



**WHO IS GOING TO BE THE  
MASTER OF MANIPULATION ?**

**Designers**

Eva Estrémé — Janitta Pel — Julien Warin

**Développeurs**

Rémy Dumas — Tristan Le Moigne

**Design et management de l'innovation interactive, 2020**

Gobelins, l'école de L'image

**01**

—

**L'IDÉATION**

—

# 3 français sur 4 considèrent avoir déjà été exposés à des “ Fake news ” \*

Les fake news ou en français les « infox » sont partout. Elles ont toujours existées, cependant depuis quelques années, grâce aux réseaux sociaux notamment, les fake news ont beaucoup plus d'impacts. Les « fake news » ne sont pas un phénomène nouveau elles s'apparentent dans leurs formes ancestrales aux commérages. Là où il y a un manque d'information vérifiée et un terrain propice, la rumeur naît, se transmet et enfle parmi les communautés. Elle assouvit un besoin de savoir, un manque. Ainsi nous pouvons voir beaucoup de fausses informations sur différents sujets, comme des sujets politiques, sociales, ou encore économiques. Dans ce dernier cas, bons nombres d'entreprises, n'hésitent pas à user de ce procédé pour nuire à leurs concurrents et ainsi gagner plus de bénéfices. Comme exemple, nous pouvons prendre celui des industriels américains qui ont lancés une campagne contre le saumon d'élevage européen présumant que ce dernier était toxique afin de faire remonter la côté du saumon sauvage en alaska, ce dernier ayant été fortement dépreciée par l'immense marée noire d el'exxon valdez en 1989.

**\*Source**

—  
Étude IFOP 2019

# LA PROBLÉMATIQUE

---

« En quoi **l'influence** et la **manipulation de l'information** profite à un acteur économique ? »

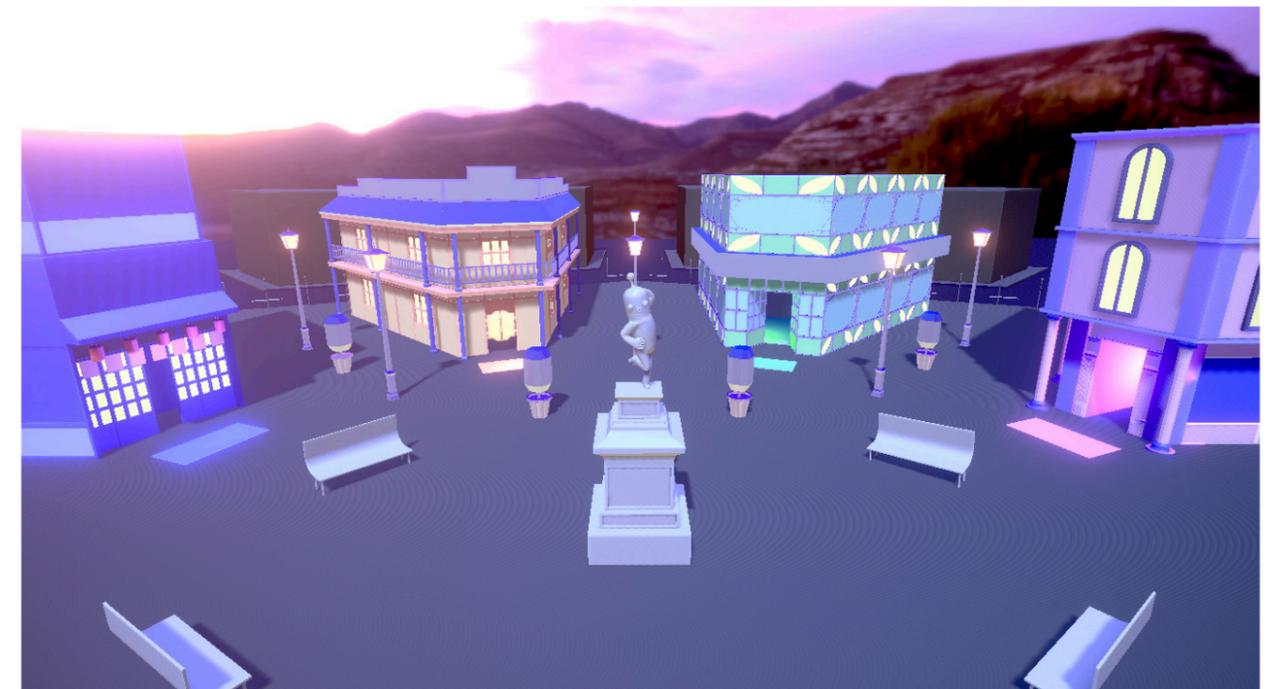
# LE CONCEPT

---

Jeu multijoueur sur switch dans lequel 4 joueurs vont se battre pour être le meilleur commerçant, en usant de moyens fourbes comme l'usage de fausses informations pour nuire à leurs concurrents. Le but de ce jeu est de faire prendre conscience et de sensibiliser les différents utilisateurs, des conséquences que peuvent avoir l'usage et la divulgation de fausses informations.

## Le pitch :

Dans une ville qui est la métaphore du monde virtuel, 4 commerçants cupides et malavisés se livrent une bataille acharnés pour être celui qui arrivera à avoir le plus de clients. Leurs objectifs commun ? Rien de moins que l'argent et la notoriété. Pour se faire, tout les coups sont permis pour atteindre son objectif, y compris les coups les plus bas, les plus fourbes. Par l'usage de fausses informations, perturbez vos adversaires, empêchez les d'obtenir plus de clients que vous, contrecarrez leurs stratégies et devenez le maître de la place !



# LE CONCEPT

---

Jeu multijoueur sur switch dans lequel 4 joueurs vont se battre pour être le meilleur commerçant, en usant de moyens fourbes comme l'usage de fausses informations pour nuire à leurs concurrents. Le but de ce jeu est de faire prendre conscience et de sensibiliser les différents utilisateurs, des conséquences que peuvent avoir l'usage et la divulgation de fausses informations.

## Le pitch :

Dans une ville qui est la métaphore du monde virtuel, 4 commerçants cupides et malavisés se livrent une bataille acharnée pour être celui qui arrivera à avoir le plus de clients. Leurs objectifs communs ? Rien de moins que l'argent et la notoriété. Pour se faire, tout les coups sont permis pour atteindre son objectif, y compris les coups les plus bas, les plus fourbes. Par l'usage de fausses informations, perturbez vos adversaires, empêchez les d'obtenir plus de clients que vous, contrecarrez leurs stratégies et devenez le maître de la place !

## La cible :

Personnes âgées de 18 à 30 ans, ayant une pratique des jeux-vidéos, idéalement sur console.

## Les objectifs du jeu :

- Montrer à qui profite le crime
- Dénoncer l'influence et la manipulation de l'information au service d'un acteur économique
- Faire prendre conscience à l'utilisateur qu'il est le produit de cette économie

## Le message :

" La fin justifie les moyens " et chaque joueur sera prêt à tout pour avoir la meilleure réputation...( y compris l'usage de rumeurs et faux avis envers ses concurrents )

**02**

—

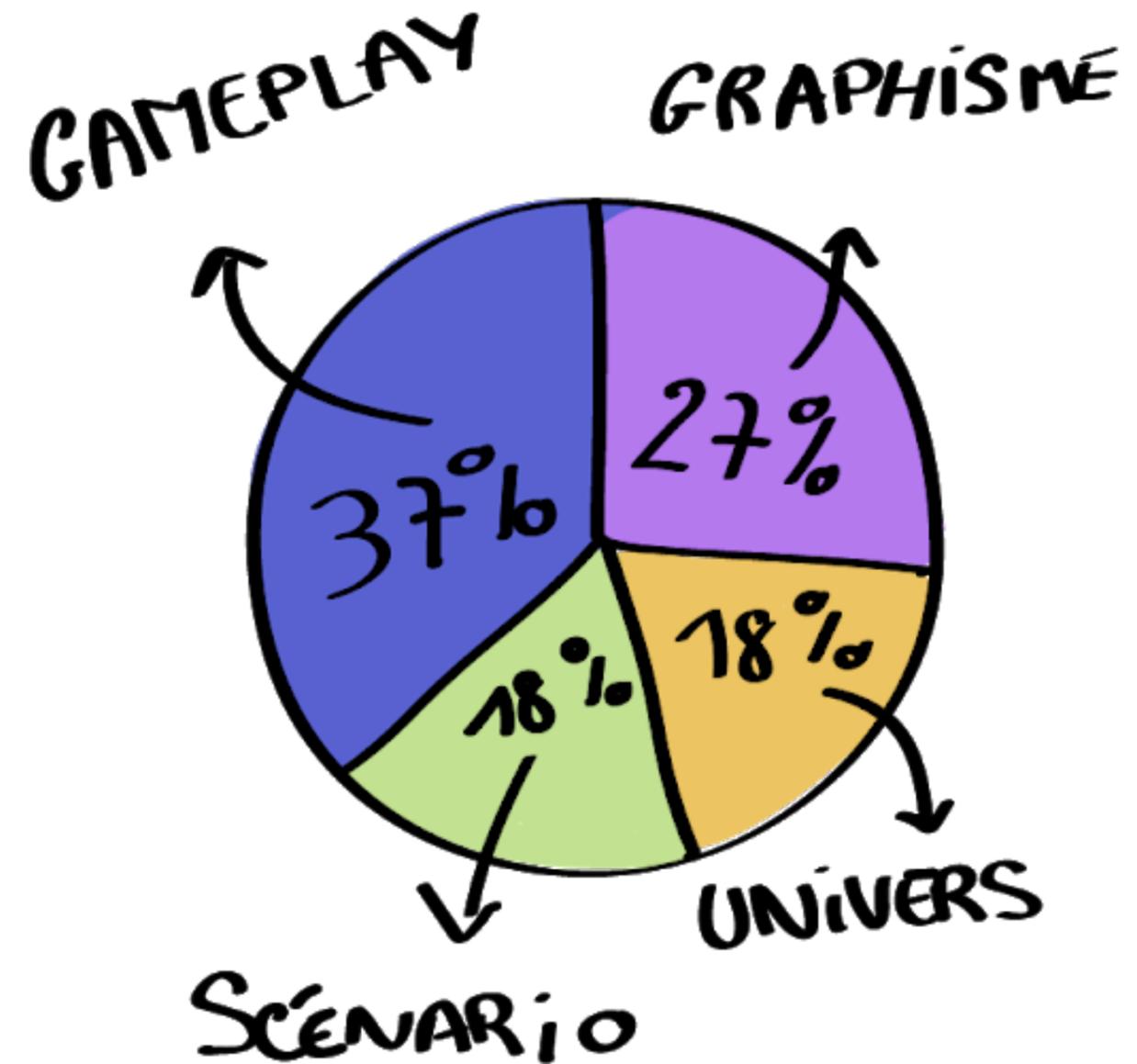
**DÉMARCHE DESIGN**

—

# LE TEST UTILISATEUR

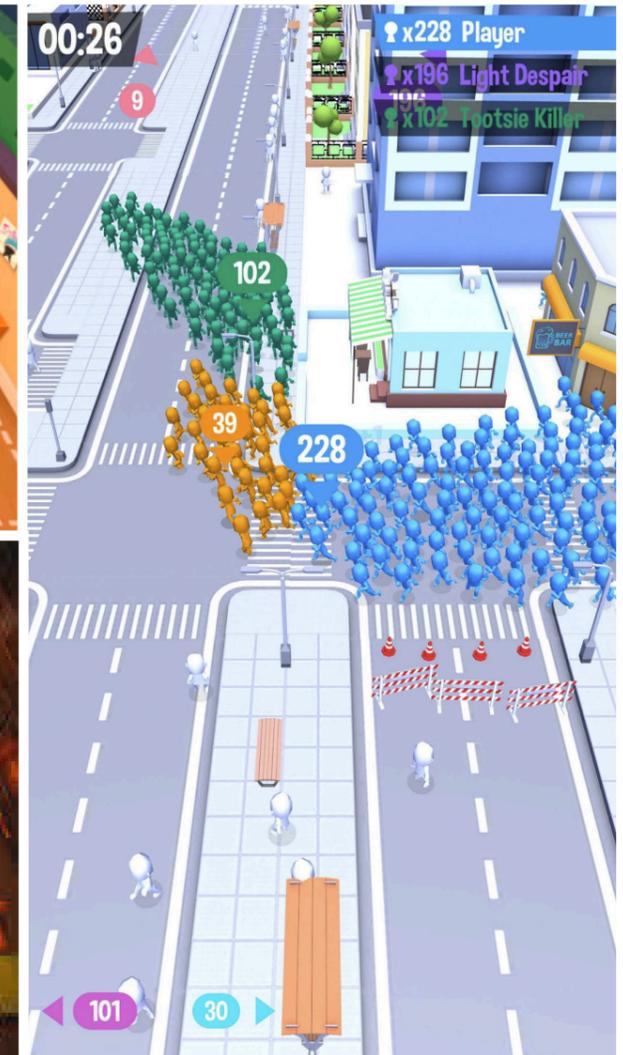
---

Nos testeurs ont des profils de joueurs réguliers. Beaucoup ont déjà une expérience sur des consoles dont 20% sur console Switch. Le jeu est pour eux une manière de se détendre et se défouler. Il se joue pour la majorité avec la famille et les amis à la maison. Nous avons ainsi interrogé une dizaine de participants afin de connaître leurs critères préférenciels dans un jeu.



# MOODBOARD GAMEPLAY

---



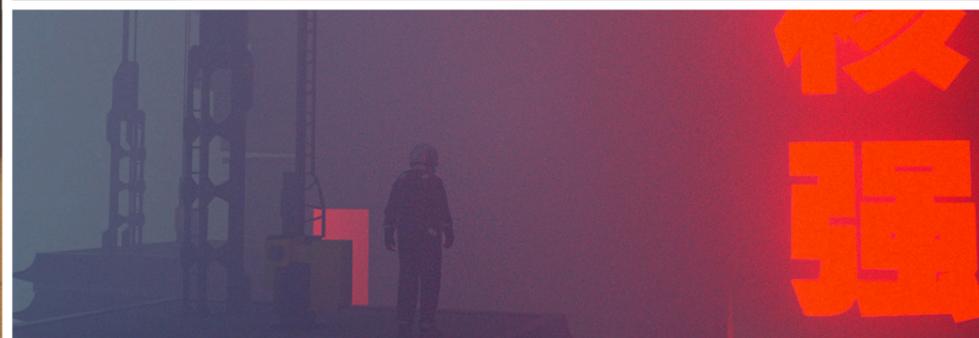
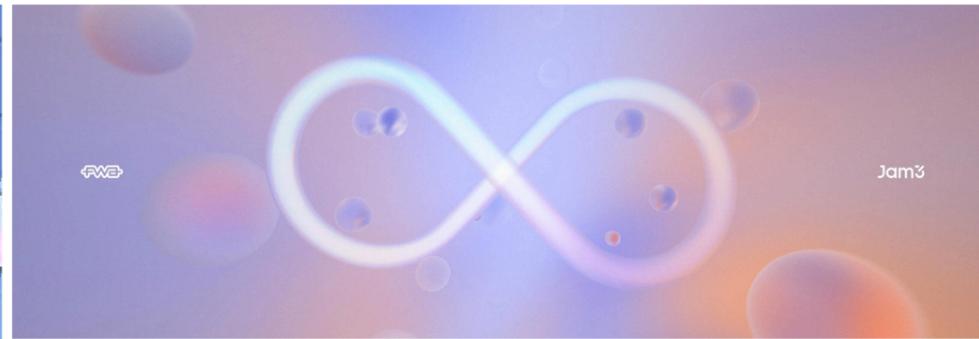
## Mots-clés

---

simplification géométrique, convivialité, clarté de l'UI, hiérarchisation des informations, ludique

# MOODBOARD DU JEU

---



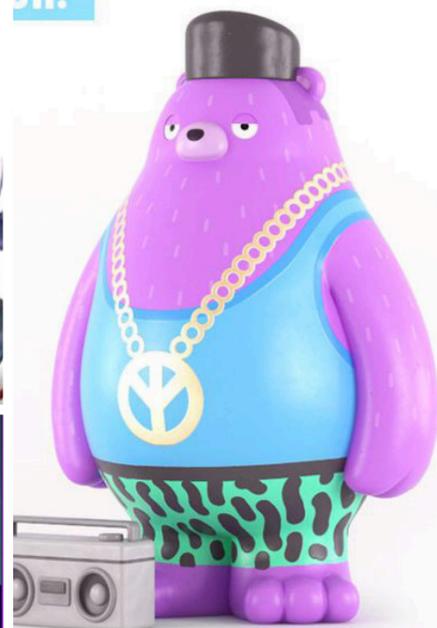
## Mots-clés

---

low poly, vaporwave, cartoon, crépuscule, urbain

# MOODBOARD CHARACTERS

---



## Mots-clés

---

monstre, asexué, cartoon, comique, prédateurs, proies

# LES COMMERÇANTS

---

**MAKI TOKI**



**IL DIRIGE LES FOULES  
À LA BAGUETTE**

**DONALD KING**



**IL VOUS ÉCRASERA  
COMME UN STEAK**

**LEWIS SCAROL**



**MÉFIEZ-VOUS ! IL  
RACONTE DES SALADES !**

**PEPPE RONI**



**IL AIME MIJOTER DE  
MAUVAIS COUPS**

# LE PARCOURS UTILISATEUR

---

## Téléchargement du jeu

---

Étant un jeu sur la console switch, pour pouvoir jouer à ce jeu, il faudra le télécharger via le nintendo shop. Cependant, pouvant aussi être joué sur ordinateur, il est aussi possible de télécharger le jeu sur un ordinateur et d'y jouer.

## Écran de démarrage

---

Une fois le jeu télécharger, un écran de démarrage va s'afficher, comportant le logo du jeu ainsi que ça baseline

## Connexion des manettes

---

Pour pouvoir continuer l'expérience, il faudra connecter des manettes afin d'y jouer. Si le jeu est sur la console switch, il faudra réunir 4 manette Joy-con. Si le jeu est sur ordinateur, il faudra soit des manettes Xbox, soit des manettes Joy-con switch bluetooth

# LE PARCOURS UTILISATEUR

---

## Écran d'accueil

---

Une fois que les 4 participants ont connectés leurs manettes et sont prêt à jouer, ils peuvent d'ores et déjà commencer le jeu.

## Motion d'introduction

---

Après avoir appuyer sur la touche « start », un motion d'introduction débute afin d'introduire les différents personnages que les joueurs vont chacun incarner ainsi que l'intrigue/le contexte qu'il y a dans ce jeu.

## Sélection des personnages

---

Une fois le motion d'introduction terminé, les différents participants vont pouvoir sélectionner le commerçant qu'ils souhaitent. Cependant, le premier arrivé est le premier servi, personne ne peut prendre le même personnage.

# LE PARCOURS UTILISATEUR

---

## Présentation des tutoriels

---

Dès que les joueurs ont sélectionnés leurs commerçants préférés, différentes vidéos tutoriels vont apparaître,, expliquant ainsi les différentes mécaniques du jeu comme «l'attaque», «l'attraction» pour attirer les clients, «le dash» pour aller plus vite ou encore l'introduction des clients et leurs valeur dans le jeu.

## Début de la partie

---

Une fois que tous les joueurs ont pu voir tous les tutoriels, la partie peut dès à présent commencer, à la suite du décompte qui va annoncer le top départ de la partie.

## Fin de la partie

---

Une fois la partie terminée au bout de 3 minutes, le score s'affiche, Permettant aux différents joueurs de pouvoir avoir un récapitulatif des différents joueurs, sur leurs actions ainsi que leurs scores final

**03**

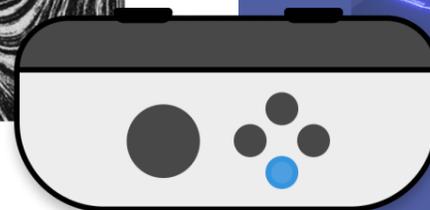
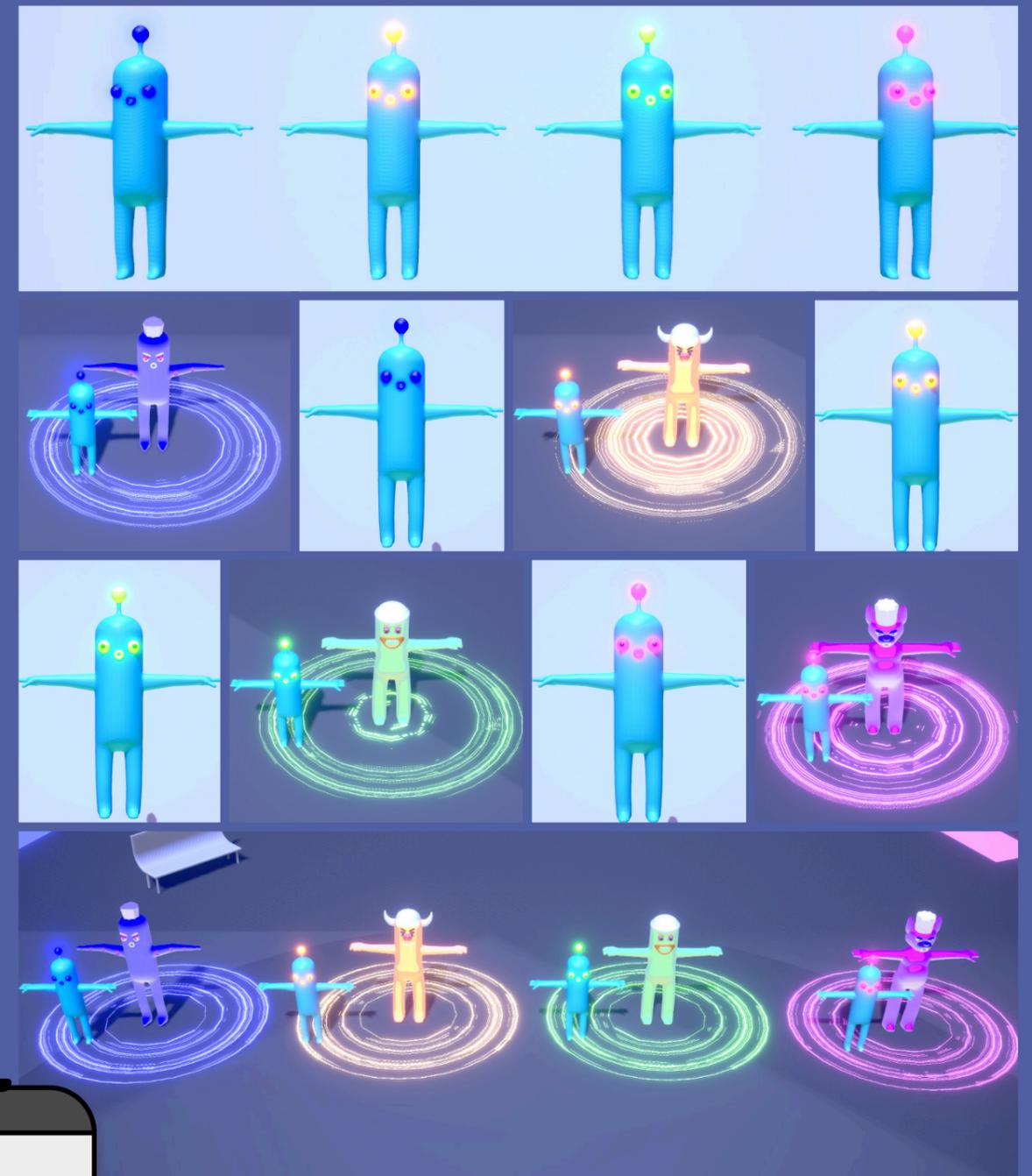
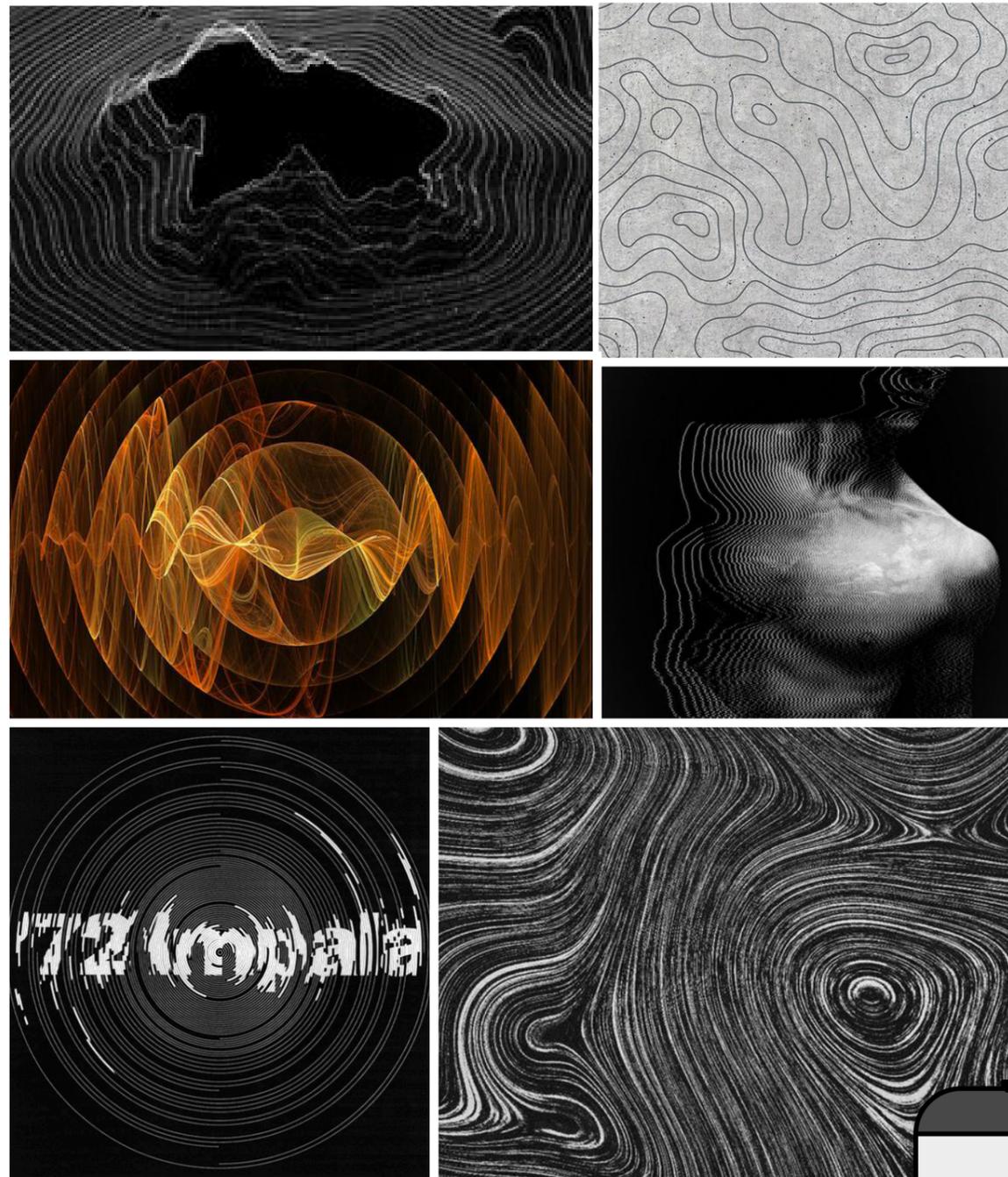
—

**LE GAMEPLAY**

—

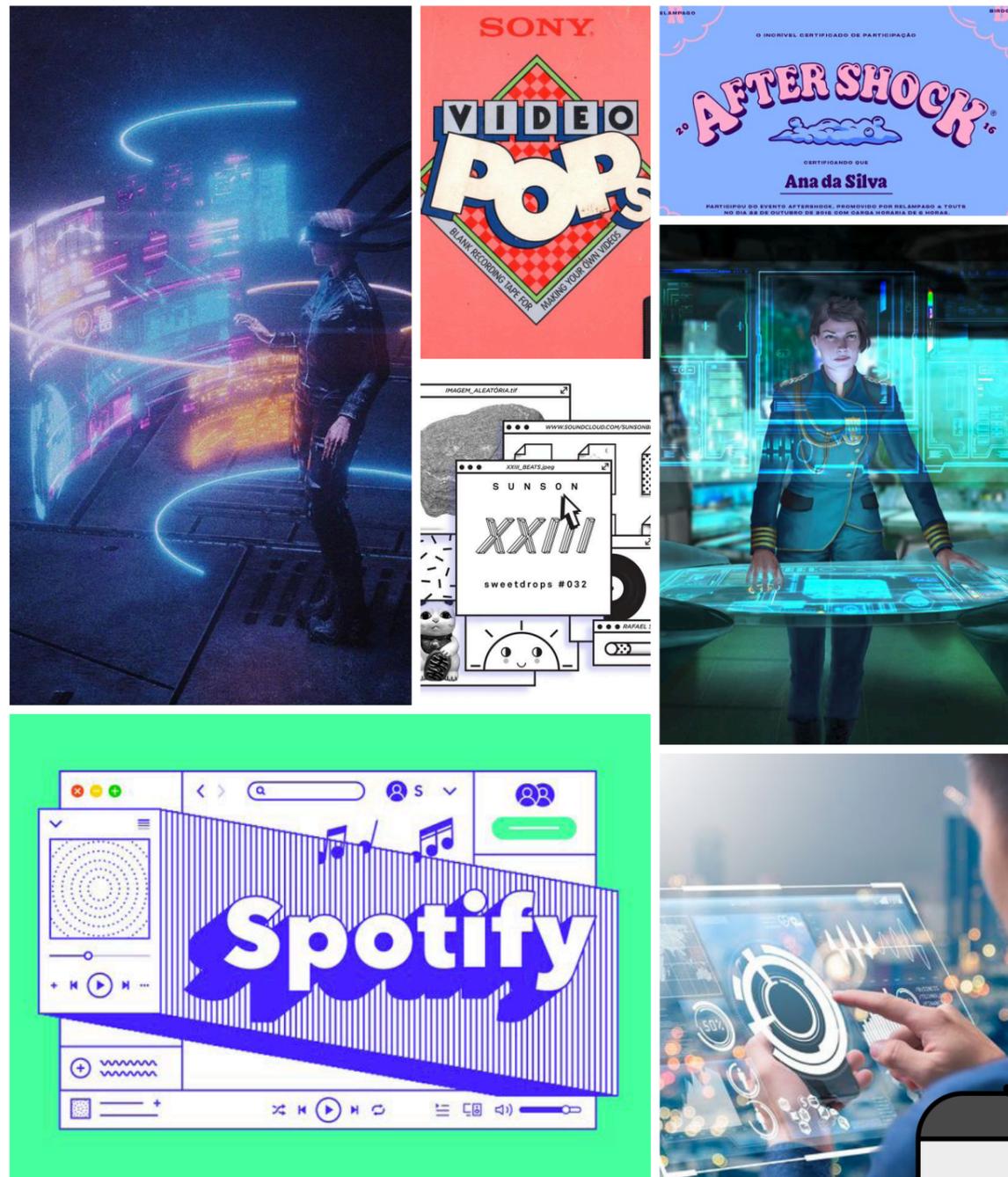
# LES PRINCIPALES FEATURES

L'attraction



# LES PRINCIPALES FEATURES

L'attaque par les fake news



**04**

—

**ANNEXE**

—

# NEXT STEP

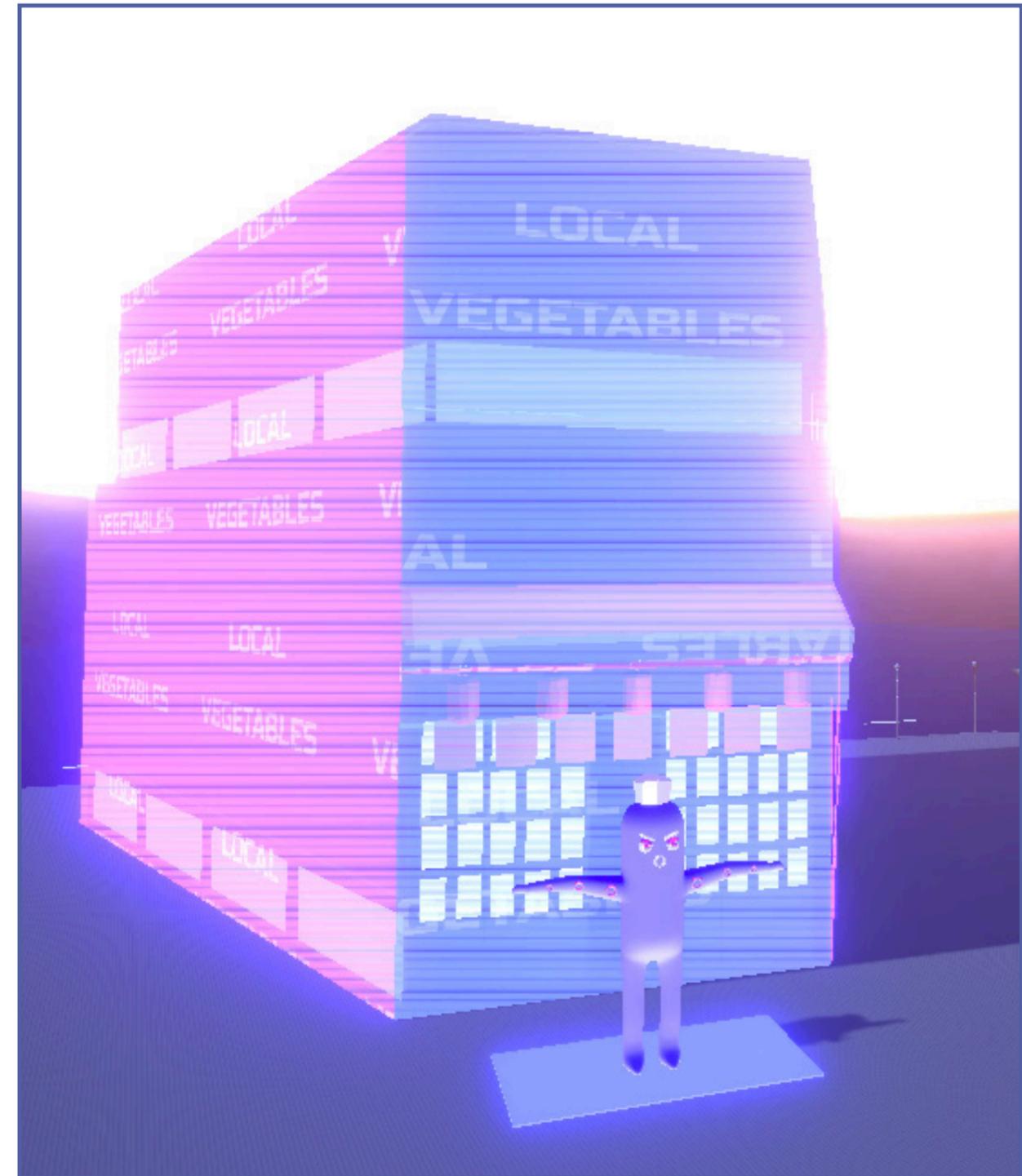
## Les actions positives

Dans le domaine de la restauration, commerces peuvent jouer sur des valeurs positives pour promouvoir leurs produits tout en renouvelant l'intérêt de leurs clients.

Pour ouvrir sur les différents moyens d'attirer la clientèle dans le jeu, nous proposerions également une manière plus respectable d'y parvenir (à l'opposé de celle des infox).

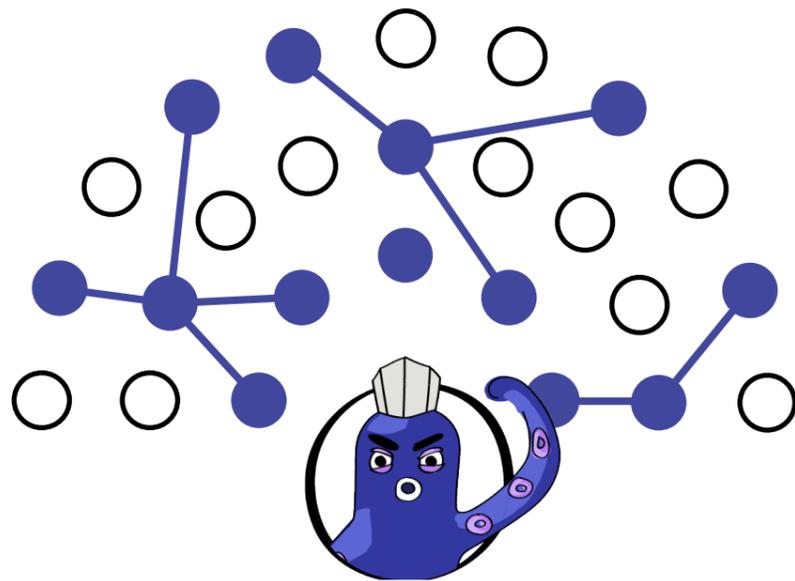
Commerce équitable, produits locaux ou campagne de soutien...  
Des informations publicitaires seraient affichées en hologramme sur les murs des restaurants afin d'attirer davantage de clients, au point de fidéliser des influenceurs !

A travers l'incarnation de ces restaurateurs, libre aux joueurs de mener la stratégie concurrentielle de leur choix.



# NEXT STEP

## Fidélisation des joueurs



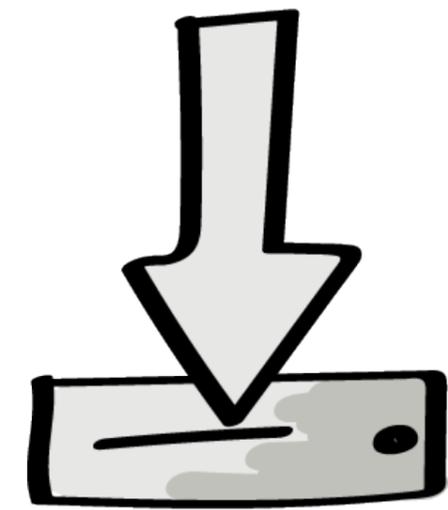
### ARBRE DE COMPÉTENCES

Le joueur tout au long de ses parties va gagner des points. Après avoir réussi à en obtenir un certain nombre, ce dernier pourra les échanger afin de débloquer de nouvelles fonctionnalités comme des armes, des accessoires pour lui ou pour son restaurant.



### JEU ONLINE

Le joueur pourra, si jamais ses amis ou sa famille ne sont disponibles pour jouer avec lui, ce dernier pourra se tourner vers le mode online, lui permettant ainsi de se mesurer à des joueurs du monde entier. De plus, si un système d'arbre de compétences existait, le joueur pourrait jouer à des parties calibrées dans lesquelles il pourrait affronter des adversaires de son niveau.



### AJOUT DE CONTENUS RÉGULIERS / DLC

Le joueur pourra bénéficier de mises à jour lui permettant d'obtenir plus de skins, d'accessoires pour son personnage, pour son restaurant. De plus, afin de diversifier le gameplay et de pouvoir observer l'impact des fake news dans divers environnements, dans différents contextes, le joueur pourra télécharger des DLC.

# PRÉCISIONS TECHNIQUES

---

Pour la partie développement du projet, nous avons choisi le moteur de jeu Unity qui est une solution parfaite pour élaborer rapidement un prototype. En effet, Unity comprend une interface complète, des composants préfabriqués, un moteur physique, un système d'animation et bien d'autre facilitant grandement l'intégration des assets et du développement.

Néanmoins, nous aimerions vous présenter certaines solutions que nous avons pu mettre en place pour simplifier le travail en équipe et la phase de développement :

## Unity et GitHub :

Pour améliorer les échanges entre graphistes et développeurs, nous nous sommes tous mis sur Unity et GitHub. Ainsi les DA ont pu effectuer leurs modifications et changements visuels directement sur le moteur et sur une version du projet, puis une fois validé, les changements et assets sont directement récupérés par les développeurs. Le workflow devient alors plus fluide et permet aux designers de mieux se représenter le résultat final.

## Game Manager :

Nous avons rapidement mis en place un "Game Manager", une sorte de chef d'orchestre qui va coordonner tous les paramètres principaux et instancier les bons éléments (joueurs, clients, compteur, points, etc.) au démarrage du jeu. Ce composant nous permet de centraliser tous les points importants pour que le jeu soit fonctionnel.

## Hitbox :

Nous avons aussi dû trouver quelques astuces pour développer certaines fonctionnalités. Une astuce récurrente dans notre jeu est l'utilisation de "Hitbox", ce sont des zones de collisions invisibles. Par exemple, cela nous a servi à délimiter le terrain de jeu, pour éviter que nos personnages sortent du champ de vision de la caméra, pour détecter quand est-ce qu'un personnage rencontre un autre personnage ou un client, pour savoir quand un client est ramené à un restaurant, pour faire apparaître les joueurs et clients à un certain point, etc.

## NavMesh :

Enfin, nous avons eu la problématique de développer un système de "boids", permettant aux clients de se déplacer de manière aléatoire. Cela à été possible relativement facilement grâce à l'intelligence artificielle proposée par Unity et la technologie "NavMesh" qui va pouvoir générer un chemin aléatoire que le client pourra parcourir sur la cart

# LES TYPOGRAPHIES

---

## BUNGEE (TITRES)

---

**SIXTY RANDGLOVES MIXED | SIXTY  
RANDGLOVES MIXED**

**AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL  
MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV WW  
XX YY ZZ**

**1234567890**

**« IM AUT ADIS EIUS, IN CORE  
CUSCITATUS AS AMUS DI VELITA AD  
EOSSEQUAT. »**

## Montserrat (texte courant)

---

Sixty Randgloves mixed  
**Sixty Randgloves mixed**

SIXTY RANDGLOVES MIXED  
**SIXTY RANDGLOVES MIXED**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy  
Zz

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz**

1234567890 | **1234567890**

« Illique maio vendebis **dolorporem que  
volorum** apit, quatiam esequi int dus. »

## Russo One (fake news)

---

**Sixty Randgloves mixed | SIXTY  
RANDGLOVES MIXED**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy  
Zz**

**1234567890**

**« Illique maio vendebis dolorporem  
que volorum apit, quatiam esequi int  
dus. »**

# HEADLINES INFOX

Internet a permis de diffuser très rapidement de l'info, qu'elle soit vraie ou fausse : dès lors, la rumeur est devenue très facile à créer en se servant des réseaux sociaux et en ciblant les publics les plus vulnérables. Mais ça n'a rien de nouveau : depuis des siècles le mensonge et la rumeur sont utilisées à des fins politiques ou pour des intérêts propres.



AFRICA STUDIO/SHUTTERSTOCK

### Myth: Wendy's Chili has human fingers in it

Okay, this is a weird one: A woman did find a finger in a bowl of Wendy's Chili in 2006. But it turned out that she had [put it there herself](#) in hopes of collecting a huge payout from a lawsuit.

That's not the only rumor about the chain's chili. People have also alleged that it's made from grill scrapings. The truth is much more benign: The company makes its burgers to order, and it uses leftover beef to make chili. That's just smart business, and it cuts down on food waste. Bravo, Wendy's. Don't miss these [10 \(real\) fast-food scandals that rocked the industry](#).



STELLA PHOTOGRAPHY/SHUTTERSTOCK

### Myth: McDonald's burgers won't decay

Several viral images of burger-and-fry combos that refuse to rot have made the rounds, the implication being that the food is crammed so full of preservatives that it won't decompose naturally. But when Food Lab's Kenji Lopez-Alt [put those claims to the test with his own experiment](#), he found that the burgers were drying out, much like the process used to make beef jerky, and that homemade burgers of the same size and shape did the same. Read up on [14 more fun facts about the Big Mac](#).



NEVESHKIN NIKOLAY/SHUTTERSTOCK

### Myth: White Castle fakes its onions

Let's just file this one under "Why?" Onions are pretty cheap, after all. Nonetheless, rumors persisted that the chain's signature onions were cabbage slices soaked in onion juice. Honestly, all you need is one bite to know that this is a silly claim.



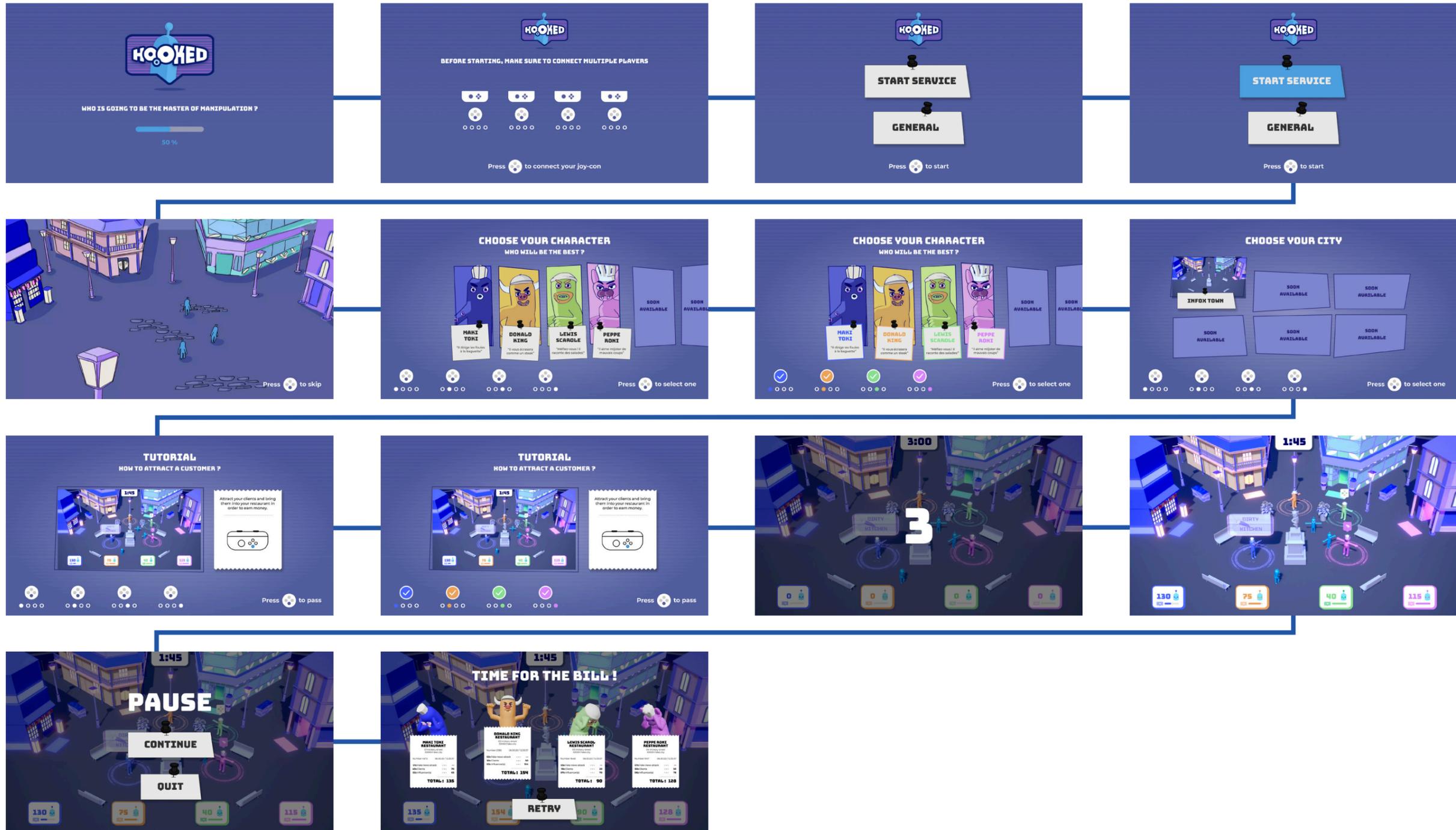
JENIFOTO/SHUTTERSTOCK

### Myth: Taco Bell uses dogfood-grade meat

Even among fast food chains, Taco Bell stands out for its ridiculously low-priced food, which has led people to wonder what kind of corners were being cut to get prices that low. Rumors claimed the chain used meat barely fit for human consumption called "Grade D"—[even though that doesn't exist](#). In 2014, Taco Bell addressed these concerns by revealing their meat is beef with a mix of seasonings and thickeners.

"Taco Bell is probably one of the healthiest chains you can eat at," says Planells. They were one of the first to hire a staff nutritionist, which led to the introduction of the lighter Fresco menu; everything on it is 350 calories or less and has 10 grams of fat. They've also vowed to reduce sodium content and make other healthy changes. [You won't find these European fast-food chains in America](#).

# LE STORYBOARD

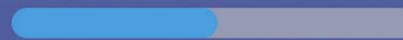


# LE SCHÉMA DE PARCOURS

---



WHO IS GOING TO BE THE MASTER OF MANIPULATION ?



50 %

BEFORE S

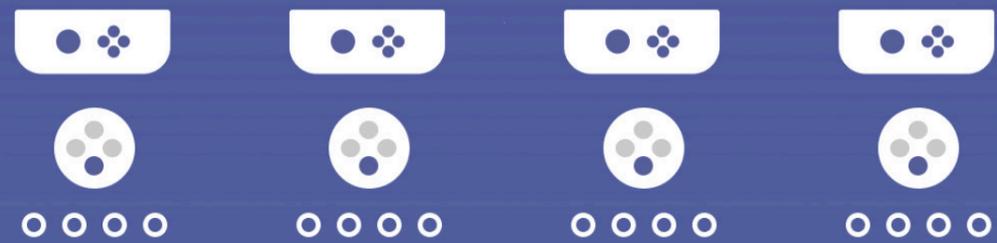


# LE SCHÉMA DE PARCOURS

---



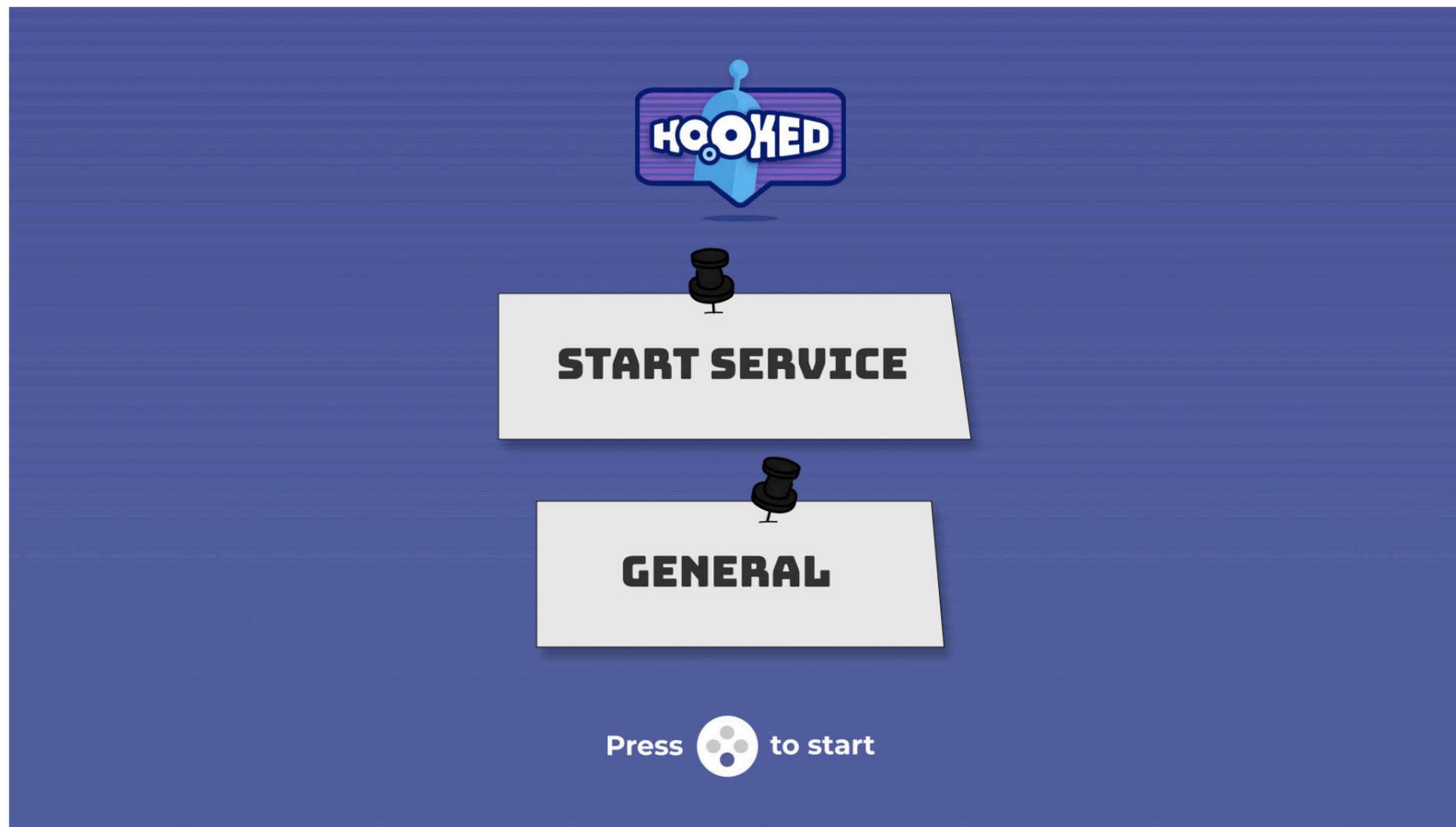
**BEFORE STARTING, MAKE SURE TO CONNECT MULTIPLE PLAYERS**



Press  to connect your joy-con

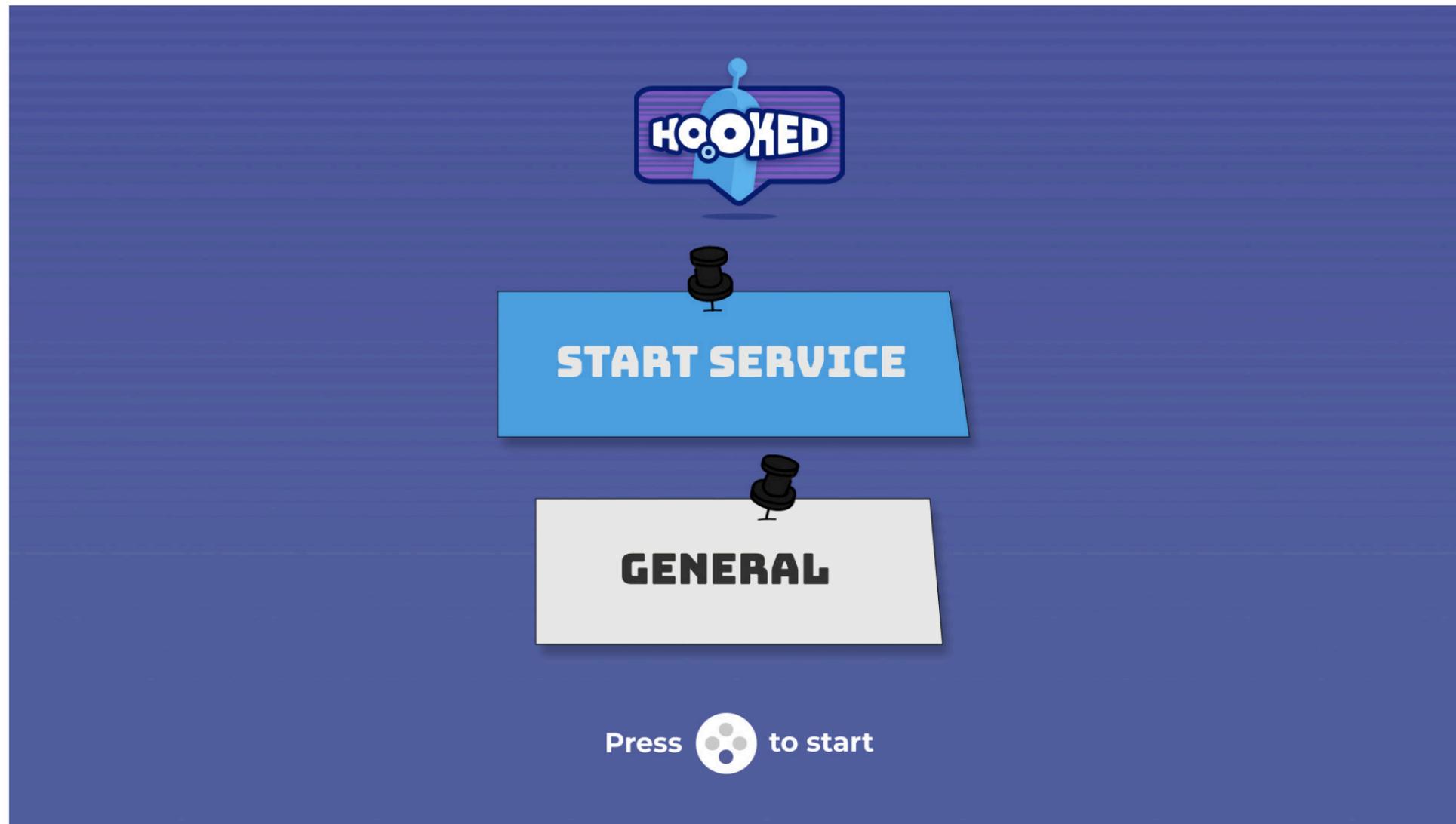
# LE SCHÉMA DE PARCOURS

---

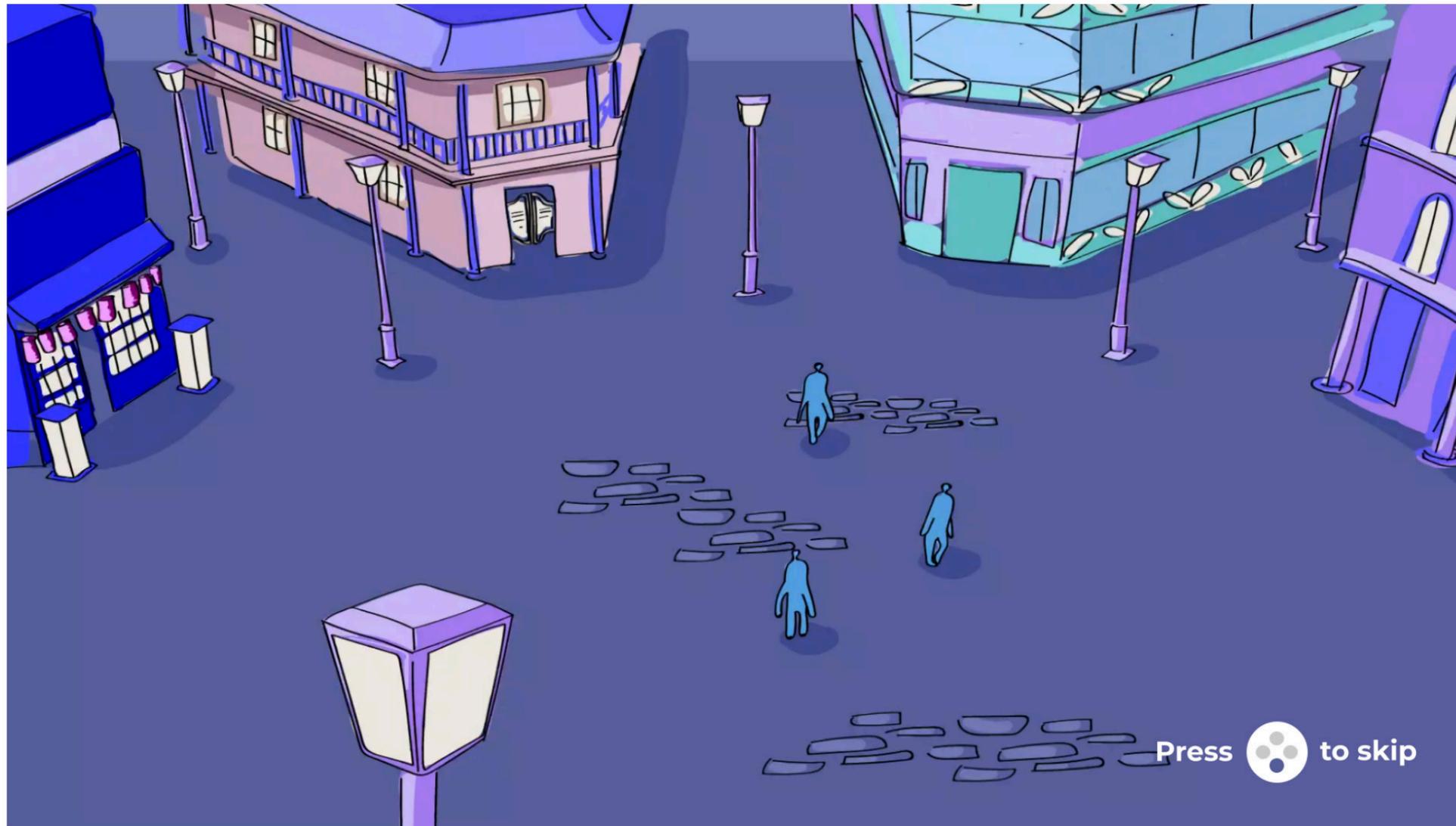


# LE SCHÉMA DE PARCOURS

---



# LE SCHÉMA DE PARCOURS





# LE SCHÉMA DE PARCOURS



## CHOOSE YOUR CHARACTER

WHO WILL BE THE BEST ?



**MAKI TOKI**  
"Il dirige les foules à la baguette"



**DONALD KING**  
"il vous écrasera comme un steak"



**LEWIS SCAROLE**  
"Méfiez-vous ! Il raconte des salades!"



**PEPPE RONI**  
"Il aime mijoter de mauvais coups"

SOON AVAILABLE

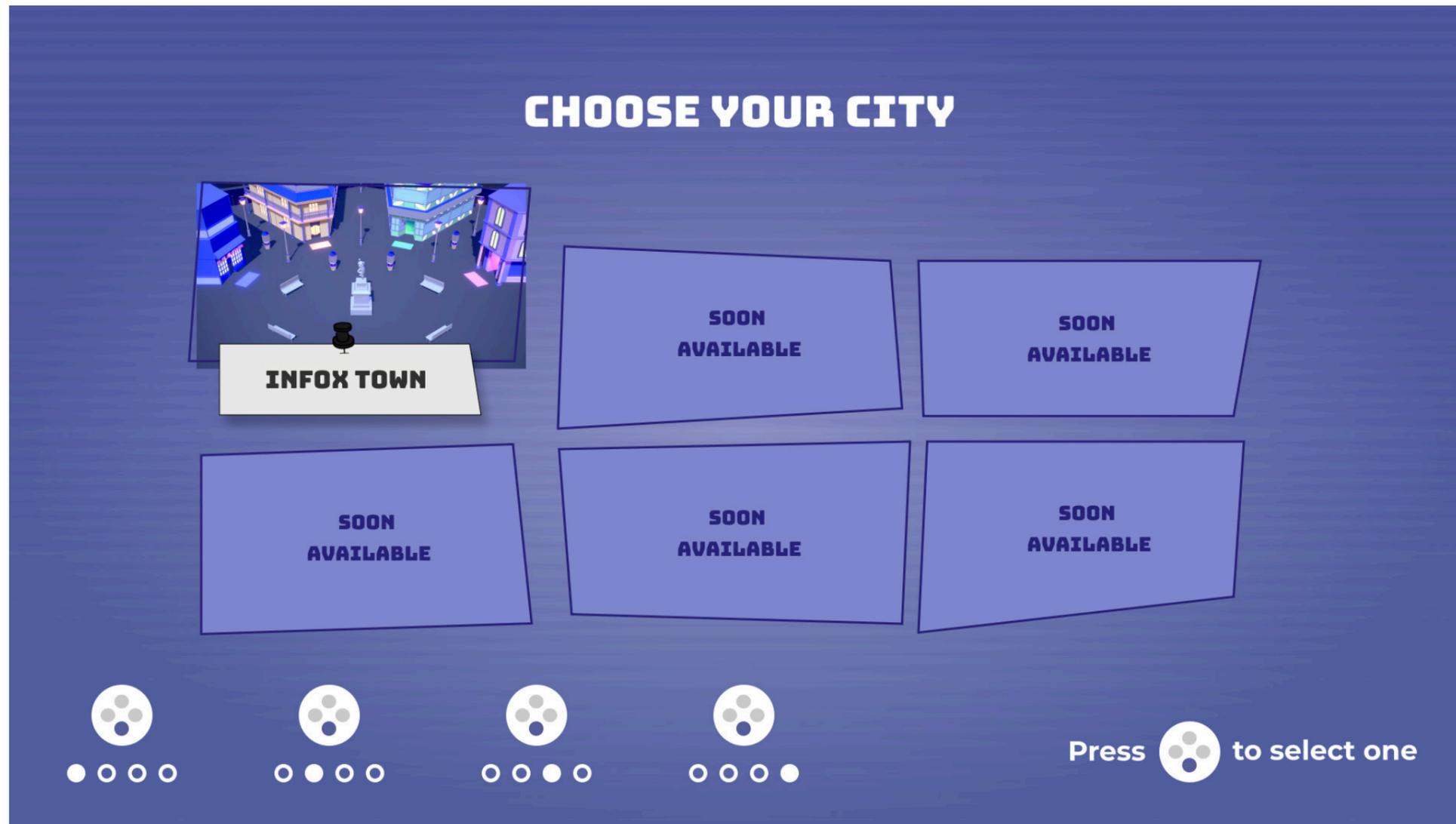
SOON AVAILABLE

Press  to select one

Progress indicators:   
Maki Toki:  ● ○ ○ ○   
Donald King: ○ ● ○ ○ ○   
Lewis Scarole: ○ ○ ● ○ ○   
Peppe Roni: ○ ○ ○ ● ○



# LE SCHÉMA DE PARCOURS



# LE SCHÉMA DE PARCOURS

SOON AVAILABLE

SOON AVAILABLE

Press  to select one

## TUTORIAL

### HOW TO ATTRACT A CUSTOMER ?



Attract your clients and bring them into your restaurant in order to earn money.

Press  to pass



# LE SCHÉMA DE PARCOURS

clients and bring  
our restaurant in  
earn money.



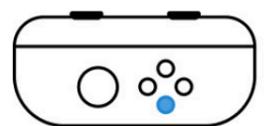
Press  to pass

## TUTORIAL

### HOW TO ATTRACT A CUSTOMER ?



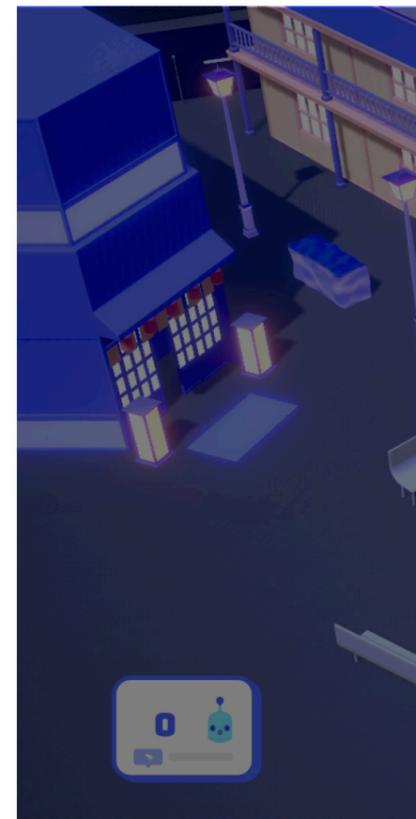
Attract your clients and bring them into your restaurant in order to earn money.



Press  to pass

Progress indicators for four levels:

- Level 1:  
- Level 2:  
- Level 3:  
- Level 4:  



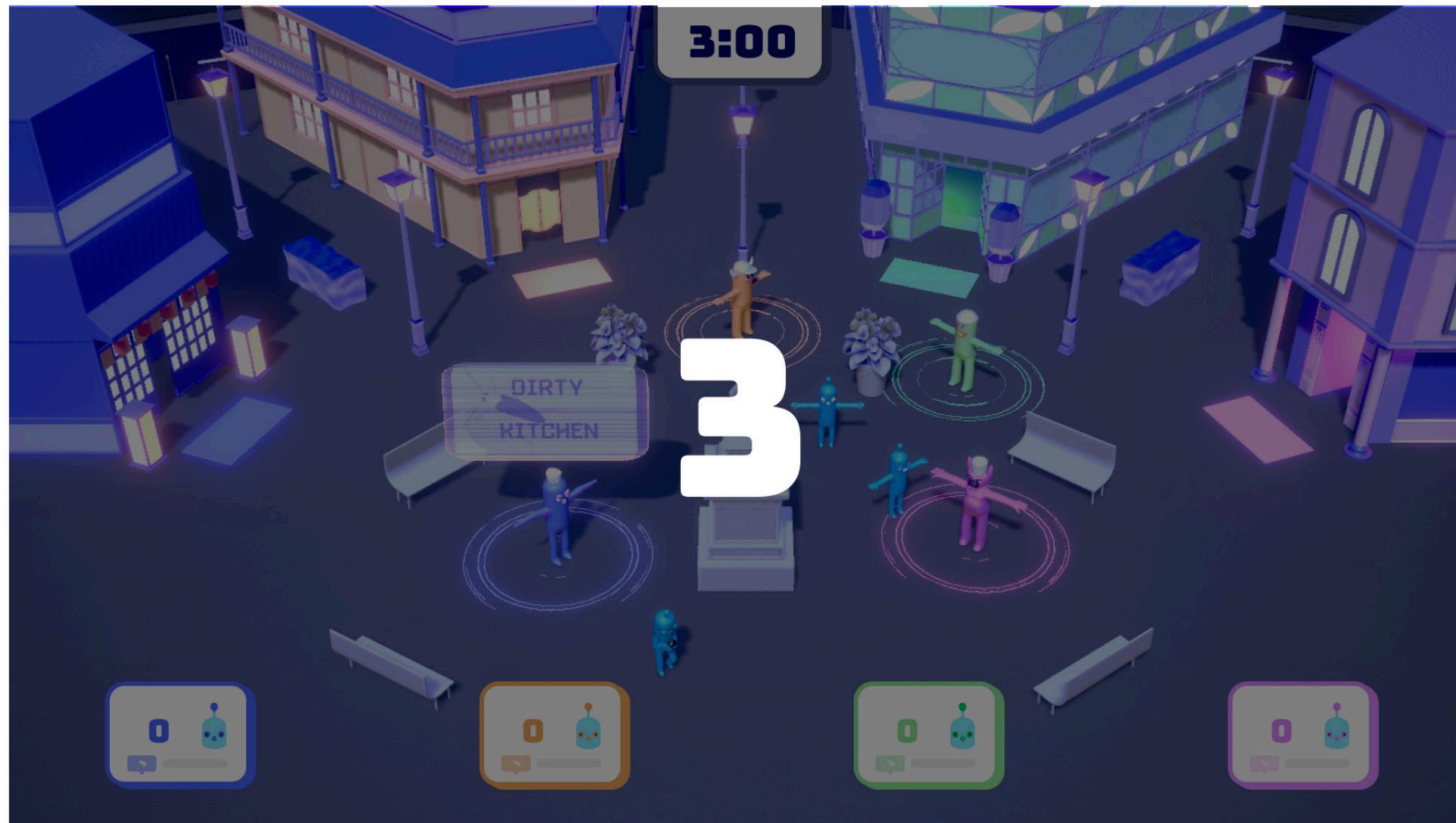


# LE SCHÉMA DE PARCOURS

clients and bring  
our restaurant in  
earn money.



Press  to pass

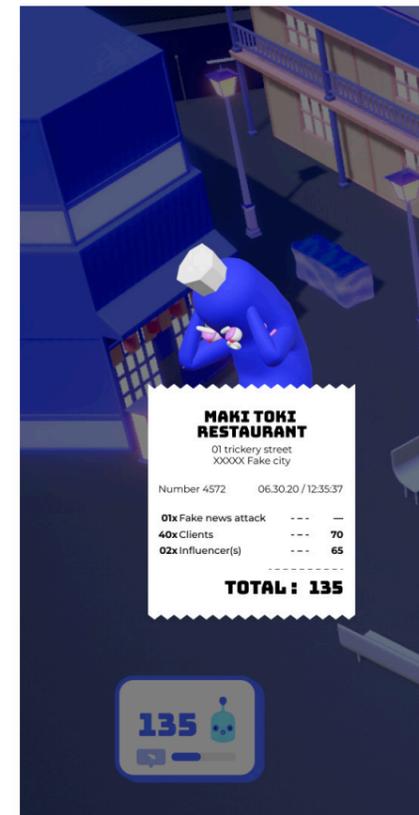
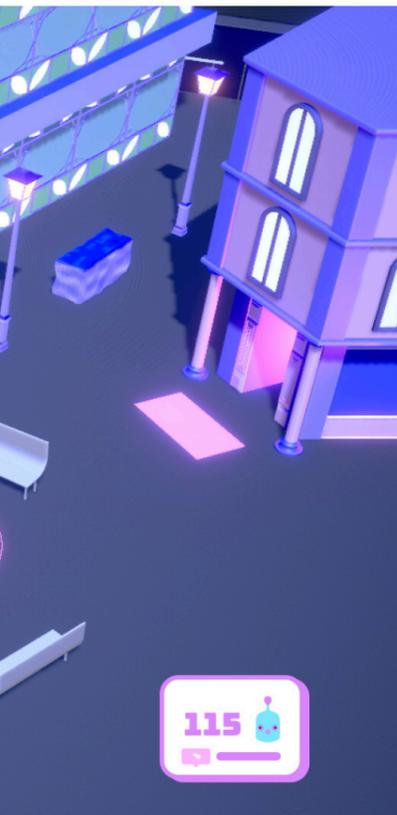


130

# LE SCHÉMA DE PARCOURS



# LE SCHÉMA DE PARCOURS



# LE SCHÉMA DE PARCOURS

1:45

## TIME FOR THE BILL!

Restaurant	Address	Number	Time	01x Fake news attack	02x Clients	02x Influencer(s)	Total
MAKI TOKI RESTAURANT	01 tricky street XXXXX Fake city	4572	06.30.20 / 12:35:37	0	70	65	135
DONALD KING RESTAURANT	02 tricky street XXXXX Fake city	2385	06.30.20 / 12:35:37	0	50	104	154
LEWIS SCAROL RESTAURANT	03 tricky street XXXXX Fake city	1648	06.30.20 / 12:35:37	0	20	70	90
PEPPE RONI RESTAURANT	04 tricky street XXXXX Fake city	9137	06.30.20 / 12:35:37	0	50	78	128

**RETRY**

115

135

154

90

128

**MERCI!**