



Juste du jamais vu et joué !
Un jeu vidéo en réalité virtuelle pour développer la notoriété
et la performance d'une destination

MEUSE RIDER, immersion ludique à 360° en Meuse sur Metaquest
proposée par l'agence de développement Meuse Attractivité



Jeu vidéo produit par Game in Society financé par le Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire et le Département de la Meuse, à l'initiative de l'agence de développement Meuse Attractivité.

www.lameuse.fr



Contact presse Meuse Attractivité

Christel Rigolot - c.rigolot@lameuse.fr - Tél : 06 71 82 86 20 – www.lameuse.fr



SOMMAIRE

- P. 3 Communiqué de presse : Meuse Rider, la Meuse en jeu vidéo VR sur SideQuest
- P. 4 De nouvelles perspectives de valorisation de la Meuse
- P. 6 Un appui aux offres touristiques et à la culture client
- P. 7 Game in Society : une vision du jeu vidéo et la production de Meuse Rider
- P. 8 Trailer et visuels du jeu vidéo Meuse Rider



Communiqué de presse

Meuse Rider, la Meuse en jeu vidéo et réalité virtuelle

Pour promouvoir le territoire rural de la Meuse et ses atouts en tant que destination pour le tourisme de nature et de patrimoine, l'agence de développement Meuse Attractivité lance « Meuse Rider », un jeu vidéo en réalité virtuelle. Le principe : parcourir à vélo une représentation 3D de la Meuse et tester ses réflexes en attrapant des collectibles disséminés sur le parcours.

Cette réalisation fait de la Meuse la 1^{re} destination à proposer un jeu vidéo de type « roller coaster » interactif pour casque Meta quest donnant un aperçu de son environnement dans sa diversité.

Soutenue par le Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire, l'agence Meuse Attractivité a collaboré avec la société [Game in Society](#) et la société Hélix pour créer le jeu vidéo « Meuse Rider ». Le jeu offre à l'utilisateur une découverte originale à 360° du terrain qui attend les visiteurs en Meuse et un aperçu de sites emblématiques grâce au casque Meta Quest. Il inclut des paysages typiques comme la butte de Montsec et les vergers de mirabelliers dans les Côtes de Meuse au cœur du Parc Naturel Régional de Lorraine, le parcours de l'EuroVelo 19 le long du fleuve Meuse et aussi des sites emblématiques, du patrimoine Renaissance à Bar-le-Duc jusqu'au champ de bataille de la 1^{re} Guerre mondiale dont le fort de Liouville et l'Ossuaire de Douaumont, en passant par le centre d'art contemporain à ciel ouvert Vent des Forêts, la Citadelle de Montmédy et le Château de Commercy.

La conception du jeu se base sur des modélisations 3D à partir de prises de vue réelles sur le terrain et issues de la photothèque de Meuse Attractivité. Le jeu a été habillé aux couleurs de la marque territoriale de la Meuse et intègre des illustrations de l'artiste meusienne Redpaln pour égayer les jetons à collecter qui valorisent les produits du terroir : madeleines, mirabelles, brie, dragées...

Aujourd'hui, les consommateurs considèrent que l'une des grandes utilisations possibles du metaverse est de faire découvrir des destinations (cet usage figure dans le top 5 identifié par McKinsey dans une étude publiée en 2022). La réalité virtuelle représente donc une réelle opportunité pour le marketing de destination, partant du principe que tester une activité touristique et s'y engager virtuellement pourrait inspirer et déclencher le voyage réel. Basé sur le moteur Unreal Engine, les décors de Meuse Rider pourraient être positionnés ultérieurement dans les univers de jeux virtuels immersifs tels que Fortnite. C'est un premier pas pour la destination vers le metaverse.

Un kit de mise à disposition et un plan de déploiement du jeu Meuse Rider ont été pensés pour servir les acteurs, la notoriété et le développement du territoire de la Meuse, destination accessible en une heure de TGV de Paris et de Strasbourg au centre de la région Grand Est.

Pour en savoir plus : contact@lameuse.fr - Tél. 03 29 45 78 40 www.lameuse.fr



*sources : Gartner consulting, cabinet de conseil McKinsey

Contact presse Meuse Attractivité

Christel Rigolot - c.rigolot@lameuse.fr - Tél : 06 71 82 86 20 – www.lameuse.fr



De nouvelles perspectives de valorisation de la Meuse

Gagner en visibilité et toucher de nouveaux publics

→ via des supports virtuels

Mise en ligne de Meuse Rider courant 2024 sur l'application web SIDEQUEST

Plutôt qu'une application ludique uniquement disponible sur un support « maison », Meuse Attractivité a fait le choix de proposer le jeu directement à une communauté de gamers, via le téléchargement gratuit sur la plateforme Sidequest. L'objectif est de rendre ce jeu vidéo accessible auprès d'une audience large et qualifiée. Proposé en libre accès, Meuse Rider offrira une visibilité au territoire auprès d'une communauté de plus de 2 millions de joueurs utilisateurs de dispositifs de réalité virtuelle et avides de nouveautés dès sa mise en ligne sur la plateforme [Sidequest](#).

Adaptation pour Youtube

Afin d'offrir aux internautes la possibilité d'expérimenter l'environnement de la Meuse dans une esthétique de jeu à 360 degrés, une version de Meuse Rider sous forme de vidéo interactive est en cours de réalisation pour une mise en ligne sur Youtube.

Développement potentiel pour le metaverse

L'utilisation du moteur Unreal Engine pour la production de Meuse Rider permet d'envisager un développement ultérieur pour positionner des décors meusiens dans différents univers de jeux virtuels immersifs tels que Fortnite. La création de ce jeu est un premier pas pour la destination Meuse vers les utilisateurs de metaverse.

→ et dans le monde réel

Kit d'animation événementielle

Le jeu vidéo Meuse Rider peut être utilisé grâce au kit de mise à disposition conçu pour des actions de promotion tels que des salons touristiques, événements d'entreprises de type journées portes-ouvertes ou accueils de clients et prescripteurs...

Une telle animation proposée sur un stand permet d'attirer des publics nouveaux et de créer le dialogue grâce à l'expérience de réalité virtuelle proposée, à la fois courte et engageante. **Temps de jeu** : environ 5 minutes.

Ce jeu est une invitation à transformer l'expérience virtuelle en expérience réelle de séjour touristique pour l'utilisateur comme pour les spectateurs qui voient sur écran l'évolution du joueur.

Valorisation d'offres touristiques et de productions locales

Le système de score permet d'imaginer des liens concrets vers la destination tout en valorisant des offres par le biais de récompenses. Par exemple en faisant gagner un séjour, des produits locaux, "[La Meuse en boîte!](#)"... C'est un moyen là aussi d'amener du concret à l'expérience de réalité virtuelle.



Mise à disposition des partenaires, ambassadeurs de la Meuse

Le kit du jeu vidéo peut aisément être déployé auprès de partenaires « ambassadeurs » de l'agence et de la destination qui pourraient à leur tour présenter l'expérience à leurs publics sur leurs propres événements qu'il s'agisse d'institutions, d'associations meusiennes ou d'entreprises, quelle que soit leur filière.

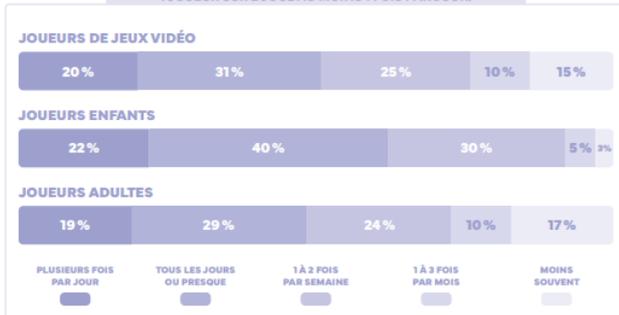
Un media innovant, attractif pour les jeunes générations et leurs familles

La stratégie de Meuse Attractivité étant de rajeunir les publics de la destination, l'idée est d'aller les chercher avec ce media, là où ils se trouvent comme via la communauté Sidequest ou sur des salons spécialisés du jeu vidéo ou du sport en s'appuyant notamment sur nos partenaires professionnels de ces domaines.

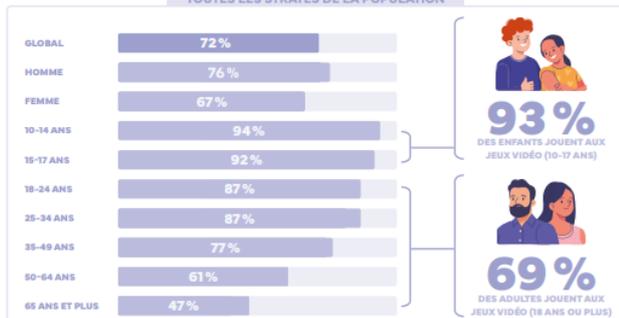
LE PROFIL DES JOUEURS FRANÇAIS

LE JEU VIDÉO EN FRANCE

UNE PRATIQUE ANCRÉE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS : 1 JOUEUR SUR 2 JOUE AU MOINS 1 FOIS PAR JOUR.



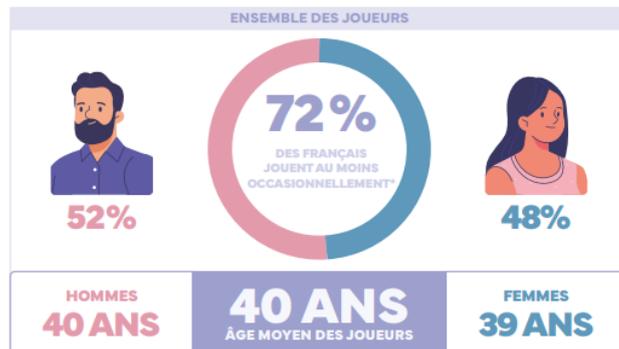
LE JEU VIDÉO CONCERNE TOUTES LES STRATES DE LA POPULATION



LE PROFIL DES JOUEURS FRANÇAIS

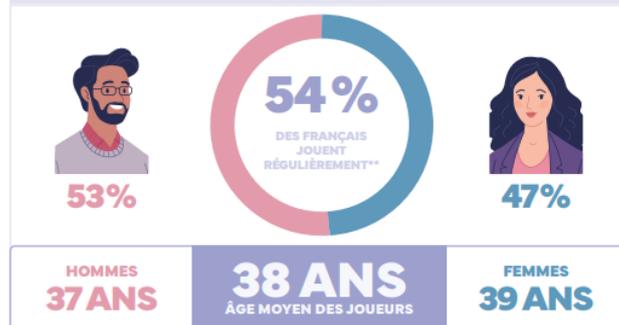
PROFIL DU JOUEUR FRANÇAIS

ENSEMBLE DES JOUEURS



*Joueurs ayant déclaré jouer au moins une fois dans l'année aux jeux vidéo.

JOUEURS RÉGULIERS



**Joueurs ayant déclaré jouer au moins une fois par semaine aux jeux vidéo.

Source : [L'essentiel du Jeu vidéo par le Syndicat des éditeurs des logiciels de loisirs 2023](#)



Appui aux offres touristiques et à la culture client

Un moyen d'enrichir les propositions sur internet

Un lien vers le jeu vidéo sera intégré en complément des offres touristiques présentées sur la plateforme de destination www.lameuse.fr et aussi sur des sites partenaires pour renforcer l'appétence de nos prospects dans la découverte du territoire et le choix de réservation.

Un outil complémentaire pour créer le dialogue et enrichir l'expérience client sur le terrain

Une appropriation du jeu par les prestataires et organismes du secteur permettra d'offrir aux visiteurs une nouvelle expérience lors de leur venue sur site et de favoriser les échanges avec les agents d'accueil.

La 1^{ère} structure à s'être saisie de cette innovation est l'office de tourisme Cœur de Lorraine qui a annoncé la prochaine acquisition de casques Metaquest pour proposer l'expérience dans ses bureaux d'accueil.

L'expérimentation du jeu sera adossée systématiquement à la présentation d'offres liées aux paysages parcourus (packages, hébergements, activités, restauration) pour inciter les joueurs/ visiteurs à étoffer leur choix d'activités et de visites sur place et d'envisager la prolongation ou la programmation d'un séjour.

L'objectif de mise à disposition du jeu vidéo VR est de créer de nouvelles conditions de dialogue avec les visiteurs des Office de Tourisme.





Communiqué de Game in Society

Une vision du jeu vidéo et la production de Meuse Rider

Le jeu vidéo selon Game in Society

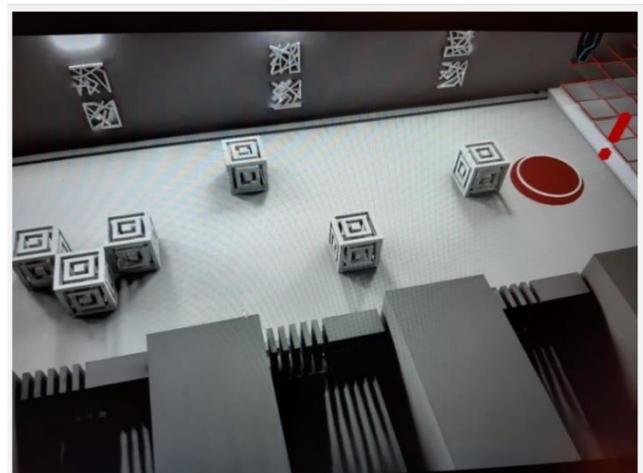
Game in Society a été créée autour d'une idée simple : le jeu vidéo est le média par excellence du XXIème siècle comme un média et aussi comme un nouveau rapport aux choses.

Certains utilisent la vidéo pour faire des films publicitaires ou des documentaires.

Game in Society crée des jeux vidéo pour servir de nouveaux médias dans l'éducation, la formation et la communication et aussi en tant que nouveau rapport aux choses et au monde : le jeu vidéo présente la possibilité d'endosser des rôles, d'être récompensé pour ses actions, de découvrir, de réfléchir, de choisir. Game in Society développe ces éléments de design qui sont ludiques et engageants dans la conception des différents produits.

Nos domaines de réalisation sont variés. Cela va de simulateurs légers pour la santé à des applications ludiques pour l'éducation. Deux exemples :

Game in Society a développé un jeu vidéo sur l'art moderne avec le Centre Pompidou, pour faire découvrir dans une balade esthétique sept grands courants artistiques. Utiliser le jeu vidéo, c'est aussi utiliser un canal connu des jeunes publics, qui leur plait et qu'ils connaissent bien. Pour une institution culturelle c'est même un devoir civique que de s'adresser à tous ceux qui ne vont pas au musée.



art design

Vue du jeu vidéo Prisme 7. Un design attractif et original à chaque niveau.

Pour l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT), nous avons pensé un jeu de recherche d'indices pour faire découvrir toute leur action sur des territoires. C'est un acteur étatique majeur qui aide toutes les collectivités territoriales. Son domaine d'action est tellement large qu'il leur était nécessaire d'avoir un outil pédagogique et clair. En quelques minutes, en trouvant des objets cachés, chacun peut découvrir les actions qui sont accompagnées par l'ANCT. Un peu de concentration et une image interactive valent mieux qu'une longue présentation qui n'est pas écoutée !



Le projet Meuse Rider

Dans le cas de Meuse Rider, il s'agissait de repenser le rapport à la communication touristique. Récemment, Atout France a lancé un label Game France, car le jeu vidéo est un élément de promotion du territoire. Meuse rider va plus loin puisqu'il est un jeu pensé et conçu dès le départ pour faire découvrir ce beau département. C'est un jeu sur mesure.

Au départ, lorsque nous avons réfléchi avec l'équipe de Meuse attractivité, nous avons défini deux objectifs : proposer une découverte fun et immersive de quelques minutes. Le concept de balade à vélo nous est apparu naturellement : la Meuse est une terre rêvée pour les amoureux de la bicyclette. Vous voici donc aux commandes d'un vélo dans Meuse Rider. Pour le fun, nous avons choisi une mécanique accessible mais classique : il faut attraper des objets durant la balade, pour gagner le plus de points possibles. Pour l'immersion, nous avons opté pour la réalité virtuelle, et notamment les casques Metaquest. Le jeu peut ainsi être facilement déployé dans des lieux physiques (salons tourisme, offices de tourisme, entreprises...) et ainsi proposer une belle animation, mais aussi être directement accessible en ligne pour une forte communauté de joueurs ou d'amateurs de vidéos 360° interactives.



Pour le réalisme du décor, nous avons fait appel au talent de nos artistes ! Nous avons utilisé des relevés topographiques, des images de référence, une visite des lieux en Meuse, puis avec nos outils de modélisation nous les avons reconstitués à la main.

Nous aurions pu utiliser un peu d'IA mais à date les rendus ne sont pas bons pour du temps réel. Ensuite nous avons utilisé le moteur Unreal engine 5, qui est une merveille technologique bien connue des joueurs, et nous avons créé les interactions pour chaque trajet.

Les champs de mirabelliers ou les bords Meuse deviennent ainsi de super belles invitations au voyage. Cela a été un plaisir de les modéliser, mais aussi de les sonoriser.

En définitive, Meuse Rider est vraiment une première dans le monde du jeu vidéo en réalité virtuelle.

Dans le domaine du tourisme et de l'attractivité des territoires, il y a eu des films en réalité virtuelle, des films interactifs, mais pas de jeu. Utiliser un jeu en réalité virtuelle pour découvrir une région, c'est du jamais vu... et joué.

Nous réfléchissons d'ailleurs à poursuivre le projet en faisant entrer la Meuse dans le métavers, avec une expérience dédiée dans Fortnite !

Trailer et visuels du jeu vidéo Meuse Rider → <https://bit.ly/visuels-meuse-rider>



Contact : Olivier Mauco

Tél. 06 63 46 41 99

olivier@gameinsociety.com

<https://www.gameinsociety.com/>

Contact presse Meuse Attractivité

Christel Rigolot - c.rigolot@lameuse.fr - Tél : 06 71 82 86 20 – www.lameuse.fr