

# In No Time !

Projet de production Bachelor 1 Game Design,  
ETPA Rennes 2019-2020



# Sommaire

<b>Cadrage</b> .....	p.4
<b>Analytique</b> .....	p.5-6
<b>Expérience Utilisateur</b> .....	p.7-8
<b>Concept</b> .....	p.9-10
<b>3C/UI</b> .....	p.11-12
<b>Art</b> .....	p.13

# Cadrage

Notre équipes a été assignées au développement d'une nouvelle production : un jeu de type « Ware » pour mobile. L'intention est de réactualiser le genre et de se positionner comme modèle de référence, en proposant un format flexible s'adaptant à diverses stratégies, autant au niveau de sa cible que de son contenu.

La cible de notre studio sont les adolescents européens/occidentaux, au profil joueur enthousiaste « Time-Filler » (qui préfère les jeux mobiles pour combler des moments de disponibilités en dehors des sessions de jeu intenses et/ou sociales). Nous devons proposer aussi un contenu de qualité qui saura faire le « buzz » afin de générer une communauté en compétition amicale et fidélisée.

**Les directives de notre direction créative sont :**

- orienter la production vers un contenu fort en immersion,
- passer en revue plusieurs propositions avant de lancer définitivement la production

Ayant la responsabilité de l'une de ses propositions, nous nous sommes mis à l'oeuvre pour concevoir un segment témoin de ce « Ware » qui se composera de 6 micro-jeux, et qui s'intégrera à terme au sein d'une séquence plus longue.

**Expérience de jeu générale :**

- différents types de gameplay et de difficultés,
- gestion de la progression du joueur et de l'ergonomie,
- vision artistique et narrative,
- ajout de fonctionnalités,
- etc

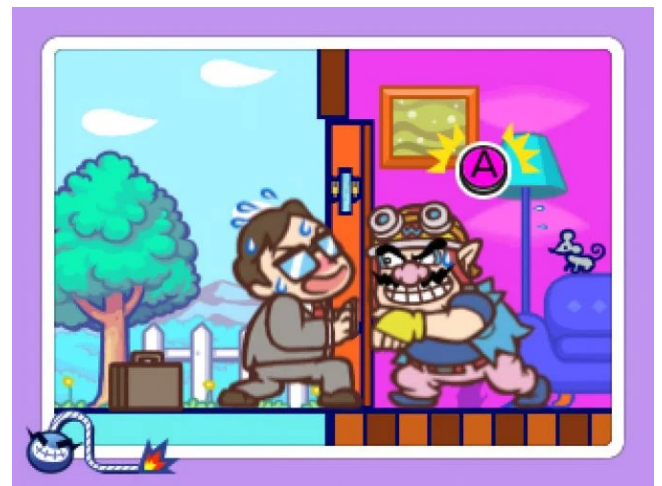
# Analytique

«WarioWare» lancé en 2003 est une série de divers jeux édité et développé par Nintendo et divers studio au fil du temps. Chaque jeu composée de 200 (pour les premiers jeux de la série) à plus de 300 (pour les derniers) micro jeux de 5 secondes, basés sur une réflexion rapide. Il est la référence principale du genre «Ware».

Chaque jeu débute par mise en évidence d'un mot-clé, indiquant la tâche à réaliser pour atteindre l'objectif et gagner le micro-jeu le plus rapidement possible. Les situations ridicule et insolite s'enchaîne, comme protéger un chat de la pluie ou repousser une porte pour empêcher quelqu'un d'entrer, certaines situations sont même très faciles, la difficulté des jeux augmentant au fur et à mesure des enchaînements de niveau.

Dans le jeu, le personnage principal est Wario, un antagoniste de la franchise Mario. Le contexte du jeu est que Wario et ses amis ont créé un studio de développement de jeux video et nous les retrouvons à travers les micros-jeux, en train de «travailler» dans cette entreprise.

Le jeu offre également à travers les micro-jeux, un tas de références aux autres licences de Nintendo, comme un niveau sous les traits de Super Mario Bros, où l'on doit écraser un Goomba, ou un autre sous les traits de The Légend of Zelda, où l'on doit entrer dans un donjon. Chaque micro-jeu étant semblable sur le fait que le joueur doit trouver quel est son objectif et l'atteindre avant la fin d'un temps imparti très court.



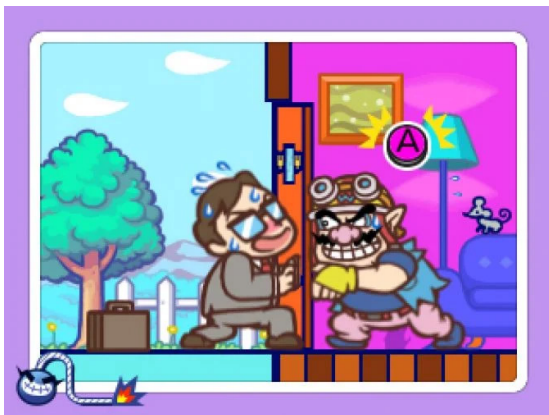
# Analytique

Le genre «**Ware**» du jeu vidéo, est un jeu composé de micro-jeux généralement courts voire très-courts. Ils sont intégrés les uns à la suite des autres pour constituer des niveaux dont l'expérience, la complexité, les thématiques abordées et la direction artistique diffère selon l'intention, le support, la plateforme de publication et la cible. Bien que la série des «**WarioWare**» soit à l'origine du genre, le Game Design s'est élargi pour en garder le principe, pour ne pas rester conditionné au format du jeu d'origine. Ainsi, on peut dégager différents types de jeux connexes :

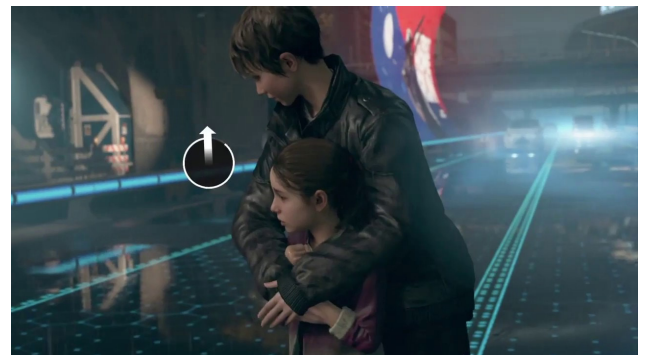
Le **Micro-Game** : jeu très court (5-10 secondes), généralement d'action au rythme soutenu et limité dans le temps. **WarioWare** est un ensemble de micro-games.

Le **Mini-game** : jeu d'environ 5 minutes à certains des éléments 3C presque toujours statiques, dont l'accessibilité se veut universelle en se construisant sur un couple action/puzzle, et dont les mécaniques essentielles relativement simple et exécutée assez rapidement, mais pas forcément limitée dans le temps. Le mini-jeu peut être contenu dans un ensemble ou exister de manière autonome.

La « **Gameplay Sequence** » : phase de gameplay à temps variable, généralement utilisée comme outil de mise-en-scène et d'emphase, principalement trouvées dans les jeux sous la forme de séquence timing/réflexes (QTE).



**Wario Ware Gold**  
*Micro Games*



**Detroit Become Human**  
«Gameplay Sequence» (QTE)

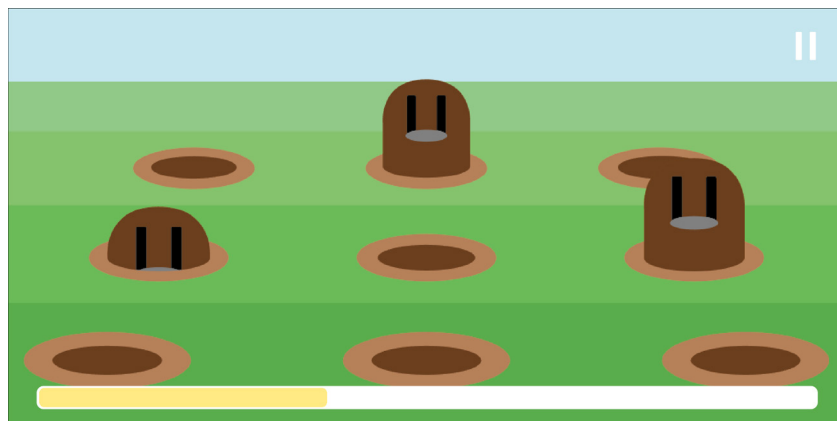
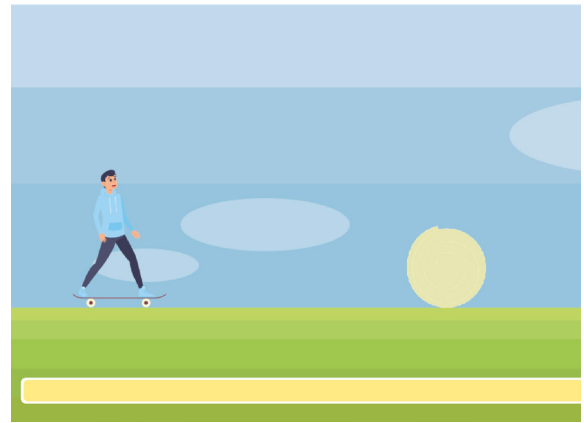
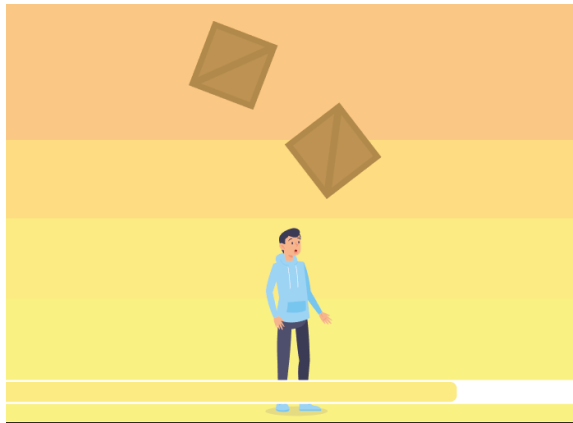


**Mario Party**  
*Mini Games*

# Expérience Utilisateur

«In No Time !», est un jeu pour mobile Android et iOS, composée d'une série de micro-jeux, qui propose une expérience individuelle, n'empêchent pas la découverte en groupe. Le joueur devra réfléchir et agir vite, afin d'utiliser le peu de temps qu'il possède à bon escient pour remplir son objectif. Ce format de jeu permet au joueur de réaliser des parties rapides et ainsi de s'améliorer quand il le souhaite pour combler un moment d'ennui ou de vide.

Le jeu possède un design dit «flat» donc assez simpliste, s'approchant d'un design mignon, enfantin, contrastant avec le côté compétitif très présent. Offrant au joueur une expérience divertissante au premier abord, il évolue petit à petit vers la compétition, grâce à un classement international.



# Expérience Utilisateur

## **Contraintes :**

La réalisation d'un design enfantin peut rebuter certains joueurs n'ayant pas encore essayé le titre, il s'agit donc de faire comprendre au joueur que l'épreuve ne va être comme ce que suggère le design. Pour ça nous pouvons utiliser les médias et notamment le site internet YouTube, pour faire parler de ce jeu par des joueurs pour des joueurs.

Autre contrainte, les transitions, très importantes pour offrir un temps de pause au joueur. Elles doivent donc être équilibrées ni trop longue pour ne pas frustrer le joueur et ni trop courte pour laisser un temps de repos cognitif suffisant.

## **Portée du jeu :**

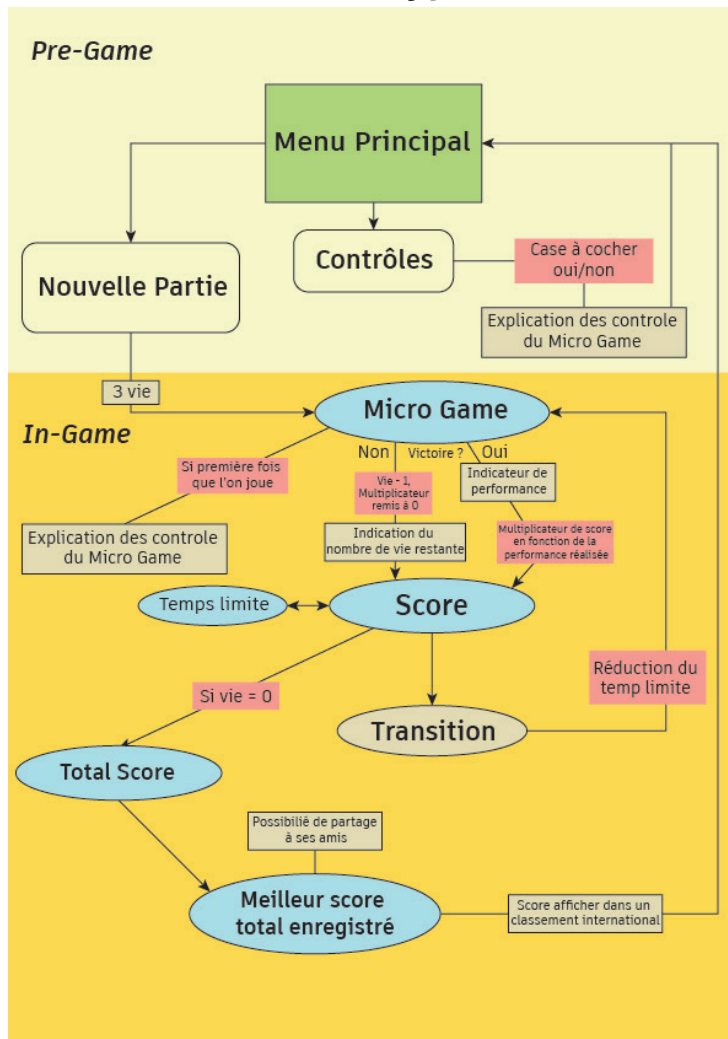
La construction d'une communauté active autour de ce jeu est cruciale, car c'est elle qui le fera perdurer dans le temps. Une opération marketing bien construite sera de rigueur, pour aider à former cette communauté. Il faut une publicité subtile, qui n'empiète pas sur le champ de vision du public sans qu'il le veuille. C'est donc pourquoi il faut faire parler de In No Time ! par des influenceurs impliqués à travers des vidéos qui lui sont dédiées. Il faut également laisser le champ libre aux vidéastes pour les laisser construire une vidéo s'éloignant le plus possible de la publicité et conquérir même le public le plus récalcitrant.



# Concept

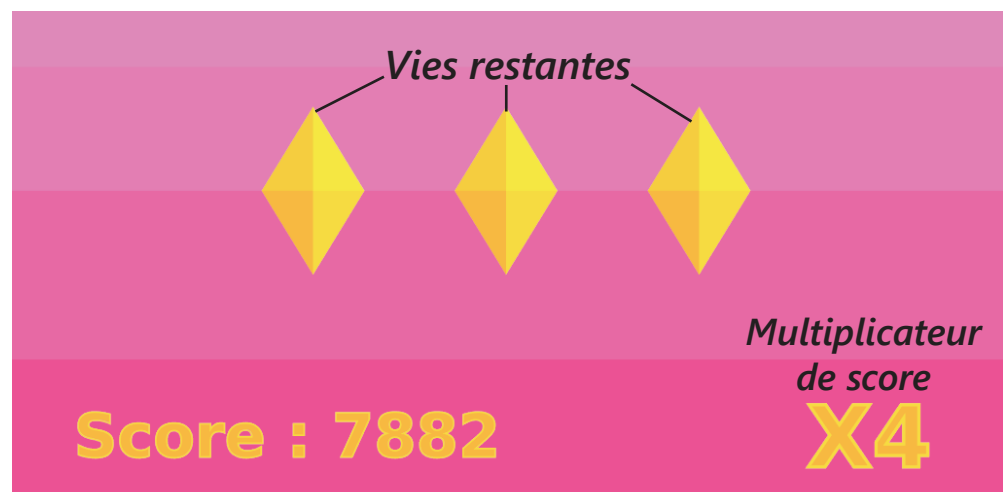
Dans «In No Time !», la difficulté augmente au fur et à mesure des micro-jeux, notamment grâce à la réduction du temps limite, le joueur sent alors réelle sensation de progression, lorsqu'il atteint un nombre de micro-jeux réussi élevé, le motivant ainsi à continuer et à améliorer son meilleur score.

## Partie Type



Entre chaque micro-jeu une transition, offre un temps de repos au joueur durant quelques secondes. Le jeu profite de cette pause pour afficher le nombre de vies restant et le score actuel. De plus si le joueur a réussi l'objectif du précédent micro-jeu, un multiplicateur de score lui sera appliqué, sinon le multiplicateur sera remis à 0.

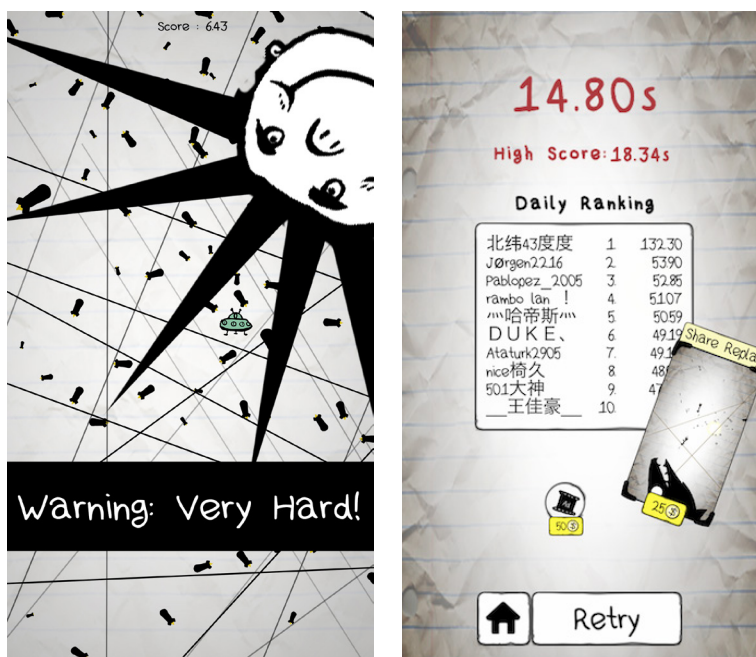
## Maquette Transition



# Concept

Un classement mondial est intégré, donnant une raison de plus au joueur d'améliorer son meilleur score, pour faire apparaître son pseudo au plus haut du classement. Ce système de classement est souvent utilisé dans de multiples jeux et est essentiel pour ce jeu, car c'est lui qui, après la phase de découverte, incite le joueur à rejouer.

Le classement est actualisé toutes les 30 minutes, pour éviter la surabondance de score et proposer ainsi un classement fixe. Cela permet également à un joueur très haut placé de rester visible à sa place durant un moment, après avoir été dépasser.



L'inspiration de ce classement mondial, nous vient du jeu **No Humanity**, qui propose un classement du même type. Apparaître en haut du classement est donc une récompense très satisfaisante, dû à la grande difficulté du jeu.

# 3C/UI

**Caméra :** La caméra change selon les micros jeux, mais est le plus souvent en vue de 2D de côté.

**Contrôle :** Les contrôles sont entièrement tactiles et à base de glisser, appuyer. Ils changent selon l'objectif à réaliser.

**Character :** Le joueur ne possède pas de personnage à proprement parler. Il est en quelque sorte, ses propres doigts qui interagissent avec les micro-jeux univers

**UI :** L'interface est très simpliste et contient peu d'informations pour garder le joueur concentré sur l'objectif. Lors des micro-jeux, seul un bouton pause sobre et discret est présent en haut à droite, pour ne pas coincer le joueur en jeu et lui permettre de choisir quand faire une pause sans nécessairement perdre son score.



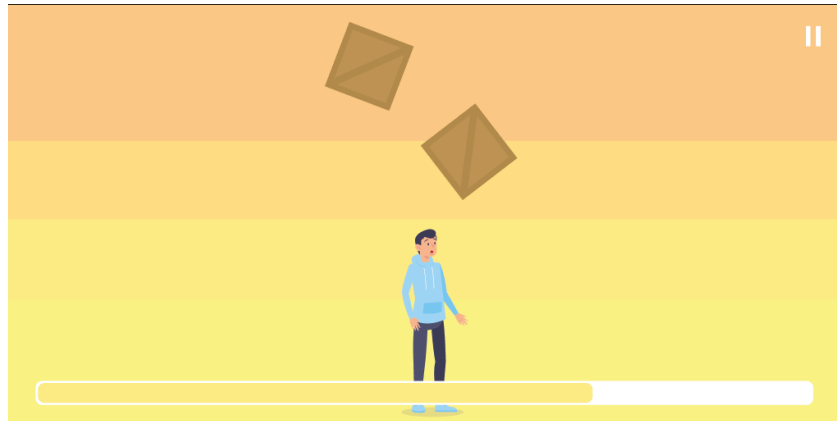
Idée d'interface 1



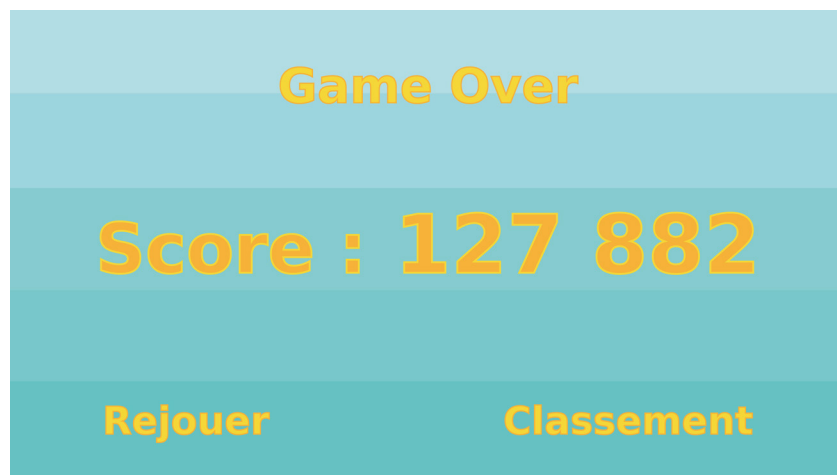
Idée d'interface 2

# 3C/UI

Un chronomètre sous forme de barre de chargement est situé au bas de l'interface, pour indiquer le temps restant au joueur.



Lorsque le joueur perd sa dernière vie, l'écran de game over s'affiche alors, laissant le joueur face à son score. Une petite animation festive se joue alors s'il s'agit du nouveau meilleur score du joueur.



Pour la résolution, il a été décidé de prendre un format 16:9 en 1920x1080, qui est la résolution haute définition la plus courante et la plus récente dans l'industrie du smartphone.

- **SD**: résolution non haute-définition de largeur 480p
- **HD**: 720 pixels de largeur, c'est la plus basse résolution admise pour que l'on considère qu'un écran soit de haute définition.
- **Full HD**, ou FHD : 1080 pixels de largeur, la résolution la plus courante aujourd'hui.
- **Quad HD**, ou QHD : 1440 pixels de largeur, quatre fois la HD (imaginez quatre écrans HD assemblés, on multiplie la largeur et la longueur par 2)
- **Ultra HD**, ou UHD : 2 160 pixels de largeur, quatre fois le full HD.
- **4K**: 4096 pixels de largeur. Format cinématographique utilisé pour restaurer d'anciens films.

# Art



Un choix de design coloré et simpliste se rapprochant d'un mélange de **Dumb ways to die** et du «flat design» de l'affiche de **Firewatch**, pour faire contrasté le coté enfantin avec le coté compétitif.



