ou de défense. (307)

■ D'un point de vue vidéoludique, 2020 a été jusqu'ici une année très intéressante en matière de jeux surprenants, et je crois sincèrement qu'il faudrait être de mauvaise foi pour ne pas y intégrer le fameux titre de miHoYo. (308)

■ Enfin, comme Genshin Impact est disponible gratuitement sur PS4, PC, iOS et Android, disons que vous n'avez vraiment rien à perdre à lui donner sa chance. Mais attention, une fois que vous aurez la piqûre, vous devrez dire adieu à tous vos temps libres ! (309)

Les vingt jeux vidéo qui ont marqué l'année 2020, sélectionnés par « Le Monde »

Pixels a sélectionné les œuvres les plus touchantes, éblouissantes et marquantes de l'année, mais aussi celles qui ont été plébiscitées par les joueurs et les critiques.

Par Clémence Duneau, Florian Reynaud et Corentin Lamy

Publié le 28 décembre 2020 à 12h26, modifié le 30 décembre 2020 à 05h40 Temps de Lecture 11 min.

L'année 2020, qui ne sera regrettée par personne, touche à sa fin, mais par chance elle fut riche en jeux vidéo. Dans une période d'incertitude sur l'avenir, de confinements, de peur d'être malade et, pour certains, d'isolement, ces œuvres variées ont pu offrir des échappatoires, parfois des émotions – qu'elles soient tristes ou heureuses – ou tout simplement du divertissement, ce qui est déjà bien assez.

Comme chaque année, *Le Monde* a sélectionné les jeux vidéo qui ont marqué les trois cent soixante-cinq jours écoulés (à quelques jours près, vous ne nous en tiendrez pas rigueur). Les longs jeux de rôle interminables qui font voyager, ceux qui nous rapprochent des autres, ceux qui nous donnent des crampes aux doigts et ceux qui nous donnent des sueurs froides. On fait le bilan.

Les jeux les plus plébiscités

Ce sont les jeux qui, indépendamment de ce que nos journalistes ont pu en penser, ont marqué l'année. Ils ont surpris, agréablement ou non, ont rythmé 2020 et se sont imposés comme des incontournables des bilans de fin d'année. C'est aussi, reconnaissons-le, un moyen pour nous de mentionner les jeux qui ne nous ont pas nécessairement éblouis, mais qui ont été plébiscités par des milliers d'autres joueurs, consœurs et confrères.

« The Last of Us Part II »

On ne faisait pas partie des joueurs conquis d'avance par la suite de *The Last of Us*, jeu de tir atmosphérique, davantage acclamé pour son ton crépusculaire et censément « adulte » que pour ses phases d'action ou d'infiltration très quelconques. Les aventures d'Ellie et d'Abby, deux survivantes d'une invasion zombie qu'absolument tout oppose, ne sont pourtant pas qu'une histoire tragique racontée avec beaucoup de talent : c'est surtout un jeu incroyablement plaisant, qui récompense autant l'audace et la discrétion que l'inventivité.

Sur PlayStation 4.

« Cyberpunk 2077 »

Malgré ses défauts techniques, « Cyberpunk 2077 » offre une aventure immersive et marquante. CD PROJEKT RED

Le jeu vidéo le plus attendu de l'année est finalement sorti le 10 décembre avec fracas, après des années de développement dans des conditions de travail intenses largement décriées par certains observateurs de l'industrie. Le nouveau jeu de rôle en monde ouvert du studio polonais CD Projekt Red a reçu un accueil mitigé, mais offre l'environnement urbain le plus réussi et le plus immersif de l'année. Bourré de bugs à sa sortie, jeu de tir médiocre et RPG faiblard, *Cyberpunk 2077* est malgré tout sauvé par une écriture superbe, et une ville à couper le souffle, qui en font une des œuvres les plus marquantes de l'année.

Sur PC, PlayStation 4 et Xbox One (compatible PlayStation 5 et Xbox Series X et S).

« Among Us »

Le jeu a été propulsé dans les strates de Twitch en quelques mois. INNERSLOTH

Le studio américain InnerSloth aurait pu sortir l'un des jeux les plus marquants de 2018. Seulement voilà, il y a deux ans, lors de sa sortie officielle, *Among Us* est passé quasiment inaperçu. A la faveur de Twitch et de la pandémie due au coronavirus, le jeu d'enquête entre amis est sorti de l'ombre pour devenir l'un des titres les plus joués au monde. Et il faut reconnaître que sa formule de Cluedo adaptée aux apéros Skype, dans laquelle les joueurs doivent déterminer lequel d'entre eux est un intrus assassin, fonctionne parfaitement pour les soirées entre amis (ou anciens amis).

Sur PC, iOS et Android.

« Fall Guys »

Coloré, léger et drôle, « Fall Guys » a assurément été le jeu estival de 2020. DEVOLVER

S'il a aujourd'hui perdu de sa superbe, sans doute détrôné par *Among Us*, *Fall Guys* a été le grand jeu multijoueur de l'été. Ce titre d'adresse produit par un studio indépendant, sorte de « battle royale » (cent joueurs s'affrontent au fil d'épreuves et il ne doit en rester qu'un) sans le sang mais conservant la sueur, a envahi la page d'accueil du site de streaming Twitch dès sa sortie, et a été un véritable succès commercial, malgré une formule risquant de s'essouffler un peu vite.

Sur PC et PlayStation 4.

« Hades »

L'esthétique léchée d'« Hades » est un plaisir pour les yeux, malgré un écran souvent difficile à lire. SUPERGIANT GAMES

Pourtant habituellement clients de ces *rogue-lite* (des jeux de rôle teintés d'action dans lesquels la mort est définitive), nous n'avons pas été, à Pixels, totalement convaincus par le peu lisible *Hades*. Nous sommes bien les seuls : ce « jeu d'auteur », à la narration et à la direction artistique fortes, a mis tout le monde d'accord, au point d'aller contester dans de nombreux classements la suprématie des blockbusters au titre de « jeu de l'année ». C'est aussi, selon le studio Supergiant Games (*Bastion*), un jeu réalisé sans coup de pression sur les équipes et en forçant même les employés à prendre « quatre semaines de repos par an ». Un luxe, dans l'industrie du jeu vidéo américaine.

Sur PC et Nintendo Switch.

« Microsoft Flight Simulator »

« Microsoft Flight Simulator » permet de se prendre pour un pilote de ligne. MICROSOFT Pendant près de quarante ans, les différentes versions de *Flight Simulator* ont permis de se prendre pour un pilote d'avion sans quitter son bureau – et, accessoirement, de servir de parfaite vitrine sur les capacités des PC. Après une longue pause, *Flight Sim* est de retour et permet désormais de parcourir une Terre photoréaliste, modélisée dans ses moindres détails. Et, surprise, le jeu à l'origine américain est aujourd'hui développé par le studio bordelais Asobo. Un rêve de joueur devenu réalité.

Sur PC, sortie prévue en été sur Xbox Series X et S.

« Assassin's Creed Valhalla »

Un jeu de plus de l'année 2020 sauvé par son environnement sublime. UBISOFT Qu'attendre en 2020 d'un *Assassin's Creed*, série de jeux boursouflés par leur contenu et, pour le dire poliment, très inégalement écrite ? Cet épisode viking ne déroge pas à la règle, mais fait valoir, outre des combats revisités et enfin plaisants, un atout de poids : le superbe terrain de jeu qu'il offre, l'Angleterre du IX^e siècle, ses bruyères multicolores, ses couchers de soleil mordorés et ses Vikings vociférants. Ajoutons que les (quelques) quêtes à l'humour « pipi-caca » typiques des récentes productions Ubisoft cohabitent avec (quelques) jolis moments de poésie — qu'on aurait souhaités plus nombreux.

Sur PC, PlayStation 4 et 5, Xbox One, Xbox Series X et S.

« Final Fantasy VII Remake »

Un des jeux les plus attendus de l'année, et une réédition réussie. SQUARE ENIX Lionel Jospin venait d'entrer à Matignon quand *Final Fantasy VII* s'est affiché pour la première fois sur les étals des Score Games et Micromania de France et de Navarre. Ses adorateurs sont

aujourd'hui comptables ou caristes et ont 1,7 enfant chacun en moyenne, et, pourtant, ils étaient probablement tous devant leur Micromania (Score Games a fermé entre-temps), le 2 mars, pour acheter le remake follement ambitieux des aventures de l'écoterroriste Cloud, relecture moderne d'un classique du jeu de rôle japonais.

Sur PlayStation 4.

« **Genshin Impact** » (310)

Un succès inattendu d'un jeu mobile à la stratégie commerciale agressive. MIHOYO (311)

Repomper la direction artistique et les gimmicks (l'escalade, le deltaplane, etc.) de *The Legend of Zelda : Breath of the Wild* a été un genre à part entière en 2020. Mais si le *Immortals Fenix Rising* d'Ubisoft nous est tombé des mains, le succès de *Genshin Impact* (par le chinois miHoYo) a, en revanche, marqué l'année et les amateurs de jeux gratuits. (312) Fondamentalement un jeu de hasard payant (on est invité à acheter des paquets de cartes en espérant débloquent l'accès à de nouvelles nymphettes court vêtues), il est pourtant techniquement et narrativement si réussi qu'il cartonne également sur PC, où les joueurs le pratiquent comme un vrai jeu de rôle. (313)

Sur PC, PlayStation 4 et 5, smartphones Android et iOS.

Les jeux qui ont marqué Pixels cette année

Ils ne font pas forcément partie des jeux les plus importants de l'année. Pourtant, tous ces jeux ont marqué les journalistes de Pixels au cours des derniers mois, tant et si bien que nous avons voulu leur rendre hommage cette année, soit parce que nous estimons qu'ils ont des qualités qui les ont fait sortir du lot, soit parce qu'ils nous ont occupés de longues heures durant les soirées de couvre-feu ou de confinement.

« Spiritfarer »

Le plus joli jeu de 2020 ? THUNDER LOTUS

Assurément l'une des œuvres les plus touchantes de 2020. *Spiritfarer* est un jeu d'aventures indépendant qui parle du deuil, sans prendre de détours ni de pincettes. On y incarne Stella, une jeune femme qui doit accompagner les âmes des défunts lors de leur dernier voyage. Chaque voyageur fait alors part de ses joies et de ses regrets, et vide son sac afin de pouvoir partir en paix. Parfois drôle, mais toujours émouvant, *Spiritfarer* ne gâche rien avec une direction artistique sublime, qui en fait un des plus beaux jeux de l'année.

Sur PC, PlayStation 4 et 5, Xbox One, Xbox Series et Nintendo Switch.

« Skater XL »

Le meilleur jeu de skateboard depuis « Skate 3 ». EASY DAY STUDIOS

Le très nostalgique mais aussi très convenu remake *Tony Hawk Pro Skater 1 + 2* sorti par Activision cette année n'a pas complètement comblé notre petit cœur et nos envies de kick flips. A l'inverse, *Skater XL*, édité par un studio indépendant, s'est révélé être un des jeux les plus prometteurs pour les fans de glisse. Réaliste, exigeant, constamment enrichi par la communauté, il comble efficacement le vide laissé par la série culte d'Electronic Arts, *Skate*, dont un nouvel épisode est attendu depuis de longues années.

Sur PC, PlayStation 4 et 5, Xbox One et Xbox Series.

« Spider-Man : Miles Morales »

« Marvel's Spider-Man: Miles Morales », jeu vitrine de la PS5. SONY

Spider-Man : Miles Morales n'a rien révolutionné au jeu vidéo, mais on ne lui en demandait pas tant. Jeu vitrine de la PS5, la console nouvelle génération de Sony, ce jeu d'action offre une aventure courte mais satisfaisante, une exploration sublime de la ville de New York et des personnages attachants. L'équivalent d'un Ferrero Rocher qui ne surprend pas mais s'engloutit pour les fêtes sans trop y réfléchir.

Sur PlayStation 4 et 5.

« Yakuza : Like a Dragon »

Si la galerie de personnages de « Cyberpunk 2077 » remporte le prix d'écriture de l'année, celle de « Yakuza : Like A Dragon » n'a pas à rougir. RYU GA GOTOKU

Quelle meilleure série que *Yakuza* pour raconter avec autant de brio que de ridicule des histoires émouvantes d'amitié, d'honneur et de crimes ? Le nouvel opus de la série tragicomique japonaise éditée par Sega s'installe sur le terrain des combats au tour par tour, tout en conservant ce qui fait le sel de *Yakuza* : des quêtes absurdes, une aventure aux multiples rebondissements, mais aussi un jeu de gestion d'entreprise, des soirées karaoké et un hommage à *Pokémon*. *Yakuza : Like a Dragon* condense cinq jeux en un, pour une expérience chronophage, addictive, mais surtout incroyablement réjouissante.

Sur PlayStation 4 et 5, PC, Xbox One et Xbox Series X et S.

« Fuser »

« Fuser » est un jeu historique qui nous ramène au temps où les concerts existaient encore.

HARMONIX MUSIC SYSTEMS, INC

Vous étiez DJ dans le monde d'avant et les soirées et festivals vous manquent ? Par miracle, un jeu vidéo vous permet de donner court à votre mauvais goût en épargnant vos voisins (à moins de posséder des enceintes conséquentes). *Fuser*, nouveau jeu des créateurs du studio Rock Band, est un simulateur de DJ. Lors de chaque niveau, qui prend place durant un concert de festival, vous devez mixer différents disques à votre disposition pour enflammer le public. Les basses de *Cheap Thrills* (Sia), le refrain de *Never Gonna Give You Up* (Rick Astley), le beat de *Temperature* (Sean Paul), laissez parler votre imagination en suivant les demandes du public. S'il gagne en complexité au fil des heures, *Fuser* reste un plaisir musical simple, parfait pour un vendredi soir confiné.

Sur PC, Nintendo Switch, PlayStation 4 et 5, Xbox One et Xbox Series X et S.

« **Watch Dogs : Legion** »

« Watch Dogs : Legion » se déroule dans un Londres apocalyptique. UBISOFT

Décevant sur tant de points et perdant la légèreté qui faisait le sel de l'opus précédent, le dernier volet de la saga mi-figue mi-raisin d'Ubisoft fonctionne essentiellement grâce à sa reproduction réussie d'une ville de Londres apocalyptique. Se promener dans les rues de Camden en taxi en écoutant *Three Lions* est un plaisir qui rattrape largement l'écriture faiblarde de ce jeu d'action et d'infiltration.

Sur PlayStation 4 et 5, PC, Xbox One et Xbox Series X et S.

« **Half-Life : Alyx** »

Une aventure inventive en réalité virtuelle. VALVE

Bientôt cinq ans que les casques de réalité virtuelle (VR) grand public sont disponibles, et bientôt cinq ans que l'on attend un jeu VR à l'ampleur épique comparable à celle d'un titre « classique ». Il aura fallu que Valve, développeur richissime de plusieurs séries mythiques et industriel ayant un intérêt (ils fabriquent leur propre casque, l'Index) au succès de la VR, s'y colle pour que l'affaire décolle. *Half-Life : Alyx*, loin d'être un épisode au rabais, est un jeu de tir nerveux, tendu, follement inventif, proposant une immersion inédite dans un univers qu'on croirait pouvoir toucher du doigt.

Sur PC.

« **Demon's Souls** »

« Demon's Souls Remake », toujours aussi sombre et toujours aussi dur. SONY

Univers gothique, niveaux inextricables, combats extrêmement exigeants, mort punitive... on peut arguer que la trilogie *Dark Souls* a été l'une des plus marquantes de la décennie écoulée. Son ancêtre, *Demon's Souls*, proposait pourtant déjà la même grammaire, mais restait moins accessible

en raison de son âge et de sa distribution (sur PlayStation 3 seulement). Avec cette version PS5, il ne connaît pas seulement un ravalement de façade, mais une véritable transfiguration : toujours aussi sombre, toujours aussi dur, il est désormais aussi l'un des plus beaux (sinon le plus beau) jeux de l'année.

Sur PlayStation 5.

« **Animal Crossing : New Horizons** »

Sorti au début du premier confinement, « Animal Crossing » a fourni un moyen d'évasion précieux en 2020. NINTENDO

Ce serait une hérésie de parler des jeux marquants de cette année sans évoquer ce petit cocon de douceur qu'est *Animal Crossing : New Horizons*. Alors que le monde entier tournait en rond dans son bocal, le bonheur a résidé dans l'évasion. Et quel meilleur endroit pour s'échapper qu'une île déserte pour couler des jours heureux en compagnie de vos voisins : la chèvre bibliophile, le poulpe misanthrope et le pingouin haltérophile. Pas besoin de vous presser, jouez-la cool en jonglant entre parties de pêche et entomologie, dans ce jeu si délicieusement inutile.

Sur Nintendo Switch.

« **Crusader Kings III** »

Touffu, parfois difficile à appréhender, « Crusader Kings » est un générateur d'histoires incomparable. PARADOX INTERACTIVE

Existe-t-il, graphiquement, des jeux plus arides que *Crusader Kings III* ? Oui, bien sûr que oui, même si on prétendra le contraire pour la nécessité de la démonstration. *Crusader Kings*, c'est donc des cartes géographiques, des menus pleins de chiffres et des dialogues à choix multiples. Mais c'est aussi une fantastique machine à se raconter des histoires et à refaire l'histoire, la grande histoire : celle de l'Europe, de l'Asie et de l'Afrique médiévales, que l'on traverse six siècles durant à la tête de l'entité politique de son choix. Jeu de gestion dynastique, simulateur de *Game of Thrones* ou sorte de « jeu de stratégie dont vous êtes le héros » : *CK3* est, quoi qu'il en soit, l'un des titres les plus chronophages de l'année.

Sur PC.

« **Teamfight Tactics** »

« Teamfight Tactics », de la stratégie pure. RIOT GAMES

Certes, c'est tricher, car il est sorti en 2019 ; mais le titre de Riot Games nous a fortement occupés en 2020. Pas besoin d'être un génie du clic et du clavier pour découvrir avec enthousiasme la

compétition de *Teamfight Tactics*. Contrairement à de nombreux autres e-sports, le jeu ne repose pas sur les compétences mécaniques mais sur de la stratégie pure. L'enjeu de chaque partie : prendre les meilleures décisions pour développer ses unités, avant de les envoyer se débrouiller seules sur le champ de bataille. De quoi entretenir son esprit de compétition en toute décontraction. Certains racontent même qu'ils réussissent à jouer tout en se préparant à manger, c'est dire.

Sorti sur PC et sur Mobile

GENSHIN IMPACT UN MONDE OUVERT GRATUIT ET AMBITIEUX (314)

Ce titre chinois a fait sensation lors de sa sortie anticipée sur smartphones. Très inspiré de *The Legend of Zelda : Breath of the Wild*, le fleuron des jeux de Nintendo, il développe un univers original et... gratuit ! (315)

PRIVILÉGIEZ UN NOMBRE RESTREINT DE HÉROS (316)

S'il est gratuit, le titre ne cesse cependant de vous inciter à acheter des personnages ou des équipements optionnels. Si vous comptez jouer sans déboursier un centime, concentrez-vous sur un nombre limité de héros (4 ou 5 maximum) auxquels vous distribuerez des points de compétences en veillant à varier les éléments (Electro, Pyro, Hydro) et aptitudes d'armes à développer (épée, arc, magie). Si par chance vous accédez à un héros cinq étoiles, attribuez-lui en priorité les points de compétences. Et s'il vous reste des ressources, économisez-les plutôt que de les offrir à des personnages secondaires. (317)

CONCENTREZ-VOUS SUR VOTRE NIVEAU D'AVENTURE (318)

Des pans entiers du jeu vous sont interdits tant que vous n'avez pas atteint le seuil requis. Pour augmenter rapidement vos compétences, effectuez en priorité la quête principale et les défis annexes. Vous y croisez des points de téléportation, des coffres et des statues des Sept. Interagissez avec ces éléments pour gagner de l'expérience. Effectuez aussi les missions quotidiennes. Surveillez les succès du journal d'aventure et visitez les temples. Même si le jeu est beau, n'erre pas sans but. Concentrez-vous sur les objectifs susceptibles d'augmenter votre niveau. (319)

AVANCEZ, TAPEZ, RAMASSEZ, CUISINEZ (320)

Soyez vigilant lors de vos balades : vous risquez d'y croiser des ennemis bien plus forts que vous. N'hésitez pas, en revanche, à attaquer les plus faibles. Ramassez tous les objets qui jaillissent. Vous pouvez en accumuler autant que vous le souhaitez. Toutes les ressources sont susceptibles d'être utilisées ou recyclées au cours de l'aventure. Dès que vous approchez d'un feu, passez aux fourneaux. En concoctant de bons petits plats, vous accumulez des réserves bien utiles pour affronter les défis qui vous guettent. Avalée au moment adéquat, la nourriture vient augmenter vos aptitudes d'attaque, de défense et accroît votre niveau d'énergie afin de vous aider à atteindre des endroits qui, sans cela, seraient hors de portée. (321)

EFFECTUEZ UNE ROUTINE QUOTIDIENNE (322)

Comme tous les jeux de type free-to-play, il est conseillé de retourner quotidiennement dans le jeu, ne serait-ce que quelques minutes, pour effectuer une routine. Récupérez vos récompenses de

connexion, puis rendez-vous à la cité de Mondstat afin d'acquérir les ingrédients intéressants du jour. Utilisez votre résine dans des donjons ou sur les lignes énergétiques (celles-ci se rechargent continuellement, il n'y a donc aucun intérêt à laisser une jauge remplie). Dès que vous dépassez le niveau 14, envoyez des personnages en expédition. Les coffres réapparaissant sur la carte, repérez les endroits d'où ils jaillissent, quitte à faire un détour durant une quête **(323)**

Jeux vidéo gacha : les héros d'anime en ont-ils après votre portefeuille ? (324)

Valentin Paquot, Mis à jour le 19 Juillet 2021 17:32

Dragon Ball, Saint Seiya, Bleach, Yu-Gi-Oh, The Seven Deadly Sins... Ces titres de mangas et d'anime populaires ont un point commun : ils sont le fer de lance des jeux vidéo de type gacha qui cartonnent sur l'App Store et le Play Store. L'Internaute a interrogé des champions français et un ancien éditeur pour comprendre les rouages de ce phénomène. (325)

Sur les smartphones, pas besoin d'être un as de la manette pour s'amuser; les jeux vidéo grand public sont les rois. Parmi ceux-ci, en haut de l'échelle de la rentabilité, un nouveau type de jeux de hasard, les gacha, semblent aujourd'hui indéboulonnables - d'autant plus que depuis 2016, ces derniers s'appuient avec brio sur les licences les plus célèbres des mangas et anime japonais. (326)

Pour comprendre de quoi il s'agit, il nous faut faire un petit saut dans le temps. Au Japon, les distributeurs de jouets-surprises, baptisés gachapon, sont populaires depuis les années 70. Des " tirettes-surprises" similaires étaient d'ailleurs installées en France chez de nombreux buralistes ou dans les supermarchés. L'utilisateur glisse une ou plusieurs pièces, puis fait tourner la molette pour obtenir une capsule au contenu aléatoire. Chaque distributeur offre un panel d'objets à collectionner autour d'une thématique, et de nouvelles collections sont déployées régulièrement. En 2021, près de 360 000 de ces machines sont recensées au Japon. Le mot gachapon - déposé par Bandai - vient de la contraction de deux onomatopée: "gacha" pour le son de la molette qui tourne et "pon", pour le son de la capsule qui tombe. En 2010, sur l'iPhone 4, ce mécanisme de collection aléatoire explose et s'impose durablement dans le monde du jeu vidéo avec avec le jeu Dragon Collection porté par Konami et GREE. Un nouvel eldorado pour les éditeurs... (327)

Depuis 2016, la tendance n'est plus à reproduire ce modèle éprouvé mais à créer un jeu au gameplay addictif, basé sur une licence de manga ou d'anime japonais et d'y insérer un mécanisme de gacha de manière subtile. Et ce avec une incroyable réussite. (328) App Annie - le leader de l'analyse des performances des stores mobiles - a accepté de partager ses mesures avec les lecteurs de L'Internaute. La majorité des éditeurs distinguent le marché asiatique où ils réalisent entre 50 et 80% de leurs revenus des marchés américain et européen. Avec des licences mondialement connues comme Bleach, Dragon Ball Z, Saint Seiya (Les Chevaliers du Zodiaque), Captain Tsubasa (Olive et Tom) ou encore Yu-Gi-Oh, la part des revenus hors Asie croît. Bleach Brave Souls a dépassé les 60 millions de téléchargements, selon son éditeur. Apple, qui a longtemps boudé les licences de dessins animés, s'est même mis en 2020 à faire la promotion de ces jeux sur lesquels une dîme de

30% finit dans son escarcelle. (329) ¶ Et la France, troisième marché mondial du manga, n'est pas en reste: Dragon Ball Legends a beau se traîner à la 246e place de l'Apple Store en nombre de téléchargements, il se positionne en 16e place en revenus par utilisateur en 2020. Quant à Saint Seiya Awakening, il figure en 1092e place en termes de téléchargements, mais en 12e place en termes de dépenses par joueur. (330)

¶ Comment expliquer un tel engouement pour ce jeu ? Trois joueurs français : Dayma Ω, Mako et Muteki, champions du jeu Saint Seiya Awakening, décryptent pour L'Internaute les clés de ce succès. (331)

¶ Pour Mako, joueur haut niveau de Saint Seiya Awakening, la recette d'un bon gacha se cache dans "un univers bien construit et attractif. Il faut évidemment aussi que le gameplay soit bien conçu pour que les joueurs s'investissent le plus longtemps possible, sans avoir à répéter des actions en boucles pendant des heures". (332) ¶ "Une licence connue permet d'attirer les joueurs et de se baser sur un lore déjà riche. Et même sur des licences un peu moins grand public, comme The Seven Deadly Sins, si le gameplay est original et immersif, ça peut faire naître un vrai carton", ajoute Dayma Ω, autre joueur de haut niveau. (333) ¶ Et le gacha doit proposer une interface simple à comprendre, pour ne pas rebuter les nouveaux joueurs. (334) ¶ Enfin, Mako et Dayma Ω insistent: la fréquence des mises à jour d'un bon gacha est également primordiale. Trop rapide et cela provoquera la grogne des joueurs, puisque chaque mise à jour introduit des nouveaux objets plus puissants à collectionner, rendant les précédents plus ou moins obsolètes ; trop lente et ils partiront sur d'autres jeux. Le tout pour permettre à des joueurs au budget moindre de concurrencer les poids lourds sans avoir la sensation de ne pouvoir que payer pour gagner. (335)

¶ Pourquoi Captain Tsubasa Dream Team est l'un des gachanime avec le nombre de joueurs actifs mensuels le plus bas (classé 1340) des jeux analysés par App Annie, et ce bien qu'il soit basé sur une des licences les plus populaires et avec une dépense moyenne des joueurs français au 54e rang en 2020 ? (336) ¶ Pour Mako et Muteki, il s'agit d'un mauvais équilibre du gameplay: "La RNG sur les matchs est beaucoup trop importante. L'idée est bonne, mais l'impact sur un affrontement est bien trop grand, rend la tactique et l'investissement quasi inutile. Ça m'a découragé assez vite de jouer à ce jeu", explique Mako. (337) ¶ "D'autant plus que la gestion des critiques et

supercritiques était mal codée, alors on pouvait perdre des matchs à cause d'un coup critique", ajoute Muteki. (338)

"L'aspect communautaire est de plus en plus important: beaucoup de joueurs de Saint Seiya Awakening sont aujourd'hui devenus des amis, et si je suis resté aussi longtemps sur ce jeu c'est en grande partie pour continuer de jouer avec mes amis", raconte encore Mako. (339)

Muteki, un autre joueur, ajoute qu'une communication avec la communauté est extrêmement appréciée - surtout pour qu'un jeu soit pérenne au-delà de sa première année de vie. Raison pour laquelle le grand public a par exemple été exposé à une campagne de pub pour Saint Seiya Awakening... dans le métro parisien.

Pour Muteki, utiliser un youtubeur ou un influenceur avec un ton un peu ridicule permet de montrer que le jeu est accessible à tout le monde, y compris aux grands débutants. Et puis une pub risible devient virale et fait parler du jeu malgré tout. (340)

L'essence du gachanime reste la monétisation, et pourtant il est important de pouvoir s'amuser sans dépenser de l'argent. (341) "Dans un gacha orienté PVE on joue contre le temps, dans un gacha PVP on joue contre d'autres joueurs. La mécanique qui amène à dépenser de l'argent n'est pas la même", explique Dayma Ω. (342) "Si certains joueurs sont capables de dépenser plus de 100 000 € par an pour un gacha, nos trois champions français déboursent en moyenne de 400 à 1500€ par mois. Fakir, un joueur professionnel suisse qui a remporté 11 fois le titre de champion européen, avoisine les 100 000 € de dépenses en deux ans. Un système de cashback de l'ordre de 15% pousse d'ailleurs les gros joueurs à continuer d'investir. (343) "Le gacha c'est le fast-food du jeu vidéo. Pas cher à créer, une monétisation maximale. Comme les chaînes de fast-food, les éditeurs adaptent les prix aux marchés, c'est pour cela que l'on joue sur la version asiatique pour Saint Seiya Awakening", explique Dayma Ω. (344) "Il faut être un très gros streamer sur Twitch ou YouTube pour avoir des dons et pouvoir jouer sans sortir trop d'argent de sa poche. Pour ma part, je tiens un fichier Google Sheets pour donner des conseils aux joueurs mais je ne streame pas", détaille Mako. (345)

Les communautés sont essentielles pour le succès d'un gacha. (346) "Le système des légions, des guildes, est très bien pensé, il permet de lutter contre la lassitude des actions répétées. On crée des groupes sur les réseaux sociaux, on se motive et on se pousse mutuellement à jouer. C'est très malin d'avoir misé sur l'entraide pour rendre les jeux encore plus addictifs", décrypte Mako. (347) "Il est plus facile d'échanger entre amis et collègues autour d'une licence que tout le monde connaît : pour

ma part, j'ai commencé à jouer à Dragon Ball Dokkan Battle en discutant avec un collègue", se souvient Muteki. (348) "Quand un jeu exploite une licence qui n'avait jamais été dignement adaptée, tous les nostalgiques se précipitent. Au-delà du côté gacha, Saint Seiya Awakening est le meilleur jeu autour de la licence. L'utilisation des musiques originales, des voix japonaises et le mode histoire qui fait vibrer les fans, tout est très bien fait dans ce jeu. Mais pour un gacha qui cartonne, il y a souvent dix flops au cimetière des jeux", conclut Mako. (349) "Depuis une quinzaine d'années, des marques se sont mises à exploiter des designs ou références aux mangas, en exacerbant le kawaii et le moe (sentiments d'affections exacerbés, principalement envers les personnages fictifs). Cette course au mignon fait qu'un gacha Ken le Survivant plairait auprès des fans mais ne saurait être un best-seller. C'est aussi pour ça qu'un jeu non basé sur une licence comme Genshin Impact cartonne. (350)

Les employés en haut de la pyramide du gacha ne sont ni les graphistes ni les développeurs mais les analystes, essentiels pour traiter et rendre lisible la quantité de données faramineuses traquées lors de l'usage d'un jeu. (351) "Les analyses de données étaient nos meilleurs éléments pour évaluer la rentabilité d'un jeu et ses budgets", raconte Nicolas Robert, ancien responsable du studio gloops, spécialisé dans les gacha. On calcule le taux d'acquisition d'un joueur, son taux de progression, à quel moment il quitte le logiciel... Ce n'est qu'ensuite seulement que l'on se penche sur l'aspect financier, ou les revenus médians par utilisateurs." (352) Nicolas Robert ajoute qu'un jeu est toujours testé sur un micro-marché témoin comme le Canada ou l'Australie pour mesurer le comportement des joueurs et estimer le succès potentiel d'un jeu : "C'est difficile de se dire qu'une recette marchera partout dans le monde." (353)

L'addiction aux mécaniques d'achats de ces jeux n'est pas à prendre à la légère, surtout au pays du soleil levant. (354) "Au Japon, il est fréquent que les gros joueurs dépensent des sommes importantes le jour de paye, mais aux USA les joueurs ne dépensent pas tout d'un coup après avoir eu leur salaire, ajoute l'expert. Pour les jeux en anglais, les joueurs qui dépensaient le plus étaient des Hongkongais. 5% des joueurs - les fameuses baleines - rapportent 99% des revenus. Or, au Japon, le premier du mois est jour de paye et ces baleines réalisent 80% de leurs dépenses en deux jours. Nos administrateurs système ne dormaient pas pendant 48h... On générait plusieurs millions de dollars en quelques heures. La moindre panne serveur était une catastrophe !" (355)

La création d'événements limités dans le temps n'est pas non plus anodine, nous explique Nicolas Robert : "Les jeunes Américains reçoivent des cartes cadeau ou de l'argent de poche à Thanksgiving

et Noël, ce sont les périodes les plus rentables pour organiser des événements éphémères dans nos jeux." (356) Il conclut avec franchise: "Nos études psychologiques montrent un lien indéniable entre les jeux d'argent et les gacha, mais aussi que l'aspect complétiste pousse à la consommation au-delà du raisonnable. Quand on a ajouté notre premier mode multijoueur, la pression sociale au Japon faisait que des joueurs payaient pour ne faire perdre leur clan." (357)

Lexique du gacha :

PVE : Player Versus Environment, quand le joueur joue contre des personnages non joueurs contrôlés par les algorithmes du jeu.

PVP : Player Versus Player, quand le joueur affronte d'autres joueurs en ligne.

Farmer : C'est le fait de répéter une action pour récolter des ressources (argent, objet, énergie, etc).

Légion / Clan / Guilde : Quand plusieurs joueurs se regroupent dans une même équipe, sous une même bannière ils forment un clan, une guilde ou une legion. Ceci permet aux jeux en ligne de renforcer l'aspect communautaire.

Baleine : Comme au poker, il s'agit d'une manière péjorative de décrire un joueur qui dépense énormément d'argent sur un jeu.

Pay to win : jeu où l'équilibre est vicié selon la somme d'argent investie.

RNG : Random Number Generator, terme utilisé pour décrire des événements aléatoires.

Loot, Drop : Ce que le joueur récupère au hasard après une action spécifique : ouvrir un coffre, tuer un monstre, etc.

Lore : mot hérité du terme anglais folklore qui désigne toute l'histoire d'un univers fictif qui ne constitue pas l'intrigue principale. Des croyances de ce monde aux relations politiques en passant par les lois physiques. (358)

« Genshin Impact », le blockbuster venu de Chine (359)

« Jeux vidéo, du téléphone au smartphone » (6/6).

Avec ses paysages majestueux et son monde ouvert rempli de mystères, la lucrative création du studio chinois miHoYo surprend par sa beauté et la richesse de ses graphismes. (360)

Par Clémence Duneau

Publié le 28 août 2021 à 12h00, modifié le 29 août 2021 à 06h00 Temps de Lecture 6 min.

Les paysages aux couleurs saturées défilent sans fin. Des cascades aux scintillantes eaux turquoise, des montagnes glacées perdues dans la brume et de vastes plaines peuplées de mille créatures aux pouvoirs surnaturels. Tel est le décor de Genshin Impact, le jeu développé par le studio chinois miHoYo qui a conquis le cœur de millions de joueurs partout sur la planète. Avec un budget estimé à 100 millions de dollars (85 millions d'euros), il s'agit sans aucun doute du jeu mobile le plus ambitieux de ces dernières années. En générant plus de 200 millions d'euros de revenus un mois seulement après sa sortie, le 28 septembre 2020, Genshin Impact était le jeu mobile le plus rentable du moment. Ce succès fulgurant lui permet de prendre de vitesse certaines franchises majeures, comme Pokémon Go, dès son lancement.

La recette de Genshin Impact est simple. S'inscrivant dans la longue tradition des jeux vidéo en monde ouvert, le joueur est plongé dans un univers à l'atmosphère fantastique. Dans une douce musique symphonique, les heures d'exploration se mêlent aux combats épiques. Sur cette carte immense, des milliers de trésors, de quêtes et de puzzles attendent d'être découverts... Sans oublier une incroyable panoplie de personnages à collectionner, hauts en couleur et aux pouvoirs surpuissants. Pour ne rien gâcher, les studios miHoYo se sont donné les moyens de leurs ambitions en proposant un jeu pas uniquement destiné à l'écran de téléphone mais aussi aux consoles et aux ordinateurs. (361)

« La plupart des jeux mobiles ont tendance à limiter leur publicité sur les réseaux, raconte Junde Yu, le responsable de la section jeux vidéo chez App Annie, une entreprise américaine spécialiste des audiences sur mobile. Pour le lancement de Genshin Impact, ils avaient mis des publicités partout. A la télévision, sur les bus et même dans le métro. Dès le départ, ils avaient cette ambition d'en faire un énorme blockbuster. » (362)

Dessins, cosplay et fan fiction (363)

Et ça n'a pas raté... Un an après le lancement officiel du jeu, ils sont des millions à se connecter quotidiennement à Genshin Impact. Rapidement, les joueurs se sont organisés en ligne pour

partager leur passion et, aujourd'hui, les réseaux sociaux fourmillent d'innombrables créations autour de son univers. Certains passent des heures à peaufiner de magnifiques illustrations de leurs personnages favoris ; d'autres partagent des photos de leurs cosplays (pratique qui consiste à se déguiser en un personnage de fiction); ou s'amuse à imaginer des théories farfelues et autres histoires d'amour entre différents protagonistes. (364)

Si tous les utilisateurs jouent au même jeu, chacun y mène sa propre aventure ; avec les personnages qu'il aura réussi à débloquer. Cheveux teintés et vêtements sophistiqués, tous sont plus colorés les uns que les autres. A ce jour, trente-cinq personnages sont disponibles dans le jeu, chacun disposant de ses propres compétences de combat, de son style et de sa personnalité. (365)

« Il y a une richesse narrative incroyable dans le jeu, estime Lucie, 30 ans, illustratrice de bande dessinée. Tous les personnages ont une profondeur et une histoire intéressante, il y en a vraiment pour tous les goûts. » (366)

Son personnage préféré, la pétillante Yanfei, est une jeune femme aux cheveux rosés et aux yeux émeraude dont les sorts permettent de lancer des boules de feu. Sur son carnet de croquis, Lucie s'amuse à reproduire les traits de ses héros favoris, qu'elle met en scène en petites saynètes. (367)

« J'étais étonnée, en découvrant l'univers de Genshin, de voir que les dialogues étaient très recherchés et souvent drôles. Ça m'a donné envie de dessiner mes propres petites blagues. Après tout, c'est un univers qui m'accompagne tous les jours, ça semble logique qu'il m'inspire. » (368)

Sur les plates-formes de streaming comme Twitch, quelque 50 000 personnes se connectent tous les jours pour regarder des vidéastes explorer les immenses territoires du jeu. Dans les commentaires, certains joueurs amateurs demandent des conseils sur les meilleures façons d'améliorer leurs personnages et les synergies d'équipe. Nombre d'entre eux se retrouvent sur des forums ou des groupes Discord, une plate-forme de discussion populaire chez les joueurs, pour partager leurs avancées.

Sur le groupe Genshin Impact FR, ils sont près de 40 000 inscrits à échanger les bons plans. (369)

« C'est un jeu qui n'est pas compétitif, donc ça aide vraiment à avoir une ambiance d'entraide très forte, explique Cyril, le créateur du groupe et du site de fans du même nom. Grâce au jeu et à sa communauté, je me suis fait une vraie bande de potes. On part ensemble en vacances désormais. »

(370)

Il existe cependant un aspect moins réjouissant sur Genshin Impact. Bien que le jeu soit gratuit, les sommes mirobolantes récoltées par le studio ne viennent pas de nulle part. Cet argent est généré

grâce à une mécanique bien particulière : le « gacha. Inspiré des machines à pièces distribuant des jouets au Japon, ce mécanisme consiste à proposer une sorte de loterie interne pour obtenir des objets ou des personnages exclusifs. On peut ainsi passer des heures à récolter petit à petit la monnaie virtuelle du jeu... ou sortir la carte bancaire. (371)

« Mécanisme addictif » (372)

De nombreux jeux au fonctionnement financier similaire ont tendance à en abuser. Parfois, il devient presque impossible pour un joueur de s'amuser sans verser le moindre centime. D'autres utilisent volontairement ce système de génération aléatoire pour bloquer les joueurs dans leur progression et les pousser à acheter. (373) « Il faut faire très attention à ce genre de mécanisme, parce qu'il peut devenir addictif, constate Lucie. Comme il y a un véritable attachement aux personnages de Genshin Impact, ça peut nous donner envie de les débloquer et de dépenser beaucoup d'argent. Il m'est arrivé de tomber dans le piège. J'ai mis 50 euros pour un personnage et, quand il est arrivé, je n'étais pas plus heureuse. » (374) Un streameur américain du nom de Cryy a dépensé près de 400 dollars en une journée, sans réussir à débloquer son personnage favori. (375)

Dans la longue tradition des jeux à loterie, celui de miHoYo est pourtant loin d'être le jeu qui pousse le plus à l'achat, à en croire de nombreux joueurs. (376) « Cette frustration n'est pas très forte sur Genshin, estime Cyril, le fondateur de Genshin Impact FR. Pour la bonne et simple raison qu'il n'y a pas besoin de payer pour jouer contrairement à d'autres titres. Beaucoup de joueurs refusent de verser un centime et s'amuse tout autant. Bien sûr, mettre un peu d'argent permet d'accélérer le processus, mais ça n'est pas nécessaire. » (377)

Tous les joueurs sont plongés dans un même monde, mais sont libres de jouer à leur façon. (378)

« Je n'ai jamais mis d'argent dans le jeu et je n'en ai jamais ressenti le besoin, raconte Lilia, une jeune streameuse de 21 ans. Mais je dois être née sous une bonne étoile parce que j'ai débloqué très vite un des meilleurs personnages du jeu. Les spectateurs sur mon stream n'en revenaient pas. »

(379) Devant son public médusé, la débutante s'était alors retrouvée face à un grand et élégant jeune homme manipulateur de roche, le ténébreux Zhongli. Un personnage adoré par les fans, qui ont dépensé plus de 15 millions de dollars en décembre 2020 pour tenter de le débloquer. (380)

D'autres joueurs préfèrent toutefois ne pas faire confiance à la chance. Léo, 21 ans, considère, lui, que le fait de payer pour avoir les meilleurs personnages « fait partie du jeu. (381) Il y consacre environ 500 euros par mois. (382) « Ce que j'aime le plus dans le jeu, c'est le fait de collectionner tous les personnages et de les améliorer au maximum. » (383)

Une stratégie payante pour le studio chinois qui continue de faire consensus auprès de la communauté de joueurs en proposant un contenu toujours plus riche et de grande qualité. Après avoir remporté trois récompenses au Google Play Awards 2020, le jeu de miHoYo est nommé meilleur jeu iPhone de l'année par Apple. Dans une mise à jour ambitieuse publiée fin juillet, Genshin Impact ouvrait une nouvelle région à ses 40 millions de joueurs. Et ce n'est pas fini. Les créateurs envisagent de continuer l'aventure un peu plus longtemps : au lieu des cinq années de développement initialement prévues par miHoYo, le jeu devrait s'étendre sur une décennie. (384)

Genshin Impact : 1 an après, quel bilan tirer du jeu de miHoYo ? (385)

Vous n'êtes sans doute pas passés à côté du phénomène, que vous l'ayez lancé ou non. *Genshin Impact* est sans aucun doute l'un des plus gros succès de ces dernières années, et arrive à créer un petit événement à chacune de ses mises à jour, encore un an après. **Sorti officiellement le 28 septembre 2020, le jeu fait toujours l'actualité aujourd'hui et fête son premier anniversaire** qui fait beaucoup parler au sein de la communauté. L'occasion pour nous de jeter un œil sur l'évolution du jeu afin de comprendre son succès, et voir si l'avenir du jeu sera aussi brillant que l'année écoulée. (386)

Un jeu qui enchaîne les records financiers (387)

Il y a tout pile un an, *Genshin Impact* arrivait sur PC, PS4, iOS et Android à travers le monde. Fort d'une bêta qui avait déjà attiré l'attention de la communauté occidentale, tout portait déjà à croire que le titre trouverait son public. Il n'avait de toute façon pas à s'en faire du côté du marché asiatique, puisque le studio derrière le jeu, miHoYo, était déjà bien connu et apprécié grâce à *Honkai Impact 3rd* (PC et mobiles), qui est encore aujourd'hui l'un des moteurs financiers du studio. (388)

Le jour de la sortie de *Genshin Impact*, c'est l'événement. **En seulement 4 jours, App Annie recense 17 millions de téléchargements à travers le monde**, un chiffre certainement aidé par le modèle free-to-play du jeu. (389) Dès son arrivée, le titre séduit grâce à son casting de personnages proche de l'animation japonaise (et qui n'a pas tardé à faire l'objet de nouvelle inspiration pour les cosplayers), et surtout son grand monde ouvert immédiatement accessible, qui pousse à l'exploration avec de nombreuses récompenses à obtenir. (390) On découvre alors que le titre est plus profond qu'il en a l'air, avec un récit certes très bavard mais au lore riche, et un gameplay rempli de possibilité grâce à sa palette de personnages jouables, tous bien différents des uns des autres. (391)

Alors forcément, lorsque dès la première mise à jour, miHoYo agrandit son casting avec en plus de cela l'ajout de nouveaux boss et des événements réguliers, *Genshin Impact se transforme rapidement en jeu de chevet*, à qui l'on accorde une demi-heure ou plus dans la journée façon MMO. (392)

Vient ensuite une nouvelle zone (Monts Dosdragon) avec toujours plus de nouveaux héros, et c'est avec l'ajout de ces derniers que l'on comprend vite l'engouement autour du jeu, qui se traduit dans les bénéfices amassés par miHoYo. (393)

En mars dernier, le site d'analyse du marché mobile Sensor Tower publie des données qui permettent de voir qu'à chaque nouveau personnage intégré au jeu, les revenus de ce dernier font un immense bond, proportionnel à la popularité du personnage. Les chiffres réalisés sur l'image ci-dessus ne prennent en compte qu'une seule journée. Oui, en un seul jour, Zhongli, Ganyu ou encore Xiao ont permis d'amasser plus de 15 millions de dollars chacun. (394)

Très vite, **en seulement six mois**, *Genshin Impact* rentre dans l'histoire en étant le jeu ayant atteint **le milliard de revenus (en dollars) le plus rapidement sur iOS et Android**. Et ces chiffres ne tiennent compte que des versions mobiles, c'est dire. (395)

Un an après, l'engouement reste total. A la sortie de la version 2.1, le jeu connaît à nouveau un immense pic de revenus en engrangeant plus de **150 millions de dollars en une seule semaine**, simplement grâce à la sortie de la Shogun Raiden, un personnage très attendu. La force de frappe du titre est colossale, et elle ne faiblit donc pas au fur et à mesure des mois. Et cela, on le doit en partie au nouveau contenu ajouté au titre depuis un an. (396)

Un jeu de plus en plus généreux en contenu (397)

Genshin Impact est réglé comme un coucou suisse. **Toutes les 6 semaines, une mise à jour majeure vient apporter du nouveau contenu**, avec des événements inédits offrant de nombreuses récompenses et des systèmes supplémentaires sont implémentés. Aujourd'hui, un système de pêche est présent, tout comme le housing, ainsi qu'un bateau sans compter les multiples ajouts concernant le craft et l'ergonomie globale du jeu. **Si vous découvrez le jeu seulement maintenant, le contenu qui vous attend est simplement gargantuesque, et surtout gratuit.**

(398)

Et toutes les trois semaines, c'est une nouvelle bannière de personnages qui arrive, et qui offre souvent l'occasion de découvrir un tout nouveau héros, si l'on a de la chance. De quoi relancer l'intérêt constamment, avec une nouvelle meta à trouver, quand bien même **le jeu reste essentiellement tourné vers le PvE**. Ce qui rend l'acquisition de personnages moins obligatoire, bien que certains héros ajoutent nettement plus de confort de jeu que les autres. On pense à toi, Zhongli. On arrive maintenant à **un casting de 42 personnages jouables**, contre 22 au lancement. (399)

Rajoutez à cela l'arrivée d'une version native PS5, des boss impressionnants en plus, une OST toujours plus divine (écoutez simplement *Rage Beneath the Mountains*, ne nous remerciez pas) l'énorme contenu de la mise à jour 2.0, avec une toute nouvelle région à explorer, et vous

aurez là l'un des titres les plus alimentés en contenu sur sa première année, quand bien même il y aurait beaucoup de choses à redire. (400)

Un système économique qui fait toujours débat (401)

Tout n'est effectivement pas parfait dans *Genshin Impact*, et cet anniversaire vient l'illustrer avec brio. Si miHoYo a été particulièrement généreux sur le contenu, si l'on excepte deux ou trois mises à jour « bouche-trou » pour occuper la communauté en attendant des updates majeures, il ne l'est pas toujours autant sur son système de gacha. (402)

Certes, l'ajout de nouvelles zones et d'évènements réguliers permet aux joueurs et joueuses qui jouent quotidiennement au titre de se remplir les poches de primo-gemmes, mais pour les autres, c'est la croix et la bannière pour n'obtenir qu'un seul personnage 5 étoiles (et les constellations de ces derniers, n'en parlons pas). (403)

Dès ses débuts, le taux de drop de son système de loterie a été fortement critiqué. **Avec seulement 0,6% de chances d'obtenir un personnage ou une arme 5 étoiles par vœu dépensé**, *Genshin Impact* est clairement l'un des gachas les plus radins du moment. Il faut souvent attendre entre le 76ème et le 80ème vœu pour gagner le gros lot.

A titre de comparaison, c'est 3 à 8 % sur *Fire Emblem Heroes*, pour citer un autre gacha populaire. La comparaison est évidemment facile, puisque **l'ajout d'un héros 5 étoiles dans *Genshin Impact* n'a pas du tout la même répercussion que dans un autre gacha**, mais la frustration reste tout de même présente. (404) Surtout lorsque l'on sait que l'on a 50% de chances de louper le personnage mis en avant dans la bannière, sauf si on l'a déjà loupé une fois (heureusement, ce système de « pity » qui assure un personnage est plutôt efficace car il est transférable d'une bannière à une autre). (405)

L'absence de feuille de route est également un problème, qui a notamment permis l'émergence des leakers, combattus par miHoYo depuis le lancement du jeu. Pour y faire face, et aider la communauté à faire des choix sur ses économies, le studio révèle maintenant quels nouveaux personnages arriveront dans la mise à jour suivante, et ce six semaines avant. **On aimerait que cette simili-roadmap soit encore plus précise, mais c'est un début appréciable.** (406)

Le studio est bien au courant des critiques qu'il reçoit concernant son système, et c'est pourquoi il a mis en place un système d'obtention garantie sur la bannière des armes, encore plus décriée que celle des personnages. Cela n'empêche pas qu'avec un peu de malchance, c'est plusieurs centaines d'euros virtuels qui peuvent être engloutis pour obtenir l'arme souhaitée (car les primo-

gemmes à acheter dans la boutique coûtent très chers). Remettez ça en contexte avec l'argent amassé par le titre, et vous comprendrez vite que certains se sentent lésés. (407)

Alors évidemment, **quand miHoYo ne sort pas le grand jeu pour l'anniversaire du titre, la communauté s'agace**, surtout en voyant que la studio a été plus généreux lors des six mois d'existence du jeu, avec un personnage 4 étoiles offert. Il faut dire que miHoYo a plutôt opté pour une véritable célébration en dehors du jeu, avec l'organisation d'un concert et tout un tas de concours de cosplay et de fan-arts, qui montrent à quel point la communauté est vivante. (408)

Nul doute que ce ne sont pas ces problèmes qui empêcheront *Genshin Impact* de perdurer dans le temps. On se dirige déjà vers la mise à jour 2.2, qui relancera sans doute encore l'intérêt des fans plus réguliers sur le jeu, et les plus impatients ont déjà en tête la prochaine région qui pourrait être ajoutée dans le titre. (409)

Quid de la version Switch ? (410)

L'arrivée de la version Switch est également scrutée par la communauté. Promise avant le lancement du jeu, elle n'a jamais donné de nouvelles, ni de la part de Nintendo, ni de la part de miHoYo. (411)

Le potentiel est pourtant bien là, et on imagine mal le studio se passer d'un tel public. Avoir le côté portable du jeu sans les contrôles tactiles des smartphones (qui gênent dans les défis les plus ardu) est forcément très demandé, surtout lorsqu'on souhaite uniquement se connecter de temps à autre le temps de quelques quêtes quotidiennes. (412)

Si cette version n'est toujours pas là, il semblerait que cela soit dû à des défis technologiques. Le monde de Teyvat est plus grand que jamais depuis la version 2.0, et rendre ce monde ouvert jouable sur certaines plateformes peut s'avérer compliqué, d'autant plus pour un studio qui n'est pas habitué à côtoyer ce type de machines. (413)

Alors forcément, à chaque Nintendo Direct, on espère, mais le portage n'est toujours pas là. Maintenant que la version PS5 est sortie, on espère que le prochain chantier sera celui de la console de Nintendo. (414)

Le voyage ne fait que commencer (415)

Il y aurait encore tant à dire sur le jeu tant l'actualité autour de ce dernier a été conséquente lors de cette année. Mais le bilan du jeu est simple à tirer : ***Genshin Impact* est un succès (mérité à bien des égards) comme on en voit rarement, et celui-ci est amené à durer**. Nul doute que l'on

pourra aisément se donner rendez-vous dans quatre ans pour fêter le cinquième anniversaire du jeu, et qu'on sera encore loin d'avoir vu le bout des aventures de notre aventurier/aventurière. (416)

Avec la promesse d'ajouts réguliers, de nouveaux personnages et de régions inédites, ce n'est pas demain que le cœur de cible du jeu se lassera du titre. Et ça tombe bien pour miHoYo, car c'est ce cœur de cible qui est le plus enclin à dépenser de l'argent en jeu, et qui va permettre ainsi à *Genshin Impact* de perdurer dans le temps, même si miHoYo déclarait n'avoir besoin que de 200 millions par an pour assurer le suivi du jeu. Avec 1 milliard en six mois, autant dire qu'on peut très bien partir sur une décennie si le cœur leur en dit. (417) **Il ne faudrait simplement pas que le studio oublie le public plus occasionnel en chemin**, et on espère que les problèmes soulevés par la communauté seront enfin entendus. (418)

Et si vous souhaitez voir tout ce que vous avez vécu lors de cette première année sur *Genshin Impact*, vous pouvez vous rendre sur le site officiel pour inscrire votre IUD afin de voir vos statistiques de jeu. Vous verrez alors combien de Brutocollinus vous avez chassé, combien de jours vous vous êtes connectés au jeu (300 ici, on ne se refait pas), ou encore le personnage avec lequel vous avez le plus joué (Zhongli et Diluc en tête à la rédac, pour cause de charisme évident). (419)

Et n'oubliez pas que vous pouvez toujours retrouver nos très nombreux guides sur *Genshin Impact*. (420)

Genshin Impact c'est déjà 2 milliards de dollars (421)

Par **tristan carballeda** le 4 octobre 2021 à 10h00

Genshin impact est l'un des jeux mobiles, les plus populaires de l'année, avec un niveau de rentabilité incroyable. (422)

Les jeux mobiles sont une malle financière énorme. Si Apple a déjà mis un pied dedans avec Apple Arcade, d'autres cadors des nouvelles technologies tels que Netflix s'intéressent de près à ce marché en plein essor. Mais en attendant l'arrivée du géant du SVOD sur les App et Play Store, **(423)** l'application qui règne aujourd'hui en maître sur la catégorie jeux mobiles : c'est Genshin Impact.

Le RPG gratuit de MiHoYo a généré environ 2 milliards de dollars de chiffre d'affaires selon les données de Sensor Tower, habitué à livrer ce genre de chiffre avec une rare précision. Ces chiffres suggèrent que le jeu était le troisième jeu mobile le plus rentable de l'App Store et du Play Store derrière Honor of Kings de Tencent et PUBG Mobile qui restent les deux leaders du classement.

(424)

Un record pour un jeu mobile chinois (425)

Rien qu'en Chine, le jeu a généré 577 millions de dollars, soit 28,6 % de ses revenus mondiaux. Mais les chiffres du jeu sont encore plus impressionnants si l'on retire l'empire du Milieu de l'équation. En effet, en ne prenant pas en compte les ventes réalisées en Chine le jeu devient alors le plus rentable du monde, devant Pokemon Go et Roblox. **(426)**

Des chiffres extraordinaires, qui montrent la superbe première année du jeu sur les mobiles du monde entier. Une dynamique qui semble ne pas s'affaiblir pour le moment. Si le jeu est devenu le meilleur lancement de l'histoire des jeux mobiles développés en Chine, Genshin impact continue sur cette lancée et a dépassé le milliard de revenus sur ces six derniers mois. **(427)**

Le jeu est également disponible sur PC, PS4 et PS5 où là encore, il rencontre un grand succès.

(428)

2021, une année record pour les jeux vidéo mobiles

Par Emma Confrère

Publié le 23/12/2021 à 17:16, mis à jour le 23/12/2021 à 17:30

Huit jeux sur smartphone ou tablette ont engrangé plus d'un milliard de dollars de revenus, comme *PUBG Mobile*, *Honor of Kings* ou *Candy Crush Saga*.

C'est un marché en plein essor. D'après la société d'analyses SensorTower, les jeux vidéo sur smartphones et tablettes devraient totaliser 89,6 milliards de dollars de revenus pour 2021, soit une croissance de 12,6% en un an. Ils représenteront respectivement 61% des revenus de l'Apple Store, soit 52,3 milliards de dollars, et 78% pour le Google Play Store, avec 37,3 milliards de dollars. Cette année, huit jeux vidéo mobiles ont déjà dépassé le cap symbolique du milliard de dollars de revenus. Ils étaient seulement cinq l'année dernière. Et comme en 2020, deux titres se démarquent du lot. Il s'agit en premier de *PUBG Mobile*, intitulé *Game For Peace* en Chine, qui a généré plus de 2,8 milliards de revenus en 2021. Son éditeur Krafton représente aujourd'hui une capitalisation de près de 20 milliards de dollars, après une introduction à la bourse de Corée du Sud cet été.

Des jeux aux univers variés

PUBG Mobile est un jeu de « *battle royale* » : une centaine de joueurs s'affrontent dans un même environnement afin qu'il ne reste plus qu'un seul survivant à la fin de la partie. Un autre célèbre jeu repose sur ce principe, Fortnite, avec 10 millions de joueurs quotidiens. Ce dernier étant interdit en Chine, il n'est pas parvenu à dépasser le milliard de dollars de revenus annuels.

Ex aequo avec *PUBG Mobile*, *Honor of Kings* a engrangé le même montant de revenus en 2021. Ce jeu de batailles appartient au géant chinois de la tech, Tencent, qui détient également l'application de messagerie WeChat. Sur la troisième place du podium figure le jeu d'action *Genshin Impact*, lancé en 2020, avec 1,8 milliard de dollars de revenus en 2021. (429)

Son éditeur miHoYo a continué de produire de nombreuses mises à jour, ajoutant de nouvelles îles, personnages et fonctionnalités pour garder les joueurs engagés. En septembre, le lancement de la version 2.1 a multiplié par cinq les dépenses des utilisateurs d'une semaine à l'autre. (430)

Le modèle du «free-to-play» (431)

Parmi les autres titres, se trouvent l'application de métavers *Roblox* (1,3 milliard de dollars), *Coin Master* (1,3 milliard), *Pokémon Go* (1,2 milliard). Ce dernier, édité par Niantic, a réalisé sa meilleure performance, plus de cinq ans après son lancement. Enfin, *Candy Crush Saga* (1,2 milliard) et *Garena Free Fire* (1,1 milliard) terminent ce classement.

Un neuvième jeu mobile pourrait également dépasser le milliard de dollars. C'est le manga *Uma Musume : Pretty Derby*, développé par Cygames, qui s'approche des 965 millions de dollars pour cette année, malgré un lancement en février dernier et une disponibilité uniquement au Japon.

Tous ces jeux reposent sur un modèle économique particulier, le « *free-to-play* ». Ainsi, les usagers peuvent accéder gratuitement aux jeux mais doivent payer des bonus ou des options pour les enrichir. (432) Par exemple, sur *Candy Crush Saga*, il est possible d'acheter un « *pack débutant* » à 1,99 euro pour avancer plus vite dans les niveaux. *PUBG Mobile* propose même un abonnement de 10,49 euros par mois pour obtenir des avantages et recevoir 300 jetons UC, la monnaie de l'application. (433)

« Genshin Impact », un hit mondial venu de Chine (434)

NICOLAS RICHAUD

Lancé en septembre 2020 sur mobile mais aussi sur PC et PlayStation 4, ce titre a déjà généré près de 3 milliards de dollars de revenus à travers le monde, uniquement sur smartphones et tablettes. (435)

Il s'agit du premier véritable hit international pour un jeu vidéo made in China. Lancé en septembre 2020 sur mobile mais aussi sur PC et PlayStation 4, le titre « Genshin Impact » a déjà généré près de 3 milliards de dollars de revenus à travers le monde, uniquement sur smartphones et tablettes.

Dans le détail, le titre a généré 1,8 milliard de dollars de chiffre d'affaires sur mobile lors de l'exercice 2021, selon le cabinet Sensor Tower. (436) Ce qui en a fait le troisième titre mobile ayant généré le plus de revenus l'an passé, derrière « PUGB Mobile » et « Honor of Kings », mais devant des blockbusters comme « », « Pokémon Go » ou « Candy Crush Saga ». (437)

Développé par le studio MiHoYo, ce jeu chinois - qui a débarqué sur la PlayStation 5 en avril 2021 - a su séduire une palanquée de joueurs en Occident. Une gageure tant les envies et préférences des « gamers » diffèrent d'un coin du monde à un autre. En tout, près de 23 % des revenus générés l'an dernier par « Genshin Impact » l'ont été uniquement aux Etats-Unis, à 418,3 millions de dollars.

(438)

Action-RPG (439)

Pourquoi un tel succès mondial ? Ce jeu dit d'action-RPG se déroulant dans un monde ouvert a su marier certains aspects des jeux sur consoles ou PC avec les fonctionnalités de titres pour mobile - « Genshin Impact » est accessible en « free-to-play », et MiHoYo génère des revenus via les bonus payants vendus au sein de son jeu -, le tout s'inscrivant dans un univers et avec des graphiques très inspirés de la culture japonaise. Un point qui explique tout particulièrement son succès en Occident où les joueurs sont très férus de tout l'« entertainment » japonais. (440)

Cette réussite semble avoir donné des envies d'internationalisation à MiHoYo. En novembre, le groupe chinois a annoncé qu'il allait ouvrir un studio à Montréal. Ce qui va représenter sa toute première implantation en Amérique du Nord. La firme entend notamment y développer un jeu dit « Triple A », soit un titre haut de gamme doté d'un budget de production de plusieurs dizaines de millions d'euros. (441)

Une nouvelle étape pour cet acteur du jeu vidéo déjà costaud puisqu'il emploie 3.500 salariés. Et qui ne manque pas d'ambitions. (442) MiHoYo ne compte pas s'en tenir au seul champ du jeu

vidéo. Mifévrier, le groupe s'est renommé HoYoverse, un nom de marque uniquement destiné à l'international, qui illustre la volonté de la firme de se positionner sur le métavers en s'appuyant sur ses compétences développées dans la créations de contenus vidéoludiques. Après le succès à l'international avec « Genshin Impact », celui dans le monde virtuel ? (443)

Genshin Impact : mais pourquoi un tel succès pour ce jeu vidéo gacha ? (444)

Publié le 02/10/2022 à 14:15

Tiraxa

Genshin Impact fête ses deux années d'existence. Revenons sur les raisons du succès phénoménal de ce gacha chinois. (445)

Avant qu'il ne devienne l'incontournable free-to-play qu'il est maintenant et qu'on ne scrute la moindre de ses mises à jour, Genshin Impact n'était encore qu'un projet RPG de plus massivement comparé au mastodonte The Legend of Zelda : Breath of the Wild. Il est aujourd'hui le titre le plus ambitieux et prolifique du studio miHoYo, mais aussi celui qui lui a coûté le plus cher avec un budget initial de 100 millions de dollars au lancement. (446)

Des bancs de la fac à l'E3 2019 (447)

“Nous vous en avons parlé lors de l'E3 2019, le studio miHoYo planche depuis déjà quelque temps sur un certain Genshin Impact. Il s'agit d'un RPG en monde ouvert se déroulant à Teyvat, un univers magique, mais corrompu par des forces obscures qu'il faudra bien évidemment éradiquer” : voilà la présentation que l'on se faisait de Genshin Impact dans les colonnes de JV en 2019 quand nous n'avions encore que quelques visuels d'environnement à se mettre sous la dent.

(448) Le projet est né du désir de trois camarades de l'université Jiao Tong de Shanghai, Cai Haoyu, Liu Wei et Luo Yuhao, de créer leur propre jeu à l'esthétique anime. Le trio se fait d'abord la main lors de concours de conception de jeux pour étudiants, puis finira par fonder miHoYo en 2012, nom inspiré de deux de leurs prénoms, Haoyu et Yuhao, qui comportaient un H et un Y lorsqu'ils étaient écrits en anglais. (449)

La jeune société miHoYo reçoit un prêt sans intérêt de 100 000 yuans (l'équivalent d'environ 14 000 euros) du Shanghai Science and Technology Entrepreneurship Center, se met au boulot, et affiche très tôt une passion débordante pour les jeux qui incluent des écolières téméraires et des hordes de zombies ; exemple à l'appui avec Honkai Gakuen 2 sorti en 2014 qui signe leur premier vrai succès. **Mais c'est véritablement leur free-to-play Honkai Impact 3rd qui marquera un tournant.** Le hack-and-slash en 3D propose un système de combat proche d'un Bayonetta et un univers plus amplement développé dans une série de manhua (manga chinois). Le succès est mondial, si bien qu'une suite intitulée Honkai Star Rail est en cours de développement.

(450) Maintenant forte d'une centaine d'employés, la société présente ensuite un titre plus

ambitieux encore, Genshin Impact, à l'E3 2019 devant des joueurs et journalistes qui ne manquent pas de le comparer à un certain Breath of the Wild. (451)

La recette qui fonctionne (452)

Genshin conserve les ingrédients forts des précédentes productions de miHoYo, à savoir **une direction artistique “anime” et un modèle économique Free to Play** ; le studio met en parallèle les bouchées doubles en s'offrant les services des orchestres philharmoniques de Londres et de Shanghai et en proposant des doublages en anglais ainsi que des sous-titres dans plusieurs langues européennes. (453) Le jeu tire également son succès d'autres facteurs : son cross-play et de sa cross-save. (454) **Aussi, le système de gacha mis en place par MiHoyo ne pousse jamais vraiment à l'achat**, le modèle économique du jeu consistant simplement à faire payer aux joueurs des vœux qui permettent de débloquent des personnages 4 ou 5 étoiles, ou des armes de même qualité afin de faire grossir son roster. Le jeu s'apprécie complètement de façon gratuite. (455)

La force de MiHoyo, c'est également une communication constante et engagée avec la communauté de joueurs, massivement présente sur les réseaux sociaux. Mises à jour et événements très réguliers rythment les semaines d'adeptes toujours avides de nouveaux contenus.

(456) Bien sûr le jeu n'est pas exempt de son petit lot de polémiques : des tenues censurées pour l'Empire du milieu, un filtre de censure pour tout ce qui menace l'intégrité nationale de la Chine de manière globale ou plus dramatique encore : une tentative d'assassinat sur les fondateurs de MiHoYo suite à la censure de costumes de playmates dans Honkai Impact 3rd. (457)

Un jeu qui rapporte très gros (458)

On estime que Genshin Impact deviendra bientôt le jeu le plus cher jamais développé avec un total estimé à 500 millions de dollars d'ici son deuxième anniversaire ; Un calcul effectué par l'utilisateur de Reddit u/KeiraFaith sur la base d'un budget initial de 100 millions de dollars et d'un suivi de 400 millions de dollars de coûts annuels. Nouveaux personnages, événements, régions inédites : tout ce beau contenu qui fait la joie des joueurs coûte un bras. Puis il faut aussi inclure dans le lot l'entretien des serveurs. **Toutefois miHoYo n'est pas à plaindre : on estime son revenu brut annuel à plus de 3 milliards de dollars, de quoi largement couvrir les coûts de développement.**

(459) Genshin Impact est un véritable modèle de réussite en tant que jeu-service tant les gens s'y investissent encore continuellement. (460) **Le marché chinois, très friand de jeux mobiles est**

l'une des forces de Genshin Impact : il représente 970,3 millions de dollars, soit quasiment un tiers du chiffre d'affaires du jeu. Derrière, ce sont le Japon (23,7%) et les États-Unis (19,7%)

qui complètent le podium selon les chiffres de SensorTower rapportés en mai 2022. Cela étant dit, le jeu constitue également l'une des plus grosses réussites chinoises sur le marché occidental. (461)

■ Cette année miHoYo suit un chemin logique pour étendre le succès et le lore de sa licence : **le studio a annoncé collaborer avec le studio ufotable (Demon Slayer : Le Train de l'Infini) sur le long-terme pour un projet d'animation autour de leur jeu vidéo phare.** On y retrouve le Voyageur, le personnage qui fait office de protagoniste mais aussi Paimon, la petite fée qui accompagne le joueur. (462)

Jeux vidéo : pourquoi le modèle du « free-to-play » a encore de beaux jours devant lui

(463)

Flavie Camilotto

League of Legends, Candy Crush Saga, Fortnite, Genshin Impact... et désormais « Les Sims 4 », le célèbre jeu développé par Electronic Arts, est devenu gratuit ce 18 octobre, huit ans après sa sortie initiale. Et pour cause. Véritable stratégie commerciale, le modèle du « free-to-play » (F2P) prend de l'ampleur et constitue une aubaine pour les studios de jeux vidéo comme pour les consommateurs. Toutefois, cette méthode n'est pas sans risque. Explications.

(464)

Avec 2,7 milliards de joueurs, le marché du jeu vidéo pèse environ 300 milliards de dollars de recettes au niveau mondial, selon une étude publiée en avril 2021 par le cabinet Accenture. Un record notamment dû aux différents modèles économiques qui se développent : premium, freemium, « free-to-play » ou encore « play-to-earn ». D'ici à fin 2023, ce secteur devrait même atteindre les trois milliards de joueurs. (465)

« En 2021, alors même que nous aurions pu attendre une forme de retour à la normale, l'industrie française du jeu vidéo signe une nouvelle performance record, avec un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'euros, en progression de +1,6% (par rapport à 2020, ndlr) », précisait Julie Chalmette, présidente du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), dans une étude parue en mars 2022. (466)

Ainsi, la progression de cette industrie est fulgurante et le modèle « free-to-play » (F2P), que l'on pourrait traduire par « libre de jouer », en est l'une des principales composantes. (467) Il permet aux joueurs d'acquérir gratuitement ou à un prix infime (moins d'un euro) un jeu vidéo. S'il peut être utilisé sans dépenser un centime, de nombreuses microtransactions sont proposées afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs. (468) Une méthode qui rapporte gros, et qui risque encore de s'accélérer avec l'arrivée des NFT (jetons non fongibles qui permettent de fixer le prix de la rareté d'un bien numérique) et le Metaverse qui vise à offrir de nouveaux univers de jeu. (469)

Genshin Impact : pourquoi un tel succès pour ce jeu vidéo ? (470)

3 novembre 2022

Par Adrien Duvalloir

Genshin Impact est un jeu vidéo chinois qui connaît un succès fulgurant depuis son lancement en 2020. Il a réussi à réunir des millions de passionnés, en moins d'un mois seulement après son lancement. Pour quelles raisons petits et grands semblent-ils développer un engouement pour le divertissement ? Parlons-en. (471)

Genshin Impact : tout savoir sur le jeu vidéo (472)

Présentation du jeu vidéo (473)

Genshin Impact est un jeu vidéo de type RPG d'action mis au point par miHoYo, une société chinoise basée à Shanghai. Le produit donne l'impression d'être un jeu japonais en raison de ses personnages similaires à des animes.

Le principe de ce jeu sorti en septembre 2020 est basé sur l'exploration. Genshin Impact est disponible sur divers supports mobiles, à savoir sur ordinateur ou encore sur PS4.

Son téléchargement est gratuit. Le jeu vidéo requiert une mise à jour régulière, pour renouveler les fonctionnalités et le contenu. Le dialogue entre les personnages est disponible en plusieurs langues, notamment en anglais, en japonais ou encore en mandarin. (474)

L'histoire du jeu (475)

Genshin Impact raconte l'aventure d'un jeune garçon et de sa sœur jumelle dans un monde appelé Teyvat. Ce dernier est un continent qui impressionne pour ses créatures vivant en harmonie et son paysage pittoresque. Il est gouverné par sept Archons, à savoir Hydro, Anémo, ou encore Electro. L'histoire commence par le combat des jumeaux contre une déesse. Cette dernière parvient à capturer le jeune garçon, avant de propulser la sœur de ce dernier dans un autre univers. Cet événement marque le début de l'aventure. (476)

Les caractéristiques du jeu (477)

Genshin Impact s'adresse aux passionnés d'aventures. Il partage des traits de ressemblance avec le jeu Breath of the Wild. Son univers rappelle non seulement le paysage de ce dernier, mais également les possibilités. Nous pouvons citer la capacité des personnages à escalader des montagnes et en redescendre en planant. (478) Les adeptes d'animes japonais vont fort probablement apprécier les personnages. Tandis que les amateurs d'action s'intéressent aux styles de combats. (479)

Genshin Impact : les raisons de sa notoriété (480)

Le concept « free to play » du jeu (481)

Genshin Impact n'est pas tout à fait gratuit. Seul le téléchargement du jeu vidéo free to play l'est. Il va falloir déboursier entre un à une centaine d'euros pour se procurer les fameux « cristaux primaires ».

Ces produits vont pouvoir être convertis en pierre de la destinée permettant d'accéder à la fonction « vœu ». Ce dernier va servir à obtenir des armes rares ou à débloquent un personnage. Ce système de fonctionnement permet de catégoriser Genshin Impact comme un jeu gacha. (482)

Les évènements (483)

Le jeu vidéo intéresse aussi pour ses évènements. Ces derniers correspondent à un système de renouvellement de personnages ou à un ajout de contenus.

Par exemple, vous pouvez vous mettre dans la peau de différents personnages une fois ces derniers débloqués. Cela va permettre de tester de nouvelles expériences, essentielles pour éviter de se lasser.

Les évènements donnent lieu à des jeux secondaires. Ce sont des produits à adapter avec d'autres systèmes. (484)

L'expérience Breath of the Wild (485)

Genshin Impact doit une partie de son succès à Breath of the Wild, un jeu vidéo très apprécié. Diverses actions sont possibles, comme dans Breath of the Wild. Vous jouez dans un univers ouvert. Des énigmes doivent être résolues. Vous participez à des combats. Les joueurs apprécient ces types de possibilités !

Il peut être intéressant pour un passionné de Breath of the Wild de jouer sur Genshin Impact, en patientant la sortie de Breath of the Wild II. (486)

La fonction multiplateforme (487)

Le caractère multiplateforme du produit est son atout. Vous pouvez vous en servir sur différents supports, essentiels pour le côté pratique.

Cela donne lieu à une possibilité de jouer avec des individus sur différents supports. Il va être possible d'associer le jeu à un dispositif du type DLC PC. (488)

Le graphisme (489)

Le graphisme de Genshin Impact participe à sa popularité. Les animes sont bien représentés.

Nous sommes conscients de la notoriété de ces animes auprès du public. Les passionnés de ce type de personnage trouvent une raison d'apprécier le jeu. (490)

■ Ce n'est pas tout ! L'univers dans lequel les personnages baignent est agréable. Son bémol, des joueurs le qualifient de très simple. Une amélioration à ce niveau peut être la bienvenue. (491)

■ L'histoire (492)

■ L'histoire racontée dans le jeu motive les joueurs. Elle intéresse pour sa capacité à les transporter dans l'univers de Genshin Impact. (493)

■ Aussi, se mettre dans la peau des nouveaux personnages est intéressant. Cela ajoute de la sensation au jeu. Le joueur se met dans la peau des aventuriers partant à l'exploration. (494)

■ Certes, l'aventure est passionnante, mais elle peut l'être davantage s'il était possible de personnaliser les parcours. (495) ■ À noter que le jeu vidéo cible les débutants et les plus aguerris de jeux vidéo. (496)

■ La navigation sur mobile (497)

■ La navigation sur mobile de Genshin Impact reçoit des éloges de la part des joueurs.

À noter que le jeu de la société miHoYo est de type triple A. Cela signifie qu'il est compatible avec des supports mobiles modernes.

La navigation est optimale, essentielle pour rester motivé à jouer. (498)

Genshin Impact, le jeu aux 4 milliards de dollars de chiffre d'affaires (499)

37 millions de téléchargements en 2022.

Par Antoine Messina

Publié le 4 janvier 2023 à 15h14

Genshin Impact, le jeu vidéo mobile développé par le studio chinois miHoYo, a atteint, fin 2022, **la barre des 4 milliards de dollars de chiffre d'affaires**. Ce palier confirme la popularité du titre dans le monde entier et positionne la Chine comme **l'un des pays les plus puissants sur le marché mondial du jeu vidéo**. En 2022, Genshin Impact a été téléchargé **plus de 37 millions de fois**. (500)

Un jeu qui ne laisse pas indifférent (501)

Sensor Tower, une entreprise spécialisée dans l'économie des applications, explique dans une étude consultée par le *South China Morning Post*, que *Genshin Impact* a rencontré « **un succès à long terme dans de nombreux pays où la pratique des jeux mobiles est courante** ». (502) Le jeu tire ses revenus des micro-transactions. (503) Près des deux tiers des **revenus sont générés en dehors de la Chine**. Le Japon, les États-Unis et la Corée du Sud trônent sur le podium des pays étrangers qui dépensent le plus sur le titre de miHoYo. (504)

Genshin Impact est aussi le jeu **le plus discuté sur Twitter avec 12 571 tweets et 4 millions de retweets** à son sujet en 2022, d'après les données du cabinet de recherche Fancensus. C'est plus que le nombre de retweets combinés des trois énormes titres qui le talonne, à savoir *Final Fantasy XIV*, *Elden Ring* et *Splatoon 3*. (505)

Genshin Impact, la poule aux œufs d'or de miHoYo (506)

Lancé le 28 septembre 2020 sur l'App Store et Google Play, *Genshin Impact* a connu un succès **fulgurant**. Le jeu vidéo de type action-RPG a récolté, en l'espace de six mois, un milliard de dollars. Une performance atteinte **trois mois plus tôt que *Pokemon Go*** qui repose pourtant sur la licence la plus rentable au monde. À l'aube de son second anniversaire en septembre dernier, le chiffre d'affaires total de Genshin Impact s'élevait à **3,7 milliards de dollars**. (507)

« *Il y a de nombreuses raisons qui expliquent la popularité de Genshin Impact dans le monde* », a expliqué Yena You, une analyste de Sensor Tower, au SCMP. « *Au-delà de la simple traduction du contenu du jeu, miHoYo a fait appel à des doubleurs célèbres dans chaque région pour s'adapter aux potentiels joueurs* ». (508) Le studio développe également **du nouveau contenu de manière**

régulière avec de nouveaux personnages, moteur économique du jeu au travers d'un système d'invocations contre une devise virtuelle payante. (509)

Aujourd'hui, *Genshin Impact* s'impose comme **le troisième jeu mobile générant le plus de revenus dans le monde**, juste derrière *PUBG Mobile* et *Honor of Kings*, tous deux développés par Tencent. Il témoigne du savoir-faire des studios de développement chinois **pour produire des jeux mobiles, extrêmement rentables, y compris sur le marché international.** (510)

LA MACHINE A CASH DES JEUX VIDEO (511)

Ils s'appellent Roblox, Fortnite ou Genshin Impact. Ces jeux ont atteint des sommets de popularité et tout le monde peut s'y adonner sans déboursier un centime. À moins de pénétrer dans la foire des skins et autres contenus additionnels... (512)

Zipel peut bien se targuer d'avoir réalisé l'un des plus gros coups de l'année dans Counter Strike : Global Offensive. Ce jeune vidéaste danois, actif sur Steam, Twitch et YouTube, n'a pas remporté le Major, le plus haut niveau de compétition de ce jeu de tir multijoueur en ligne gratuit. Et il n'a a priori influé en rien sur la victoire du club français Vitality le 21 mai, devant 12 000 spectateurs réunis au sein de l'Accor Hotel Arena de Paris Bercy. Mais lui aussi a bien de quoi se réjouir. Car un mois plus tôt, il a négocié pour le compte de Luksusbums, le cofondateur de la plateforme d'échanges d'objets virtuels SkinBid.com, la deuxième plus grosse vente de l'histoire de CS: GO (comme disent les joueurs). Un collectionneur chinois lui a acheté, a-t-il annoncé à la mi-avril sur Twitter, pour... 500 000 dollars de skins! Un AK-47 Case Hardened 661 Blue Gem à 400 000 dollars avec quatre autocollants Katowice 2014 Titan Holo (un seul vaudrait 60 000 dollars selon le site spécialisé Dexerto), plus un couteau personnalisé Karambit Case Hardened Blue Gem à 100 000 dollars. Zipel est un spécialiste du commerce des armes virtuelles et, comme l'art numérique, les skins de jeux vidéo sont aujourd'hui le fruit d'une intense spéculation. Et Counter Strike n'est pas l'exception qui confirme la règle. (513)

Des jeux gratuits qui rapportent des milliards (514)

À un degré moindre, le YouTuber français Aynao (16 000 abonnés sur la plateforme) avoue, dans une vidéo, avoir dépensé plus de 1 500 euros en deux ans pour développer son personnage favori, Keqing, au sein du jeu de rôle Genshin Impact. Sachant qu'il en possède des dizaines d'autres...

(515) Et il n'est pas le seul à déboursier l'équivalent d'un loyer pour développer ses personnages. Selon Sensor Tower, un cabinet d'études sur le numérique, ce titre déjà téléchargé plus de 125 millions de fois a généré, deux ans après sa sortie en septembre 2020, plus de 3,7 milliards de dollars de revenus. Et cela alors qu'il est possible d'y jouer sans déboursier le moindre kopeck. (516)

Sauf que pour acquérir des personnages rares et puissants, et donc progresser plus rapidement et facilement dans l'aventure, cela peut coûter bonbon. Car la compagnie chinoise MiHoYo, son éditeur, monétise à tout va, usant à plein de la mécanique de la « récompense », qui participe à développer l'addiction chez les joueurs. Et c'est là toute l'ambivalence des jeux dits free to play (F2P, littéralement « gratuits à jouer »). (517) « Les joueurs ne veulent plus acheter leurs jeux »,

nous assure pourtant Celia Hodent, psychologue et autrice de *Dans le cerveau du gamer* (éd. Dunod). (518) | En effet, pourquoi déboursier 80 euros pour un titre qui pourrait déplaire, alors qu'il en existe pléthore à télécharger gratuitement sur PC, smartphones ou consoles. Ainsi, 13 des 20 jeux les plus joués dans le monde l'an dernier étaient des F2P, selon Newzoo. (519) | « En 2022, nous avons vu un nombre croissant de jeux PC et consoles passer du modèle P2P [pay to play, « payer pour jouer »] au F2P, écrit le cabinet d'études hollandais dans son dernier rapport. Cette transition a élargi l'audience des jeux et les a ouverts à de nouvelles stratégies de monétisation. » (520) | « Le jeu gratuit évite d'être déçu », assure Celia Hodent, et attire de nouveaux joueurs. (521) | Les titres qui, comme *Overwatch 2*, *Fall Guys* ou *Les Sims 4*, sont passés au F2P ont augmenté leur nombre d'utilisateurs actifs mensuels de 327 % en moyenne dès le premier mois. Et ce pour le plus grand profit des éditeurs. (522)

| Le biais de la monnaie virtuelle (523)

| Car pour tirer leur épingle de leurs jeux préférés, tous les joueurs ou presque finissent, à un moment ou à un autre, par mettre la main à la poche. Et si, selon Newzoo, seulement 17 % d'entre eux (sur PC et consoles) peuvent être considérés comme de gros dépensiers (25 euros ou plus par mois), 86 % ont acheté des objets ou des biens virtuels au sein de leurs jeux au cours des six derniers mois. (524) | Sachant qu'il est d'autant plus facile de craquer que l'acte d'achat est simple. Il suffit souvent d'un clic ou deux pour le valider et la carte bancaire est souvent enregistrée dans le jeu, le PC ou la console. (525) | Aussi, nombre de F2P disposent d'une monnaie virtuelle, telles les primo-gemmes dans *Genshin Impact*. Il est possible d'en accumuler en jouant beaucoup, ici en réalisant des quêtes ou en vendant des objets, là en convertissant de l'argent réel. Créer une monnaie ad hoc pour un jeu est le b.a.-ba d'une politique de monétisation. On le comprend aisément, il est ensuite toujours plus facile, et ce pour n'importe quel joueur, de dépenser des primo-gemmes, des pièces d'or, des V-bucks (*Fortnite*) ou des PO (*League of Legends*) plutôt que des euros ou des dollars. (526) | « On a moins l'impression de passer à la casserole », nous confie Personne, 46 ans, qui joue régulièrement à *Fortnite*, un jeu d'affrontements en ligne dit battle royal. (527) | D'après Newzoo, la monnaie virtuelle est le type d'élément le plus souvent acheté en jeu (27 %), devant les skins et autres équipements (25 %), les extensions et paquets de contenus (25 %), les bonus de puissance (24 %) et les personnages (24 %). (528)

| Les jeux F2P se distinguent ainsi les uns des autres par ce qu'ils font payer ou pas. Dans *Genshin Impact*, cela permet donc de progresser plus vite dans l'aventure. Dans d'autres comme *Grepolis*,

un jeu de stratégie en ligne sur navigateur internet, cela vous donne un avantage pour gagner face à d'autres joueurs. Mais ici aussi, tout repose sur la notion de temps : vous pouvez payer pour achever plus vite la construction de bâtiments ou d'unités, ou rendre plus fortes vos armées. On parle alors de pay to win, c'est-à-dire que dépenser vos deniers vous confère un avantage sur ceux qui ne payent pas. Vous venez de découvrir une ville parfaite à conquérir, mais vous craignez que quelqu'un s'en empare avant vous ? Que faire quand on sait que la construction d'un navire de colonisation, nécessaire à cette entreprise, peut durer huit heures ? Eh bien, acheter du temps, autrement dit payer 170 pièces d'or, la monnaie du jeu, pour faire passer la durée de constructions à zéro seconde. (529) |À l'inverse, dans Fortnite, dépenser de l'argent ne confère aucun avantage stratégique ou tactique. Le studio américain Epic Games a fait le choix de ne faire payer que l'accessoire ou l'inutile, pourrait-on dire. Ici, les revenus proviennent essentiellement de microtransactions pour acheter des tenues (costumes et peaux) ou des danses qui n'apportent aucun avantage. (530) |Ne croyez cependant pas qu'Epic Games se saigne pour son jeu phare. Les 80 millions d'utilisateurs mensuels de Fortnite représentent une manne publicitaire importante qui permet de passer des annonces dans le jeu lui-même ou lors de concerts virtuels en direct de stars. En 2020, le rappeur Travis Scott a ainsi réuni virtuellement douze millions de personnes dans le jeu et vendu pour 20 millions de dollars de skins à son effigie, entre autres. (531)

|Joueurs sous influence (532)

|On ne sait combien Epic Games a gagné avec ce concert ainsi que les autres, comme ceux de The Kid Laroi, Ariana Grande ou Aya Nakamura, mais on sait que les revenus totaux du jeu lui ont rapporté en 2020 plus de cinq milliards de dollars (4,6 milliards d'euros). (533) |Ici, l'effet de communauté joue à plein régime, avec l'apport des réseaux sociaux comme YouTube, Twitter ou Twitch.

À l'image des influenceurs, de nombreux joueurs filment leurs parties, mettant parfois plus en avant leurs personnages que leurs talents dans ces jeux. (534) |Sans parler du principe de cohérence, élaboré par le psychologue Robert Cialdini dans son livre intitulé Influence et manipulation : la psychologie de la persuasion (éd. First), qui se révèle du pain béni pour les éditeurs. Cette notion consacre notre tendance à renouveler d'autant plus des actions que l'on a déjà réalisées dans le passé, autrement dit à rechercher ce qui nous est familier. (535)

Et au sein d'une industrie assise sur un marché de 184,4 milliards de dollars et 3,2 milliards de joueurs, le F2P a encore les moyens de grignoter des parts de marché... Les jeux, cependant, ne sont pas faits. (536)

Fabrice Mateo

Annexe 2 : Tableau de codage (méthode Morin-Chartier)

1	Libération	Généraliste	19-mars-10	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
2	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
3	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
4	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
5	Libération	Généraliste	19-mars-10	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
6	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
7	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
8	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Rahim Attaba	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
9	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
10	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Rahim Attaba	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
11	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
12	Libération	Généraliste	19-mars-10	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
13	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
14	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Sébastien Flory	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
15	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
16	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
17	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Sébastien Flory	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
18	Libération	Généraliste	19-mars-10	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
19	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
20	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Margaret Alès Cowley	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
21	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
22	Libération	Généraliste	19-mars-10	Citation	Margaret Alès Cowley	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
23	Libération	Généraliste	19-mars-10	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
24	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
25	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
26	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
27	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Citation	Flavien (17 ans)	Joueurs	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
28	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
29	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Citation	Thomas Painçon	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
30	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
31	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
32	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
33	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
34	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Citation	Frédéric Frau	Professionnels de la presse	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
35	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
36	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Citation	Flavien (17 ans)	Joueurs	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
37	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Citation	Thomas Painçon	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
38	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
39	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
40	La Croix	Généraliste	05-déc-12	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
41	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
42	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
43	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
44	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
45	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
46	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
47	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
48	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
49	Le progrès (Lyon)	Généraliste	04-mars-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
50	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
51	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Citation	Office of Fair Trading	Instances	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
52	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Citation	Cavendish Elithom	Instances	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
53	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Citation	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
54	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
55	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
56	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
57	Le Monde.fr	Généraliste	13-avr-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
58	Next	Spécialisée	24-mai-13	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
59	Next	Spécialisée	24-mai-13	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Baleines/whales	0
60	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
61	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
62	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
63	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
64	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
65	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
66	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
67	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Baleines/whales	-
68	Next	Spécialisée	24-mai-13	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Baleines/whales	0

140	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Sous-titre	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
141	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
142	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
143	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Baleines/whales	-
144	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
145	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
146	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
147	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
148	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
149	Le Monde.fr	Généraliste	03-déc-17	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
150	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Oui	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	-
151	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
152	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Sous-titre	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
153	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
154	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
155	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Sous-titre	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
156	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
157	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
158	Hitek	Spécialisée	24-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
159	Hitek	Spécialisée	25-juin-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
160	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Oui	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	-
161	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
162	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
163	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
164	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Image	Daniel Ahmad	Experts/Figures académiques	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
165	Gameblog	Spécialisée	06-août-19	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
166	Le Figaro, no. 23449	Généraliste	07-janv-20	Oui	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
167	Le Figaro, no. 23450	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
168	Le Figaro, no. 23451	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
169	Le Figaro, no. 23452	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
170	Le Figaro, no. 23453	Généraliste	07-janv-20	Citation	SuperData	Instances	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
171	Le Figaro, no. 23454	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
172	Le Figaro, no. 23455	Généraliste	07-janv-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
173	Le Figaro, no. 23456	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
174	Le Figaro, no. 23457	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
175	Le Figaro, no. 23458	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
176	Le Figaro, no. 23459	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
177	Le Figaro, no. 23460	Généraliste	07-janv-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
178	Gameblog	Spécialisée	18-mars-20	Oui	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
179	Gameblog	Spécialisée	18-mars-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
180	Gameblog	Spécialisée	18-mars-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
181	Gameblog	Spécialisée	18-mars-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
182	Gameblog	Spécialisée	18-mars-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
183	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
184	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
185	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
186	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Image	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
187	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
188	Millenium	Spécialisée	28-sept-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
189	Millenium	Spécialisée	29-sept-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
190	RTL	Généraliste	04-oct-20	Oui	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
191	RTL	Généraliste	04-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
192	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
193	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
194	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
195	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
196	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
197	RTL	Généraliste	04-oct-20	Citation	Jeuxvideo.com	Professionnels de la presse	Aucun	Genshin Impact	0
198	RTL	Généraliste	04-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
199	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
200	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
201	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
202	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
203	RTL	Généraliste	04-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
204	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Oui	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
205	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
206	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
207	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Modèle "F2P" en général	-
208	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	-
209	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
210	kori.	Spécialisée	05-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0

282	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
283	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
284	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
285	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
286	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
287	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
288	Mémo (Montréal, QC)	Généraliste	16-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
289	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
290	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
291	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
292	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
293	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
294	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
295	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
296	Gamekult	Spécialisée	30-oct-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
297	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
298	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
299	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
300	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
301	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	-
302	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
303	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
304	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
305	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
306	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
307	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
308	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
309	Le Nouvelliste	Généraliste	07-nov-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ou avantages du modèle "F2P"	Genshin Impact	+
310	Le monde.fr	Généraliste	28-déc-20	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
311	Le monde.fr	Généraliste	28-déc-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
312	Le monde.fr	Généraliste	28-déc-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
313	Le monde.fr	Généraliste	28-déc-20	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	0
314	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
315	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
316	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	0
317	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	-
318	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
319	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
320	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
321	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
322	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
323	01 net - Hors-série, no. 121	Spécialisée	22-mars-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
324	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Oui	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	-
325	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
326	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
327	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
328	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
329	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
330	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Citation	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	+
331	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	+
332	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
333	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Dayma Ω"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
334	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
335	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
336	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
337	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
338	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Muteki"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
339	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
340	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
341	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
342	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Dayma Ω"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
343	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
344	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Dayma Ω"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	-
345	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	-
346	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
347	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	+
348	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Muteki"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
349	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	"Mako"	Joueurs	Autre	Modèle "F2P" en général	0
350	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
351	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Modèle "F2P" en général	0
352	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	Nicolas Robert	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Autre	Modèle "F2P" en général	0

353	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	Nicolas Robert	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Autre	Modèle "F2P" en général	0
354	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Modèle "F2P" en général	-
355	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	Nicolas Robert	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Aucun	Baléines/whales	-
356	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	Nicolas Robert	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Gacha dans Genshin Impact	Modèle "F2P" en général	-
357	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Citation	Nicolas Robert	Professionnels de l'industrie du jeu vidéo	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
358	L'inter@ute (site web)	Généraliste	19-juil-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
359	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
360	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
361	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
362	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Junde Yu	Instances	Aucun	Genshin Impact	+
363	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
364	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
365	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
366	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Lucie (illustratrice de BD)	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	+
367	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
368	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Lucie (illustratrice de BD)	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	+
369	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
370	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Cyril	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	+
371	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
372	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Genshin Impact	-
373	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
374	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Lucie (illustratrice de BD)	Joueurs	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Genshin Impact	-
375	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
376	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
377	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Cyril	Joueurs	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
378	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
379	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Lilia	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	0
380	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
381	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Léo	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	0
382	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
383	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Citation	Léo	Joueurs	Aucun	Genshin Impact	0
384	Le Monde	Généraliste	30-août-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
385	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Oui	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
386	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
387	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
388	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
389	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
390	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
391	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
392	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
393	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
394	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
395	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
396	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
397	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
398	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
399	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
400	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
401	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
402	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
403	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
404	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
405	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	0
406	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
407	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
408	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
409	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
410	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
411	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
412	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
413	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
414	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
415	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
416	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
417	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	+
418	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
419	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
420	ActuGaming	Spécialisée	28-sept-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Autre	Genshin Impact	0
421	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
422	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
423	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+

424	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
425	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
426	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
427	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
428	Journal du Geek	Spécialisée	04-oct-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
429	Le Figaro (site web)	Généraliste	23-déc-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
430	Le Figaro (site web)	Généraliste	23-déc-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
431	Le Figaro (site web)	Généraliste	23-déc-21	Sous-titre	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
432	Le Figaro (site web)	Généraliste	23-déc-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
433	Le Figaro (site web)	Généraliste	23-déc-21	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
434	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
435	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
436	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
437	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
438	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
439	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
440	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
441	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
442	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
443	Les Echos, no. 23687	Généraliste	14-avr-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
444	JV	Spécialisée	02-oct-22	Oui	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
445	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
446	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
447	JV	Spécialisée	02-oct-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
448	JV	Spécialisée	02-oct-22	Citation	JV	Professionnels de la presse	Aucun	Genshin Impact	0
449	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
450	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
451	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	+
452	JV	Spécialisée	02-oct-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
453	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
454	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
455	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
456	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
457	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
458	JV	Spécialisée	02-oct-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
459	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
460	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
461	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
462	JV	Spécialisée	02-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
463	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
464	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
465	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
466	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Citation	Julie Chalamette	Instances	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
467	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
468	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Présentation du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
469	La Tribune (France), no. 7494	Généraliste	26-oct-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
470	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
471	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
472	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
473	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
474	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
475	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
476	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
477	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
478	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
479	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
480	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
481	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
482	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Gacha dans Genshin Impact	Genshin Impact	-
483	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
484	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
485	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	0
486	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Comparaisons(s) avec "The Legend of Zelda: Breath of the Wild"	Genshin Impact	+
487	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
488	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
489	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
490	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
491	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
492	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
493	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
494	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+

495	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
496	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
497	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
498	News of Marseille	Généraliste	03-nov-22	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
499	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
500	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
501	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
502	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Citation	Sensor Tower	Instances	Aucun	Genshin Impact	+
503	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	0
504	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
505	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
506	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
507	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
508	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Citation	Yena You (Sensor Tower)	Instances	Aucun	Genshin Impact	+
509	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
510	Siècle Digital	Spécialisée	04-janv-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	+
511	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Oui	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
512	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
513	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
514	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Sous-titre	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
515	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
516	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
517	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Genshin Impact	-
518	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Citation	Celia Hodent	Experts/Figures académiques	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
519	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
520	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Citation	Newzoo	Instances	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
521	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Citation	Celia Hodent	Experts/Figures académiques	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
522	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	+
523	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Sous-titre	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
524	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	0
525	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
526	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
527	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Citation	"Personne"	Joueurs	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
528	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
529	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) défavorables et/ou désavantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	-
530	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Argument(s) favorables et/ ou avantages du modèle "F2P"	Modèle "F2P" en général	+
531	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
532	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Sous-titre	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	-
533	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
534	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
535	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0
536	01 net, no. 999	Généraliste	07-juin-23	Reste du contenu	Aucun	Aucun	Aucun	Modèle "F2P" en général	0

Annexe 3 : Justifications écrites du codage de chaque unité d'information pour l'analyse de notre corpus via la méthode Morin-Chartier

1	Le « gratuit » se la joue « payant ». Ce titre incitatif n'est ni positif ni négatif envers les jeux <i>free-to-play</i> . De plus, comme le veut la méthode Morin-Chartier, on code ce titre en neutre, car il est assez évasif, on n'apprend son propos que plus tard dans le texte.
2	Un modèle « viable » est connoté plutôt positivement.
3	Présentation du jeu « Kart Rider », présentation plutôt positive, le jeu est décrit comme ayant une « 3D plutôt léchée ».
4	Ici, il peut y avoir une hésitation entre le neutre et le positif. Neutre, car le journaliste à l'origine de l'article présente le modèle, ce qui relève plutôt du factuel, mais positif, car il le présente comme un modèle économique « surprenant et d'une simplicité déconcertante ». De plus, il le décrit globalement comme un modèle dans lequel on ne paye que si on le souhaite. Ce qui donne une image plutôt positive du modèle.
5	En examinant les unités d'information précédentes et suivantes, bien que le sous-titre soit succinct – simplement le mot « Eldorado » – on peut déduire qu'il fait référence au modèle économique qui nous intéresse. Le codage est délicat dans ce cas, car le concept d'Eldorado est souvent associé à quelque chose de difficilement accessible. Néanmoins, en raison de sa connotation généralement positive, on peut supposer qu'il sera bien perçu par les lecteurs. Par conséquent, nous classerons cette unité comme positive.
6	Cette unité d'information est plutôt neutre. Le journaliste souligne que le modèle peut paraître « fragile », mais il ne l'affirme pas explicitement. De plus, il mentionne que le modèle fonctionne « très bien », mais seulement sous certaines conditions, notamment en ayant « un bon jeu ». En résumé, cette unité d'information demeure neutre, car le journaliste se contente d'exposer le fonctionnement du modèle et les conditions requises pour son efficacité, sans exprimer de jugement définitif.
7	Cette unité d'information revêt une tonalité plutôt négative. Le journaliste expose que Goa s'est aventurée dans les jeux <i>free-to-play</i> , mais sans rencontrer le succès escompté, ce qu'elle a appris « à ses dépens ». De plus, l'article souligne que le monde du <i>free-to-play</i> est présenté comme un « nouvel eldorado », mais où la concurrence est féroce, avec une multitude de productions, rendant difficile la réussite d'un titre. Bien que le ton général puisse sembler neutre, la manière dont le journaliste aborde le problème de la

	concurrence dans l'industrie du <i>free-to-play</i> est plutôt pessimiste. Il ne dépeint pas cet univers comme un lieu où les studios rivalisent pour créer des jeux de qualité, mais plutôt comme un environnement difficile où il est ardu de percer. Dans l'ensemble, le ton de cette unité d'information tend vers le négatif.
8	Cette unité d'information est plutôt neutre. Bien que ce soit Rahim Attaba, le responsable marketing de chez Goa, qui s'exprime, ses propos demeurent nuancés, sans glorifier le modèle. Il explique simplement que si un jeu est bon, les gens vont se passer le mot et vice versa.
9	Cette unité d'information est positive à propos des jeux « <i>free-to-play</i> », car elle décrit « Pangya », un jeu de Goa, comme un « excellent jeu de golf ». Cette affirmation est positive, car elle suggère qu'il existe des jeux gratuits de qualité.
10	Dans cette unité d'information de « Citation », Rahim Attaba, le responsable marketing de chez Goa, adopte un ton beaucoup moins neutre. Il met en avant le fait que <i>Pangya</i> soit un jeu qui a déjà fait ses preuves en Asie et qu'il est très adapté au modèle <i>free-to-play</i> , soulignant que son « ARPU est vraiment bon ». Bien que l'on puisse initialement hésiter à qualifier cette unité d'information de neutre, la position de Rahim Attaba peut faire penser qu'elle ne l'est pas. Il semble qu'il choisisse délibérément de présenter uniquement les aspects positifs de <i>Pangya</i> , et par extension des jeux <i>free-to-play</i> .
11	Dans cette unité d'information, l'auteur exprime un point de vue positif envers <i>Pangya</i> , et par extension, envers les jeux gratuits en général. L'auteur explique qu'après des heures de jeu, l'achat d'une « salopette », un accessoire cosmétique, semble plutôt justifié lorsque l'on considère que « l'on n'a rien payé jusqu'ici ». En présentant les choses de cette manière, le journaliste semble suggérer qu'il est normal de dépenser de l'argent, même dans un modèle économique gratuit, en échange du temps de jeu offert par le titre. Ces propos relativisent ainsi le concept d'achats intégrés, parfois très décrié.
12	Ce « Sous-titre » est neutre, il annonce une « surprise », mais on ne sait pas s'il s'agit d'une bonne ou d'une mauvaise.
13	Dans cette unité d'information, le journaliste présente Boost et sa production <i>Urban Rivals</i> factuellement. Il n'y a pas de connotation négative ou positive.
14	Cette unité d'information est plutôt négative. Sébastien Flory, le dirigeant et le directeur technique de Boost, explique que la société « galérait sur mobile » (avec <i>Urban Rivals</i>)

	<p>et qu'elle ne croyait « que moyennement au succès de la version web ». Ces propos suggèrent que le marché du <i>free-to-play</i> n'est pas nécessairement l'eldorado dont l'auteur de l'article a parlé précédemment. Au contraire, cela souligne les défis et les difficultés rencontrés dans ce domaine, illustrant ainsi un environnement concurrentiel et exigeant.</p>
15	<p>Cette unité d'information souligne la pression exercée sur les joueurs pour dépenser de l'argent dans le jeu, en mettant en avant le fait que de nouvelles cartes apparaissent régulièrement et que le moyen le plus simple de les acquérir est de payer. Cela met en lumière une dynamique dans laquelle les joueurs sont incités à dépenser de l'argent pour progresser ou obtenir des avantages dans le jeu. Le ton est plutôt négatif, mettant en évidence les aspects coercitifs ou incitatifs des microtransactions dans les jeux <i>free-to-play</i>.</p>
16	<p>Cette unité d'information, qui met en avant le succès du jeu <i>Urban Rivals</i> en ligne, est positive pour les jeux <i>free-to-play</i>. Sachant que la neutralité journalistique est un idéal plutôt qu'une réalité absolue, le journaliste a délibérément choisi des statistiques favorables, telles que le nombre considérable de joueurs (8,5 millions) et le volume impressionnant de parties jouées (800 millions). Ces données renforcent l'image positive du jeu et, par extension, du modèle <i>free-to-play</i>, suggérant qu'il peut conduire à des jeux à succès.</p>
17	<p>Cette unité d'information est très positive pour l'image des jeux <i>free-to-play</i>. Sébastien Flory, dirigeant et directeur technique de Boost, exprime une satisfaction quant à l'engagement des joueurs envers leur produit. Il souligne que la qualité du jeu et l'écoute des retours des joueurs sont des facteurs clés de leur succès, ce qui renforce une perception positive des jeux <i>free-to-play</i>. De plus, il insiste sur le fait que les joueurs ne sont pas contraints d'acheter. Globalement, cette unité d'information présente un modèle de jeu <i>free-to-play</i> qui semble bénéfique et respectueux envers les joueurs.</p>
18	<p>Cette unité est neutre, elle annonce une « viralité » dans le cadre des jeux <i>free-to-play</i>, mais on ne sait pas si c'est une viralité positive ou négative à ce stade.</p>
19	<p>Cette unité d'information semble initialement neutre, car le journaliste présente simplement la société Motion Twin et ses jeux, sans exprimer de jugement de valeur clair. Cependant, vers la fin de l'unité, lorsque le journaliste insiste sur le succès du modèle économique de Motion Twin, en mettant en lumière le nombre croissant de</p>

	joueurs inscrits et le chiffre d'affaires impressionnant de la société, une tonalité positive se dégage.
20	Cette unité d'information est positive pour l'image des jeux <i>free-to-play</i> . La responsable de communication de Motion Twin met en avant le fait que la société choisit de rester indépendante et de ne pas adopter une approche purement capitaliste. Elle souligne également que Motion Twin a la liberté de créer des jeux selon leurs propres préférences, plutôt que de suivre une logique industrielle prédominante.
21	Cette unité d'information est positive pour l'image des jeux <i>free-to-play</i> . Elle présente la société et ses productions comme ayant le potentiel de réussir sur Facebook, une plateforme vidéoludique autrefois populaire pour les jeux gratuits. Cela renforce l'idée qu'une société peut connaître du succès en se lançant dans l'univers du <i>free-to-play</i> .
22	Cette unité d'information est plutôt positive pour l'image des jeux <i>free-to-play</i> . Motion Twin exprime une réticence à abandonner son modèle actuel au profit d'une économie basée sur la publicité, ce qui suggère une approche plus modérée en termes de monétisation pour les <i>jeux free-to-play</i> .
23	Cette unité d'information est plutôt positive. Le journaliste apprécie la philosophie affichée par Motion Twin, la considérant comme logique et reposante. Cette perspective laisse entendre que d'autres sociétés pourraient également adopter des valeurs similaires dans l'univers du <i>free-to-play</i> .
24	Idée que les <i>free-to-play</i> ont l'air gratuits, mais ne le sont pas, ils ne sont pas ce qu'ils laissent paraître. Cette unité est donc plutôt négative.
25	Unité plutôt informative, qui donne l'idée que les « F2P » sont populaires.
26	Neutre, nous situe juste comment Flavien a connu le jeu « <i>LoL</i> »
27	Cette unité est positive, Flavien explique qu'il a commencé à jouer à « <i>LoL</i> » parce que le jeu était gratuit et sans abonnement. Positif, il n'aurait probablement pas joué si « <i>LoL</i> » n'avait pas un modèle économique « F2P ».
28	Cette unité est neutre, elle nous précise le nombre de joueurs de « <i>LoL</i> » et le temps de jeu quotidien de Flavien, soit 4 heures par jour.
29	Cette unité est positive. Le directeur marketing d'Ubisoft à l'époque considère que le modèle « F2P » est en phase avec la culture de la gratuité que les adolescents ont

	acquise, selon lui, sur Internet. Il affirme que, pour eux, devoir payer un jeu constitue presque une aberration, sous-entendant que ne pas payer est donc la « norme ».
30	Cette unité est neutre, elle informe des projets « F2P » futurs d'Ubisoft.
31	Cette unité est positive, le modèle est décrit comme en « plein essor ».
32	Cette unité est positive pour le modèle, considérant que celui-ci « permet aux éditeurs de faire rayonner leurs marques dans le monde, de toucher un public plus large, et d'attirer ces jeunes joueurs de plus en plus versatiles ».
33	Cette unité est négative pour le modèle <i>free-to-play</i> , puisque dans celui-ci tout « n'est pas gratuit » et que les éditeurs poussent « à la consommation sans en avoir l'air ».
34	Cette UI est négative pour le modèle, puisque le rédacteur en chef de <i>Jeuxvideos.com</i> affirme que si seulement « 20 % des joueurs dépensent de l'argent, des études montrent que ceux-ci cumulent les micropaiements et déboursent au final plus que s'ils avaient acheté un jeu-boîte ». Ce qui n'est pas positif.
35	Cette unité est neutre, car elle mentionne la possibilité d'acheter des cartes prépayées pour payer dans ce type de jeux, sans que l'auteur n'ajoute de connotation positive ou négative à ce fait. Cependant, on pourrait envisager qu'il souligne la facilité de paiement, ce qui pourrait potentiellement augmenter le risque de comportements compulsifs associés à ces jeux.
36	Cette unité d'information est négative pour le modèle <i>free-to-play</i> . L'auteur suggère une normalisation des dépenses élevées dans ces jeux en illustrant que Flavien, un joueur, considère 80 euros comme une somme « raisonnable », tandis que d'autres dépensent jusqu'à 300 euros, ce qui est souligné par un point d'exclamation.
37	Cette unité est positive pour le modèle, car elle montre que dans certains jeux, payer ne confère aucun avantage « décisif ».
38	Cette unité est neutre, l'auteur annonce qu'il va communiquer l'avis de sa rédaction sur le modèle.
39	Cette unité est plutôt négative, elle souligne la liberté initiale offerte par les jeux <i>free-to-play</i> , mais met en garde contre la forte tentation pour les adolescents de dépenser de l'argent réel.

40	Cette unité est négative, car l'auteur souligne que ce type de jeux en général ne respecte pas les normes PEGI, ce qui soulève des préoccupations quant à leur adaptation pour les jeunes joueurs et aux risques de « mauvaises rencontres » qu'ils peuvent entraîner.
41	Neutre, c'est un titre simplement informatif.
42	Cette unité est positive pour le modèle, puisqu'elle décrit les jeux utilisant celui-ci comme des « jeux commerciaux et complets ».
43	Cette unité est neutre. Car, bien que le terme « concurrentiel » puisse être négatif ou positif, la tonalité générale de l'unité est informative.
44	Cette unité est positive, selon l'auteur, les jeux « F2P » ressemblent aux jeux classiques ou en tout cas « presque ».
45	Cette unité est plutôt négative, l'auteur avance que pour les joueurs payants et non payants, l'expérience n'est pas la même.
46	Cette unité est positive, elle souligne qu'on peut jouer à presque tout un jeu sans payer.
47	Cette unité est négative, on pourrait hésiter avec un codage neutre avec l'utilisation du mot « anecdotique », mais cette unité met en scène plusieurs exemples négatifs.
48	Cette unité est plutôt positive, elle met en avant le fait que les joueurs possèdent avec ce modèle un pouvoir de réflexion sur leurs dépenses.
49	Cette unité est positive, elle met en avant le fait que les joueurs peuvent tester avant d'acheter dans le cadre du modèle <i>free-to-play</i> .
50	Ce titre est neutre.
51	Cette unité est plutôt négative, elle donne un exemple très négatif d'un enfant qui a dépensé 1900 euros dans un jeu « F2P ».
52	Cette unité est plutôt négative, en effet l'intervenant de cette citation affirme que l'industrie du « F2P doit montrer qu'elle respecte les régulations », ce qui sous-entend que ce n'est peut-être pas le cas.
53	Cette unité pourrait être codée à la fois de manière neutre et négative, car les « ... » laissent sous-entendre que le jeu n'est pas gratuit. Comme nous sommes dans le cas d'une hésitation, et conformément à notre méthodologie, nous coderons cette unité comme neutre.

54	Cette unité est neutre, elle parle d'une expansion du modèle, mais ne dit pas si le modèle est positif ou négatif de quelques manières.
55	Cette unité est plutôt neutre, elle dit que le modèle a du succès, mais son ton reste relativement informatif.
56	Cette unité est neutre, on donne juste de renseignements sur ce type de productions.
57	Cette unité est plutôt informative et neutre, elle indique que le modèle suscite de l'intérêt auprès des éditeurs.
58	Ce titre est neutre, il affirme que seulement 1% des joueurs payent dans le cadre des jeux « F2P ». On ne sait pas si c'est une bonne ou une mauvaise chose.
59	Cette unité est neutre, on ne désigne pas directement les jeux « F2P », mais le terme baleine s'y réfère tout de même. Je me base sur ces deux règles : Si l'on se retrouve face à un titre ambigu qui ne mentionne pas directement notre sujet (comme dans le cas de titres incitatifs), on codera ce titre, si l'objet de recherche est abordé dans les deux premiers paragraphes de l'article. Il sera néanmoins obligatoirement codé « neutre ». Même démarche lorsqu'une entreprise, par exemple, est désignée par ses filiales, si les deux premiers paragraphes abordent clairement cette entreprise, l'unité sera codée en « neutre ».
60	Cette unité est globalement neutre, l'auteur y explique que les <i>free-to-play</i> sont de plus en plus nombreux et présente brièvement le modèle.
61	Cette unité est neutre, elle informe qu'une étude a été menée, et l'objet de cette étude.
62	Neutre, cette unité d'information communique simplement les résultats de l'étude. On pourrait néanmoins être tenté de dire que l'unité est positive puisqu'elle donne comme indication qu'une très faible partie des joueurs « F2P » mettent la main au portefeuille.
63	Cette unité est neutre, elle représente toujours une simple communication des résultats de l'étude menée par Playnomics. On pourrait également hésiter avec un codage positif, car comme l'unité précédente, cette unité d'information évoque le fait que très peu de joueurs « F2P » dépensent réellement.
64	Cette unité est une simple communication des résultats de l'étude de Playnomics, même si on pourrait être tenté de considérer l'UI comme positive comme les statistiques sont

	favorables à la thèse de jeux « F2P » dans lesquels les joueurs ne dépensent pas tant que ça.
65	On pourrait coder cette unité de manière neutre comme les précédentes, puisqu'elle communique également simplement les résultats de l'étude de Playnomics. Cependant, le fait que le journaliste compare la somme de 7400 dollars dépensée par le joueur dont il est question à « une somme suffisante pour acheter une console accompagnée de 100 jeux » ainsi qu'à « à un peu moins de 2500 \$ par mois, soit un peu plus d'un SMIC et demi », cela démontre une volonté de l'auteur de montrer le côté déraisonnable des dépenses de ce joueur, et ainsi plus globalement des risques de dépenser autant pour tous les joueurs de jeux « F2P ».
66	Bien qu'il s'agisse seulement de la communication de la suite des résultats de l'étude de Playnomics, le journaliste insiste toutefois assez lourdement sur le fait qu'« il reste question, pour le moins généreux, d'une somme de 692,80 dollars sur un trimestre ». En impliquant que le « moins généreux » des joueurs de type « baleines » investit une somme qui reste élevée, on peut tout de même imaginer que le journaliste qui a écrit l'article souhaitait dénoncer le fait que les jeux « F2P » peuvent se montrer dangereux, en tout cas pour les joueurs « baleines ».
67	Le terme « whale » ou « baleine » est plutôt négativement connoté, et le journaliste insiste sur la nécessité pour les éditeurs de « prendre soin de ces baleines ». Comme le sous-titre de l'article le mentionne, c'est la « chasse » à la baleine. Il y a donc une notion de prédation de la part des éditeurs sur ce type de joueurs dans l'univers des jeux F2P.
68	Communication des statistiques, sans ajout particulier.
69	Le journaliste évoque l'idée que les « whales » qui « hantent les boutiques d'applications ne sont pas en voie de disparition ». C'est l'énonciation d'un fait. Néanmoins, on pourrait aussi coder cette UI négativement, car les termes « whales » et « hantent » sont plutôt négatifs.
70	Ce titre est interrogatif, il pose une question sans porter un jugement
71	Cette UI décrit ce qu'est le modèle freemium sans entrer dans un jugement de valeur.
72	Décrit le modèle sans ajouts particuliers de sens.
73	Dire que le modèle est lucratif constitue un point plutôt positif pour le modèle.

74	Même si le terme baleine n'est pas très positif, voire péjoratif, en disant simplement que ce sont des joueurs généreux, on reste dès lors dans le domaine du factuel.
75	Informe sur les revenus de ce type de productions.
76	Il émet une idée, mais il ne dit pas si celle-ci est bonne ou non. On pourrait toutefois argumenter que le fait que les joueurs « payeurs » qui « payent pour tous » pourrait être reçu d'une manière négative.
77	Communication de chiffres, sans enthousiasme particulier.
78	L'UI est plutôt négative, montrant que le modèle F2P est un modèle qui n'est pas facilement rentable.
79	Plutôt négatif, montre que le modèle fonctionne (éventuellement) uniquement pour les jeux populaires.
80	Cette UI est plutôt négative, elle insiste sur les échecs commerciaux et la concurrence dans l'univers des F2P.
81	L'expression « darwinisme économique » est très négative.
82	Cette UI avance l'idée plutôt positive que les créateurs de jeux F2P ne proposent que les « meilleurs » titres aux joueurs.
83	Cette UI est positive, les jeux F2P représentent un modèle économique qui remplacerait, à l'avenir, les jeux payants et leurs DLC.
84	Un titre interrogatif qui s'interroge sur le fait que les jeux F2P pourraient bientôt arriver sur console. Il n'y a donc pas ici d'orientation particulière, ce titre est purement interrogatif.
85	Dans cette UI, les jeux F2P ne sont pas directement cités, mais désignés plus globalement comme jeux mobiles. Ils seraient, selon cette UI, « moins passionnants » que les jeux PC et console (sous-entendu les jeux avec un modèle économique classique).
86	Plutôt négatif, le modèle ne serait pas encore assez développé (bon ?) pour envisager un futur sur les consoles Sony.
87	Titre assez vague, plutôt neutre.
88	Le terme "douiller" est plutôt négatif. On présente le modèle uniquement ainsi.

89	On peut penser qu'en utilisant l'expression « poule aux œufs d'or » couplé au fait que l'auteur de l'article prétend que les jeux <i>free-to-play</i> soient imaginés par les « plus gros développeurs » et s'appuient sur les "meilleures licences" est plutôt positif.
90	Le terme « saturé » à davantage une connotation négative dans ce contexte. De plus, comme on s'intéresse dans le cadre de ce mémoire à la presse francophone, on peut dire que c'est encore plus négatif, puisqu'il n'existerait apparemment pas encore de jeux francophones « F2P » assez important.
91	Présentations du jeu et de ses caractéristiques les plus factuelles. C'est assez neutre.
92	Ici l'UI est plutôt positive, même si l'auteur décrit le jeu comme un jeu de construction « des plus classiques », elle précise également que celui-ci est « égayé par un univers graphique effectivement proche des BD » et qu'il est également « proche dans la manière et dans l'esprit » des BD D' <i>Astérix</i> . On peut penser que le fait que le jeu soit fidèle à son matériel source est dès lors plutôt une bonne chose.
93	L'UI est assez neutre, elle dit qu'il y a une chasse à la baleine, mais sans en dire davantage sur le bienfondé ou non de la pratique. De plus, le lecteur ne sait pas encore vraiment à ce moment ce qu'est une baleine.
94	« Une qualité qui aura demandé trois ans de développement ». L'article reconnaît que le jeu F2P <i>Astérix & ses amis</i> est un jeu qualitatif, c'est donc une UI plutôt positive.
95	Bien qu'en définissant le terme « baleine », l'auteur de l'article précise qu'il s'agit de joueurs prêts à dépenser des milliers d'euros, il ne dit pas s'il s'agit d'une bonne ou d'une mauvaise chose. C'est donc plutôt neutre.
96	Présenté le modèle F2P comme un modèle « basé entièrement sur l'addiction » et « l'addition de tâches a priori infinies » n'est pas quelque chose de positif pour l'image du modèle. Cette UI est donc négative
97	C'est plutôt négatif, puisque le modèle est décrit comme un modèle qui ne fonctionne pas réellement, il ne fonctionne que pour les meilleurs jeux.
98	Forcément, comme il s'agit de leur produit, les représentants de Sproing et Bandai Namco présentent ici le jeu <i>Astérix & ses amis</i> comme un jeu qui sert d'exemple, avec une bonne balance au niveau de son gameplay et un bon univers.
99	Le jeu <i>free-to-play Astérix & ses amis</i> a du succès, c'est plutôt positif.

100	Positif, le modèle <i>free-to-play</i> est rentable.
101	Positif : « l'engouement pour les jeux multijoueurs en ligne donne un véritable essor aux titres gratuits ». Le modèle est populaire.
102	Positif, le gratuit est une carte « gagnante ».
103	Neutre, le <i>free-to-play</i> est en concurrence avec les jeux traditionnels, surtout chez les joueurs qui jouent sur mobiles.
104	Négatif. Le modèle est présenté comme « fondé sur l'addiction des joueurs ».
105	Neutre, présentation du modèle.
106	Positif, le modèle « coupe court » au piratage.
107	Dans cette UI, Stéphane Vallet, directeur de la communication Europe de Wargaming, prétend que seulement une minorité de joueurs dépensent des centaines d'euros dans les jeux proposés par Wargaming. En tant que directeur de la communication, il essaye probablement dans cette citation de donner une belle image du modèle. Cette UI est donc positive.
108	Négatif. L'emploi d'un « pourtant » dans cette UI est assez lourd de sens, puisqu'il montre des réserves face à l'UI précédente. De plus, cette UI insiste sur les prix assez élevés de certains packs vendus sur <i>Candy Crush</i> .
109	L'idée majeure de cette UI est que certains studios connaissent un succès fulgurant avec le modèle F2P, on peut donc dire que cela donne une bonne image du modèle : une image positive.
110	Affirmation que le « segment du <i>free-to-play</i> croît de 7 %, pour atteindre 19 milliards de dollars dans le monde ». Cette affirmation est plutôt positive pour le modèle, cela prouve qu'il a du succès et qu'il peut rapporter gros.
111	Les termes « <i>pay to win</i> » et « <i>pay to accelerate</i> » sont généralement connotés négativement. En l'absence d'autres propos entourant ces termes, on peut les considérer comme négatifs.
112	Cette UI se contente de décrire les trois différentes sortes d' <i>in-app purchases</i> . C'est une UI explicative, neutre dans son propos.
113	En tant qu'UI à vocation plutôt commerciale, puisqu'il s'agit d'une citation du country manager de France de Riot Games, celle-ci présente effectivement le modèle

	positivement, puisque les améliorations acquises via des microtransactions seraient purement cosmétiques.
114	Cette unité d'information est plutôt positive pour le modèle, puisque le journaliste décrit le modèle de monétisation de certains jeux <i>free-to-play</i> comme éthique.
115	L'unité d'information est plutôt négative pour le modèle freemium, car elle met en lumière la pratique du « <i>pay-to-win</i> », qui est généralement considérée comme très négative.
116	Bien que l'auteur de l'article explique de manière assez neutre la pratique du « <i>pay-to-accelerate</i> », il utilise tout de même le mot « inciter » (à payer) pour décrire la pratique. De plus, l'auteur explique que si au début les joueurs qui se cantonnent à la gratuité peuvent vite avancer, ils finiront forcément bloqués un moment dans leur progression, contrairement aux joueurs payants. On a donc l'image d'un modèle qui presse, tout de même, ses joueurs à la dépense.
117	Dans une démarche probablement commerciale, Stéphane Vallet (Wargaming) met en avant des chiffres plutôt positifs concernant le jeu <i>World of Tanks</i> , affirmant que 90 % du contenu reste gratuit.
118	Ce sous-titre semble plutôt peu flatteur envers le modèle, puisqu'il le décrit comme un modèle « instable ».
119	Cette unité d'information semble plutôt négative envers le modèle, puisqu'elle met en évidence deux de ses problèmes : le manque de stabilité financière et la dépendance à l'implication continue des joueurs pour générer des revenus.
120	Cette unité d'information est positive. Elle met en lumière l'importance pour les entreprises opérant dans le domaine du <i>free-to-play</i> d'offrir un service client de qualité aux joueurs et de maintenir un contact régulier avec eux.
121	Cette unité d'information semble neutre. Elle met en avant la stratégie des éditeurs de jeux comme King avec <i>Candy Crush Saga</i> , qui organisent des événements en jeu pour maintenir l'intérêt des joueurs. Cependant, elle pourrait être perçue positivement comme un engagement fort envers la communauté ou négativement comme une tentative agressive d'attirer de nouveaux joueurs en incitant les joueurs existants à envoyer des invitations à leurs amis. L'auteur ne prend pas clairement position, donc nous la considérons comme neutre.

122	<p>Cette unité d'information est extrêmement positive et commerciale, car elle présente Riot Games comme une entreprise qui interagit constamment avec sa communauté, dans le but de se positionner, selon Rambourg, comme « l'entreprise au monde qui se focalise le plus sur la satisfaction des joueurs ».</p>
123	<p>Cette unité présente simplement une initiative de Niantic, éditeur de <i>Pokémon Go</i>, consistant à organiser des événements en « <i>open street</i> » pour encourager les joueurs américains à créer des fêtes de quartier sponsorisées. Elle ne porte pas de jugement de valeur, restant neutre.</p>
124	<p>Le modèle est décrit comme cherchant à « générer des achats d'impulsion ». Généralement, bien que l'unité semble neutre, ces achats sont souvent perçus négativement en raison de leur association avec la manipulation des clients/joueurs. L'auteur a délibérément choisi ce terme précis au lieu de simplement parler de « susciter des achats ».</p>
125	<p>Cette UI souligne la pression exercée sur les joueurs pour les pousser à des achats impulsifs, notamment à travers des offres à durée limitée, ce qui peut les inciter à agir rapidement et peut être de manière irréfléchie. Bien que l'unité puisse sembler neutre à première vue, l'idée d'une incitation à l'achat impulsif est souvent perçue de manière négative. Le fait que l'auteur ait jugé nécessaire de consacrer un paragraphe assez long à cette question suggère une certaine préoccupation à cet égard.</p>
126	<p>Cette unité semble positive à première vue, car elle évoque les récompenses accordées aux joueurs pour leur assiduité. Cependant, l'auteur souligne entre parenthèses que ces récompenses sont données dans un but commercial, ce qui introduit une nuance négative.</p>
127	<p>Cette unité est plutôt neutre, car elle pourrait être interprétée de manière positive, mettant en avant la sortie régulière de contenu, mais aussi de manière négative, suggérant une certaine pression exercée dans le cadre du modèle <i>free-to-play</i>. Comme il y a une certaine hésitation dans l'interprétation, nous la coderons comme neutre, comme le veut notre méthode de travail.</p>
128	<p>Cette unité est globalement positive, mettant en avant la sortie continue de nouveau contenu dans le cadre du modèle « freemium », ce qui est bénéfique pour les joueurs. De plus, elle souligne la réactivité des studios à écouter les commentaires des joueurs et à corriger les erreurs passées.</p>

129	Cette unité est plutôt positive, elle présente les studios impliqués dans la création de jeux <i>free-to-play</i> comme particulièrement à l'écoute de leurs joueurs, récompensant les plus assidus en les intégrant aux processus de création.
130	Cette unité est plutôt neutre, elle indique que le studio Riot Games affirme éviter « toute forme de marketing agressif », mais l'auteur ne donne pas d'autre nuance à cette affirmation, il la rapporte simplement.
131	Cette unité d'information est plutôt positive pour le modèle <i>free-to-play</i> , puisqu'elle met en lumière un studio impliqué dans celui-ci et qui utilise activement le feedback de la communauté dans leur processus de développement. On aurait donc un studio à l'écoute et qui cherche à améliorer son contenu en prenant en compte les retours des joueurs.
132	Cette unité d'information est plutôt positive, car elle présente le « freemium » comme innovant et capable de transformer ses faiblesses en opportunités de profit.
133	Cette unité est neutre, elle annonce simplement que la suite de l'article concerne les chiffres liés au secteur <i>free-to-play</i> .
134	Cette unité d'information présente une série de chiffres et de statistiques liés au secteur <i>free-to-play</i> . Bien que certaines soient très positives pour le secteur, elles sont globalement informatives. Nous choisirons de les coder de manière neutre.
135	Ce titre est neutre, il indique au lecteur qu'il sera question dans cet article de faire le tour des modèles économiques dans l'industrie du jeu vidéo, mais sans porter de jugement envers ces différents modèles.
136	Ce chapô annonce que de nos jours, il existe de nombreux modèles qui diffèrent du modèle de l'achat unitaire qui était en vigueur dans le monde vidéoludique, mais il ne donne pas de nuances à cette information. Il ne précise en rien si c'est une bonne ou une mauvaise chose.
137	C'est UI est relativement neutre, l'auteur de l'article explique que ces nouveaux modèles sont souvent couronnés de succès, mais qu'il arrive aussi qu'ils fassent polémiques. Le discours n'est donc ni blanc ni noir, mais plus nuancé.
138	Cette UI est neutre « Le freemium ». L'auteur n'y accorde aucune nuance, et cette UI sert uniquement à séparer le texte.
139	Cette UI présente le modèle <i>freemium</i> de manière plutôt neutre.

140	Sous-titre très court « Le free-to-play (F2P) », il annonce simplement le sujet qui suit.
141	Bien que cette UI serve à décrire le modèle <i>free-to-play</i> , elle possède une dimension plus positive que l'UI décrivant le modèle <i>freemium</i> dans cet article. L'auteur décrit le modèle comme « devenu incontournable » et le considère plus avantageux pour les joueurs puisqu'il insiste sur le fait que ceux-ci peuvent profiter davantage de leurs jeux que dans le modèle <i>freemium</i> : « le jeu free-to-play (ou F2P) ne restreint pas l'expérience du joueur, qui peut profiter (quasiment) à volonté du jeu téléchargé ».
142	L'auteur décrit les différents moyens de monétisation utilisés par les jeux <i>free-to-play</i> , et bien qu'il décrive le <i>pay-to-win</i> comme « particulièrement critiqué des joueurs », il apporte simplement cette information sans la nuancer. D'autant qu'il s'agit d'un fait plutôt connu.
143	Cette UI pourrait sembler neutre, puisque l'auteur présente le concept de <i>loot boxes</i> de manière plutôt informative, mais les fait d'associer celle-ci au « <i>whales</i> » donne une image plutôt négative des jeux <i>free-to-play</i> , qui peuvent pousser, via les <i>loot boxes</i> par exemple, certains joueurs à dépenser de grosses sommes.
144	Cette UI est un sous-titre informatif qui annonce le prochain point d'attention de l'article, soit le concept de <i>game as a service</i> .
145	L'auteur explique le concept de <i>game as a service</i> sans y apporter de nuance positive ou négative.
146	Cette UI est neutre, l'auteur explique la critique adressée au jeu <i>Star Wars</i> , mais n'y apporte aucune nuance.
147	UI purement informative, l'auteur explique en quoi l'existence du <i>game as a service</i> engendre « une modification du statut juridique du jeu vidéo ».
148	L'auteur présente les trois objectifs des éditeurs quand ils recourent au <i>game as a service</i> au sein de leurs jeux.
149	L'auteur explique le changement opéré dans l'industrie du jeu vidéo sans préciser si celui-ci est positif ou négatif.
150	Le terme « clone » ici semble plutôt négatif, comme un autre terme pour signifier « plagiat ».

151	Cette UI est neutre, elle informe que le « studio MiHoYo a présenté une demi-heure de gameplay de Genshin Impact" et que, suite à cette présentation, le jeu pourrait sûrement plaire aux fans du jeu <i>Breath of The Wild</i> .
152	<i>Genshin Impact</i> aurait des « des graphismes, du gameplay, et des mécaniques de jeu similaires » à <i>The Legend of Zelda : Breath of the Wild</i> . C'est factuel, il n'y a aucun terme connoté dans cette UI.
153	Cette UI fait le point sur les ressemblances entre les jeux <i>Genshin Impact</i> et <i>Breath of The Wild</i> . Les ressemblances pointées sont factuelles, et aucun terme ne permet de considérer l'UI comme positive, ou comme négative.
154	Cette UI est plutôt positive pour l'image de <i>Genshin Impact</i> , elle reconnaît qu'il s'agit d'un jeu qui « promet d'être flamboyant » et qui possède ses propres caractéristiques.
155	Le terme "plus" dans "COMBATS PLUS DYNAMIQUES, PLUSIEURS PERSONNAGES JOUABLES" sous-entend que <i>Genshin</i> fait mieux que quelque chose.
156	Les « affrontements semblent plus rapides, plus orientés vers l'action » tendent à suggérer que cette unité est favorable envers <i>Genshin Impact</i> , puisque le jeu offrirait une expérience « plus » dynamique ou améliorée par rapport à d'autres titres.
157	Cette unité reste assez factuelle et neutre. Elle explique que <i>Genshin Impact</i> propose des combats dans lesquels il est possible de jouer plusieurs personnages.
158	Cette UI est plutôt positive pour le jeu <i>Genshin Impact</i> puisqu'elle lui reconnaît des caractéristiques propres, différentes du jeu Nintendo auquel on le compare souvent, il aurait ainsi « des mécaniques de déplacements comme des dashes vers l'avant différencient le jeu à <i>Breath of the Wild</i> ».
159	Cette UI est extrêmement positive envers le jeu <i>Genshin Impact</i> puisqu'elle prétend que le jeu risque d'attirer plus de joueurs qu'un jeu qui a lui-même « explosé les records de vente ».
160	Cette UI semble plutôt négative puisqu'on peut comprendre avec l'expression « déchaîner les passions » que <i>Genshin Impact</i> divise.
161	Cette UI est très négative envers <i>Genshin Impact</i> puisqu'elle affirme que le jeu a réussi à « faire parler de lui, et pas nécessairement sous un angle positif ». Ce qui sous-entend que les discussions autour du jeu étaient plutôt négatives. De plus, en citant Léonard, le

	personnage de la série <i>The Big Bang Theory</i> , l'auteur de l'article dit que toute publicité n'est pas bonne à prendre. Autrement dit, si <i>Genshin Impact</i> fait parler en mal, cela ne lui sera pas bénéfique, même au niveau publicité. Ce n'est donc pas très positif pour le jeu.
162	Cette UI est neutre, elle se contente de raconter l'histoire que raconte le jeu <i>Genshin Impact</i> .
163	Bien qu'on puisse penser que cette UI soit négative, puisqu'elle informe que le « trailer de Genshin Impact » a suscité « quelques doigts d'honneur de la part du public lorsqu'il a été montré à la ChinaJoy », elle est en réalité neutre, car l'auteur ne donne pas raison ou tort aux personnes ayant fait ces gestes. On peut même penser qu'il n'est pas d'accord puisqu'il écrit « les joueurs chinois présents sur place n'ont pas fait preuve du même flegme », puisque le mot flegme renvoie au fait de garder son sang-froid. Pour lui, les joueurs chinois n'ont pas su garder le leur.
164	Cette UI est neutre, bien que les faits relatés dans cette illustration, c'est-à-dire un joueur tellement mécontent du trailer pour PS4, qu'il a décidé de casser sa console, soit très défavorable à <i>Genshin Impact</i> , l'auteur de l'article relate l'anecdote sans lui donner un sens positif ou négatif. Il explique simplement que cela s'est passé.
165	Cette UI est plutôt neutre, l'auteur dit qu'il pense « qu'on entendra encore parler du jeu » <i>Genshin Impact</i> dans le futur, mais sans préciser si cela sera en positif ou en négatif.
166	Cette UI de "Titre" est plutôt positive, l'auteur précise que les jeux vidéo gratuits sont ceux qui rapportent le plus. C'est assez factuel, mais ça donne tout de même une idée plutôt positive du modèle, qui visiblement fonctionnerait bien.
167	Cette unité d'information est plutôt neutre. L'auteur communique le pourcentage de revenus provenant des jeux gratuits sans exprimer clairement une opinion sur la nature paradoxale de cette situation. On ne peut pas déterminer si l'auteur considère réellement que les jeux <i>free-to-play</i> sont « bons » ou méritent leur rentabilité, ou s'ils incitent les joueurs à dépenser beaucoup d'argent, rendant ainsi leur succès financier logique. En l'absence de ces indications, il est difficile d'inférer la perspective de l'auteur.
168	Cette UI est plutôt positive, bien qu'il s'agisse d'une description assez factuelle, l'auteur considère que le modèle du freemium « tire l'ensemble du secteur, et ce, depuis plusieurs années ». L'auteur aurait pu signifier autrement le succès du modèle, mais en employant

	le terme « tirer », il donne l'impression que le modèle traditionnel est en quelque sorte à la traîne, alors que le modèle freemium serait celui qui le porte.
169	On pourrait a priori penser que cette UI est négative, mais, bien que les chiffres de <i>Fortnite</i> soient en baisse, le jeu demeure l'un des plus lucratifs, ce qui suggère une résilience dans son modèle économique. Son maintien dans le classement des jeux les plus lucratifs pour la deuxième année consécutive indique également sa capacité à maintenir son succès sur le long terme, démontrant ainsi que les jeux <i>free-to-play</i> peuvent générer des revenus durables.
170	Cette unité d'information adopte un ton plutôt positif, décrivant <i>Fortnite</i> comme un jeu qui « parvient très facilement à convaincre les joueurs d'y dépenser de l'argent » grâce à « ses mises à jour régulières et son système de saisons ». Cette description suggère que les jeux <i>free-to-play</i> peuvent offrir une expérience engageante pour ses joueurs, qui peut perdurer dans le temps. Le terme « convaincre » peut lui aussi être perçu comme positif. Le jeu n'est pas décrit ici comme « poussant » à l'achat, mais comme suffisamment convaincant, avec son nouveau contenu, pour le faire. L'ajout de nouveau contenu n'est pas décrit ici, comme parfois, comme un impératif à la consommation, mais comme quelque chose de convaincant.
171	Cette unité d'information présente une image plutôt positive des jeux <i>free-to-play</i> , soulignant leur capacité à établir des collaborations avec de grands blockbusters, élargissant ainsi leur audience grâce à leur attractivité.
172	Cette unité d'information semble plutôt négative, le terme « inciter » étant généralement connoté négativement, surtout lorsqu'il est associé à la dépense d'argent.
173	Cette unité d'information ne fait que rapporter que <i>Fortnite</i> dépasse ses concurrents sur le marché du <i>free-to-play</i> . Elle est très factuelle.
174	L'unité d'information évoque la possibilité de jouer à ces jeux sans dépenser d'argent, ce qui pourrait être perçu comme positif. Cependant, elle mentionne également que les joueurs sont tentés de dépenser de l'argent pour obtenir des améliorations, ce qui pourrait être considéré comme négatif. Comme l'hésitation est plutôt forte sur cette unité d'information, conformément à la méthode Morin-Chartier, elle sera codée neutre.
175	L'unité d'information souligne que les joueurs de <i>Fortnite</i> ont dépensé en moyenne 84 dollars, comparé aux jeux traditionnels qui coûtent moins cher et sont payés une seule

	fois. Cette mise en avant des dépenses supplémentaires des jeux <i>free-to-play</i> peut être perçue négativement.
176	Cette unité d'information est positive, mettant en avant le fait que le marché du <i>free-to-play</i> génère des revenus importants et attire un grand nombre de joueurs, le tout appuyé par des statistiques.
177	Cette unité d'information présente une perspective très négative du modèle <i>free-to-play</i> , mettant en garde contre les conséquences délétères telles que les risques d'addiction et de cyberharcèlement, ainsi que l'exclusion sociale potentielle des joueurs qui ne dépensent pas d'argent dans le jeu.
178	Le titre de l'article est assez factuel, annonçant la sortie de la cinématique d'introduction du jeu. Ce titre est plutôt neutre. Il ne désigne pas <i>Genshin Impact</i> comme un « clone » de <i>Zelda</i> , mais comme un « <i>Zelda</i> » chinois. Il n'y a donc pas de termes péjoratifs, et, vu la réputation du jeu de Nintendo, cela pourrait même être presque considéré comme positif.
179	Cette unité d'information semble davantage positive envers le jeu <i>Genshin Impact</i> . L'auteur semble en effet défendre le jeu par rapport au comportement passé des joueurs chinois, qualifiant leurs foudres de « relativement peu mesurées », et pour lui, c'est « heureusement » que « les développeurs de miHoYo ne se sont pas arrêtés aux majeurs dressés et aux consoles malmenées, et continuent leur petit bonhomme de chemin ». Cela sous-entend quelque peu que les critiques n'étaient pas justifiées pour l'auteur de l'article.
180	Cette unité d'information est très factuelle, elle décrit seulement le contenu de la cinématique d'introduction, il n'y a aucune indication sur la qualité du jeu présenté dans cette cinématique.
181	Positif, l'auteur souligne que <i>Genshin Impact</i> emprunte à d'autres jeux, pas seulement à <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> .
182	Neutre, unité plutôt informative.
183	Cette unité est plutôt positive puisqu'elle présente <i>Genshin Impact</i> comme ayant un lancement réussi.
184	Cette unité est très positive pour le jeu <i>Genshin Impact</i> . Contrairement à l'UI précédente, on obtient des précisions sur la signification du chiffre de « 10 millions » de

	téléchargements pour le jeu. L'auteur mentionne que le jeu a déjà atteint ce chiffre, ce qui suggère un succès rapide. De plus, il souligne qu'il y avait une attente préalable pour le jeu, renforçant ainsi l'idée d'un lancement réussi.
185	Cette UI demeure relativement neutre, elle n'exprime pas explicitement de jugement positif ou négatif, elle présente simplement le fait que le jeu a suscité l'intérêt d'un grand nombre de joueurs lorsqu'il est sorti.
186	L'UI est neutre, elle présente simplement un tweet du compte officiel de <i>Genshin Impact</i> présentant le nombre de joueurs à la sortie du jeu.
187	L'UI est relativement neutre, car très nuancée. En effet, même si l'unité d'information annonce le chiffre conséquent de 10 millions de téléchargements, elle indique également que ce nombre ne permet pas de prédire le succès à long terme du jeu.
188	L'unité d'information, avec son sous-titre interrogatif, est neutre, car elle ne contient aucune nuance positive ou négative envers <i>Genshin Impact</i> .
189	Le journaliste informe simplement sur les récompenses offertes aux joueurs, sans exprimer de jugement positif ou négatif à l'égard de <i>Genshin Impact</i> . Bien que le fait d'évoquer des récompenses puisse généralement être perçu comme positif, la manière dont le journaliste en parle reste très factuelle.
190	Cette UI de "Titre" semble relativement neutre, contrairement à d'autres articles, l'auteur décrit <i>Genshin Impact</i> comme un jeu s'inspirant de « <i>Zelda</i> », et non comme une « copie », un « clone », ou d'autres termes plus péjoratifs.
191	Cette UI est plutôt neutre, le sous-titre indique simplement que le jeu <i>Genshin Impact</i> rencontre un succès « inattendu ». Cela reste relativement factuel.
192	Cette UI est très positive à l'égard du jeu <i>Genshin Impact</i> . L'auteur le décrit comme « très riche et bien réalisé », soulignant son aspect gratuit, qui constitue un atout majeur. De plus, la comparaison avec <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> , qualifié de « chef-d'œuvre », renforce cette impression positive en associant <i>Genshin Impact</i> à un jeu de grande qualité.
193	Cette unité d'information est très factuelle et donc assez neutre. Elle informe sur les fonctionnalités offertes par le jeu, telles que le <i>crossplay</i> et le multijoueur, sans exprimer de jugement positif ou négatif à son égard.

194	Cette unité d'information est neutre, elle informe factuellement que <i>Genshin Impact</i> est un jeu chinois.
195	Cette unité d'information est plutôt positive envers <i>Genshin Impact</i> . L'auteur a mis en avant des statistiques favorables pour le jeu, tout en soulignant le triomphe rare d'un jeu chinois dans un marché dominé par des « studios japonais, américains et européens ». Cette présentation renforce l'impression positive globale de cette unité envers le jeu chinois.
196	Bien que cette unité d'information présente le succès de <i>Genshin Impact</i> de manière factuelle, un lecteur ordinaire percevra probablement ces informations comme positives dès le départ.
197	Cette unité est effectivement purement factuelle et neutre. Elle fournit des indications sur le nombre de personnes pré-enregistrées pour <i>Genshin Impact</i> , mais ces chiffres ne sont pas mis en contexte. Contrairement à l'unité précédente où des adjectifs tels que « considérable » étaient utilisés pour qualifier les chiffres, ici, nous ne disposons pas d'éléments permettant de déterminer si les chiffres sont impressionnants ou décevants.
198	Le titre est interrogatif, il amorce une explication des raisons du succès du jeu. Il n'y a pas de nuances positives ou négatives.
199	Cette unité est résolument positive envers <i>Genshin Impact</i> . La mise en gras du texte " « vous pouvez toujours jouer à Genshin Impact sans jamais toucher une seule fois votre carte bancaire » met en avant l'idée d'une gratuité totale pour le jeu, ce qui est perçu comme très positif. De plus, contrairement à d'autres articles, l'idée d'achat supplémentaire est décrite comme une « tentation insoutenable », renforçant l'idée que le jeu est attrayant et plaisant, puisque l'on est généralement tenté par des choses agréables.
200	Le <i>lore</i> de <i>Genshin Impact</i> est expliqué de manière simple et neutre.
201	Dans cette unité d'information, <i>Genshin Impact</i> et son gameplay sont comparés à <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> , mais aucun jugement de valeur n'est exprimé. Les comparaisons entre les deux jeux ne sont ni qualifiées de positives ni de négatives. De plus, l'auteur, bien que soulignant les ressemblances notables entre les deux jeux, n'utilise aucun terme péjoratif pour exprimer l'idée d'un « clone », d'un « plagiat » ou d'une « copie » du jeu Nintendo.

202	Globalement, cette unité d'information est très positive envers <i>Genshin Impact</i> . Le jeu est ainsi décrit comme « beau », avec une histoire « pas transcendante, mais charmante malgré tout », et des personnages « bien écrits ». C'est donc dans l'ensemble plutôt positif.
203	Cette unité est positive envers <i>Genshin Impact</i> . Elle souligne ses « bonnes finitions », expliquant ainsi pourquoi le jeu est populaire. De plus, elle met en avant son accessibilité gratuite. Enfin, elle suggère que le jeu pourrait combler le vide laissé par <i>Breath of the Wild</i> , un jeu généralement considéré comme excellent, ce qui est plutôt positif.
204	L'unité de "Titre" est neutre, car elle pose une question ouverte sans porter de jugement catégorique sur <i>Genshin Impact</i> , elle soulève une question qui fait débat. L'auteur n'affirme pas que <i>Genshin Impact</i> est un plagiat, mais se demande si c'est réellement le cas, sans donner de réponse.
205	L'auteur considère que le « modèle chinois » fonctionne « plutôt bien » en occident. C'est assez positif pour le modèle.
206	L'auteur souligne dans l'article que <i>Genshin Impact</i> semble être influencé par <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> . Cette observation met en lumière une possible inspiration entre les deux jeux, sans exprimer de jugement de valeur sur cette influence.
207	Cette unité met en évidence l'idée selon laquelle de nombreux jeux de type <i>gacha</i> pourraient être considérés comme des « plagiat », laissant entendre une connotation négative attachée à ces jeux.
208	Cette unité précise d'abord que ce type de jeux (les <i>gachas</i>) « dominant le marché chinois, mais sont plutôt mal vus en Occident ». Cela donne déjà une vision assez pessimiste de ce type de jeu, puisque ceux-ci sont considérés comme « mal vus ». De plus, contrairement à d'autres articles qui dénonçaient le comportement des gamers chinois face au trailer du jeu, l'auteur ici ne condamne absolument pas leur comportement, soulignant qu'ils ont réagi ainsi face à « un copié-collé trop évident ». C'est très négatif pour <i>Genshin Impact</i> .
209	Le "Sous-titre" précise que quelque chose (on peut inférer qu'il s'agit de <i>Genshin Impact</i> au vu des paragraphes précédents) a un succès international. Si <i>Genshin Impact</i> a du succès, cela donne tout de même une idée positive du jeu.

210	Cette unité demeure neutre, bien que les chiffres présentés favorisent le jeu chinois. L'auteur ne porte pas de jugement supplémentaire sur ces données.
211	Cette unité soulève une perspective positive en suggérant que <i>Genshin Impact</i> pourrait potentiellement devenir le premier vrai succès international des « gacha games ». L'auteur indique également que le jeu se démarque des autres jeux du même genre, renforçant ainsi cette vision positive de son potentiel de succès.
212	Cette unité est positive, car l'auteur mentionne plusieurs qualités inhérentes au jeu qui sont très positives, telles que de beaux graphismes, une histoire solide et des personnages fouillés. De plus, l'auteur insiste sur le fait que ces qualités ne sont pas habituellement associées aux jeux de ce genre.
213	Cette unité est plutôt positive, car l'auteur reconnaît que <i>Genshin Impact</i> présente des éléments de différenciation par rapport au jeu Nintendo. Par exemple, le joueur peut « incarner plusieurs personnages », « le système de combat est différent », et « l'esthétique s'inspire des animés japonais ».
214	Cette unité semble positive, car elle sous-entend que pour les consommateurs de biens vidéoludiques, la présence de microtransactions dans des jeux vidéo gratuits, mais qualitatifs, semble être entrée dans les inconscients.
215	Cette unité interroge l'avenir du jeu <i>Genshin Impact</i> , mais sans l'extrapoler positivement ou négativement.
216	Cette UI est neutre, l'auteur signale seulement qu'il est question d'un test de <i>Genshin Impact</i> dans cet article.
217	Cette UI est plutôt positive envers le jeu <i>Genshin Impact</i> puisque l'auteur considère le jeu comme accusé injustement d'être une copie de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> . De plus, l'auteur décrit le jeu comme apportant un « vent de fraîcheur », ce qui est également plutôt positif.
218	Cette UI est plutôt neutre, l'auteur de l'article pose des questions aux lecteurs concernant le jeu, mais sans y répondre. Néanmoins, on pourrait hésiter avec un codage positif, car l'auteur dit que <i>Genshin Impact</i> est comparé « à tort » au jeu Nintendo, et il utilise le terme « inspirer » plutôt que copier lorsqu'il parle des deux jeux. L'inspiration étant différente du plagiat dénoncé par d'autres articles.

219	Cette UI est neutre, l'auteur annonce qu'il va communiquer au lecteur la version qu'il a utilisée pour son test.
220	Cette UI est neutre, l'auteur communique seulement la version du jeu qu'il a utilisé pour effectuer son test.
221	Cette UI est plutôt positive envers <i>Genshin Impact</i> , puisque ce sous-titre présente le jeu comme ayant « la capacité de se démarquer ».
222	Cette UI est positive pour le jeu chinois puisqu'elle considère que, malgré le choix de marcher sur les pas d'un très bon jeu comme <i>The Legend of Zelda: Breath of The Wild</i> , le jeu offre « son lot de surprises et d'originalité ».
223	Cette UI est plutôt positive, l'auteur décrit le jeu comme offrant de « bonnes surprises » au niveau de son gameplay, même s'il précise que ce type de gameplay peut lasser.
224	Cette UI explique que la plus grosse ressemblance entre <i>Genshin Impact</i> et <i>Zelda</i> demeure dans l'existence d'une barre d'endurance. L'auteur précise que celle-ci ne peut pas plaire à tout le monde. Néanmoins, cette UI est plutôt informative, elle vise principalement à expliquer pourquoi les deux jeux sont comparés.
225	Cette UI est plutôt positive, l'auteur salue le fait que <i>Genshin</i> emprunte des éléments de son gameplay à d'autres jeux. Il considère ces emprunts comme permettant de « rafraîchir encore un peu plus l'expérience proposée » et comme la plupart du temps « bien amené par l'histoire ».
226	Cette UI est positive, l'histoire de <i>Genshin Impact</i> y est décrite comme « plutôt bien encrée ».
227	Cette UI est positive ; elle décrit l'histoire de <i>Genshin Impact</i> en expliquant que, si elle peut sembler banale au début, elle devient par la suite « vraiment intéressante ». L'auteur souligne également dans cette UI que les joueurs peuvent profiter du jeu en français, ce qui lui semble notable et positif.
228	Cette UI est globalement positive envers le jeu <i>Genshin Impact</i> . Elle met en avant le graphisme « plutôt beau » du jeu, même en mode graphismes « faibles », ainsi que le fait que les graphismes du jeu sont « mignons et détaillés ». L'auteur regrette cependant certains bugs de textures et le fait que le jeu soit assez gourmand au niveau des ressources. Mais le ton global est plutôt positif.

229	Cette UI est très positive, l'auteur décrit la bande-son du jeu comme « très agréable » et considère que le studio chinois à l'origine de <i>Genshin Impact</i> propose avec elle « l'excellence ». Il salue également les bruitages très présents dans le jeu.
230	Cette UI interrogative pose la question de savoir si le jeu est effectivement orienté majoritairement sur le <i>gacha</i> ou non, mais n'y répond pas, elle est donc neutre.
231	Cette UI est positive, elle affirme que le système d'invocations existe dans <i>Genshin Impact</i> , mais qu'il n'est pas « obligatoire », et que, à l'inverse de certains jeux, <i>Genshin Impact</i> « vous laisse le temps d'explorer à minima avant de l'introduire ». L'auteur souligne aussi que le jeu propose aux joueurs pour les aider à avancer, par exemple dans les donjons, d'emprunter des personnages plus forts pour avancer.
232	Cette UI décrit le système d'invocation du jeu de manière assez neutre, elle salue ses points positifs, ainsi que ces points négatifs, mais aucun des deux ne prédomine vraiment. Elle a une vocation plutôt informative.
233	Ce sous-titre est négatif, il affirme que le jeu aurait des « défauts notables malgré tout ».
234	Cette UI est négative, l'auteur affirme que le jeu chinois a « des défauts, pas forcément nombreux, mais qui peuvent devenir lourds à force de jouer ». Même si l'auteur mentionne que les défauts ne sont pas nombreux, l'insistance sur le fait qu'ils peuvent devenir lourds à force de jouer accentue le côté négatif de cette unité.
235	Cette UI insiste sur le placement parfois étrange de la caméra du jeu qui peut être « problématique ».
236	Cette UI exprime le regret de l'auteur d'avoir des zones du jeu qui se ressemblent trop.
237	Cette UI considère les contrôles sur téléphone du jeu parfois mauvais, ce qui est négatif.
238	Cette UI est positive, l'auteur de l'article affirme que le contenu proposé par <i>Genshin</i> est « déjà conséquent ». Proposer beaucoup de contenus, surtout au lancement d'un jeu, est plutôt positif.
239	Cette UI est plutôt positive puisque l'auteur y réaffirme une seconde fois la (grande) quantité de contenu proposée par le jeu chinois. L'auteur précise également que contrairement au jeu Nintendo, <i>Genshin Impact</i> indique au joueur sur la <i>map</i> où se trouve le « contenu ».

240	Cette UI est plutôt neutre. L'auteur salue le mode coopération de <i>Genshin Impact</i> , mais énumère aussi ses défauts. L'argumentation est plutôt équilibrée, on est donc davantage sur un codage neutre.
241	Cette UI est assez neutre, l'auteur reprend tous les points positifs et négatifs qu'il a précédemment évoqués concernant le jeu <i>Genshin Impact</i> .
242	Cette UI est très positive pour le jeu <i>Genshin Impact</i> . L'auteur met en avant plusieurs points forts du jeu, tels que son identité propre, son esthétique « kawaii » et son système d'éléments uniques, ainsi que la qualité de sa bande-son et la richesse de son histoire. De plus, le jeu est qualifié de « très bon » dans son genre, et il est suggéré qu'il pourrait être une bonne surprise de fin d'année 2020.
243	Titre plutôt positif, <i>Genshin Impact</i> est introduit aux lecteurs comme un jeu qui cartonne.
244	Cette unité est plutôt positive, elle souligne non seulement le succès de <i>Genshin Impact</i> , mais la vitesse avec laquelle le jeu a acquis ce succès (deux semaines).
245	Cette unité est plutôt positive, puisqu'elle concède au jeu chinois « des faux airs de Zelda », qui est un jeu reconnu comme particulièrement bon, et l'auteur décrit de plus le jeu comme « l'un des phénomènes vidéoludiques de cet automne ».
246	Cette unité d'information est flatteuse pour le jeu puisqu'elle souligne qu'il n'en faut pas une grosse configuration pour le faire tourner, qu'il est également disponible sur plusieurs plateformes, et elle souligne également son côté gratuit.
247	Ce sous-titre est neutre, il indique au lecteur que le focus suivant est mis sur l'histoire que raconte <i>Genshin Impact</i> .
248	Cette UI est neutre, l'auteur raconte l'histoire que propose <i>Genshin Impact</i> , mais il ne fait aucun commentaire sur sa qualité.
249	Sous-titre interrogatif neutre.
250	Cette UI est relativement neutre, l'auteur y présente les points de gameplay présents dans <i>Genshin Impact</i> qui rappellent <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> . On notera cependant le terme « recopier » qui est plutôt négatif. Mais comme l'UI suscite une certaine hésitation, on la codera neutre.

251	Cette unité d'information est relativement neutre, elle explique en quoi le style graphique des personnages de <i>Genshin Impact</i> se distingue de celui de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> .
252	Cette unité décrit le système de combat à « quatre personnages » proposé par le jeu chinois de manière plutôt neutre, mais on codera ici cette UI plutôt positivement, car l'auteur insiste sur la variété de personnages qui offrent tous quelque chose de différent.
253	Ce sous-titre interrogatif est neutre, il pose la question de savoir si le jeu est vraiment gratuit, mais il ne répond pas à cette question.
254	Cette UI présente le modèle économique de <i>Genshin Impact</i> , elle précise que le jeu est gratuit, mais qu'il est possible de faire des achats intégrés. L'auteur présente le modèle, mais il n'émet aucun jugement par rapport à la présence de ces achats <i>in-game</i> .
255	Cette UI est surtout négative. Elle souligne la rareté extrême de certaines récompenses dans les « vœux » du jeu, ce qui peut pousser à des dépenses excessives. De plus, elle critique la représentation stéréotypée et parfois suggestive des personnages féminins, les décrivant comme principalement des « nymphettes stéréotypées forcément court-vêtues ».
256	Cette UI, qui commence plutôt négativement, puisque l'auteur insiste sur la multiplicité des sources présentes dans le jeu qui pourraient pousser à la consommation, s'avère finalement être plutôt positive puisque l'auteur reconnaît que le jeu ne pousse pas à la consommation.
257	Sous-titre neutre et interrogatif.
258	Cette unité d'information est positive, mettant en avant l'ambition du jeu, sa sortie mondiale simultanée, son budget important, sa disponibilité sur différentes plateformes et son succès record dès son lancement.
259	Cette UI de « Sous-titre » est neutre, elle indique au lecteur que la suite de l'article visera à déterminer si le jeu est bon.
260	Cette UI est positive envers <i>Genshin Impact</i> , elle souligne qu'au contraire de la plupart des jeux gratuits ou chinois, le jeu récolte de bonnes critiques.
261	La citation est positive puisqu'elle salue la réalisation du jeu ainsi que son monde ouvert « vaste et bien rempli ».

262	Cette UI est négative, elle reproche au jeu de ne pas être « adapté aux trop longues sessions », et de souffrir de ralentissements sur PlayStation 4.
263	Cette UI est plutôt positive pour le jeu <i>Genshin Impact</i> puisqu'elle précise que le jeu a rapporté beaucoup d'argent sur les deux premières semaines de son lancement. En l'absence de plus d'informations, on peut donc penser que c'est plutôt positif.
264	Cette UI est positive pour le jeu chinois, puisqu'elle met en avant son succès, précisant qu'il s'agit de « l'un des plus gros lancements de l'histoire de l'Empire du Milieu ».
265	Globalement, cette unité est positive, elle met en avant le succès de <i>Genshin Impact</i> et souligne que ses graphismes qui rappellent ceux de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> , qui sont considérés comme très beaux.
266	Cette UI plutôt positive, car elle met en avant les chiffres très favorables concernant la sortie de <i>Genshin Impact</i> .
267	Très positive, l'auteur affirme que pour ceux qui en doutaient encore, <i>Genshin Impact</i> bénéficie bien « du lancement le plus réussi pour une nouvelle licence originale chinoise ».
268	Titre neutre, l'auteur annonce que dans cet article, il va faire la critique du jeu vidéo <i>Genshin Impact</i> .
269	L'auteur explique que <i>Genshin Impact</i> est un jeu qui a suscité la controverse en raison de ses nombreuses ressemblances avec <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> , mais il ne prend pas position sur la validité de ces critiques. Cela reste donc assez neutre.
270	Avec sa métaphore shakespearienne, l'auteur pose la question de savoir si <i>Genshin Impact</i> est, ou n'est pas un clone de « <i>Zelda</i> », mais il ne répond pas encore à cette interrogation. L'UI est donc relativement neutre.
271	L'unité d'information est relativement neutre. L'auteur précise que <i>Genshin Impact</i> n'est pas un clone de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> , bien qu'il contienne « plusieurs facettes classiques empruntées » à des jeux populaires. Il ne se prononce pas sur la qualité globale du jeu.
272	L'unité d'information est positive. L'auteur énumère les points de comparaison entre <i>Genshin Impact</i> et <i>Zelda</i> , puis précise que, pour lui, les dialogues sont plus « prenants » dans <i>Genshin Impact</i> , ce qui, vu la renommée de <i>Zelda</i> , est un beau compliment. De plus,

	l'auteur ajoute que le « travail effectué par miHoYo pour faire de Genshin Impact un RPG à part entière a de quoi étonner, surtout que le jeu est distribué gratuitement selon le modèle d'affaires free-to-play », signalant ainsi le travail qualitatif du studio.
273	L'unité d'information est négative, l'auteur critique le système de jauge d'endurance utilisé par le jeu <i>Genshin Impact</i> .
274	L'unité d'information est positive, l'auteur reconnaît à <i>Genshin</i> un « système de combat exceptionnel ».
275	Le journaliste décrit <i>Genshin Impact</i> comme un jeu qui se distingue des autres du genre par son « système de combat dynamique », dans lequel les combats sont « rapides, fluides et excitants ».
276	L'UI est légèrement négative, l'auteur de l'article déplorant la quantité faible de « loot » récupérable en jeu.
277	Ce sous-titre est neutre, on ne sait d'ailleurs pas encore exactement de quoi l'auteur va parler dans la prochaine section de l'article.
278	L'unité d'information est négative. L'auteur considère que le plus gros défaut du jeu est « son système de gachapon » avec des récompenses aléatoires et un taux de drop très faible. Bien qu'il souligne qu'il est possible de compléter le jeu malgré ce système, il trouve cette approche « malsaine » et critique le fait que miHoYo semble ne pas percevoir de problème avec cela. Cette évaluation est nettement négative
279	L'UI est plutôt négative, l'auteur souligne que le jeu est intéressant, mais qu'il cache de gros défauts.
280	L'unité d'information met en évidence le dilemme de l'auteur face à <i>Genshin Impact</i> . Il reconnaît les aspects attrayants du jeu, comme son monde ouvert et son système de combat, tout en exprimant des préoccupations concernant les pratiques monétaires et le système de jeu. Cette ambivalence rend l'unité relativement neutre.
281	L'UI est négative, l'auteur critique le système de résine mis en place dans le jeu, considérant que ce système « vient limiter la progression possible dans le jeu », et que celui-ci s'avère trop prégnant.

282	Cette UI est négative, l'auteur termine sa critique de <i>Genshin Impact</i> en concluant que le jeu lui a laissé « un goût amer » à cause de « toutes » les « façons de soutirer de l'argent à ses fans » présentes dans le jeu.
283	Cette UI est neutre, elle sert de sous-titre de transition pour annoncer aux lecteurs que l'auteur de l'article va par la suite donner son verdict par rapport au jeu.
284	L'UI est positive, on sait que l'auteur va mettre en lumière des points positifs existants vis-à-vis du jeu vidéo.
285	L'UI est positive, l'auteur énumère les points positifs de <i>Genshin Impact</i> .
286	Ce sous-titre est négatif, il sous-entend que <i>Genshin Impact</i> a des points négatifs, et que ces points négatifs vont par la suite faire l'objet d'un focus particulier de l'auteur.
287	Énumération des points négatifs du jeu, cette UI est donc négative.
288	L'auteur donne la note de « 7/10 » au jeu, ce qui est une note plutôt bonne, mais pas non plus parfaite. On codera donc cette UI comme neutre.
289	Ce titre est plutôt positif, puisqu'il présente <i>Genshin Impact</i> comme un phénomène, ce qui sous-entend un minimum de popularité du jeu.
290	Le sous-titre, « Addictif, mais pas (que) pour de mauvaises raisons », suggère que l'auteur considère <i>Genshin Impact</i> comme ayant des aspects à la fois positifs et négatifs, ce qui justifie la classification neutre de cette unité.
291	L'auteur introduit le jeu <i>Genshin Impact</i> comme un jeu « étincelant », et précise que celui-ci « nous » faisait de « l'œil ».
292	L'unité d'information est codée comme positive. L'auteur souligne le fait que le jeu a bénéficié d'« une sortie mondiale en cross-play à travers la console, le PC et le mobile, rien que ça ». C'est positif, puisque visiblement ce n'est pas quelque chose de courant selon l'auteur.
293	Cette unité est neutre, l'auteur y précise la version du jeu à laquelle son test se réfère.
294	Cette unité est plutôt négative. L'auteur explique qu'en tant que joueur vétérans, il a certaines appréhensions face au modèle économique de <i>Genshin Impact</i> , et que concernant ce type de modèles, « les braves gens nous ont appris qu'il fallait s'en méfier ».

295	Cette unité est plutôt positive, puisque l'auteur reconnaît le jeu comme « addictif » et précise n'avoir pas dépensé d'argent en un mois sur le jeu. C'est d'autant plus positif que dans l'unité précédente, celui-ci formulait des craintes quant au système économique du jeu.
296	L'auteur précise que le studio derrière le jeu n'est pas un petit studio. Pour confirmer ses propos, il donne des indications chiffrées sur les revenus du studio ainsi que sur le nombre de personnes que celui-ci emploie. Globalement, on peut penser que cette UI est donc positive parce qu'elle montre le succès du studio derrière <i>Genshin Impact</i> .
297	Ce titre n'est ni connoté négativement ni positivement, cette UI est donc neutre.
298	Le journaliste à l'origine de l'article décrit <i>Genshin Impact</i> comme ayant de quoi « surprendre, en plus d'être offert gratuitement! ». Cette description est plutôt positive, car elle souligne à la fois la capacité du jeu à surprendre positivement et son avantage d'être gratuit.
299	Ici l'auteur décrit son scepticisme initial face au jeu, l'unité aurait pu rester neutre, mais l'auteur souligne tout de même que « plusieurs signaux d'alarme étaient allumés ».
300	Dans cette UI, l'auteur évoque une comparaison inévitable entre les deux jeux, sans exprimer explicitement un jugement positif ou négatif sur <i>Genshin Impact</i> . Ainsi, cette unité peut être considérée comme neutre.
301	L'auteur exprime une grande méfiance envers <i>Genshin Impact</i> et, de manière plus générale, envers les jeux <i>free-to-play</i> . Il décrit cette méfiance comme étant liée à « toutes les horreurs vidéoludiques associées à l'univers des free to play ».
302	L'auteur vient ici confirmer que ses aprioris concernant le jeu ne se sont pas révélés justifiés, et qu'au contraire, il découvre « qu'il s'agit là d'un jeu extrêmement riche et qui nous volera certainement plusieurs heures ».
303	Cette unité permet à l'auteur de résumer l'histoire de <i>Genshin Impact</i> , donnant ainsi au lecteur une vue d'ensemble du contexte narratif du jeu. Cela renforce la portée informative de l'unité, et donc sa neutralité.
304	Le journaliste explique ce qui distingue les deux jeux, c'est-à-dire la possibilité d'incarner plusieurs personnages, et qu'il est possible d'obtenir des personnages en faisant des

	« vœux ». Il ne dit pas si cette différence est une bonne chose ou non ; le ton général de l'UI est neutre et informatif.
305	Cette UI est positive. Le journaliste souligne qu'il est possible de progresser dans le jeu sans dépenser d'argent, et lors de son test, il n'a pas ressenti le besoin de le faire lui-même.
306	Cette unité d'information est plutôt positive, car elle met en valeur la richesse du système de gestion d'inventaire et de compétences dans le jeu. Elle souligne que les joueurs appréciant ce type de gameplay seront « au paradis ».
307	Cette unité fournit une explication neutre du gameplay de <i>Genshin Impact</i> , en se concentrant sur les combats. L'auteur ne donne ni commentaire positif ni négatif sur cette mécanique de jeu.
308	Cette unité est positive, car l'auteur qualifie l'année 2020 de « très intéressante en matière de jeux surprenants » et estime qu'il serait injuste de ne pas inclure le jeu <i>Genshin Impact</i> parmi ceux-ci. L'association de <i>Genshin Impact</i> à des jeux surprenants est positive.
309	Cette unité est positive. L'auteur encourage les lecteurs à essayer <i>Genshin Impact</i> en soulignant qu'il est disponible gratuitement sur plusieurs plateformes. Cela suggère que cela vaut la peine d'essayer le jeu.
310	Ce sous-titre très sobre est neutre. Et le lecteur ne sait pas encore au moment de sa lecture que <i>Genshin Impact</i> fera partie de ces 20 jeux vidéo.
311	Cette unité d'information présente une certaine ambiguïté dans son ton. L'auteur reconnaît d'une part le succès surprenant de <i>Genshin Impact</i> , ce qui pourrait être considéré comme positif. Cependant, il souligne également une stratégie commerciale agressive associée au jeu, ce qui pourrait être perçu comme plus critique. Cette dualité dans l'appréciation nous conduit ici à coder cette unité comme neutre.
312	Cette unité est plutôt positive. L'auteur reconnaît que d'autres jeux ont tenté de reproduire la direction artistique et les éléments de gameplay de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> en 2020, mais peu ont réussi. Cependant, il souligne que <i>Genshin Impact</i> a su se démarquer et a été un succès notable parmi les jeux gratuits de l'année.
313	Cette unité est également difficile à juger. L'auteur commence en effet par décrire le jeu comme « un jeu de hasard payant », dans lequel on achète « des paquets de cartes en

	espérant débloquer l'accès à de nouvelles nymphettes court vêtues », une description peu flatteuse. Mais l'auteur continue en affirmant que, malgré tout, il est « techniquement et narrativement si réussi qu'il cartonne ». L'hésitation entre le négatif et le positif nous fera ainsi, une nouvelle fois, coder cette unité comme neutre.
314	Ce titre présente <i>Genshin Impact</i> de manière positive en soulignant qu'il s'agit d'un jeu gratuit avec un monde ouvert ambitieux. Le terme « ambitieux » est généralement perçu comme positif, surtout lorsqu'il est associé à un jeu gratuit.
315	Cette unité est plutôt positive. L'auteur informe le lecteur que le jeu vidéo a fait « sensation » lors de sa sortie, ce qui est déjà un point positif. Il continue en affirmant que <i>Genshin Impact</i> « développe un univers original et... gratuit ! », ce qui renforce encore l'aspect positif de cette unité.
316	Cette unité de sous-titre est neutre. L'auteur fournit un conseil aux joueurs : se concentrer sur un nombre restreint de personnages.
317	Cette unité est légèrement négative. L'auteur souligne que, bien que le jeu soit gratuit, il incite constamment les joueurs à acheter des personnages ou des équipements optionnels, ce qui peut être perçu comme une critique du modèle économique du jeu.
318	Cette unité est neutre, l'auteur prodigue à nouveau un conseil aux joueurs sans porter aucun jugement.
319	Cette unité est neutre, l'auteur donne des précisions et des conseils sur comment profiter du jeu.
320	Cette unité est neutre, il s'agit toujours de conseils visant les joueurs.
321	Cette unité est neutre, l'auteur y prodigue à nouveau des conseils.
322	Cette unité est neutre, ce sous-titre conseille simplement au joueur d'effectuer une routine quotidienne sur le jeu.
323	Cette unité est neutre, l'auteur y fournit des conseils pour effectuer sa routine quotidienne sur le jeu.
324	Même si la formulation de ce titre reste relativement neutre, la question qu'il pose implique qu'il existe un problème sous-jacent à ce type de jeu, à savoir une certaine exploitation financière des joueurs, ce qui donne d'emblée aux lecteurs une mauvaise image des jeux de type <i>gacha</i> .

325	Ce chapô est neutre. Il cite quelques jeux <i>gachas</i> populaires et annonce que le but de l'article est de comprendre les rouages de ce phénomène, notamment en consultant des « champions français et un ancien éditeur ».
326	Cette unité est neutre, décrivant l'accessibilité et la popularité des jeux vidéo <i>gacha</i> sur smartphones, ainsi que leur rentabilité et leur utilisation des licences de mangas et anime.
327	Cette unité est neutre, elle explique l'origine et l'évolution des distributeurs <i>gachapon</i> au Japon et leur transition vers les jeux vidéo <i>gacha</i> sur smartphones. Elle se veut prioritairement informative.
328	Cette unité est neutre, elle présente l'archétype du jeu <i>gacha</i> tel qu'il se présente depuis l'année 2016, soit comme un jeu « au gameplay addictif, basé sur une licence de manga ou d'anime japonais ».
329	Cette unité est relativement neutre, elle informe uniquement de la répartition des revenus des éditeurs de jeux mobiles entre les marchés asiatique, américain et européen.
330	Cette unité est plutôt positive, mettant en avant le fait que les jeux <i>Dragon Ball Legends</i> et <i>Saint Seiya Awakening</i> ne sont pas bien classés en termes de téléchargements, mais obtiennent de très bons classements en termes de revenus. Cela renforce l'idée que les jeux <i>free-to-play</i> , même avec un faible taux de téléchargement, génèrent d'importants revenus, confirmant ainsi l'efficacité de ce modèle pour les éditeurs.
331	Cette unité est positive, car elle annonce que dans la suite de l'article, trois joueurs vont aider le journaliste à décrypter le « succès » des jeux <i>gacha</i> . L'auteur de l'article présente ainsi ce modèle comme ayant rencontré une certaine réussite.
332	Cette unité est neutre, Mako, un joueur explique les caractéristiques que doit avoir selon lui un bon <i>gacha</i> .
333	Cette unité demeure également neutre. Le joueur interrogé explique qu'un jeu <i>gacha</i> basé sur une licence connue et populaire, associé à un gameplay original et immersif, a le potentiel de devenir un grand succès. Ainsi, il ne formule pas d'avis tranché, positif ou négatif, sur les jeux <i>free-to-play</i> , mais met en avant des caractéristiques qui peuvent conduire à la création d'un bon jeu de ce type.
334	Cette unité est neutre, elle précise simplement qu'un <i>gacha</i> doit avoir « une interface simple à comprendre, pour ne pas rebuter les nouveaux joueurs ».

335	Cette unité demeure neutre. Les deux joueurs interrogés expliquent qu'il est crucial d'avoir un équilibre dans la fréquence des mises à jour pour un jeu <i>gacha</i> . Ce conseil est présenté sans aucun jugement de valeur.
336	Cette unité reste neutre. L'auteur soulève une question sans exprimer de jugement de valeur. Il s'interroge uniquement sur le manque de succès de <i>Captain Tsubasa Dream Team</i> , malgré le fait que ce jeu soit basé sur une franchise populaire. C'est assez neutre pour les jeux <i>free-to-play</i> , car cela englobe un jeu précis, pas l'ensemble de ceux-ci.
337	Cette unité est neutre, Mako, un joueur, répond à la question posée par le journaliste en expliquant que le jeu n'est pas populaire, malgré sa licence qui elle l'est, parce que « la RNG sur les matchs est beaucoup trop importante ». C'est neutre, car ce défaut vise ce jeu en particulier, et non l'ensemble des productions <i>free-to-play</i> .
338	Cette unité reste neutre. Un autre joueur partage son point de vue sur la question soulevée par le journaliste concernant <i>Captain Tsubasa Dream Team</i> , en expliquant que le problème réside dans la mauvaise programmation de la gestion des critiques et supercritiques. Ces critiques spécifiques s'adressent à un jeu particulier et ne sont pas généralisées à toute l'industrie des <i>free-to-play</i> , on codera donc cette unité comme étant neutre.
339	Cette unité demeure neutre. Mako partage une réflexion sur les jeux <i>gacha</i> , soulignant que « l'aspect communautaire est de plus en plus important ». Cette réflexion n'implique aucun jugement de valeur positif ou négatif.
340	Cette unité d'information est neutre. Un joueur met en avant l'importance d'avoir une bonne communication pour les éditeurs de <i>gacha</i> , en donnant l'exemple de l'utilisation de créateurs de contenus pour promouvoir les jeux. C'est une réflexion globale sur ce type de jeu, ni négative ni positive.
341	Cette unité est neutre. Elle émet un constat sur les jeux <i>gacha</i> , soulignant la nécessité de pouvoir s'amuser sans dépenser d'argent. Ce n'est ni un jugement de valeur positif, ni négatif envers les <i>gacha</i> , ni globalement les jeux <i>free-to-play</i> .
342	Cette unité est neutre, l'intervenant de cette citation explique, sans porter aucun jugement sur le système, comment les mécanismes qui feront dépenser les joueurs ne sont pas les mêmes dans les <i>gacha</i> « PVE et PVP ».

343	Pour cette unité, nous avons opté pour un codage neutre, comme le préconise la méthode Morin-Chartier en cas d'hésitation. Bien que l'auteur de l'article mentionne des sommes dépensées par les joueurs dans des jeux <i>gacha</i> assez importantes, il ne commente pas ces sommes, ni en bien ni en mal. Nous hésitions donc entre un codage négatif et un codage neutre.
344	Cette unité d'information est négative pour les jeux <i>free-to-play</i> et les <i>gachas</i> , car le joueur interrogé décrit les <i>gachas</i> comme « le fast-food du jeu vidéo ». Cette comparaison peu flatteuse suggère une perception de ces jeux comme produits rapidement et de qualité médiocre, à l'instar de la réputation généralement associée à la restauration rapide.
345	Cette unité est négative envers les jeux <i>free-to-play</i> , car le joueur interrogé souligne que pour une personne lambda, il est difficile de jouer à des <i>gachas</i> sans dépenser trop d'argent : « Il faut être un très gros streamer sur Twitch ou YouTube pour avoir des dons et pouvoir jouer sans sortir trop d'argent de sa poche ».
346	Cette unité est neutre, elle informe que pour qu'un <i>gacha</i> fonctionne, les « communautés » sont « essentielles ».
347	Cette unité est plutôt positive, mettant en avant les avantages des systèmes de « guildes » et de « légions » présents parfois dans les <i>gachas</i> . L'interviewé souligne qu'ils permettent notamment « de lutter contre la lassitude des actions répétées ».
348	Cette unité est plutôt neutre, l'interviewé exprime une expérience personnelle, évoquant comment il a commencé à jouer à un jeu spécifique. Cela n'a donc aucune connotation positive ou négative pour les jeux <i>free-to-play</i> de manière générale.
349	Cette unité est neutre. Mako évoque les aspects positifs d'un jeu spécifique tout en soulignant les risques associés aux jeux <i>gacha</i> en général. Cela donne un ton équilibré, sans être directement positif ou négatif pour ce type de jeu
350	Cette unité d'information est neutre. Elle décrit une tendance sur le marché du jeu vidéo consistant à utiliser des graphismes inspirés des animés japonais. Elle souligne que cette approche peut garantir le succès de jeux comme <i>Genshin Impact</i> , qui ne sont pas basés sur une franchise connue, mais parviennent néanmoins à fonctionner. Il n'y a pas de jugement de valeur dans cette réflexion.

351	Cette unité d'information est neutre. L'auteur affirme que « les employés en haut de la pyramide du <i>gacha</i> ne sont ni les graphistes ni les développeurs mais les analystes », mais il ne donne pas de connotation à cette information.
352	Cette unité est neutre. Elle vise à expliquer le processus de collecte de données dans l'univers des jeux de type <i>gacha</i> , sans émettre de jugement sur cette pratique. Bien que certains pourraient interpréter cette explication comme une critique implicite, le texte lui-même ne prend pas position de manière claire, laissant ainsi une interprétation ouverte aux lecteurs. Nous choisirons donc de coder cette unité en neutre, car la plupart des lecteurs n'iront pas jusqu'à cette réflexion plus profonde.
353	Cette unité est neutre. Elle informe le lecteur qu'habituellement un jeu est préalablement testé sur un micromarché. C'est informatif, sans connotation spéciale.
354	Cette unité est négative pour les jeux de type <i>gacha</i> et, par extension, pour les jeux <i>free-to-play</i> . L'auteur souligne qu'il ne faut pas prendre à la légère « l'addiction aux mécaniques d'achats de ces jeux », surtout au Japon. Cela met en lumière un danger potentiel associé à ce modèle.
355	Cette unité est négative, puisqu'elle met en avant les dépenses importantes (et souvent excessives) de certains joueurs, les <i>whales</i> .
356	Cette unité est plutôt négative, car elle souligne une pratique des <i>gachas</i> , et des jeux <i>free-to-play</i> plus généralement, qui consiste à exploiter des événements limités dans le temps pour maximiser les revenus, en particulier lors des périodes de fêtes où les jeunes reçoivent de l'argent ou des cartes-cadeaux. Cette technique pourrait être perçue comme assez négative.
357	Cette unité est très négative envers les jeux de type <i>gacha</i> , car l'interviewé insiste sur des liens avérés entre les jeux d'argent et ce type de productions.
358	Cette unité est neutre, il s'agit d'un lexique des termes employés dans les jeux de type <i>gacha</i> .
359	On codera ce titre comme positif, car le terme « blockbuster » suggère un succès commercial et populaire, ce qui est plutôt positif pour le jeu.

360	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , puisque l'auteur précise que le jeu « surprend par sa beauté et la richesse de ses graphismes ». Ce qui est une réflexion plutôt positive.
361	Cette unité d'information est plutôt positive pour le jeu <i>Genshin Impact</i> puisque la description de l'article met en avant les paysages du jeu, son succès commercial, ainsi que son statut de jeu mobile ambitieux et rentable, tout en détaillant les éléments de gameplay et la disponibilité sur plusieurs plateformes. Tous ces éléments sont élogieux pour le jeu chinois.
362	Cette unité est plutôt positive, puisqu'elle montre que dès son lancement, <i>Genshin Impact</i> a inondé les réseaux sociaux, la télévision, et même le métro de publicités, ce qui est assez rare et démontre dès le départ le souhait de faire de <i>Genshin Impact</i> un blockbuster. C'est plutôt positif parce que cela montre l'ambition que le studio derrière le jeu a toujours eue pour le titre.
363	Cette unité est neutre, elle informe le lecteur que la suite de l'article parlera de « dessin, cosplay et fanfiction ».
364	Cette unité est plutôt positive puisqu'elle met en avant le fait que <i>Genshin Impact</i> a réussi à fédérer une communauté autour de son jeu, notamment sur les réseaux sociaux.
365	Cette formulation est assez neutre. Elle présente succinctement le concept de personnage dans <i>Genshin Impact</i> sans exprimer de jugement sur sa qualité.
366	Cette unité est positive, puisque l'illustratrice interrogée considère que le jeu <i>Genshin Impact</i> possède une « richesse narrative incroyable » et que « tous les personnages ont une profondeur et une histoire intéressante, il y en a vraiment pour tous les goûts ».
367	Cette unité est légèrement positive, mettant l'accent sur la relation particulière que l'interviewée entretient avec l'un des personnages du jeu. Elle illustre l'implication de certains joueurs avec les personnages du jeu et souligne la capacité du jeu à fédérer ses joueurs autour de ces personnages.
368	Cette unité est positive, l'illustratrice qui intervient dans cette citation décrit les dialogues du jeu comme « très recherchés et souvent drôles », et l'univers de <i>Genshin Impact</i> comme un univers qui « l'inspire ».

369	Cette unité est plutôt positive, mettant en valeur le fait que le jeu chinois est particulièrement populaire sur les réseaux sociaux (Twitch, groupes Facebook, Discord).
370	Positif pour le jeu <i>Genshin Impact</i> , soulignant que son aspect non compétitif favorise l'entraide entre joueurs, encourageant ainsi la création de communauté.
371	Cette unité est légèrement négative envers <i>Genshin Impact</i> , puisque la journaliste à l'origine de l'article considère qu'il existe « un aspect moins réjouissant sur Genshin Impact », et cet aspect, c'est sa mécanique <i>gacha</i> . De plus, elle souligne les sommes mirobolantes gagnées par le studio.
372	Ce sous-titre, qui se réfère au <i>gacha</i> et le qualifie de « mécanisme addictif » est plutôt négatif.
373	Cette unité est très critique envers les jeux utilisant le système de <i>gacha</i> . Elle met en avant le fait que d'autres jeux utilisant ce système, ou un système similaire, ont « tendance à en abuser », si bien qu'il devient « presque impossible pour un joueur de s'amuser sans verser le moindre centime ». De plus, elle souligne que certains jeux « utilisent volontairement ce système de génération aléatoire pour bloquer les joueurs dans leur progression et les pousser à acheter », ce qui génère une vision très négative des <i>gachas</i> et du modèle économique <i>free-to-play</i> en général.
374	Cette unité est plutôt critique, car la joueuse interrogée souligne la nécessité de faire preuve de prudence avec ce type de mécanisme, affirmant qu'il « faut faire très attention à ce genre de mécanisme, parce qu'il peut devenir addictif » (<i>gacha</i>). Elle insiste sur le lien émotionnel qui se développe entre les joueurs et les personnages du jeu, notant que cela peut « donner envie de les débloquent et de dépenser beaucoup d'argent ». Elle reconnaît même avoir succombé à cette tentation, illustrant ainsi la complexité de cette relation qui peut conduire à des dépenses excessives.
375	Cette unité est négative, car elle met en évidence une somme importante dépensée par un streamer pour l'obtention d'un personnage, mais malgré cette dépense, il ne l'a pas obtenu.
376	Cette unité est plutôt positive pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant que le jeu « est pourtant loin d'être celui qui pousse le plus à l'achat, selon de nombreux joueurs ». Cela suggère une approche relativement modérée en matière d'incitation aux achats.

377	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> . Le joueur interrogé souligne que la « frustration n'est pas très forte sur Genshin », car « il n'y a pas besoin de payer pour jouer contrairement à d'autres titres ».
378	Cette unité est plutôt positive pour le jeu, car elle suggère que chacun est libre de jouer à sa façon, que ce soit en dépensant de l'argent ou non.
379	Cette unité est neutre, car bien que la streameuse interrogée admette n'avoir jamais dépensé d'argent sur <i>Genshin Impact</i> , elle reconnaît avoir eu de la chance en débloquant un bon personnage dès le début. Ses propos sont donc nuancés.
380	Cette unité d'information est plutôt neutre, elle décrit simplement un événement lié à un personnage populaire dans le jeu sans exprimer de jugement positif ou négatif sur les dépenses des joueurs.
381	L'unité est neutre, car le joueur interviewé exprime son avis sur le fait de payer dans le jeu, considérant que cela « fait partie du jeu ». Cette opinion est présentée de manière objective, sans être clairement positive ou négative pour le jeu.
382	Bien que l'unité soit très neutre dans son ton, la somme impressionnante de 500 euros dépensée par le joueur peut tout de même susciter une vision négative du jeu <i>Genshin Impact</i> .
383	Cette unité d'information est neutre ; l'interviewé déclare simplement apprécier collectionner des personnages et les améliorer.
384	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant que grâce à son succès, le jeu, initialement prévu pour une période de développement de cinq ans, verra cette période doublée à dix ans.
385	Ce titre est relativement neutre, il informe le lecteur que le but de l'article sera de faire le point un an après la sortie de <i>Genshin Impact</i> .
386	Cette unité est positive, car elle présente <i>Genshin Impact</i> comme « l'un des plus gros succès de ces dernières années », soulignant sa capacité à « créer un petit événement à chacune de ses mises à jour ». Un chapô très positif pour le jeu.
387	Cette unité est positive, <i>Genshin Impact</i> y est présenté comme un « jeu qui enchaîne les records financiers ».

388	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , car elle décrit l'arrivée du jeu il y a un an comme ayant attiré l'attention de la communauté occidentale avec une bêta prometteuse, soulignant que « tout portait déjà à croire que le titre trouverait son public ». De plus, elle met en avant la réputation préexistante du studio miHoYo grâce à <i>Honkai Impact 3rd</i> , ce qui laisse, selon cette UI, « présager un succès dès le départ ».
389	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , mettant en évidence le succès massif du jeu dès son lancement, avec 17 millions de téléchargements en seulement 4 jours.
390	Cette unité est plutôt positive pour <i>Genshin Impact</i> , car elle met en avant deux aspects appréciés du jeu : son casting de personnages attrayant et son monde ouvert incitant à l'exploration.
391	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , car elle souligne la profondeur du jeu, tant sur le plan narratif, avec un <i>lore</i> riche, que sur celui du gameplay, grâce à la diversité des personnages jouables.
392	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant que dès sa première mise à jour, le jeu s'est enrichi de nouveaux contenus tels que des personnages et des événements réguliers, ce qui a conduit de nombreux joueurs à intégrer le jeu dans leur routine quotidienne. C'est positif, car cela met en avant la richesse du contenu offert par le jeu.
393	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant l'engouement autour du jeu généré par l'ajout de nouvelles zones et de nouveaux personnages, ce qui se traduit par des bénéfices accrus pour miHoYo, le studio de <i>Genshin Impact</i> .
394	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , car elle met en évidence le lien entre l'ajout de nouveaux personnages et l'augmentation significative des revenus du jeu. C'est donc positif, car cela témoigne d'un certain succès du titre.
395	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> . Elle insiste sur le fait qu'en « seulement six mois », le jeu est entré « dans l'histoire en étant le jeu ayant atteint le milliard de revenus (en dollars) le plus rapidement sur iOS et Android ». Cela souligne donc le grand succès du jeu.
396	Cette unité est positive, elle met en valeur le succès continu de <i>Genshin Impact</i> .

397	Cette unité est positive, car le jeu est décrit comme « de plus en plus généreux en contenu ». Cela semble a priori une bonne chose en temps normal pour n'importe quel jeu.
398	Cette unité est positive, elle indique que les nouveaux joueurs pourraient découvrir un contenu « gargantuesque, et surtout gratuit ». L'accent est donc mis sur la quantité de contenu gratuit proposé aux joueurs, ce qui est positif.
399	Cette unité est positive, car elle affirme que la sortie de nouveaux personnages via de nouvelles bannières relance constamment l'intérêt des joueurs via la recherche d'une nouvelle « méta ». De plus, le fait que le jeu soit principalement axé sur le PvE « rend l'acquisition de personnages moins obligatoire », ce qui montre que les joueurs ne sont pas obligés de forcément faire des vœux pour de nouveaux personnages, et donc d'éventuellement dépenser de l'argent.
400	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , car elle met en avant « l'arrivée d'une version native PS5 », « des boss impressionnants », « une OST toujours plus divine », et « l'énorme contenu de la mise à jour 2.0, avec une toute nouvelle région à explorer », ce qui en fait « l'un des titres les plus alimentés en contenu sur sa première année ». Une description plutôt élogieuse des ajouts apportés au jeu.
401	Cette unité semble plutôt négative, car elle met en avant le fait que le système économique du jeu « fait toujours débat ». Bien qu'on puisse argumenter que ce débat pourrait avoir des aspects positifs, dans la plupart des cas, et surtout pour un système économique, le fait qu'il suscite des discussions indique plutôt qu'il fait l'objet de critiques.
402	Cette unité est plutôt négative pour <i>Genshin Impact</i> . Bien qu'elle mentionne que miHoYo a été « particulièrement généreux sur le contenu », elle critique certaines mises à jour qualifiées de « bouche-trou » et souligne que le studio « ne l'est pas toujours autant sur son système de gacha ».
403	Cette unité est plutôt négative, puisqu'elle affirme que pour les joueurs qui ne sont pas réguliers sur le jeu : « c'est la croix et la bannière pour n'obtenir qu'un seul personnage 5 étoiles ».
404	Cette unité est très négative, elle critique le « taux de drop » très faible de <i>Genshin Impact</i> , le considérant même comme « l'un des gachas les plus radins du moment ».

405	Cette unité est neutre, elle critique négativement le système de « 50/50 » de <i>Genshin Impact</i> , mais elle souligne également qu'il existe un système de « pity » qui est « plutôt efficace » et qui accompagne ce « 50/50 » (ce qui l'équilibre donc un peu). Cette critique est donc nuancée.
406	Cette unité est plutôt neutre pour <i>Genshin Impact</i> . D'un côté, le journaliste souligne que l'absence d'une feuille de route précise favorise les leakers. Cependant, il note que le studio a néanmoins mis en place une petite feuille de route des prochains personnages à sortir pour contrer ces leakers, ce qu'il considère comme « un début appréciable ».
407	Cette unité est négative, elle met l'accent sur les critiques concernant les bannières des armes du jeu, soulignant que malgré un système de garantie mis en place, obtenir une arme peut encore nécessiter de dépenser plusieurs centaines d'euros virtuels en cas de « malchance ».
408	Cette unité est neutre, car plutôt nuancée. Le journaliste souligne d'abord l'agacement des joueurs face aux récompenses modestes offertes par le jeu pour son premier anniversaire, mais il mentionne également que le studio a tout de même célébré l'événement en optant pour une célébration en dehors du jeu. Bien que les récompenses en jeu aient été jugées faibles, le studio a organisé de nombreuses activités « IRL ».
409	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> . Elle exprime une confiance quant à la persistance du jeu dans le temps malgré les problèmes mentionnés précédemment.
410	Cette unité est neutre, elle annonce aux lecteurs que la suite de l'article évoquera une « version Switch » de « Genshin Impact ».
411	Cette unité est neutre, elle mentionne l'attente de la communauté pour une version Switch de « Genshin Impact », mais souligne le manque de communication de la part de Nintendo et de miHoYo concernant son arrivée future.
412	Cette unité souligne le potentiel d'une version Nintendo Switch du jeu, témoignant d'une certaine popularité du titre.
413	Cette unité est neutre, l'auteur de l'article y fait la synthèse des difficultés potentielles pour parvenir à une version Nintendo Switch du jeu.

414	Cette unité est neutre, l'auteur exprime ses espoirs quant au fait qu'après avoir achevé le portage sur PS5, le portage du jeu sur Nintendo Switch pourrait être la prochaine étape pour le studio.
415	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> . L'auteur signale que le « voyage ne fait que commencer », suggérant ainsi que <i>Genshin Impact</i> n'est pas près de s'arrêter et donc de continuer à rencontrer du succès.
416	Cette unité est très positive pour <i>Genshin Impact</i> , puisque l'auteur décrit le jeu comme ayant « un succès (mérité à bien des égards) comme on en voit rarement, et celui-ci est amené à durer ».
417	Cette unité est positive pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant que le cœur de cible du jeu, qui est également le plus dépensier, reste engagé en raison des ajouts de contenu fréquents, ce qui garantit une pérennité du jeu. L'auteur envisage même que le jeu pourrait « partir sur une décennie ».
418	Cette unité est plutôt neutre, elle exprime une préoccupation concernant le public occasionnel et espère que les problèmes soulevés par la communauté seront résolus.
419	Cette unité est neutre, informant simplement les lecteurs de la possibilité pour les joueurs de <i>Genshin Impact</i> de consulter une rétrospective de leur année de jeu directement sur le jeu.
420	Cette unité est neutre pour <i>Genshin Impact</i> , elle informe simplement que des guides pour le jeu sont disponibles sur <i>ActuGaming</i> .
421	Ce titre est positif, car il met en avant le fait que <i>Genshin Impact</i> a déjà atteint des revenus équivalents à 2 milliards de dollars. Ce chiffre impressionnant témoigne donc d'un certain succès du jeu.
422	Ce chapô est positif, l'auteur met en avant le fait que <i>Genshin Impact</i> demeure l'un des jeux les plus populaires de l'année, et il ajoute que celui-ci bénéficie d'une « rentabilité incroyable ».
423	Cette UI est plutôt positive pour les jeux <i>free-to-play</i> et le marché des jeux mobiles, l'auteur considérant ce marché comme « en plein essor ».
424	Cette unité d'information est positive, elle met en avant la domination exercée par <i>Genshin Impact</i> dans la catégorie des jeux mobiles, soulignant son chiffre d'affaires

	impressionnant de 2 milliards de dollars et sa position de troisième jeu mobile le plus rentable.
425	Ce sous-titre est favorable à <i>Genshin Impact</i> , puisqu'il introduit la somme de 2 milliards de dollars engrangée par le jeu comme « un record pour un jeu chinois », montrant que le jeu tire son épingle du jeu dans sa catégorie.
426	Cette unité d'information est positive, mettant en avant le succès financier non seulement au niveau national du jeu, mais également à l'échelle internationale, soulignant qu'il s'agit du jeu « le plus rentable du monde ».
427	Cette unité d'information est positive, car elle met en avant les performances extraordinaires de <i>Genshin Impact</i> au cours de sa première année, soulignant également qu'il a dépassé le milliard de revenus au cours des six derniers mois, ce qui témoigne d'un succès persistant.
428	L'auteur affirme que <i>Genshin Impact</i> rencontre « un grand succès » sur toutes les plateformes sur lesquelles il est présent.
429	Cette unité est plutôt positive, car elle met l'accent sur le succès de <i>Genshin Impact</i> , qui se classe comme le troisième jeu le plus rentable de cette année-là, et sur ses impressionnants revenus.
430	Cette unité est positive, car elle met en avant la sortie régulière de mises à jour par l'éditeur de <i>Genshin Impact</i> , ce qui semble stimuler les revenus du jeu à chaque nouvelle mise à jour.
431	Cette UI est neutre, elle annonce que le prochain sujet abordé dans l'article sera le modèle <i>free-to-play</i> en général.
432	Cette UI reste relativement neutre, elle présente le modèle économique <i>free-to-play</i> .
433	Cette UI donne l'exemple du système de monétisation de <i>Candy Crush</i> pour illustrer le modèle <i>free-to-play</i> .
434	Cette UI est plutôt positive puisque l'auteur de l'article introduit dans son titre le jeu <i>Genshin Impact</i> comme un « hit mondial ». Cela sous-entend non seulement que le jeu a du succès, mais que ce succès est international.

435	Cette UI est toujours positive, l'article informe le lecteur que <i>Genshin Impact</i> a déjà récolté 3 milliards de dollars, une somme impressionnante, et ce « uniquement sur smartphones et tablettes », ce qui plaide, à nouveau, en faveur d'un certain succès du jeu.
436	Cette unité d'information est positive. L'auteur répète le chiffre impressionnant de 3 milliards de recettes et ajoute que <i>Genshin Impact</i> se distingue en tant que « premier véritable hit international pour un jeu vidéo made in China ».
437	Cette unité d'information est positive, car elle compare <i>Genshin Impact</i> à d'autres jeux mobiles à grand succès, mettant en lumière sa réussite.
438	Cette unité est positive, car elle témoigne de la capacité de <i>Genshin Impact</i> à s'imposer sur le marché occidental, notamment aux États-Unis.
439	Cette unité très courte informe simplement le lecteur que <i>Genshin Impact</i> est un jeu de type Action-RPG.
440	Cette unité est positive, car elle résume les éléments qui expliquent le succès du jeu. Elle souligne notamment que <i>Genshin Impact</i> a su capitaliser sur l'intérêt occidental pour l'animation japonaise. Elle explique également que le jeu a su combiner des « aspects » des jeux sur consoles avec ceux des « fonctionnalités » issues des jeux mobiles.
441	Cette unité est positive, car elle informe que le succès de <i>Genshin Impact</i> pousse son studio à acquérir des locaux au Canada pour la création d'un jeu « Triple A ». C'est un signe positif, car cela démontre que le jeu a suffisamment de succès pour inciter son studio à se lancer dans une internationalisation.
442	Cette unité exprime une perspective favorable envers le studio derrière <i>Genshin Impact</i> et, par extension, envers le jeu lui-même. Elle met en avant les effectifs humains impressionnants du studio, illustrant ainsi les ressources mises en œuvre pour conceptualiser <i>Genshin Impact</i> .
443	Cette unité explique qu'après le succès de <i>Genshin Impact</i> , l'entreprise chinoise compte s'investir dans le métavers. C'est plutôt informatif.
444	Cette unité d'information est effectivement plutôt positive. La question rhétorique posée par l'auteur de l'article témoigne du succès du jeu, ce qui est plutôt positif.
445	Cette unité d'information est plutôt positive pour <i>Genshin Impact</i> puisqu'elle décrit son succès comme « phénoménal ».

446	Cette unité est positive, soulignant l'évolution de <i>Genshin Impact</i> , initialement comparé à <i>Zelda</i> mais aujourd'hui scruté à chaque mise à jour. Elle met également en avant le jeu comme « le titre le plus ambitieux et prolifique du studio miHoYo », tout en mentionnant son budget colossal.
447	Cette unité revient sur les conditions de création de « Genshin Impact », comment le jeu est passé d'une idée « sur les bancs de la fac » à l' « E3 ».
448	Cette citation est neutre. L'auteur de l'article utilise les termes de présentation de son propre média, tels qu'ils ont été initialement employés lors du lancement du jeu <i>Genshin Impact</i> . La description qui en découle est descriptive et impartiale.
449	Cette unité explicative et neutre revient sur comment le projet « <i>Genshin Impact</i> » est né à l'université.
450	Cette unité est neutre pour le jeu <i>Genshin Impact</i> , elle explique les premiers succès de son studio.
451	Cette unité d'information exprime un avis favorable à l'égard du jeu <i>Genshin Impact</i> . Elle souligne que le jeu représente une avancée notable par rapport aux précédentes réalisations de son studio, le décrivant comme étant encore plus ambitieux. De plus, elle mentionne que des joueurs et des journalistes comparent le jeu à <i>Breath of the Wild</i> , une comparaison flatteuse qui témoigne de la qualité perçue du jeu.
452	Ce sous-titre, que l'on comprend suite à l'UI précédente comme se référant à <i>Genshin Impact</i> décrit le jeu comme « une recette qui fonctionne », c'est une description positive.
453	Cette unité d'information est positive, elle met en avant le fait que le jeu reprend les éléments qui ont fait le succès des précédents jeux du studio, mais souligne également ses efforts supplémentaires, tels que l'utilisation des services des orchestres philharmoniques de Londres et de Shanghai, ainsi que la disponibilité de doublages en anglais et de sous-titres dans plusieurs langues européennes. Cette comparaison avec les jeux précédents du studio suggère une amélioration qualitative.
454	Cette unité est positive, elle souligne notamment que <i>Genshin Impact</i> doit son succès à ses systèmes de « cross-play » et « cross-save ».
455	Cette UI est positive, car elle souligne que le système de <i>gacha</i> utilisé dans le jeu <i>Genshin Impact</i> « ne pousse jamais vraiment à l'achat », ce qui constitue un point résolument

	positif pour le jeu, répondant ainsi à une préoccupation récurrente vis-à-vis des jeux de ce type. De plus, l'auteur insiste sur le fait que le jeu « s'apprécie complètement de façon gratuite ».
456	Cette unité est favorable pour <i>Genshin Impact</i> , mettant en avant sa « communication constante et engagée avec la communauté de joueurs », ce que l'auteur considère comme une force.
457	Cette UI, bien que rédigée sur un ton relativement neutre, n'offre pas une image favorable du jeu, car elle revient sur toutes les polémiques qui l'entourent ou l'ont entouré.
458	Cette UI est positive, puisqu'elle décrit <i>Genshin Impact</i> comme étant un jeu qui « rapporte très gros ».
459	Cette UI est relativement neutre, elle aborde notamment l'estimation du coût de développement de <i>Genshin Impact</i> en parallèle à ses revenus annuels.
460	Cette UI est positive, elle décrit avec des termes élogieux <i>Genshin Impact</i> , le décrivant comme un « véritable modèle de réussite » en tant que jeu-service", soulignant l'investissement continu des joueurs.
461	Cette UI est positive, le jeu <i>Genshin Impact</i> y est décrit comme un jeu qui représente « l'une des plus grosses réussites chinoises sur le marché occidental ». Ce qui est forcément flatteur.
462	Cette UI est positive pour <i>Genshin Impact</i> , puisqu'elle annonce que le <i>lore</i> du jeu va être enrichi grâce à un projet d'animation en collaboration avec le studio ufotable. Cela témoigne du succès actuel du jeu et d'un avenir prometteur.
463	Cette unité est plutôt positive puisque ce titre sous-entend que le modèle <i>free-to-play</i> a « encore de beaux jours devant lui ». Cela sous-entend que le modèle est florissant.
464	Cette unité est neutre pour le modèle, puisqu'elle le qualifie d'abord comme une stratégie commerciale qui « prend de l'ampleur » et « constitue une aubaine pour les studios de jeux vidéo comme pour les consommateurs ». Cela dresse un portrait a priori flatteur de ce système économique. Cependant, l'auteur nuance son propos en affirmant que cette méthode n'est pas « sans risque ». Les propos sont donc équilibrés, ni positifs, ni négatifs.
465	Cette unité est plutôt positive, puisqu'elle sous-entend que si le marché du jeu vidéo est aujourd'hui florissant, pesant environ « 300 milliards de dollars de recettes au niveau

	mondial », c'est notamment grâce aux modèles « premium, freemium, free-to-play ou encore play-to-earn ». Montrant ainsi que le secteur des jeux gratuits rapporte gros.
466	Via l'unité précédente, le lecteur comprend que le <i>free-to-play</i> représente une grande part des revenus de l'industrie vidéoludique. Dans cette UI, Julie Chalmette, présidente du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), explique que l'industrie du jeu vidéo « signe une nouvelle performance record ». Cela signifie que le secteur vidéoludique se porte bien. Bien que cela ne soit pas explicitement dit, on peut sous-entendre, à partir de l'unité précédente, que cette bonne santé est en grande partie due au modèle <i>free-to-play</i> .
467	Cette UI est positive, elle confirme que l'industrie doit son succès en partie au jeux gratuits.
468	Cette unité est neutre, elle présente le modèle <i>free-to-play</i> .
469	Cette unité est plutôt positive pour le modèle, puisqu'elle le décrit comme une solution qui « rapporte gros ». L'auteur souligne également ses perspectives prometteuses avec l'arrivée du « métavers » et des « NFT ».
470	Cette UI est plutôt positive. En questionnant le succès de <i>Genshin Impact</i> , l'auteur informe le lecteur que le jeu est populaire, ce qui renforce l'image positive du jeu.
471	Cette UI est positive, <i>Genshin Impact</i> est décrit comme un jeu au succès « fulgurant ».
472	Cette UI est neutre. L'auteur y annonce simplement que la suite de l'article sera consacrée à informer les joueurs sur tous les aspects de <i>Genshin Impact</i> .
473	Cette unité d'information est neutre ; elle indique que cette partie de l'article sera consacrée à la présentation du jeu vidéo.
474	Cette unité d'information vise à présenter globalement le jeu <i>Genshin Impact</i> . Son ton est donc plutôt neutre, car elle se veut davantage informative.
475	Cette unité d'information est neutre, annonçant que la suite de l'article abordera l'histoire racontée dans <i>Genshin Impact</i> .
476	Cette unité est relativement neutre, elle vise principalement à informer le lecteur sur l'histoire proposée par <i>Genshin Impact</i> .
477	Cette unité est neutre, c'est un sous-titre qui informe que le focus de l'article sera mis par la suite sur les caractéristiques du jeu.

478	Cette unité d'information est plutôt neutre. L'auteur y aborde les ressemblances entre <i>Genshin Impact</i> et <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> sans exprimer d'opinion positive ou négative à leur sujet.
479	Cette unité est positive, affirmant que les « adeptes d'animes japonais vont fort probablement apprécier les personnages » et que les « amateurs d'action » s'intéresseront aux styles de combats. En mettant en lumière ces aspects, elle souligne des éléments attrayants du jeu, suggérant ainsi une perspective favorable envers <i>Genshin Impact</i> .
480	Cette unité est plutôt positive, car l'auteur annonce qu'il va aborder les raisons de la notoriété du jeu. Le fait que le jeu ait une notoriété élevée est généralement considéré comme positif dans la plupart des cas.
481	Cette unité est neutre ; elle annonce que le prochain focus opéré par l'auteur de l'article se concentrera sur le modèle <i>free-to-play</i> du jeu.
482	Cette unité tend vers le négatif en raison de l'accent mis sur les dépenses d'argent nécessaires pour progresser dans le jeu. Bien que l'information soit neutre dans sa formulation, souligner le besoin de dépenser de l'argent peut influencer une vision plutôt négative du jeu. De plus, l'insistance sur le fait que les dépenses peuvent aller jusqu'à plusieurs centaines d'euros souligne l'ampleur potentielle de ces dépenses, ce qui renforce cette perception négative.
483	Cette unité est neutre, elle annonce que l'auteur va parler par la suite des événements du jeu.
484	Cette unité est positive, car elle souligne que les événements proposés par <i>Genshin Impact</i> empêchent les joueurs de se « lasser ». Cette mise en avant du contenu varié du jeu semble donc être favorable.
485	Cette unité est neutre, elle annonce que l'auteur est sur le point de parler de <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i> .
486	Cette unité est légèrement positive, car elle affirme que les joueurs ayant apprécié <i>Breath of the Wild</i> pourront s'intéresser à <i>Genshin Impact</i> en attendant la sortie du deuxième opus du jeu Nintendo. Cette déclaration sous-entend que <i>Genshin Impact</i> a la capacité de satisfaire l'appétit des joueurs en manque d'un jeu de qualité comme <i>Breath of the Wild</i> . De plus, elle ne critique pas les ressemblances entre les deux jeux, ce qui renforce sa tonalité positive.

487	Ce sous-titre introduit le prochain point d'attention de l'article : la fonction multiplateforme du jeu.
488	L'auteur décrit le multiplateforme du jeu comme un « atout », ce qui semble indiquer un aspect résolument positif du jeu.
489	Cette UI est neutre, c'est un sous-titre qui indique que l'auteur va parler des graphismes de <i>Genshin Impact</i> dans la suite de l'article.
490	L'auteur met en avant dans cette unité d'information les graphismes de <i>Genshin Impact</i> , considérant que ceux-ci « participent à sa popularité », puisqu'ils sont inspirés des animés, lesquels l'auteur affirme être populaires auprès du public. Cette unité est donc positive puisqu'elle met en avant un aspect positif du jeu qui contribue à son attrait.
491	Cette unité est neutre, bien qu'elle souligne des aspects positifs de l'univers du jeu, comme le fait qu'il soit « agréable », elle mentionne également un point négatif, à savoir sa « simplicité » selon certains joueurs. Le propos est donc nuancé.
492	Ce sous-titre est neutre, il fait la transition entre une partie de l'article mettant l'accent sur le graphisme du jeu à une partie de l'article abordant l'histoire du jeu.
493	Cette UI est plutôt positive envers <i>Genshin Impact</i> , puisqu'elle décrit l'histoire du jeu comme « motivante pour les joueurs » et la qualifie d'intéressante « pour sa capacité à les transporter dans l'univers » du jeu.
494	Cette UI est positive, elle loue le fait qu'il soit possible dans l'histoire de <i>Genshin Impact</i> de jouer d'autres personnages.
495	Dans cette UI, l'auteur regrette qu'il ne soit pas possible de personnaliser les « parcours » du jeu.
496	Cette UI est en effet plutôt positive, car l'auteur affirme que le jeu s'adresse à la fois aux « débutants » et aux « plus aguerris de jeux vidéo ». Cela indique que le jeu a la capacité de plaire à un large public, ce qui est positif.
497	Cette unité d'information est neutre, c'est un sous-titre qui annonce que le prochain sujet que couvrira l'article sera la navigation sur mobile du jeu.
498	Cette unité d'information est positive, car elle souligne que la navigation sur mobile du jeu reçoit des « éloges » des joueurs, ce qui constitue un bon point pour le jeu. De plus,

	l'auteur précise que le titre est « compatible avec des supports mobiles modernes », ce qui renforce son attrait pour les joueurs mobiles.
499	Cette unité d'information est plutôt positive, car elle met en évidence le chiffre d'affaires impressionnant de 4 milliards de dollars généré par <i>Genshin Impact</i> .
500	Cette unité d'information est positive, elle met en avant le succès commercial du jeu, atteignant un chiffre d'affaires de 4 milliards de dollars, ainsi que sa popularité mondiale avec plus de 37 millions de téléchargements en 2022.
501	Cette unité est neutre. Elle affirme que <i>Genshin Impact</i> est un jeu « qui ne laisse pas indifférent », cependant, elle ne précise pas si les réactions qu'il suscite sont positives ou négatives.
502	Cette citation est en effet positive, car elle souligne que <i>Genshin Impact</i> bénéficie d'un « succès à long terme », ce qui indique que le jeu conserve sa popularité sur une période prolongée, ce qui est positif.
503	Cette unité est neutre, l'auteur indique que le jeu tire ses revenus des « microtransactions », mais il ne dit pas s'il s'agit d'une bonne ou d'une mauvaise chose.
504	Cette unité est effectivement positive, car elle informe que « près de deux tiers » des revenus de <i>Genshin Impact</i> proviennent d'autres pays que la Chine, son pays d'origine. Cela démontre la capacité du jeu à fonctionner à l'international.
505	Cette unité est positive, elle met en avant la popularité du jeu chinois sur Twitter, affirmant qu'il s'agit du jeu « le plus discuté sur Twitter avec 12 571 tweets et 4 millions de retweets à son sujet en 2022 ».
506	Cette unité est positive, car l'expression « poule aux œufs d'or », utilisée pour désigner <i>Genshin Impact</i> , est généralement connotée positivement. Cela suggère que le jeu est perçu comme une source de revenus très lucrative.
507	Cette UI est positive, car l'auteur affirme que <i>Genshin Impact</i> a connu un succès « fulgurant ». Ce terme, connotant un succès rapide et impressionnant, nous poussera dès lors à coder cette unité comme positive.
508	Cette unité est positive, car elle met en avant le fait que <i>Genshin Impact</i> offre non seulement une traduction du jeu, mais aussi un doublage réalisé par des « doubleurs

	célèbres dans chaque région ». Cela constitue un point positif pour le jeu, renforçant son attractivité et son accessibilité à un public international.
509	Cette unité est positive, elle met en avant le fait que <i>Genshin Impact</i> fourni régulièrement à ses joueurs du nouveau contenu.
510	Cette unité est positive, puisqu'elle présente <i>Genshin Impact</i> comme le « troisième jeu mobile générant le plus de revenus dans le monde », et « témoigne du savoir-faire des studios de développement chinois pour produire des jeux mobiles, extrêmement rentables, y compris sur le marché international ». Un portrait résolument positif du jeu.
511	On codera cette unité comme neutre. En effet, elle pourrait être perçue négativement, suggérant que les jeux <i>free-to-play</i> sont uniquement conçus pour générer des profits, ou positivement, en soulignant que ce modèle économique est rentable. Face à cette hésitation, nous la codons comme neutre, conformément à notre méthode.
512	Cette unité semble neutre à première vue, car l'auteur évoque plusieurs jeux auxquels on peut jouer gratuitement. Cependant, l'auteur précise juste après que l'on peut y jouer gratuitement « à moins de pénétrer dans la foire des skins et autres contenus additionnels... ». Cet ajout, ponctué de ces trois points de suspension, nous incite à coder l'unité comme négative, car l'auteur semble dire que bien que les jeux soient gratuits en théorie, ils impliquent des coûts supplémentaires pour accéder à certains contenus.
513	L'auteur donne l'exemple de la vente de skins par un vidéaste qui lui a rapporté gros, en expliquant que les skins sont aujourd'hui « le fruit d'une intense spéculation ». L'auteur établit ce fait sans prendre position sur le caractère positif ou négatif de cette réalité.
514	Nous coderons cette unité comme neutre. Elle pourrait être vue comme positive, soulignant le succès financier du modèle économique, mais aussi comme négative, suggérant que les jeux gratuits ne sont pas totalement gratuits s'ils génèrent des milliards de revenus.
515	Cette unité est négative pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant qu'un joueur a dépensé « 1 500 euros en deux ans pour développer son personnage favori » dans le jeu. Bien que cela puisse être considéré comme neutre, l'auteur ajoute ensuite « Sachant qu'il en possède des dizaines d'autres... ». Cette observation renforce l'idée des dépenses importantes de ce joueur, soulignant probablement les dangers financiers associés à ce type de jeu.

516	Cette unité est négative pour <i>Genshin Impact</i> , car elle souligne les dépenses importantes des joueurs pour développer leurs personnages, mettant en lumière les critiques concernant le modèle économique du jeu malgré sa gratuité de base.
517	Cette unité est négative pour <i>Genshin Impact</i> , soulignant que « la compagnie chinoise MiHoYo, son éditeur, monétise à tout va, usant à plein de la mécanique de la récompense, qui participe à développer l'addiction chez les joueurs ».
518	Cette unité serait codée comme neutre pour le modèle <i>free-to-play</i> , car elle présente l'affirmation de Celia Hodent selon laquelle « Les joueurs ne veulent plus acheter leurs jeux ». Cela ne porte pas directement de connotation positive ou négative sur ce modèle économique.
519	Cette unité est positive pour le modèle <i>free-to-play</i> . Elle met en avant le fait que de nombreux joueurs préfèrent télécharger des jeux gratuits plutôt que de dépenser 80 euros pour un titre qui pourrait ne pas leur plaire.
520	Cette unité d'information est positive pour les jeux <i>free-to-play</i> . Elle souligne que de plus en plus de jeux sur PC et consoles adoptent le modèle <i>free-to-play</i> , ce qui élargit leur audience et ouvre de nouvelles possibilités de monétisation.
521	Cette unité est positive, car dans celle-ci, Celia Hodent explique que le « gratuit évite d'être déçu » et que celui-ci « attire de nouveaux joueurs ».
522	Cette unité est positive pour le modèle <i>free-to-play</i> , comme le souligne la citation : « les jeux étant passés » au F2P ont augmenté leur nombre « d'utilisateurs actifs mensuels de 327 % en moyenne dès le premier mois ». Cela démontre que ce modèle économique est efficace en termes de recettes et de croissance d'audience.
523	Cette unité d'information est neutre. Elle annonce au lecteur que la suite de l'article portera sur le « biais de la monnaie virtuelle », mais elle ne donne pas d'indication sur la connotation positive ou négative de ce concept.
524	Cette unité est plutôt neutre. L'auteur souligne que, bien que le pourcentage de joueurs dépensant de l'argent dans ce type de jeux soit important, seule une petite partie d'entre eux dépense beaucoup.

525	Cette unité est plutôt négative pour les jeux <i>free-to-play</i> , soulignant que dans ce type de jeux, il est très facile d'acheter puisque les informations bancaires des joueurs sont directement sauvegardées sur le jeu.
526	Cette unité est légèrement négative, elle suggère que l'utilisation de monnaies virtuelles dans les jeux <i>free-to-play</i> facilite les dépenses des joueurs en les dissociant de l'argent réel.
527	Cette unité est légèrement négative. Un joueur confirme qu'il est plus facile de payer avec de l'argent virtuel, car « on a moins l'impression de passer à la casserole ». C'est plutôt négatif, car cela peut favoriser une dépense excessive.
528	Cette unité est neutre, elle énumère simplement les articles les plus achetés en jeu.
529	Cette unité est légèrement négative pour les jeux <i>free-to-play</i> , car elle met en lumière le concept de <i>pay-to-win</i> , où les joueurs peuvent dépenser de l'argent pour obtenir un avantage injuste sur les autres. Ce concept est généralement fort décrié.
530	Cette unité peut en effet être considérée comme plutôt positive pour les jeux <i>free-to-play</i> , car elle montre qu'il existe des exemples, comme <i>Fortnite</i> , où payer de l'argent réel ne confère aucun avantage compétitif. Cela suggère une certaine équité dans le modèle économique de certains jeux gratuits.
531	Cette unité souligne une vision plutôt négative, révélant que bien que <i>Fortnite</i> n'adopte pas le modèle <i>pay-to-win</i> , les joueurs du jeu servent de source de revenus publicitaires en permettant la diffusion d'annonces directement dans le jeu. Cette perspective pourrait être mal perçue par les joueurs, car même s'ils n'effectuent pas de paiements directs, leur participation contribue indirectement à la génération de revenus.
532	Cette unité est négative, puisqu'elle décrit les joueurs de jeux gratuits comme « sous influence ».
533	Cette unité est neutre, car bien que l'auteur souligne les revenus importants de <i>Fortnite</i> , il ne précise pas si ces revenus sont perçus comme une bonne ou une mauvaise chose.
534	Cette unité est neutre, elle met en avant l'impact de la communauté sur la consommation de jeux <i>free-to-play</i> et mentionne que de nombreux joueurs se filment en train de jouer.
535	Cette unité est neutre, présentant le principe de cohérence de Robert Cialdini dans le contexte des jeux vidéo sans exprimer de jugement.
536	Cette unité est neutre. L'auteur suggère que les jeux <i>free-to-play</i> pourraient gagner en popularité à l'avenir, mais il nuance sans propos en soulignant que ce succès n'est pas assuré, car, selon lui, « les jeux ne sont pas encore joués ».