

Compte-rendu de la séance 7 de la troisième saison du séminaire

« Médias et médiations de la gastronomie XVII^e- XXI^e siècles »

Mardi 29 mars 2016, 16h30-19h

Bibliothèque historique de la ville de Paris

« MEDIATISER LA GASTRONOMIE PAR LE JEU »



Programme :

Patrice BOUVIER (XIWEN Games),
Gourmet Quest

Edwige LELIEVRE (UVSQ),
Panorama des jeux vidéo sur l'alimentation

Introduction

Pourquoi consacrer une séance au jeu, et plus particulièrement au jeu vidéo dans un séminaire sur médias et médiations de la gastronomie?

Sur le jeu, il existe un ouvrage incontournable : *Homo Ludens Essai sur la fonction sociale du jeu* (1938), l'historien néerlandais, spécialisé en histoire culturelle, Johan Huizinga (1872 - 1945) y donne cette définition du jeu :

« Le jeu est une action qui se déroule dans certaines limites, de lieu, de temps et de volonté, dans un ordre apparent, suivant des règles librement consenties, et hors de la sphère de l'utilité et de la nécessité matérielles. L'ambiance du jeu est celle du ravissement et de l'enthousiasme, qu'il s'agisse d'un jeu sacré, ou d'une simple fête, d'un mystère ou d'un divertissement. L'action s'accompagne de sentiments de transport et de tension et entraîne avec elle joie et détente. » (p. 217)

L'être humain n'est donc pas seulement un *Homo sapiens* (homme qui sait - Carl von Linné) et un *Homo faber* (homme qui fabrique), il est aussi un *Homo ludens* (homme qui joue)

Pour Huizinga, le jeu est une tâche sérieuse qui contribue activement au développement de la culture sous toutes ses formes.

« Sans un certain maintien de l'attitude ludique, aucune culture n'est possible. Même dans une société complètement retournée à la sauvagerie par l'abandon de tous les rapports juridiques, la passion agonale n'est en aucune façon abolie car elle est inhérente à la nature même de l'homme. (p.169-170) (Johan Huizinga, *Homo ludens, essai sur la fonction sociale du jeu*, Gallimard, Tel, 1988).

En 1957, Roger Caillois a repris et développé le travail de Huizinga dans *les jeux et les hommes le masque et le vertige* pour élaborer une classification des jeux en 4 catégories : les jeux de compétition *Agôn*, les jeux de hasard *Alea*, les jeux de simulacre *Mimicry* et les jeux de vertige *Ilinx*. Un même jeu peut bien entendu relever de plusieurs catégories.

À l'intérieur de ces catégories, Caillois différencie les jeux en fonction des règles plus ou moins strictes qui les gouvernent et oppose ainsi *Ludus* à *Paidia*. C'est cette tension entre ces deux pôles qui constitue la dynamique des jeux.

Pour Caillois, « Le jeu sert à transformer de l'instinct en social, du naturel en culturel », il met en évidence dans son analyse les liens étroits qui existent entre les modes de fonctionnement des jeux et ceux de la société.

REPARTITION DES JEUX

	AGON — (compétition)	ALEA — (chance)	MIMICRY — (simulacre)	ILINX — (vertige)
PAIDIA vacarme agitation fou-rire	courses } luttres } non réglées etc. } athlétisme	pile ou face comptines	imitations enfantines jeux d'illusion poupée, panoplies masque travesti	manège « tournis » enfantin balançoire valse
cerf-volant solitaire réussites mots croisés	boxe escrime football	billard dames échecs	pari roulette	volador attractions foraines ski alpinisme voltige
LUDUS	compétitions sportives en général	loteries simples composées ou à report	théâtre arts du spectacle en général	

N. B. — Dans chaque colonne verticale, les jeux sont classés très approximativement dans un ordre tel que l'élément *paidia* décroisse constamment, tandis que l'élément *ludus* croît constamment.

Comme nous allons le voir avec nos intervenants, le jeu, ici vidéo, peut-être à la fois un outil de médiation et un véhicule médiatique pour le développement d'une certaine culture gastronomique.

Pour notre affiche, nous avons choisi ce visuel avec Thierry Marx qui vous convie à jouer comme lui à Gourmet Quest. Il s'agit d'une déclinaison du visuel qui avait été utilisé pour la campagne sur la plateforme de financement participatif Ulule.

On est vraiment là au cœur de notre thématique « médiation » avec en sus une légère mise en abyme.

Patrice BOUVIER (XIWEN Games),
<https://fr.linkedin.com/in/patricebouvier/fr>

Gourmet Quest

Patrice Bouvier est docteur en Informatique (Réalité Virtuelle) de l'Université Paris-Est depuis 2009 ; il a soutenu une thèse intitulée « La présence en réalité virtuelle, une approche centrée utilisateur ». Lors d'un post-doctorat, il a travaillé plus particulièrement sur les comportements engagés du joueur ou de l'apprenant dans les jeux vidéo ludiques ou sérieux. Il est aujourd'hui responsable recherche, développement & innovation de XIWEN studio qui a développé le jeu *Gourmet Quest* qu'il nous présente ici.

Xiwen Studio est une agence de contenu multimédia créée par Alexandre Sabouret fin 2010 qui comprend trois entités : l'une dédiée à la recherche et aux partenariats, une autre à la formation et la troisième Xiwen Games au développement de jeux vidéo différents, intelligents, à portée culturelle, répartis dans trois branches : éducation (apprentissage du français pour les 8-12 ans en Louisiane à partir du voyage de L'Hermione ; In anima hominis, jeu sur les origines de l'humanité conçu avec Michel Brunet, professeur au Collège de France / sciences et santé / tourisme et loisirs.

En chinois, les 2 idéogrammes qui composent XIWEN signifient le fil, le lien ou encore relier pour 'XI' (糸) et culture pour 'WEN' (文) : relier les cultures.

Passionné de voyages et de gastronomie, Alexandre Sabouret, qui a travaillé en agences de voyages puis dans l'hôtellerie-restauration, à la Tour d'Argent notamment, décide en 2012, en plein boom des émissions culinaires, de lancer un premier jeu sur gastronomie et le tourisme : *Gourmet Quest*, avec pour slogan « Croquez l'aventure ! ».

Le « pitch »

La Grande Académie de la Gastronomie (G.A.G) vous a contacté en urgence car ils ont besoin de vos services : les INSIPIDES ont encore frappé. Vous êtes la seule personne à pouvoir aider la G.A.G !

Le principe du jeu

GOURMET QUEST est un « game-isode » sur le thème de la gastronomie française : C'est-à-dire un jeu vidéo qui, comme une série télévisée, fait vivre une histoire à travers des épisodes. C'est une sorte de BD interactive.

Le joueur, qui crée son avatar, incarne un agent de la Grande Académie de la Gastronomie (G.A.G.). Chaque épisode l'entraîne dans une région française pour mener une enquête et lutter contre les Insipides, un groupuscule très méchant dont l'unique volonté est de détruire le goût. La Grande Académie de la Gastronomie lutte pied à pied pour sauver le goût et les savoir-faire. Il doit accomplir de nombreuses missions et réussir des mini-jeux pour arriver à ses fins.

L'avatar du joueur se déplace pour une balade culinaire dans un condensé de la ville avec les monuments remarquables sur lesquels il lui est possible d'obtenir des informations. Il rencontre de

nombreux personnages hauts en couleurs avec qui il peut discuter pour obtenir des informations et ainsi avancer dans son enquête.

La durée du jeu pour chaque épisode varie de 45 minutes à une heure.

Le quiz (10 000 questions au total, validées par des spécialistes) qui accompagne le jeu permet de tester ses connaissances gastronomiques, seul ou à plusieurs.

Le contexte de création du jeu

Lorsque le jeu a été mis en chantier, il n'existait aucun jeu vidéo sur la gastronomie, mais sur les chaînes de télévision la mode était aux émissions culinaires et plusieurs jeux télévisés ont porté sur le thème gastronomique. Le premier test effectué en décembre 2012 sous la forme d'un quiz en ligne pendant 2 semaines a confirmé l'intérêt : plus de 200 personnes se sont connectées pour jouer. Un plan de financement a été mis en place en janvier 2013, avec une levée de fonds de 140 000 € en mai 2013. Parallèlement, les auteurs se sont imprégnés des territoires par des lectures sur les régions. Des experts, œnologues ou cuisiniers ont été sollicités pour le millier de questions du quizz.

Ce contenu culturel constitue la plus-value du jeu qui se démarque aussi par la qualité de son graphisme. Pour la production, il a également été fait appel à des scénaristes et des musiciens.

L'objectif est de cibler des gens qui n'ont pas habitude du jeu vidéo, notamment les femmes de 25 à 40 ans, afin de bénéficier aussi du relais des blogs.

Le premier épisode, *Les Vignes de Montmartre*, sur Paris et sa région, est lancé en novembre 2014 et présenté lors de la *Paris Games Week* où il reçoit un accueil très favorable. Les visiteurs viennent jouer en famille sur le stand ; les *gamers* s'intéressent au jeu, leur entourage au quiz. Le site web où le jeu est mis gratuitement à disposition, enregistre 50 000 téléchargements, en France et au Canada où le jeu est disponible en français et en anglais.

Trois autres épisodes ont été produits : *Le Carnet de cave de Thomas Jefferson* (Bordeaux et sa région) ; *Les 3 Mousquetaires du goût* (Toulouse et sa région) et un quatrième, financé via une campagne de financement participatif (« crowdfunding »), *Amer chocolat*, sur Lyon et sa région.

Quel modèle marchand pour un jeu vidéo dédié au tourisme et à la gastronomie ?

En 2015, Xiwen Games est confronté à un retournement du marché qui est saturé, avec 800 nouveaux jeux disponibles chaque semaine sur les plates-formes de ventes (« stores »). La gestion communautaire (« community management ») est arrêtée et la société doit se résoudre au licenciement économique.

Pour exister et être vu, ce n'est pas 10 000 € qu'il aurait fallu investir dans le marketing mais 10 fois plus, soit pour 1 € de développement, 10 € en marketing.

Se pose aussi le problème du positionnement « casual » (= qu'on pratique quelques minutes, dans le métro par exemple) du jeu : la catégorie est inadaptée au public visé ; le jeu est perçu comme trop compliqué pour la catégorie.

D'autre part, les entreprises, ministères, collectivités et entreprises privées qui s'étaient montrées très enthousiastes au départ, font preuve de frilosité au moment de passer au financement. Les

interlocuteurs sont souvent des cinquantenaires qui ne connaissent pas bien l'univers du jeu vidéo, ne comprennent pas le fonctionnement et ne perçoivent pas l'intérêt.

Gourmet Quest permet pourtant au joueur de découvrir une partie du patrimoine culinaire de certaines régions. Un partenariat avec des offices de tourisme, des départements ou des régions semblerait logique, d'autant que le produit s'y prête assez bien. C'est typiquement le genre de jeu qui pourrait être vendu (un épisode coûte 2,49 €) dans les boutiques de musées ou les offices de tourisme, d'autant que le jeu existe aussi en anglais, espagnol, portugais et japonais.

Le jeu va donc être repris : le mode quizz sera séparé du mode « aventurier » et repositionné dans une catégorie différente. Le marketing sera adapté au produit. Des négociations sont en cours avec de nouveaux partenaires, comme les Aéroports de Paris. Si les financements arrivent d'ici la fin de l'année, la production sera reprise avec un nouvel épisode sur le champagne.

Autre piste possible : l'apprentissage avec les écoles hôtelières.

La segmentation des publics en est une autre mais elle est difficile à réaliser.

Le site web en français :

<http://www.gourmetquest.com/index.php?langage=fr>

en anglais :

<http://www.gourmetquest.com/>

Application téléchargeable ici :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.xiwengames.gourmetquest>

Ou ici <https://itunes.apple.com/us/app/gourmet-quest/id922521625?l=fr&ls=1&mt=8>

La présentation du projet sur la plateforme de financement participatif Ulule

<http://fr.ulule.com/gourmet-quest/>

Le trailer : <https://youtu.be/2bphdgi5Poc>

Edwige LELIEVRE (UVSQ),
<http://www.omnsh.org/edwige.lelievre>

Panorama des jeux vidéo sur l'alimentation

Ce panorama ne prétend pas à l'exhaustivité, il aborde les jeux les plus connus et les plus représentatifs, en mettant de côté les très nombreux jeux qui n'abordent que ponctuellement l'alimentation.

L'alimentation est présente dès les origines du jeu vidéo. Ainsi le personnage Pac-Man, du jeu vidéo de même nom, sorti au Japon et aux Etats-Unis en 1980, ressemble à une pizza à laquelle il manque une part. L'idée serait venue à son créateur après un repas dans une pizzeria. L'autre ancêtre, Super Mario grandit et devient plus fort quand il mange un super champignon rouge avec des taches blanches, à ne pas confondre avec le champignon poison violet qui apparaît plus tard.

Le jeu vidéo est un média interactif avec chaque fois une action centrale.

Si on veut tenter une typologie des jeux vidéo consacrés à l'alimentation, on peut mettre en évidence trois catégories distinctes :

- Les jeux où le fait de cuisiner constitue l'action principale.
- Ceux où la cuisine n'est qu'une activité secondaire.
- Et enfin les jeux de gestion agro-alimentaire.

Pour connaître le *gameplay*, c'est-à-dire l'expérience vidéoludique ressentie par le joueur, on peut utiliser comme source les vidéos *Let's Play* (« Jouons »), que l'on trouve en abondance sur YouTube, où le joueur se filme en temps réel en train de jouer, commentaires enthousiastes ou très critiques à l'appui.

Apprendre à cuisiner / fabriquer des aliments

Le plus connu des jeux vidéo de cette catégorie est sans conteste *Cooking mama*, un jeu japonais lancé en 2006, avec en ligne de mire le marché américain : il s'agit de réaliser des recettes de cuisines étrangères.

Sous le regard vigilant de la cuisinière Mama, le joueur doit, avec l'aide de la manette ou de l'écran tactile, suivre les instructions et mimer les gestes du cuisinier en enchaînant, sous forme de mini jeux, les différentes étapes nécessaires à la réalisation d'un plat, par exemple découper rapidement des ingrédients en tranches, râper des carottes, cuire à la bonne température, etc.

Si le joueur commet une erreur ou n'effectue pas sa tâche dans le délai imparti, Mama reprend la main « Ce n'est rien ! Mama va arranger ça ». Selon son niveau de réussite, le joueur obtient une note sous forme de médaille (or, argent, bronze) et accède à de nouveaux modes de jeux et de nouvelles recettes.

Les jeux d'alimentation, comme *Cooking Mama* et *Gourmet Quest* (Croquez l'aventure !) sont des jeux qui touchent un public très large, de 4 à 90, de joueurs occasionnels (« casual gamers »).

Autre jeu du même type : *Cook, Serve, Delicious !*

Un jeu de simulation de gestion d'un restaurant, sorti en 2013, qui fait un peu penser à l'émission de télé-réalité « Cauchemar en cuisine » de Philippe Etchebest sur M6. Le challenge pour le joueur est d'arriver à transformer une gargote en restaurant 3 étoiles. Il peut choisir ses menus mais tout se joue sur sa rapidité et sa dextérité car il lui faut tout gérer en même temps : cuisiner mais aussi respecter les commandes des clients et les livrer dans les délais, veiller à la décoration du restaurant, etc. Plus il réussit, plus le niveau de jeu se corse, avec de plus en plus de choses à gérer.

Démo : <https://www.youtube.com/watch?v=w3V8tLmG3uU>

Finalement, ce jeu est surtout destiné aux joueurs très habiles avec la manette (dextérité, rapidité, coordination, etc.) ; il y a bien un arrière-plan culinaire, mais dans la pratique du jeu il devient vite très secondaire.

Cuisiner pour se nourrir

Dès les origines du jeu vidéo, se nourrir est un des ressorts du jeu : pour aller mieux, pour survivre ou « regagner des vies », le joueur doit impérativement se nourrir, soit en trouvant de la nourriture, soit en la cuisinant. Cuisiner est ainsi souvent un jeu dans le jeu.

Cf. *Canard PC*, n° 325, 29 septembre 2015.

Skyrim, sorti en 2011, dans la catégorie des jeux de rôles a rencontré un grand succès. Dans sa partie centrale le joueur affronte des ... dragons. Mais une des extensions du jeu permet au joueur de se construire une maison, donc l'un des attraits est de pouvoir y faire la cuisine. Les aliments cuisinés servent à améliorer les personnages pour ses aventures. Le souci de l'histoire de l'alimentation ne paraît pas être une préoccupation puisque l'on trouve des pommes de terre dans ce jeu qui semble plutôt situé pourtant dans l'Occident médiéval. Les joueurs sont par ailleurs souvent surpris par ce qu'ils trouvent dans la cuisine : le beurre de baratte semble inconnu à nombre d'entre eux quand on analyse les vidéos disponibles sur You Tube.

Dans le jeu de simulation de vie, créé dans les années 2000, *The Sims* : le joueur doit gérer les besoins de ses personnages, les Sims, habitants de la ville de Simcity aux Etats-Unis, et leur faire mener la vie qu'il désire. Parmi ces besoins, il faut évidemment nourrir ses personnages. C'est une conception américaine de l'alimentation, perçue comme besoin et non comme plaisir. On la retrouve dans *Don't starve* (Ne meurs pas de faim !), jeu d'action et d'aventure sorti en 2013. Le joueur incarne un personnage qui doit survivre le plus longtemps possible dans un monde hostile et fantastique, en ramassant des ressources naturelles (variant selon les saisons, comme des baies, carottes et graines), en fabriquant divers objets, en piégeant des lapins et en se battant contre des ennemis. S'il a le ventre plein au début du jeu, il doit trouver de quoi se nourrir au fur et à mesure qu'il avance dans le jeu. Ici, et contrairement à *Skyrim* ou aux *Sims*, le fait de se nourrir est la thématique principale du jeu.

La gestion agro-alimentaire

Theme Park, sorti en 1994, est un jeu de gestion : le joueur se met dans la peau d'un directeur de parc d'attractions. Outre la complète gestion du parc, l'une de ses missions consiste à nourrir les visiteurs. C'est un moyen de les satisfaire, mais aussi de gagner de l'argent. Ainsi, par exemple, lorsqu'il rajoute du sel dans les aliments, les visiteurs ont plus soif et consomment davantage de boissons; la gestion de la quantité de sucre suit des règles similaires.

Autre exemple, *Caesar 3*, un jeu de gestion de cité à l'époque romaine, sorti en 1998, mais qui continue d'intéresser les joueurs comme le montrent les *Let's play* récents que l'on peut trouver sur Youtube. Le joueur incarne un gouverneur romain chargé par César de développer des cités à travers tout l'Empire romain. Il doit ainsi construire des maisons et des bâtiments pour améliorer le bien-être des habitants et en attirer de nouveaux, afin d'avoir davantage de main d'œuvre pour construire de nouveaux bâtiments. Parmi ces bâtiments, on trouve des fermes pour produire de la nourriture, des entrepôts pour la stocker, des marchés et commerces pour la vendre, etc. Il s'agit de faire fructifier la province en apportant les ressources de base mais aussi de rapporter de la nourriture plus luxueuse à Rome. Ainsi, la gestion de chaîne agroalimentaire est au cœur du jeu.

Enfin, il est intéressant de noter que, même dans le jeu en ligne *Star Wars Galaxies*, issu de l'univers de la fameuse franchise *Star Wars* et sorti en 2003, les joueurs pouvaient tout aussi bien choisir un métier d'artisan que de « Jedi » ou de contrebandier. Les artisans pouvaient notamment choisir la profession de chef. Libre à lui de zapper d'un métier à l'autre ou de ne choisir que ce métier.

Conclusion

Le jeu vidéo est un média artistique. C'est un énorme marché en termes de chiffre d'affaires : il s'agit de la deuxième industrie culturelle en France, derrière le livre mais devant le cinéma. Les petites sociétés indépendantes se révèlent souvent les plus créatives mais, faute de moyens suffisants, ils ont beaucoup de difficultés à se faire une place sur un marché saturé.

On dispose de peu de données sur les profils des joueurs, et l'on manque également de statistiques globales. Seules les informations sur leur cœur de marché sont diffusées par les studios à leurs actionnaires via les rapports d'activité.

La nourriture présente dans ces jeux est essentiellement une « world food », c'est-à-dire des plats emblématiques des cuisines les plus connues. (*Cooking Mama* est distribué dans 12 pays !), sans exigence d'une véritable culture gastronomique. Pour autant, il est indéniable que la nourriture revêt une place importante dans des jeux de types tout à fait variés.

Certains studios ont développé des approches critiques de l'industrie agro-alimentaire et du capitalisme dans leur jeu vidéo, notamment *Oddworld Inhabitants* dans lequel l'objectif du jeu est d'éviter à un peuple entier de finir transformé en steak haché. On trouve aussi une version parodique, de sensibilité végétarienne, de *Cooking Mama*. Dans *Peeting Mama* la cuisinière se transforme en une horrible tueuse d'animaux <http://features.peta.org/CookingMama/>

SOURCES et BIBLIOGRAPHIE

(N.B. Ces pistes bibliographiques ne peuvent viser à l'exhaustivité)

Jeux vidéos à la BNF dépôt légal

http://www.bnf.fr/fr/collections_et_services/multim/s.jeux_video.html?first_Art=non

Serious games

Le jeu sérieux ou jeu pédagogique est un excellent moyen de faire passer des connaissances. Pour cette raison, les interprofessions de l'agro-alimentaire mais aussi les associations ont souvent recours à ce média. Ces jeux sont souvent orientés vers l'équilibre alimentaire. Citons par exemple :

Jeu du commerce alimentaire

<http://ccfd-terresolidaire.org/IMG/File/jeu-du-commerce-alimentaire.pdf>

Food force

<http://www.mission-humanitaire.fr/food-force-un-jeu-gratuit-a-telecharger/>

Educatout

<http://www.educatout.com/activites/themes/l-alimentation.htm>

Les 5 sens et l'alimentation

<http://www.fondation-lamap.org/fr/page/15943/les-5-sens-et-lalimentation>

A table

<http://www.fondation-april.org/actualites-fondation-april/le-jeu-a-table-developpe-pour-l-apprentissage-de-l-equilibre-alimentaire-des-enfants>

Des clics et des jeux sur la sécurité alimentaire

http://www.conso.net/securite_alimentaire_2002/home.html

Alimentation méditerranéenne et santé

<http://museum.agropolis.fr/pedago/base/pdf/urcam/index.htm>

L'équilibre alimentaire

<http://www.erasme.org/libre/sante/animations/alimentation/pyramide4.swf>

Foodzy

<http://www.serious-game.fr/foodzy-le-serious-game-qui-surveille-votre-alimentation/>

Popote minute

<http://le-kit-popote.com/popote-minute-un-jeu-sur-lalimentation/>

Le p'tit toqué

<http://www.jeu-le-ptit-toque.com/>

Une analyse : *Serious Game Fun Food. Une approche exploratoire de la diversité des liens*

<http://uptv.univ-poitiers.fr/program/consommations-alimentaires-cultures-enfantines-et-education/video/2239/serious-game-fun-food-une-approche-exploratoire-de-la-diversite-des-liens/index.html>

Jeux publicitaires

- Le jeu du cacao Van Houten (1899)

<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9004652b.r=jeu>

- MacDonald

<http://www.mcvideogame.com/index-fra.html>

- Champagne des vigneron

<http://www.champagnesdevignerons.com/Univers-culinaire-et-degustation/Jeu-de-7-familles.html>

Jeux de société

Citons notamment :

- Ratatouille poursuite en cuisine
- Coffret AOC (Amusement d'origine contrôlée)
- TF1 Games Masterchef
- Un dîner presque parfait

Etc.

http://www.jedisjeux.net/jeux_categories.php?mode=2&theme_id=53

http://www.philibernet.com/fr/recherche?feature=35&feature_value=Alimentation

http://www.jedisjeux.net/jeux_categories.php?mode=2&theme_id=26

<http://www.jeuxdenim.be/jeux-THEME-Cuisine>

Jeux vidéo

- *Ratatouille Food frenzy* (vo 2007) – *Ratatouille Cuisine en délire* (Vf 2008)
- *Leçons de cuisine – Qu'allons-nous Manger Aujourd'hui ?*
- *Pac-Man*
- *Cooking Mama* (2006)
- *Léa passion cuisine* (2006)
- *World Chef*
- *Cooking Dash*
- *Pastry Paradise*
- *Diner Dash*
- *Restaurant Story: Carnivals*
- *Ecole de cuisine de Sara*
- *The one fork restaurant* <http://www.ludoscience.com/EN/blog/864-The-One-Fork-Restaurant-DX-released.html>

Etc.

<http://www.watercoolergames.org/?s=food>

Les recettes des jeux vidéo

Cf. notamment

- *Gourmet gaming – Bringing video game food to life since 2011*
<http://gourmetgaming.tumblr.com/>
- Holly Green, *Fry Scores, an unofficial guide to video game grub, 2015*
- *Fictional Food*
<http://www.fictionalfood.net/>

Bibliographie

Jeu et nourriture

- Gilles Brougère et Valérie-Inès de La Ville (dir.), *"On ne joue pas avec la nourriture !" : enfance, divertissement, jeu et alimentation : entre risques et plaisirs*, Paris, OCHA, Collection « Les cahiers de l'Ocha », n° 16, 2011.

Etudes générales sur le jeu vidéo

Bibliographie

<http://www.ludoscience.com/EN/diffusion/index.html>

- Julian Alvarez et Damien Djaouti (dir.) *Serious games : an introduction*, Paris, Questions théoriques, 2^e édition, 2012. (en français et en anglais)
- Elsa Boyer, Madeleine Aktypi, Elie During. (dir.), *Voir les jeux vidéo : perception, construction, fiction*, Bayard, 2012.
- Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood, une histoire économique et culturelle*, Paris, Pix'n Love, 2010.
- Gilles Brougère (dir.), *Penser le jeu : les industries culturelles face au jeu*, Nouveau Monde Editions, 2015.
- Tristan Donovan, *Replay. The history of videogame*, East Sussex, Yellow Ant, 2011.
- Serge Dupuy Fromy, *Les jeux vidéo dans la société française : des années 1970 au début des années 2000*, thèse de sociologie. Université Paris-Est, 2012.
<https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00859676/document>

- David S. Heineman *Thinking about video games : interviews with the experts*, Bloomington, Indiana University Press, 2015.
- Daniel Ichbiah, *La Saga des Jeux Vidéo*, Paris, Pix'n Love, 2009.
<http://ichbiah.online.fr/pagejeuv.htm>
- Jean-Yves Kerbrat, *Manuel d'écriture de jeux vidéo*, 2006.
- Rachel Kowert, *Video games and social competence*, New York, Routledge, 2015.
- Jean-Paul Lafrance Nicolas Oliveri, Eric Dacheux (dir.), *Les jeux vidéo : quand jouer, c'est communiquer*, Paris, CNRS éd., 2012
- Alain et Frédéric Le Diberder, *L'Univers des jeux vidéo*, 1998.
- Olivier Lejade et Mathieu Tricot, *La Fabrique des jeux vidéo : Au cœur du gameplay*, Éditions de la Martinière, 2013.
- Chris Melissinos & Patrick O'Rourke, *The art of video games : from Pac-Man to mass effect*, Smithsonian American Art Museum, Washington, March 16 to September 30, 2012.
- Steven Poole, *Trigger Happy*, New York, Arcade Publishing, 2000.
<http://stevenpoole.net/blog/trigger-happier/>
- Vincent Ramette, *Quelles perspectives offrent le jeu vidéo pour l'apprentissage ?*, Saarbrücken, Editions universitaires européennes, 2014.
- Julien Rueff « Où en sont les « game studies » ? », *Réseaux* 5/2008 (n° 151), p. 139-166.
<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-5-page-139.htm>
- Samuel Rufat (dir.) et Hovig Ter Minassian (dir.), *Le jeu vidéo comme objet de recherche*, Questions Théoriques, avril 2011.
- Colin Sidre, *Une histoire du jeu vidéo en France : l'objet vidéoludique et ses réseaux de distribution, 1974-1988*, thèse, Paris, École nationale des chartes, 2014.
- Richard Stanton *A brief history of video games*, London, Robinson / Philadelphia, Running Press, 2015.
- Mark J. P. Wolf, *Video games around the world*, Cambridge (Mass.), The MIT Press, 2015.

Jeu vidéo, alimentation et éducation :

- Olivier Rampnoux, Julian Alvarez et Damien Djaouti, *Serious Game & Fun Food. Une approche exploratoire de la diversité des liens*, 2010.
- Fun Food Conference 2010, *Consommations alimentaires, cultures enfantines et éducation*, Angoulême, 2010.

<http://uptv.univ-poitiers.fr/program/consommations-alimentaires-cultures-enfantines-et-education/video/2239/serious-game-fun-food-une-approche-exploratoire-de-la-diversite-des-liens/index.html>