



LUDOBX

plate-forme dédiée au Print'n Play

Lauréat AAP SNI 2016-2018
Étude des publics et des usages

Une initiative portée par Dcalk
En partenariat avec l'Institut Français de Paris

<http://ludobox.net> – <http://dcalk.org>

**Ludobox est une « ludothèque en commun » :
une collection de jeux libres et open source en
Print'n Play (à fabriquer soi-même) accessible via
<http://ludobox.net>**

Elle rassemble des dizaines de fichiers et ressources pour reproduire et créer des jeux : d'un jeu de cartes au format PDF nécessitant des ciseaux et une imprimante, à la réalisation d'un jeu de plateau 3D en fablab, la Ludobox invite à re-matérialiser des fichiers numériques autant qu'à valoriser et enrichir un patrimoine ludique ancien et contemporain par la traduction, le remix ou la création de nouveaux communs du jeu.

Ludobox proposé également :

- un **Wiki** : espace ouvert à la contribution pour la communauté de joueurs, games designers, médiateurs, enseignants ... (cartographie, agenda, fiches pédagogiques, retours d'expérience, etc) ;
- un **Github** : espace où sont partagées les différentes briques de codes open source de la plateforme Ludobox dans sa version online (ludobx.net) et offline (installation en local de la base de données Ludobox sur PC ou Rasperry Pi) ;
- un **Kit pédagogique** : kit physique composé d'éléments de communication et de signalétique (catalogue, poster, stickers) ainsi que d'un mode d'emploi et de 5 fiches pratiques (les « recettes » Ludobox) pour développer des animations.

1. Description de la méthodologie utilisée et du déroulement de l'évaluation de l'impact du projet incluant la description des différents publics concernés ou impactés par le projet et la définition et méthode de calcul des indicateurs utilisés ;

L'équipe Ludobox pendant la phase de développement du projet s'est composée de 6 personnes réparties dans 4 villes européennes (Tours, Lyon, Bilbao, Bruxelles), nous avons naturellement opté pour une organisation du travail en réseau, dans un environnement collaboratif avec une suite d'outils adaptés :

Gestion de tâches (Trello), agenda partagé (TeamUp), communication collaborative (Slack), vidéo-conférence (Appear), aide à la prise de décision (Loomio), Archivage (Drive), Documentation collective (YesWiki), service web d'hébergement et de gestion de développement de logiciels (Github)

Notre méthodologie s'est articulée autour de ces 3 principes :

- mise en place et appropriation d'une suite d'outils pour assurer une communication régulière et programmer des séances de travail en ligne (ex : 4 collaborateurs ont enrichi la base de données Ludobox en se donnant rendez-vous en ligne tous les jeudis de 13h à 16h pendant 2 mois)
- programmer des rencontres à destination de la communauté Ludobox pensés comme des temps-forts de réflexion et de production collective : en évacuant la dimension événementielle et chronophage des rendez-vous grand public, nous avons privilégié des formats de rencontres en petit groupe (équipe Ludobox et invitations ciblées) pour faciliter les retours usagers et la contribution sur la plateforme Ludobox
- « pratiquer le hors-piste » : être présent dans la sphère du jeu – participation à des festivals importants (Ludesco en Suisse, Festival des jeux de Cannes) et des rencontres universitaires (conférence ITRA, International Toy Research Association), tout en cultivant et en opérant des incursions dans d'autres domaines et institutions (École de design, musée, médiathèque, Maker Faire, centre d'art, Fablab, etc)

Concernant les publics impactés, la méthode de calcul est la suivante, en comptabilisant la fréquentation aux différents événements (mis en place par l'équipe Ludobox ou auxquels l'équipe a participé), ce sont **27 415 personnes** (voir doc en annexe) qui ont

été sensibilisées au Print'n Play et à l'initiative Ludobox par le biais d'ateliers, de conférences et light talks, de stands ou encore d'événements en France et à l'étranger.

Ce chiffre s'explique par notre participation à des événements grand public d'envergure nationale ou internationale, à savoir : le Fablab Festival à Toulouse (10 000 personnes), la Maker Faire de Paris (10 000 personnes) où encore le Festival Ludesco à La Chaux de Fonds en Suisse (3 000 personnes) dans lequel Ludobox a été programmé lors des éditions 2017 et 2018.

Nous pouvons identifier 2 types de public :

- grand public (enfants, adultes, familles) : **26 405 personnes**
- publics spécifiques (adultes) en activité professionnelle, porteur de projet, pratique créative : **1010 personnes**

Parmi ces publics spécifiques, nous pouvons proposer un regard par secteur :

- **26 % BIBLIOTHÈQUE & JEU** : bibliothécaires, ludothécaires, documentalistes, responsables de médiathèques, ingénieurs pédagogiques, éditeurs, animateurs *soit 260 personnes concernées et impactées*
- **35 % DESIGN & MÉDIATION NUMÉRIQUE** : étudiants et enseignants en école de design, médiateurs numériques, chercheurs, designers, makers, fabmanagers *soit 350 personnes concernées et impactées*
- **39 % ART & CULTURE** : artistes, institutions, curateurs, opérateurs culturels, entrepreneurs de la culture et de l'économie sociale et solidaire *soit 400 personnes concernées et impactées*

2.Analyse quantitative et qualitative des usages numériques induits par le projet et retour d'expérience sur l'appropriation et les éventuels freins à l'utilisation du service ou produit ;

Analyse quantitative

Nous avons atteint notre objectif de livrer une plate-forme avec **100 jeux** libres de droit et reproductibles. 10 personnes se sont créées des comptes pour s'atteler à enrichir la base de données.

Pendant 18 mois, la plate-forme Ludobox a été présentée, accueillie et activée sous différentes formes en France et à l'international, soit :

- **5 rencontres professionnelles**
- **4 événements ludiques**
- **4 festivals**
- **4 workshops**
- **3 formations**
- **2 temps-forts** organisés par Dcalk pour la communauté Ludobox

De ces activités sur la plate-forme et sur le terrain :

1/Nous avons livré **10 Kits Ludobox** à **10 médiathèques** du réseau de l'Institut Français : Paris, Londres, Marrakech, Athènes, Dakar, Nouakchott, Niamey et trois autres médiathèques du réseau nigérien.

Le choix s'est fait en relation avec nos partenaires de l'IF : Violaine Roy (Chargée de mission Médiathèques et innovation – Département Langue française, livres et savoirs) et Sarah Arcache (Responsable du Pôle prospective et transformation digitale – Département Numérique) : tous les médiathécaires ou attachés culturels ont été rencontrés par Dcalk soit lors d'ateliers menés à Paris ou lors de formation et événements réalisés sur site, dans les médiathèques du réseau.

2/La communauté Ludobox s'est agrandie avec **10 ambassadeurs en Europe** – Clément Renaud (Lyon/Lausanne), Habib Belaribi (Bordeaux), Victoria Ascaso (Bilbao), Virginie Tacq (Bruxelles), Jonathan Smets (Bruxelles), Loïc Hans (La Chaux De Fonds), Gwenaël Beuchet (Issy-les-Moulineaux), Spyros Andreopoulos (Athènes/Elefsina), Aggelikki Lampiri (Athènes/Elefsina) et Laurent Neysensas (Nantes).

Ces ambassadeurs disposent d'un kit, assurent la promotion du projet et se font le relais d'initiatives locales autour de Ludobox et plus largement des pratiques ludiques liées à leur domaine d'activité : game design, game studies, design produit, recherche universitaire, journalisme, développement web, community building, création artistique, médiation numérique, conservation du patrimoine.

Analyse qualitative

Si l'identité graphique et la communication autour du projet sont aujourd'hui bien installées, l'activité sur la plate-forme Ludobox est loin d'être poussée à son maximum. Ce que nous avons pu identifier à ce sujet :

1/ Nous avons soigné la communication visuelle de Ludobox (longtemps porté « oralement » en tant que projet sans être soutenu par une identité graphique forte) : nous avons eu de nombreux retours positifs sur la qualité de ce travail, la clarté et le professionnalisme des outils développés (kit et catalogue). Le projet est ainsi mieux approprié avec des outils de communication et de médiation adaptés qui donnent envie de découvrir la plate-forme et faire appel aux compétences de l'équipe Ludobox (partenariat, prestation, etc).

2/ L'appel à projet a permis de « booster » le développement de Ludobox en rémunérant ponctuellement des prestataires (graphiste, développeur web, community manager, médiateur numérique). De fait, l'activité sur la plate-forme a souvent eu lieu lors de sessions de travail en ligne ou lors d'événements communautaires animés par l'équipe du projet. Si la médiation numérique représente à l'heure actuelle une piste de développement du service avec un modèle économique à la clé, toute la difficulté réside dans l'animation même de la plate-forme (community management, événementiel, maintenance technique). La plate-forme (sur)vit de par la passion de l'équipe porteuse du projet, mais il s'agit d'un travail mené bénévolement et qui présente toutes les fragilités que l'on connaît d'un tel modèle.

3.Perspectives de développement du service ou produit par le partenaire culturel à la suite du projet ;

Le départ de Violaine Roy (notre référente principale à l'Institut Français depuis 2015 avec qui nous avons répondu à l'appel à projet) en septembre 2018 a temporairement mis en arrêt les pistes de développement. Nous reprenons actuellement contact avec son remplaçant pour travailler les axes évoqués avec Violaine Roy :

- Diffusion du catalogue Ludobox auprès du réseau des médiathèques IF et réflexion sur un accompagnement spécifique pour développer une offre d'ateliers ludiques et de médiation numérique (formation sur mesure) ;
- Travailler en amont de la manifestation annuelle portée par l'IF « Novembre Numérique » afin d'intégrer la programmation avec des projets Ludobox (création, atelier, événementiel).

4. Analyse des caractéristiques répliquables du service ou produit, facteurs clés de succès et freins à son développement et actions d'accompagnement susceptibles d'être mises en œuvre.

Pendant que Ludobox trouvait sa place dans le réseau international des médiathèques des Instituts Français et formait un réseau embryonnaire d'ambassadeurs en Europe, le noyau dur de l'équipe s'est installé à Tours en 2016, après plusieurs années à Bruxelles.

Ce nouveau virage a permis d'ancrer le projet en local et représente aujourd'hui un facteur clé de développement autour d'un nouveau réseau de partenaires : Funlab (fablab citoyen), MDJT (Maison des Jeux de Touraine), Hitbox Makers (collectif de développeurs web et game designers), DDCS (Direction Départementale de la Cohésion Sociale), Ciclic (Agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique), pOlau (Pôle Arts & Urbanisme).

À titre d'exemple, les deux actions d'accompagnement suivantes sont en cours de développement pour 2019 :

- Suite à l'atelier Game Factory expérimenté en 2018 au Funlab (game design collaboratif, accompagnement et prototypage de jeux en fablab), Ludobox va rejoindre l'espace **BiblioMaker** : un espace bibliothèque au sein du fablab avec des livres, des ressources documentaires, culturelles et techniques, exposition de prototypes et de jeux reproductibles issus de la collection Ludobox.
- L'agence Ciclic a récemment développé une **bibliothèque numérique nomade**, [Kit@Lire](#), qui a pour vocation de circuler en région et proposer des actions de médiation numérique auprès de bibliothécaires, médiateurs, professeurs et porteurs de projets culturels. Des ateliers autour de la plate-forme Ludobox seront proposées dans le catalogue [Kit@Lire](#).

Pour conclure, la plate-forme Ludobox est une base de données, une vitrine, une archive, un service numérique innovant, un plaidoyer pour des créations protéiformes tant dans leurs sujets (approche critique, pédagogique, contemporaine) que dans leurs formats (à travers la reproductibilité du Print'n Play) et véhiculant des notions de partage et de communs (licences libres, documentation, remix).

Au cours de ces deux dernières années, nous avons vu les sollicitations croître de la part d'acteurs culturels et d'artistes en matière d'accompagnement non seulement dans la conception de jeu (sur des sujets tels que les perturbateurs endocriniens ou la propriété intellectuelle) mais également sur les étapes suivantes, à savoir l'édition et la diffusion d'un jeu au format Print'n Play (comment intégrer la dimension reproductible de ses éléments de jeux dès la conception, quelle mode de production choisir pour faciliter la fabrication individuelle et distribuée, quelle licence choisir, etc).

Et chaque nouvelle création que nous accompagnons devient un nouveau commun pour Ludobox.