

USA : un label éducatif pour les jeux vidéo

Le marché mondial des logiciels éducatifs s'effondre. Rien que pour l'Amérique du Nord, il s'est vendu selon NPD Group pour 191 millions de dollars de jeux éducatifs en 2003, contre 340 millions en 2001. Et pendant ce temps, les jeux vidéo ont généré un chiffre d'affaires de 10 milliards de dollars !

La faute à qui? Aux distributeurs selon certains éditeurs, qui constatent avec regrets que, dans les boutiques, les rares linéaires de programmes éducatifs ont cédé la place aux jeux de sport et de guerre. Mais peut-on reprocher aux boutiques, qu'elles soient physiques ou virtuelles, de privilégier le chiffre d'affaires et la marge ? Même constat pour les éditeurs. Un jeu vidéo représente un énorme investissement en ressources et en temps, donc en argent. Aucun éditeur n'est prêt aujourd'hui à prendre le risque majeur de développer un jeu éducatif. Ils préfèrent investir dans de juteuses franchises. **Les labels Education Arcade** Ce constat a été fait par un consortium réunissant le programme *Comparative Media Studies* du MIT, la *Madison School of Education* de l'université du Wisconsin, un fabricant de jeux éducatifs, LeapFrog Enterprise, et des représentants des administrations américaines. Ce consortium nommé **The Education Arcade** a proposé une approche originale. Son principe propose de développer le caractère éducatif des jeux classiques. Car s'il est un point sur lequel les 350 intervenants d'Education Arcade sont d'accord, c'est sur le potentiel éducatif des jeux vidéo, et pas seulement la coordination entre la vue et le pouce ! Prenons un exemple : le jeu **Railroad Tycoon** est une classique simulation économique de trains. Le joueur doit développer un réseau ferré à travers les Etats-Unis, dès le XIXème siècle, puis gérer son réseau au fil du temps. Un tel jeu renferme un important potentiel éducatif – histoire, géographie, mathématiques, etc. – de quoi justifier l'obtention d'un label éducation. D'autres produits aussi connus ont retenu l'attention du consortium. La simulation de gestion d'un zoo **Zoo Tycoon**, le simulateur de vol civil **Flight Simulator** ou la simulation géopolitique **Civilisation**. **Inciter l'industrie à développer de l'éducatif** Un logiciel à caractère éducatif ne se vendra pas au même rythme qu'un jeu classique, l'expérience des DVD culturels face aux DVD de films est riche d'enseignements en la matière. Mais la présence d'un label reconnu, qui qualifie le caractère éducatif d'un jeu vidéo, pourrait ouvrir de nouvelles perspectives. Tout d'abord, en envoyant un message fort aux parents, l'acheteur final du produit : « *Achetez ce jeu, il participera à l'éducation de votre enfant !* ». L'inverse est aussi possible : « *Oui, c'est un jeu de guerre, mais j'apprends l'histoire !...* ». Le label devrait permettre d'ouvrir le marché des écoles. Aux Etats-Unis, la plupart des classes disposent d'un ordinateur. Cet énorme potentiel de distribution devrait permettre aux éditeurs qui jouent le jeu... d'amortir plus rapidement leurs investissements. Pourtant, les éditeurs restent sceptiques. Ils vont sans doute préférer adopter une position d'attente avant d'investir dans l'intégration de contenus éducatifs ou culturels dans leurs futurs jeux.