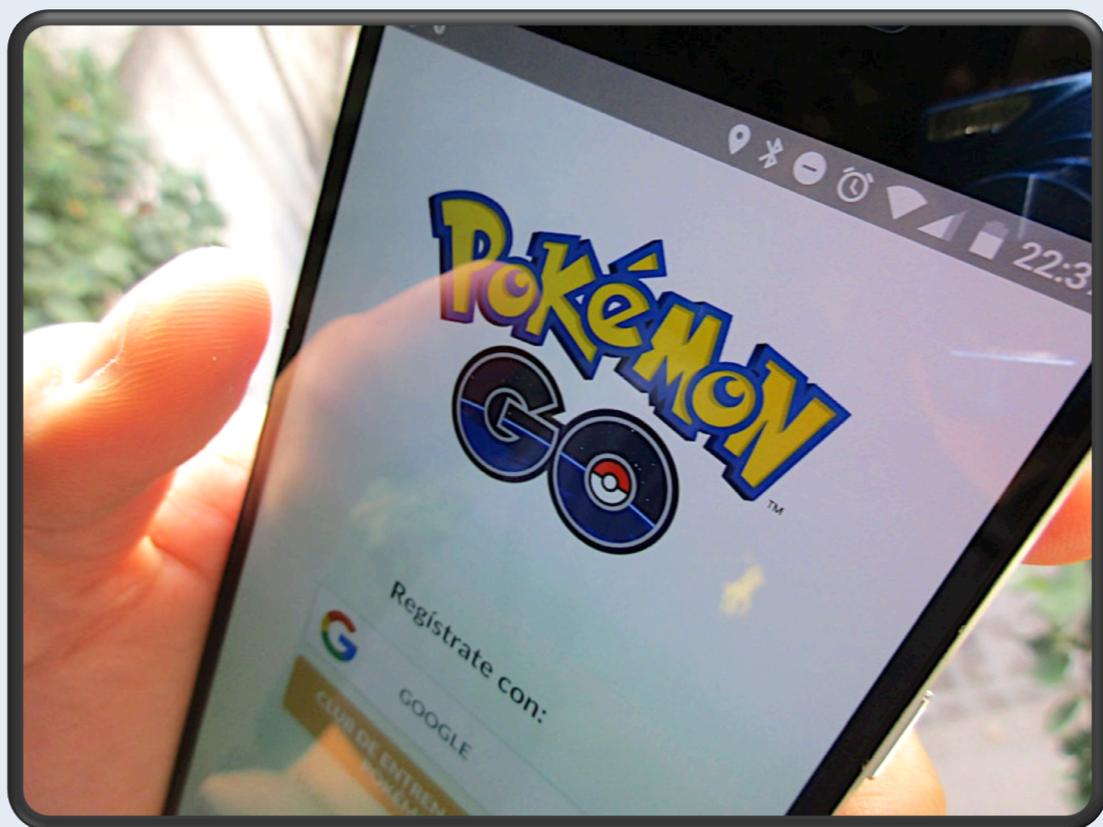


# La communauté Pokémon GO :

Sociabilités, mobilités et interactions chez les  
joueurs

Par Méryl REIS



**UNIVERSITÉ  
PARIS-EST  
MARNE-LA-VALLÉE**

M1 Communication des entreprises et  
médias sociaux (2016 /2017)  
**Cours** : Sociologie des mondes numériques  
Sociologie du web  
**Enseignant** : Christophe Aguiton

# Table des matières

---

<b>Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Description de l'application.....</b>	<b>5</b>
1.1 Conception et fonctionnalités du jeu .....	5
1.2 Un phénomène mondial qui fait le « buzz ».....	9
<b>2. Intérêts des joueurs et renforcement des sociabilités.....</b>	<b>11</b>
2.1 Profils des enquêtés .....	11
2.1.1 <i>Caractéristiques sociodémographiques des joueurs.....</i>	<i>11</i>
2.1.2 <i>Types d'équipements utilisés et choix du pseudonyme .....</i>	<i>13</i>
2.2 Prise de connaissance du jeu et raisons de jouer .....	13
2.3 Sociabilités et « Communautés Pokémon Go ».....	14
2.3.1 <i>Les sociabilités en situation de coprésence et ses limites .....</i>	<i>14</i>
2.3.2 <i>Etude de cas « Pokémon Go Pontault Combault » : L'expression d'une communauté virtuelle.....</i>	<i>15</i>
<b>3. Jeu et changements des comportements.....</b>	<b>18</b>
3.1 Moyens et fréquences des déplacements.....	19
3.1.1 <i>Où, quand et avec qui jouer ? .....</i>	<i>19</i>
3.1.2 <i>Moyens de déplacements : La victoire de la « lenteur ».....</i>	<i>20</i>
3.2 Continuité du jeu .....	22
<b>Conclusion .....</b>	<b>24</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>25</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>27</b>

# Introduction

---

Qui n'a jamais entendu parler du jeu Pokémon Go ? La question ne se pose plus. En effet, ce jeu à réalité augmentée sur Smartphone a fait énormément de bruit pendant tout l'été. A chaque coin de rue, on pouvait entendre parler de « *Bulbizar* », « *Piafabec* » ou encore d'autres noms de Pokémon presque devenus courants. Cette chasse géante de Pokémon dans le monde entier a fait fureur dès l'annonce de sa sortie. Les joueurs rivos sur leur téléphone arpentent les rues, les lieux stratégiques afin de capturer le maximum de créatures virtuelles. Cette application a révélé être un véritable phénomène mondial de société et a connu un « buzz » immense, c'est donc pour cela que nous avons décidé d'analyser ce jeu. De plus, comme des millions d'adeptes, dès les premiers mois de sa sortie, nous avons nous aussi navigué, scruté et chassé chaque recoin de notre environnement afin de « devenir le meilleur dresseur », ce qui a augmenté nos motivations à traiter ce sujet.

Suite à la justification du choix de notre sujet, nous nous demandons donc en quoi l'application Pokémon Go aurait un impact sur la sociabilité et la mobilité des joueurs ?

Quelques questions de départ ont orienté notre problématique :

- Quelles sont les fonctionnalités du jeu ? Que souhaite-t-il mettre en avant ?
- Qu'apporte-t-il aux individus ?
- Pourquoi le qualifie-t-on généralement comme ayant fait le « buzz » ?
- Le jeu permettrait-il de favoriser les sociabilités et les interactions entre les joueurs ? Ou réduirait celle-ci au profit d'un jeu uniquement personnel ?
- Est-ce que celui-ci aurait des effets sur les déplacements des individus ?

Dans le cadre de notre sujet et afin de répondre à nos divers questionnements, notre terrain d'enquête s'est exclusivement basé sur les joueurs ayant déjà joué à Pokémon Go qu'importe leur degré d'implication : ceux ayant arrêté d'y jouer et ceux qui y jouent encore.

Nous nous sommes ensuite dirigés vers la réalisation et la passation d'un questionnaire via le web, notamment sur les réseaux sociaux. Celui-ci étant constitué principalement de questions fermées, afin de faciliter le traitement des données récoltées et notre analyse. Nous avons pu collecter 1250 réponses en quelques jours.

En premier temps publié sur notre profil personnel, celui-ci a ensuite été partagé de nombreuses fois sur d'autres profils ainsi que sur des pages et groupes dédiés à l'univers Pokémon Go. Lors de la diffusion du questionnaire, plusieurs administrateurs de ces groupes, nous ont contactés afin de connaître les intentions de ce questionnaire et ainsi le promouvoir au sein d'autres pages dédiées au jeu. Le développement d'un « réseaux » autour de notre questionnaire explique le nombre conséquent de réponses.

Par la suite, nous avons réalisé une observation d'un groupe Facebook dédié au jeu appelé « Pokémon Go Pontault Combault » comprenant 390 membres, dont un administrateur et deux modérateurs.

Pour tenter de répondre à notre problématique, nous avons basé notre analyse sur trois grandes parties. Premièrement, nous allons effectuer une description de l'application et les différentes fonctionnalités qu'offre le jeu. Ensuite nous parlerons des différents intérêts qu'ont trouvé les joueurs à ce jeu ainsi que les nouvelles sociabilités que celui-ci apporte. Pour finir, nous aborderons le sujet de la mobilité des joueurs et les changements de leurs comportements.

Dans cette première partie, nous allons donc évoquer une rapide présentation du jeu Pokémon Go, ses objectifs, ses fonctionnalités, son design etc... ensuite nous parlerons du « buzz » qu'il a rencontré.

Afin d'illustrer nos propos, nous avons créé un compte sur le jeu « Pokémon Go » avec un profil spécifique lié à notre boîte mail Google. Cela nous a permis d'analyser les différentes fonctionnalités du jeu et d'effectuer de nombreuses captures d'écran.

## 1. Description de l'application

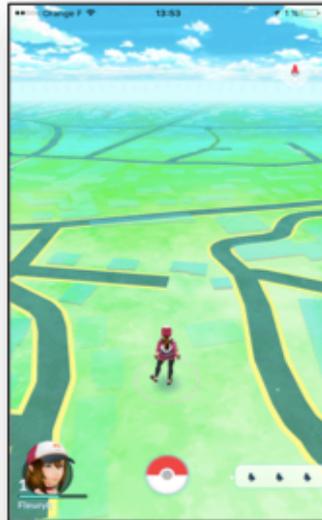
### 1.1 Conception et fonctionnalités du jeu

Pokémon Go est un jeu sur Smartphone utilisant la réalité augmentée afin de donner la possibilité aux joueurs de « capturer » des créatures virtuelles, des Pokémon, dans le monde réel. Cette application gratuite est à l'initiative de la collaboration entre The Pokémon Company et Niantic, ex filiale de Google. Comme le jeu *Can you See Me*, analysé par Elsa Boyer dans « Le jeu vidéo, du tribunal à l'exposition » ou encore *Ingress* qui est le « premier jeu massivement multi-joueurs (MMO) géo localisé, étudié par Julien Morel en 2014, Pokémon Go est un jeu dit « pervasif » (Montola, 2005). Les frontières entre jeu et réalité deviennent poreuses avec la réalité augmentée. Comme le met en avant Elsa Boyer cela renvoie à « l'expérience dans le monde réel ». D'après Montola (2012), « *Un jeu pervasif est un jeu qui propose une ou plusieurs caractéristiques pré déterminantes qui élargissent le cercle magique contractuel du jeu aux domaines spatialement, temporellement, socialement.* » Quelque soit l'environnement qui entoure le joueur, celui-ci peut devenir « ludique ».

D'après Julien Morel, le développement des jeux à réalité augmentée sur mobile est du : à l'évolution des réseaux de communication tels que le 3G/4G, à l'augmentation du taux d'équipement mobiles des individus ainsi qu'à la « démocratisation des forfaits data ».

Au sein du jeu, les Pokémon, qui sont des petites créatures fictives spécifiques au jeu, sont le socle de celui-ci. En effet, grâce à l'utilisation de l'appareil photo et de la technique de la géolocalisation, les Pokémon apparaissent dans l'espace public, dans les rues, les magasins, à l'école ou même chez soi. Ils sont comme « intégrés » dans l'univers réel.

Dès la création d'un compte, le joueur personnalise immédiatement son avatar avec lequel il parcourra le monde à la recherche de ces petites créatures. Par la suite, une carte interactive lui sera affichée sur son Smartphone afin de suivre ses déplacements et son aventure. Celle-ci lui indiquera la présence de Pokémon, d'objets ou encore d'arènes. (Capture d'écran n°1). L'objectif est donc de capturer tout les Pokémon existants, de remplir son Pokédex («il s'agit d'une encyclopédie recensant les créatures fictives connues éponymes.» Source : Wikipédia) de tous les Pokémon), de monter les niveaux et ainsi devenir le « meilleur dresseur ».



*Capture d'écran n°1 :  
L'avatar et la carte  
interactive*

Chaque Pokémon que le joueur tente de capturer possède un niveau de PC, qui fait référence à son niveau de combat et ses compétences (Capture d'écran n°2 ci-dessous). La répartition des Pokémon dépend donc de la présence du joueur dans un environnement particulier. En fonction des différents endroits où il se déplace, de nouveaux types de Pokémon apparaissent. Un radar permet de voir quel type de Pokémon est présent autour du joueur ainsi que la distance à parcourir pour tenter de le capturer (Capture d'écran n°3). Celui-ci indique aussi les Pokémon déjà capturés par le joueur et ceux n'ayant pas encore été attrapés.

Afin de faire évoluer les différentes créatures, il est nécessaire de capturer un maximum de leur espèce pour pouvoir accumuler des bonbons spécifiques et procéder à l'évolution. De plus, chaque Pokémon peut augmenter de PC, en utilisant de la « poussière de fée », obtenue lors des passages de niveaux par le joueur. (Capture d'écran n°2)

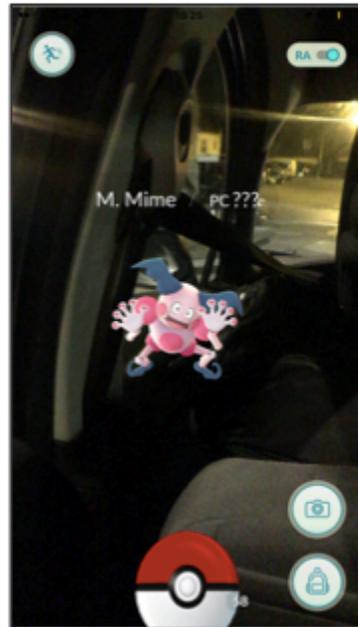


*Capture d'écran n°2 : Fiche du  
Pokémon Salamèche*



*Capture d'écran n°3 : Radar  
Pokémons*

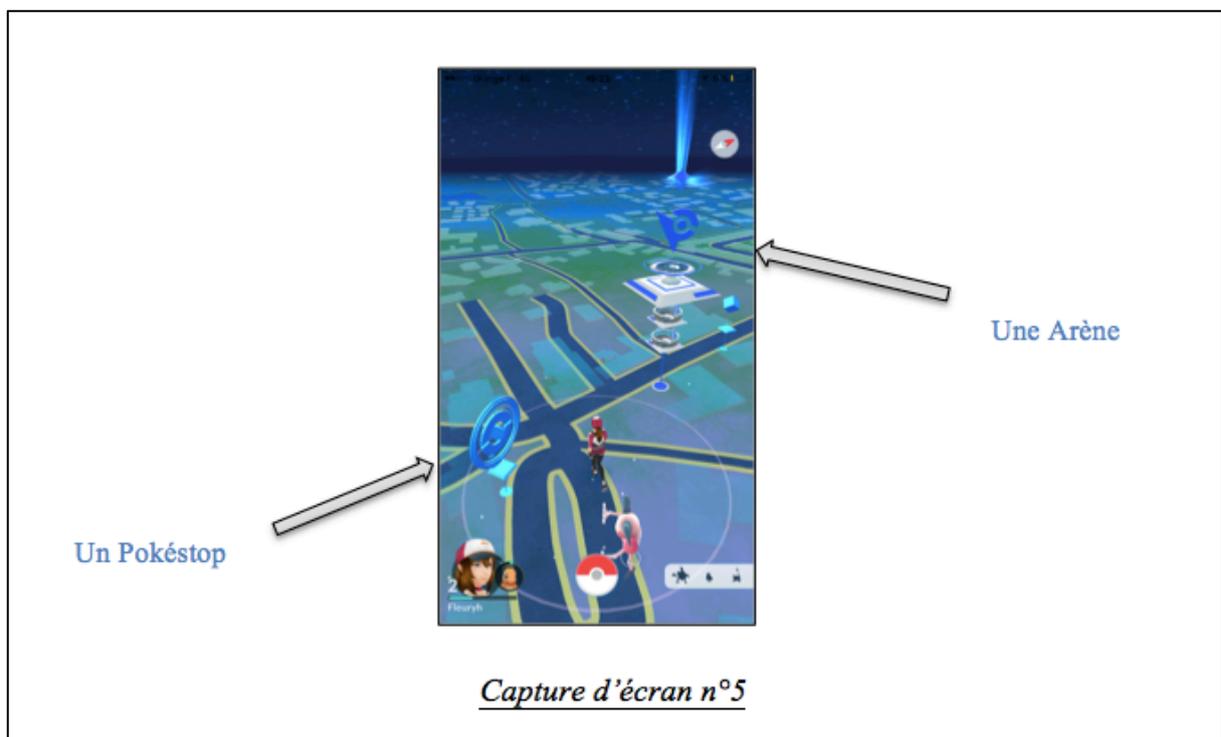
Lorsqu'un Pokémon est présent, le mode « capture » s'affiche sur l'écran et une Pokéball apparaît afin de pouvoir l'attraper. (Capture d'écran n°4 ci-dessous). Le joueur doit glisser son doigt sur l'écran afin de tenter de capturer le Pokémon dans la Pokéball prévue. Il doit donc gérer sa force et la distance afin d'y arriver.



Capture d'écran n°4 : La capture d'un Pokémon

Cependant les Pokéballs ne sont pas illimitées. Le joueur les obtient lorsqu'il se rend à des *Pokéstops*. Ils sont souvent situés dans des endroits importants des villes telles que : les églises, les monuments historiques, des gymnases, des parcs ou encore la mairie. Leur nombre décroît dans les campagnes et sont majoritairement présents dans les milieux urbains. Sur la carte interactive, ils sont signalés par un petit motif bleu (Capture d'écran n°5). Lorsque le joueur passe par un Pokéstop, il glisse son doigt de gauche à droite sur l'écran afin que le motif tourne et en ressorte des « cadeaux ». Une fois ceux-ci récupérés, il faut alors attendre environ 5 minutes pour que celui-ci redevienne actif. Ces Pokéstops sont des lieux spécifiques choisis par les concepteurs du jeu afin de récolter toutes sortes de Pokéballs, de potions, d'appâts ou d'œufs Pokémon. L'encens ou les leurres peuvent aussi être offerts. En effet, ils lui permettent de pouvoir « attirer » les Pokémon sauvages vers lui pendant un délai précis. Contrairement à l'encens qui a un intérêt uniquement personnel et attire les Pokémon vers sa position, les leurres, posés sur un Pokéstop, peuvent profiter à tous les autres joueurs présents à celui-ci. D'après les résultats de notre enquête, la fréquentation d'un Pokéstop dépendrait de la présence de leurres (77,2%) et de Pokémon. (80%).

Par la suite, comme l'exprime aussi Julien Morel pour le cas de l'*Ingress*, il est nécessaire au joueur de choisir son *équipe*. En effet, une fois le niveau 5 atteint, celui-ci à le choix entre trois factions : rouge, bleu ou jaune, chacun lié à un oiseau légendaire. Ces équipes ont un intérêt vis à vis des « arènes » présentes dans la ville, qui alors être capturées par l'une de celles-ci (Capture d'écran n°5). Avec les Pokémon qu'il possède, le joueur peut placé un Pokémon dans l'arène afin de combattre celui d'un autre adversaire déjà posé. Les PC des Pokémon sont donc primordiales pour réussir les combats et prendre le contrôle de l'arène pour sa faction. Si le Pokémon reste assez longtemps au sommet de l'arène, le joueur accumule des pièces utilisables à la boutique du jeu.



Pendant le jeu, le joueur récoltera des œufs Pokémon de trois sortes : 2, 5 ou 10 km. En fonction du type d'œuf collecté et une fois l'utilisation d'un incubateur effectuée, le joueur doit marcher la distance prescrite afin de faire éclore l'œuf et faire naître un nouveau Pokémon. Les œufs demandant une plus grande distance à parcourir, possèdent très souvent des créatures plus rares.

Pokémon Go est donc un jeu offrant plusieurs fonctionnalités aux joueurs, en offrant la possibilité d'atteindre des objectifs personnels (niveaux, collecte des Pokémon) mais aussi collectifs (combats, capture des arènes etc...). Le mode virtuel étant superposé au monde réel, cela fait de la marche, le fondement principal du jeu.

## 1.2 Un phénomène mondial qui fait le « buzz »

Dès sa sortie officielle dans plusieurs pays, le jeu Pokémon Go devient une véritable partie dans la vie des individus dans le monde. En effet, celui-ci se développe tout d'abord en Nouvelle Zélande ou encore aux Etats Unis début Juillet. Il connaît alors de nombreux adeptes en très peu de temps et rencontre un franc succès auprès de nombreuses populations. Ce succès s'est poursuivi très vite par sa sortie officielle dans plusieurs autres pays tels que la le Japon, le Canada et d'autres pays d'Europe. Cependant en vue de la situation difficile qui a marquée la France en juillet dernier, les concepteurs du jeu avaient décidé de repousser la sortie de celui-ci. Il a donc fait son apparition sur l'Apple Store d'Apple ainsi que sur le Play Store de Google, le 24 juillet 2016.

Cependant Pokémon Go n'a pas attendu sa sortie officielle pour connaître la gloire : Le « phénomène Pokémon Go » a émergé avant celle-ci, puisque certains joueurs ont réussi à télécharger l'application déjà disponible dans d'autres pays. En effet, 58,8% de nos enquêtés ont déclaré avoir commencé à jouer dès la sortie de la version bêta, contre 37% lors de la sortie officielle.

D'après une étude effectuée par cabinet *Axiom Capital Management* (reprise par Bloomberg), le jeu rassemblait aux environs du 20 juillet 2016, plus de 45 millions de joueurs journaliers actifs. Le nombre d'utilisateurs actifs qui se connecteraient tous les jours était de 14 millions.

D'après *Ginifo*, site journaliste indépendant, l'audience mensuelle aux Etats Unis aurait dépassé 30 millions de joueurs. Il « rythmait » presque la vie quotidienne de certains adeptes.

Ce jeu n'est pas le premier jeu en réalité augmenté, comme nous avons pu le voir précédemment, cependant c'est le seul à avoir connu un tel succès. Les discussions quotidiennes, les conversations sur les réseaux sociaux ou encore les médias ne parlent que de ça.

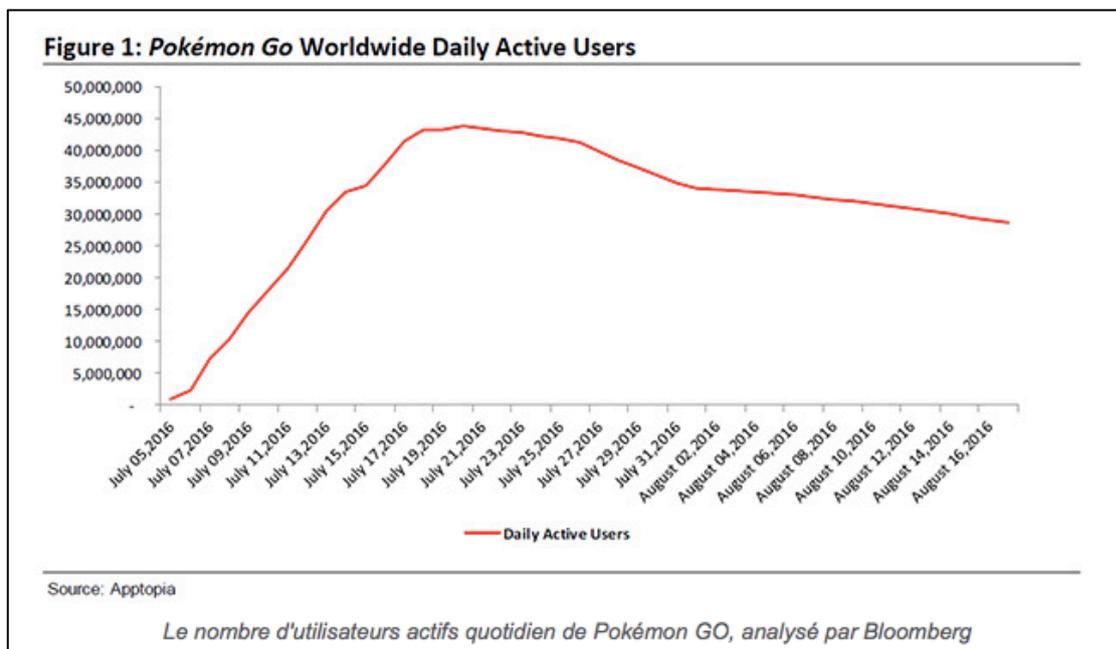
Beaucoup de joueurs, focalisés sur leur Smartphone, se baladent dans les rues, seul ou en groupe, afin de capturer un maximum de Pokémon. L'ampleur du phénomène amène à des grands rassemblements dans plusieurs villes notamment Paris. En effet, début août, le Parc de La Villette à Paris a attiré plusieurs centaines de personnes. Celui-ci est l'un des spots les plus connus au sein de la capitale puisqu'il est très riche en Pokémon. (Photographie issue de [yxgénération.com](http://yxgénération.com))

Ce jeu est perçu comme un véritable phénomène de société puisque celui-ci rassemble un grand nombre de joueurs, qui se déplacent en masse afin de capturer un Pokémon virtuel.



Source : yxgeneration.com

Cependant, au fur et à mesure des mois, l'euphorie des débuts s'est essoufflée : Toujours d'après l'étude du cabinet *Axiom Capital Management*, le jeu aurait connu une baisse de 47% des joueurs actifs mensuel en deux mois et le nombre de joueurs journaliers actifs atteindrait plus que 30 millions le 16 août 2016 (Voir le graphique ci dessous).



Pokémon Go est le « jeu mobile de l'année » selon *Seolius* (agence de communication spécialisé en *Inbound marketing*). Pour la firme *Cupertino*, celui-ci a comptabilisé plus de

téléchargements que toutes les autres applications disponibles sur l'Apple Store pendant la première semaine. En revanche il rencontre une baisse de popularité au fil des mois. Cet essoufflement se traduirait, pour *Seolius*, par l'apparition d'une lassitude des joueurs, dû aux manques de mises à jour et de nouveautés par Nintendo. Mais pas que, le temps nécessaire pour atteindre un bon niveau est perçu trop long par les joueurs ainsi que l'apparition de plusieurs incidents causés par le comportement de certains adeptes. Cependant à travers de multiples mises à jour qui émergent petit à petit, Niantic ne se laisse pas dépasser par cet affaiblissement et tente de maintenir les joueurs restants.

De plus, à travers les réponses de nos questionnaires, nous avons pu voir que 71,9% des enquêtés jouent encore à Pokémon Go actuellement. Cela peut être traduit par le fait que malgré son essoufflement, le jeu possède une base importante de joueurs fidèles et investis dans l'univers Pokémons Go.

Pokémon Go a donc provoqué un véritable « buzz ». Celui-ci pouvant être défini à la « capacité de viralité d'Internet » (Prescu, Korgaonkar, 2011) ainsi qu'au « processus du bouche à oreille » (d'Allsop, Bassett, Hoskins, 2007)) présent même le lancement du jeu. Il serait caractérisé par un pic d'audience très rapide suivi d'une retombée presque aussi conséquente.

## **2. Intérêts des joueurs et renforcement des sociabilités**

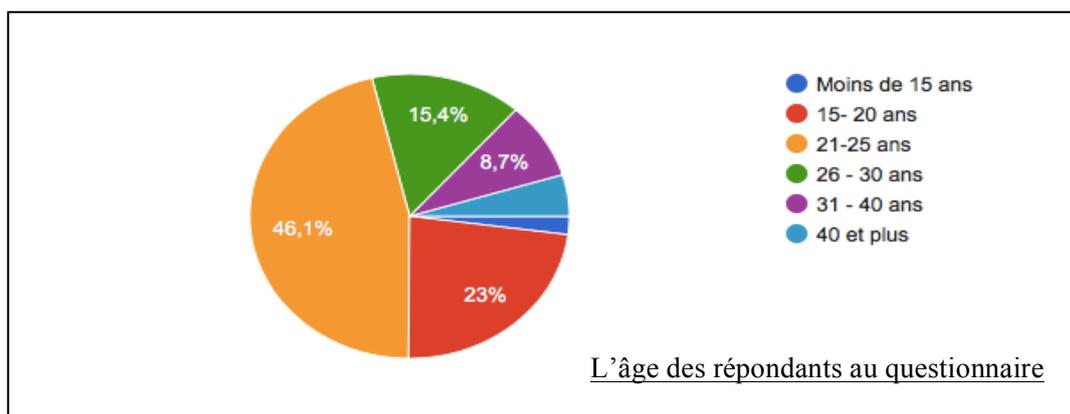
A travers cette seconde partie, nous allons tenter de présenter le profil des joueurs de notre enquête, comprendre ce qui les a poussé à jouer et en quoi Pokémon Go est un jeu personnel pouvant créer un « collectif », une communauté et de nouvelles sociabilités. Afin de mieux comprendre nos propos, nous qualifions de « joueurs » toutes les personnes jouant ou ayant déjà jouer à Pokémon Go et ayant répondu au questionnaire.

### **2.1 Profils des enquêtés**

#### **2.1.1 Caractéristiques sociodémographiques des joueurs**

Tout d'abord, grâce aux résultats de notre questionnaire, nous avons pu remarquer que il est nécessaire, dans ce cas précis, de rejeter les « préjugés » de genre lié à la pratique des jeux vidéo. En effet, les adeptes de ces jeux sont souvent présentés comme étant massivement des hommes. Cependant, plusieurs études ont montré la croissance de la présence féminine au sein de la pratique de jeux vidéos : d'après une étude publiée par le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell), les femmes représentaient en 2013, 49% des *gamers*. Dans le cas de notre enquête, nous avons pu observer que 56,5% des personnes ayant répondu à celui-ci sont des hommes contre 43,5% pour les femmes. Il n'y a donc pas de question de genre concernant la pratique du jeu Pokémon Go non plus.

Par la suite, l'enquête a permis de révéler l'âge de *nos joueurs*<sup>1</sup> :



A travers ce graphique, nous pouvons voir l'importance de la part que prennent les joueurs ayant entre 20 et 25 ans. Nous avons tenté d'expliquer celle-ci, par la réalisation d'un tableau croisé Excel, le lien entre l'âge et l'attrait à l'univers Pokémon. Nous avons donc croisé la variable « âge » à « Etiez-vous attiré par l'univers Pokémon avant de commencer à jouer ? ». En voici les résultats :

NB sur Horodateur		"Etiez-vous attiré par l'univers Pokémon avant de commencer à jouer?"		
Age		Non	Oui	Total
15- 20 ans		20,3%	23,7%	23,0%
21-25 ans		22,0%	51,4%	46,1%
26 - 30 ans		14,1%	15,6%	15,4%
31 - 40 ans		22,0%	5,8%	8,7%
40 et plus		18,9%	1,6%	4,7%
Moins de 15 ans		2,6%	2,0%	2,1%
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Lien entre l'âge et l'attrait pour l'univers Pokémon

A travers ce tableau croisé, nous pouvons précisément observer que sur les 100% des réponses « oui » à la question « Etiez-vous attiré par l'univers Pokémon avant de commencer à jouer ? », plus de 51% sont déclarées par des joueurs ayant entre 21 et 25 ans. Notre hypothèse peut alors porter sur le fait que, ayant été « bercé » par l'univers Pokémon qui a émergé et diffusé fin des années 90- début 2000, les joueurs de cette tranche d'âge avaient de certaines « dispositions » (cf. Bourdieu) à être attirés par le jeu Pokémon Go.

En revanche, nuancer nos propos semble indispensable : il est important de prendre en compte l'effet que peut avoir le choix de notre méthodologie sur ces chiffres. En effet, la

<sup>1</sup> Les joueurs ayant répondu à notre questionnaire

diffusion d'un questionnaire sur les réseaux sociaux peut favoriser les réponses des tranches d'âges les plus jeunes, liée à leur plus forte présence sur ces réseaux.

Aussi liée à l'âge, la situation matrimoniale de nos enquêtés tend vers la scolarité et le monde actif : Sur 100 personnes ayant répondu à notre questionnaire, 43 ont déclaré être actifs et 38 sont étudiants. Leur niveau d'études est elle assez diverse cependant la majorité sont en possession d'un bac +3 ou plus, suivi par ceux ayant un bac +2.

Leur situation peut donc expliquer le fait que 87,4% des répondants n'ont pas d'enfants à charge.

### 2.1.2 Types d'équipements utilisés et choix du pseudonyme

D'après les résultats de notre questionnaire, environ 60% des joueurs ayant répondu à celui-ci joueraient via un Smartphone de dernière génération tels que le dernier iPhone ou Samsung etc... Plus de 38% considéreraient avoir un équipement convenable pour jouer, pas le plus récents.

Cela s'explique donc par l'arrivée en masse des Smartphones et leur capacité à allier données internet et jeu. En effet, pour jouer à Pokémon Go, il est indispensable de bénéficier d'un réseau internet via la 3G ou 4G.

De plus, le choix du pseudonyme dès la création du jeu est très souvent lié à l'habitude des joueurs ayant d'autres comptes jeu. En effet, plus de 59% des joueurs Pokémon Go déclarent avoir choisi un pseudo spécifique, non pas au jeu lui-même mais à la pratique de différents jeux. Ils choisissent donc leur pseudonyme par habitude et par facilité de mémorisation :

« C'est le pseudo que je donne à n'importe lequel de mes personnages dans n'importe quel jeu. » (Homme, entre 15 et 20 ans, étudiant)

Mais il est aussi un critère de reconnaissance entre certains gamers comme le déclare très précisément un joueur lors de l'explication de son choix :

« Uniformité avec mes autres jeux. Ce pseudo est une partie de mon e-réputation. » (Homme, entre 15 et 20 ans, étudiant)

## 2.2 Prise de connaissance du jeu et raisons de jouer

Pokémon Go est un jeu dont quasiment tout le monde a entendu parler. Cependant comment cela a été possible ? A travers quels moyens, les individus ont entendu parler de cette nouveauté ?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous les avons posé à nos enquêtés. Nous avons pu alors remarquer que environ 58% des joueurs déclarent avoir « toujours été intéressé à l'univers Pokémon », ce qui démontre encore le lien avec la tranche d'âge de nos répondants. Ensuite, 35% de ceux-ci ont pris connaissance du jeu par leurs amis, environ 30% par des

médias spécialisés (chaines télévisions, forum, pages spécialisées en jeux vidéos etc.), 20% par la publicité effectuée sur les différentes applications de téléchargement ou sur les réseaux sociaux.

Comme dit dans la première partie de notre dossier, Pokémon Go étant qualifié comme un phénomène de société, sa connaissance auprès du public se fait par du bouche à oreille mais aussi par les médias. Cette idée de circulation de l'information par ces deux moyens a été mis en avant par Cécile Maunier docteur en science de gestion, dans « Les communications interpersonnelles, fondement des nouvelles techniques de communication du marketing » (2008). Le bouche à oreille serait une des principales sources d'informations des individus, notamment par les recommandations des proches (avis, utilisation etc...). Ils ont très souvent un poids considérable sur les actions de l'individu. Les médias participeraient aussi à la propagation de l'information. Toujours d'après Cécile Maunier, avec l'avancée du numérique et de l'émergence de nouvelles technologies de l'information et de la communication, ces « communications interpersonnelles » se manifestent plus largement, notamment via « bruit » que l'information fait sur le web (mails, sites, forums, groupes spécialisés etc.)

Le bouche à oreille, appuyé par l'investissement des médias, ont marqué la diffusion du jeu auprès du public, en plus de l'intérêt que certains entretenaient déjà avec l'univers Pokémon.

Mais une fois l'information diffusée et le jeu connu auprès des individus, quelles sont les raisons les ayant poussé à jouer ?

D'après nos résultats, 83,2% de nos enquêtés ont répondu que cela était du à une initiative personnelle. Nous pouvons formuler l'hypothèse qu'à force d'avoir entendue parler massivement du jeu auprès de leur entourage, les individus ont fini par décider de « tester » cette expérience et comprendre l'engouement autour de ce jeu.

Le phénomène Pokémon Go, touche toutes les tranches d'âges, plus particulièrement celle des années 90 ayant un attrait pour l'univers, dû son accompagnement tout au long de leur jeunesse.

## **2.3 Sociabilités et « Communautés Pokémon Go »**

### **2.3.1 Les sociabilités en situation de coprésence et ses limites**

Comme évoquer dans notre première partie, afin de capturer un maximum de Pokémon différents, récolter des Pokéballs via les Pokéstops ou encore se rendre aux arènes, il est nécessaire pour le joueur de se déplacer. En effet, lorsque celui-ci parcourt les rues et s'arrête à des Pokéstops, il peut rencontrer d'autres joueurs. Comme au Parc de la Villette à Paris, les joueurs se rassemblent afin de capturer les Pokémon les plus rares, surtout lorsqu'il y a des leurres. C'est donc l'occasion pour les joueurs de se rencontrer. D'après notre enquête,

53,8% des joueurs déclarent avoir fait de nouvelles connaissances grâce au jeu. De plus, lors de leurs déplacements, 51,2% déclarent interagir avec les gens qui les entourent. Nous pouvons donc voir que malgré le fait que les individus soient rivés sur leur téléphone, car Pokémon est avant tout un jeu d'aventure personnel (augmentation niveau, capture des Pokémon etc), il n'empêche pas que leur situation de coprésence facilite la rencontre et l'interaction des joueurs. Ils se côtoient, se croisent et se reconnaissent.

D'après Michel Nachez et Patrick Schmoll, dans leur article « Violence et sociabilité dans les jeux vidéos en ligne » (2003), les joueurs peuvent se rencontrer « *irl* » (*in real life*) en se rassemblant involontairement ou volontairement. En effet, pour le jeu Pokémon Go, les joueurs peuvent organiser leur rencontre à travers des événements communs ou autres, mais aussi lors de rencontres inattendues pendant leur quête.

Cette sociabilité en situation de coprésence renvoie à une *sociabilité chaude* (Lejealle, 2008) définit comme étant un « usage collectif en coprésence ». Les joueurs se réunissent dans un même lieu pour jouer. Contrairement à une *sociabilité froide* (Lejealle, 2008) qui fait référence au jeu individuel, en solo.

Par ailleurs, nous pouvons remarquer que cette *sociabilité chaude* tend à avoir des plusieurs limites. Effectivement, comme nous avons pu le voir, environ 67% des joueurs ayant fait la connaissance avec de nouvelles personnes grâce au jeu, déclarent ne plus être en contact avec eux. De plus, environ 68 % des enquêtés révèlent ne pas avoir échangé, au moins une fois, leur numéro de téléphone ou leur profil des réseaux sociaux dans le cadre du jeu et 79% mettent en avant le fait qu'ils n'ont pas repris contact avec qui que ce soit grâce au jeu.

### **2.3.2 Etude de cas « Pokémon Go Pontault Combault » : L'expression d'une communauté virtuelle**

En revanche la sociabilité des joueurs ne se confine pas à l'espace de coprésence. En effet, celle-ci commence ou se poursuit via des groupes de joueurs. Ces groupes ont beaucoup émergé sur les réseaux sociaux dès la sortie du jeu. A travers eux, les joueurs jouent « ensemble » malgré le fait qu'il soit seul devant leur écran. Ils peuvent se constituer en fonction de la localisation : par exemple, le groupe Facebook « Pokémon Go Paris », mais aussi en fonction de l'équipe choisie tel que « Pokémon Go Paris Team Rouge ». Dans ces groupes, les joueurs reprennent « le thème, le vocabulaire ou encore l'imagerie du jeu » (Nachez, Schmoll, 2003).

D'après les résultats obtenus via notre questionnaire en ligne, environ 92% des enquêtés ont déjà entendu parler de « groupes » Pokémon Go sur le web, principalement sur les réseaux sociaux (99,5%) et 81% déclarent y adhérer

Etant ancienne joueuse Pokémon, et membre du groupe Pokémon de la ville de Pontault Combault composé de 390 membres, il était indispensable d'observer les interactions au sein du groupe afin de comprendre ses enjeux. Afin d'y accéder il est nécessaire de demander son adhésion et attendre la réponse de l'administrateur.

Nous avons pu relever différents types de publications partagées par les joueurs.. Afin de les catégoriser, nous les présentons avec un exemple précis pour chacun.

- Les membres **partagent certains Pokémons capturés**, que ce soit des Pokémons populaires ou rares.

En voici un exemple : Le joueur présente son Pokémon capturé. Le joueur évoque sa déception auprès de ses pairs afin de montrer sa déception concernant sa dernière capture.



- Certains **partagent leur propre position ou celle des Pokémons rares** :

« *Minidraco au Val d'Aoste si ça intéresse quelqu'un* » (postée le 8/01/17)

« *Pokestop de l'ocil porygon est apparu a 23h01* » (postée le 27/12/16)

La recherche d'informations sur les positions des Pokémons est l'une des raisons les plus importantes (88%) évoquées par les joueurs membres d'un groupe Pokémon

- A travers le groupe, certains préfèrent **avertir les triches**, comme c'est le cas dans la publication suivante :

« *Tricheur en vue ! L'arène de la mairie était niveau 10 rouge. Elle vient à l'instant de descendre niveau 9 et de repasser niveau 10 avec un nouveau joueur dessus. Il est 22h15, la mairie est complètement fermée. Il s'agit de Martinlaura2312. On est 2 à l'avoir vu* » (posté le 10/01/17)

« *Le joueur ou la joueuse x joue au fake GPS. Je suis présent physiquement sur l'arène et personne autour de moi. De plus elle a le temps de poser, sur deux arènes 2/3 Minutes en voiture l'une de l'autre, en moins de 20 secondes.* » (Publiée 22/12/16)

- La possibilité de **partage de blagues** est aussi le bien venu au sein de celui-ci comme nous pouvons le voir dans la capture d'écran présentée ci dessous :



- Les publications peuvent aussi être des **informations concernant les nouvelles mises à jour du jeu** ainsi que sur la **mise en place de leurres sur des spots précis** :

« La mise à jour Pokémon Go est disponible ! » (Postée le 13/10/16)

« Pour info, je pose un leurre a 21h30 au pkestop art mural de l ocil. Tout ca depuis mon canapé :) Je peux decaler l horaire s il y a des demandes en ce sens » (Publiée le 05/01/17)

Les informations sur les dernières nouveautés du jeu sont aussi une raison importante (environ 83%) choisie par des adhérents lors de la passation de notre questionnaire.

- Pour finir, nous pouvons aussi apercevoir des **informations sur les différents spots** (lieux où chasser des Pokémon rares) tel que nous pouvons le voir dans le post si dessous :



A travers ce groupe, les membres joueurs interagissent entre eux de diverses manières. On peut rapprocher ça à l'idée d'une *sociabilité tiède* (Lejealle, 2008) faisant référence à une sociabilité virtuelle, sans coprésence, sans se connaître afin de jouer « ensemble ». Pour

avancer dans le jeu, les joueurs ont besoin des uns et des autres. Environ 66% de nos enquêtés adhérents à un groupe, ont déclaré être actif sur le groupe.

Partagent un intérêt fort pour Pokémon Go, des communautés se forment afin que les joueurs puissent avancer. La solidarité est un enjeu important pour le groupe ; Chacun à besoin de l'autre pour devenir plus fort.

D'après les travaux de Y.Wang et D.Fescamaier (2004), il y aurait plusieurs avantages à ces « communautés virtuelles » : elles procureraient des informations facilement accessibles et de qualité, favoriseraient la sociabilité entre les membres à travers leurs échanges d'idées ou d'expériences et seraient basées sur la confiance en l'autre ainsi que sur les contributions de chacun afin de maintenir la communauté.

Cette coopération entre les joueurs peut donc faire référence à l'idée de « réseau » formé autour du jeu. En effet, D'après André Torre dans son article, « La figure du réseau : dimensions spatiales et organisationnelles », on peut qualifier de « réseaux » les nouvelles formes d'interactions telles que les liens d'amitiés Facebook ou encore les joueurs Pokémon Go. Les groupes Pokémon GO sur le web participeraient à la formation d'un « réseau d'interaction », qui est défini par André Torre comme étant une « forme traduite la structuration des échanges entre personnes ou groupes, à l'aide de technologies dédiées ou non, à proximité ou à distance. »

Ce réseau informel entre les joueurs via les groupes spécifiques au jeu renforce cette idée de véritable communauté. Celle-ci déjà présente en situation de coprésence, se confirme et s'intensifie via l'univers numérique des réseaux sociaux. Véritable communauté : coprésence physique ou virtuelle = sentiment appartenance. Ce besoin de coopérer pour avancer dans leur participe à l'acquisition et au renforcement d'un certain sentiment d'appartenance à la communauté Pokémon.

### **3. Jeu et changements des comportements**

*« La mobilité est la plus importante, la plus omniprésente, la plus puissante et la plus universelle des tendances, et elle nous mène à l'ère du consommateur\*. » (Ted Chadler, Josh Bernoff et Julie ask, The Mobile Mind Shift, Forrester research, Groundswell Press, 2014)*

A travers le concept de réalité augmentée, le monde virtuel se lie avec le monde réel. Afin de capturer les Pokémons de faire éclore ces œufs, ou encore de se rendre à des Pokéstop et arènes, il est indispensable pour le joueur de se déplacer.

Dans l'article de Christian Licoppe et Yoriko Inada, « Les usages émergents d'un jeu multi-joueurs sur terminaux mobiles localisés, Mobilités équipées dans un japon « augmenté » et « rencontres d'écran » » (2005), la mobilité est définie comme étant « un

concept plus holistique, qui combine le déplacement lui-même, et le potentiel de chaque acteur à se déplacer et à réaliser des projets en mouvement, c'est-à-dire sa « motilité » ». (BONSS et KESSELRING, 2004). L' 'environnement réel offre aux joueurs la possibilité de collecter des Pokémon virtuels via l'utilisation de l'espace urbain. Un changement de mobilité et de comportements peut donc s'opérer dès que les joueurs ont commencé leur quête de créatures virtuelles.. C'est ce que nous allons tenter de démontrer dans cette dernière partie.

## 3.1 Moyens et fréquences des déplacements

### 3.1.1 Où, quand et avec qui jouer ?

D'après les réponses de notre questionnaire, nous avons pu poser des questions liées aux déplacements des joueurs. Plus de 83% de nos enquêtés se sont déjà déplacés spécifiquement pour jouer.

En effet, la plupart des nos enquêtés se déplaceraient dans leur propre ville ou dans les villes alentours afin de capturer le maximum de Pokémon rares. Plus de 66% déclarent se déplacer dans leur propre ville, et 25% dans les villes alentours.

*Quand ?* Grâce à l'utilisation d'une question à réponses multiples, nous avons pu observer les différentes situations pour jouer. Effectivement, jouer en allant au travail ou à l'école atteint plus de 66,5%. En se déplaçant dans un but précis, qui est lié à leurs activités quotidiennes, certains joueurs en profitent pour parcourir les rues afin de maximiser leur chance de capturer des Pokémon rares. Ils optimisent donc leur temps. Les « routines » quotidiennes, telle que le trajet domicile-travail, produisent des « mobilités et des espaces dédiés » au jeu (Rufat, Ter Minassian, Coavaux, 2014) et deviennent des temps de jeu à part entière. D'autres jouent uniquement pendant leur temps libre, lorsqu'ils rentrent du travail par exemple. Cette modalité de réponse à accumuler près de 80% de réponses.

Liée à celle-ci, de nombreux joueurs effectuent des déplacements spécifiques au jeu (37,2%).

Malgré son caractère collectif lié aux sociabilités apportées par le jeu, Pokémon Go reste néanmoins un jeu en solitaire. En effet, le joueur reste face à son écran et parcourt les rues afin de maximiser ses propres chances de devenir le « meilleur dresseur », et non principalement celles des autres. En effet, d'après nos résultats, plus de 70% des joueurs déclarent jouer quelques fois seul (environ 70%).

Cependant, d'autres favorisent le déplacement en groupe d'amis afin d'allier plaisir, loisirs et efficacité. 75,8% de nos enquêtés déclarent jouer entre amis. Cela peut avoir quelques avantages : être informé plus rapidement sur la présence d'un Pokémon, attendre ensemble à un Pokéstop, partager et divulguer les Pokémon capturés, mais plus généralement parcourir la ville accompagné ,afin de jouer « ensemble » à un jeu solitaire. La capture d'un Pokémon par un joueur ne prive pas un autre de celui-ci, ce qui marque l'absence de rivalité et la volonté de coopérer pour aider ses amis. La famille est aussi généralement citée par les joueurs (35,4% de réponses)

Les déplacements des joueurs seuls, entre amis ou en famille s'effectuent généralement au sein même de la ville du joueur et dans les villes alentours. L'optimisation et l'hybridation du temps de jeu avec des « routines quotidiennes » est aussi très prisées par les joueurs. Mais quels moyens utilisent le plus, les joueurs pour se déplacer ?

### 3.1.2 Moyens de déplacements : La victoire de la « lenteur »

Toujours avec l'inscription d'une réponse à choix multiples, il nous a été indispensable d'analyser les moyens de déplacements les plus utilisés par les joueurs.

D'après les résultats de notre enquête, la marche est l'un des moyens les plus adopté pour se déplacer dans le cadre du jeu. En effet, plus de 93,3% des enquêtés ont coché la modalité « A pied » concernant leur moyen de déplacement. Nous avons pu relever quelques explications concernant leur choix, via l'utilisation d'une question ouverte dédiée à y expliquer les avantages et inconvénients :

*« Les kms pour faire éclore les oeufs, plus de temps pour s'arrêter et tourner les pokestops ou attraper les pokémons, plus simple pour aller dans les rues à sens unique »* (Femme, entre 26 et 30 ans, active)

*« Ca fait balader dans Toulouse, quand je ne vais pas chasser dans des endroits où il y a des spots spécifiques je découvre de nouveaux quartiers »* (Femme, entre 15 et 20 ans, étudiante)

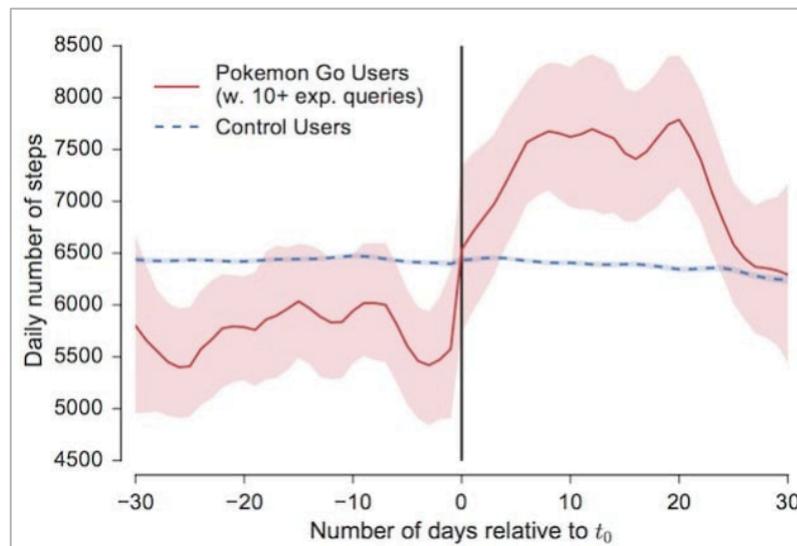
Se déplacer à pied aurait donc pour avantage de faire éclore les œufs récoltés pendant le jeu. Le but étant de se déplacer afin de faire naître un Pokémon plus ou moins rare, en fonction de la distance à parcourir (2km, 5 km, ou 10 km). Afin de faire éclore leurs œufs plus rapidement ou tout simplement de capture un maximum de Pokémon sans marcher, de nombreux joueurs ont essayés de « jouer en voiture » (47,3%). En revanche, l'application Pokémon Go, ne prennent plus en compte les déplacements à partir d'une certaine vitesse. Se déplacer en voiture ne permet pas d'éclore les œufs comme le met en avant un joueur ci-dessous :

*« En voiture on est au chaud et on navigue plus vite vers les gros Pokémon. L'inconvénient, on va trop vite pour l'éclosion des oeufs. »* (Homme, entre 21 et 25 ans, sans activité)

Etant trop rapide, l'utilisation de la voiture reste donc limitée. Le joueur peut l'utiliser uniquement un endroit précis plus rapidement, tel qu'une arène ou un endroit connus pour son offre importante de Pokémon. Parcourir une plus grande distance, plus vite, et en s'éloignant de son périmètre habituel. Il arrive quelque fois que certains joueurs stabilisent et réduisent leur vitesse afin que l'application réussisse à capter leur distance parcourue. Cette idée à soulever de nombreuses questions concernant la prévention des dangers publics.

C'est pourquoi, les transports en commun deviennent alors des lieux de chasses pour certains joueurs. Le bus (29,8%) lié à sa faible vitesse et aux arrêts fréquents qu'il effectue généralement situés près des lieux importants de la ville est assez convoité par les joueurs. Le vélo, trottinette ou autres équipements de déplacements lents sont aussi fortement utilisés (18,1% pour le vélo)

D'après une étude effectuée aux Etats Unis par un étudiant de Stanford, les individus marchent plus, depuis l'installation du jeu sur leur Smartphone : en moyenne, les adeptes auraient augmenté leur activité quotidienne de plus de 1473 pas, soit 25 % de plus qu'auparavant :

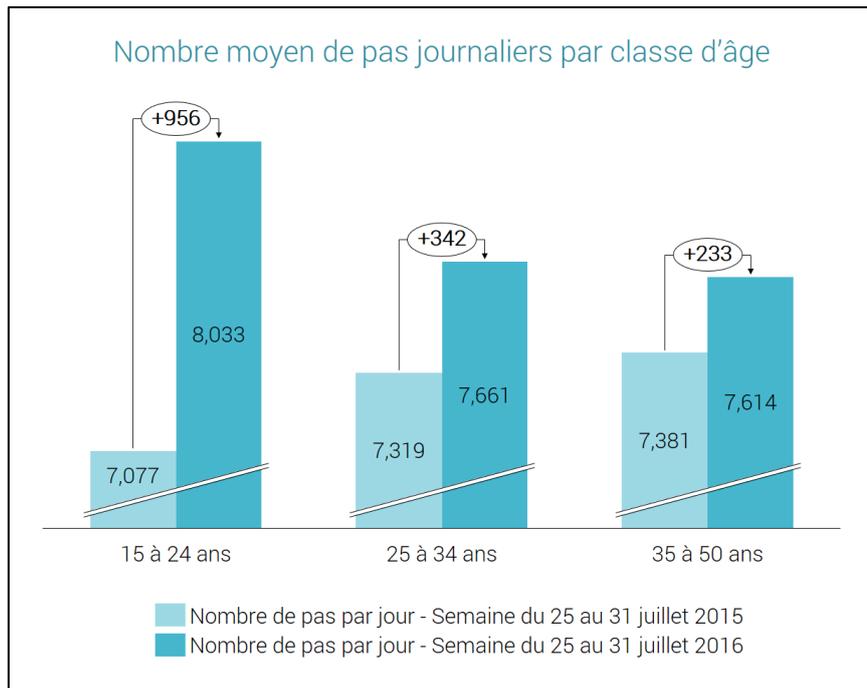


Source : Etude de Stanford/Microsoft « Influence of Pokémon Go on Physical Activity : Study and Implications »

Ce graphique met en avant le nombre de pas quotidiens avant et après l'utilisation de Pokémon Go. Le trait bleu symbolise un individu n'ayant pas joué au jeu.

Grâce à celui-ci, nous pouvons remarquer que le nombre de pas quotidiens pour les individus ayant commencé à jouer, augmente fortement dès la sortie du jeu. Il passe de moins de 5500 avant la sortie du jeu à plus de 7500 vingt jours après.

Une autre étude menée en France par *Withings* (société française qui conçoit et commercialise des produits connectés) auprès de 60 000 utilisateurs d'activité *Withings* âgés de 15 à 50 a effectué une comparaison entre le nombre moyen de pas par jour pendant la semaine du 25 au 31 juillet 2016 et la même période de l'année précédente, 25 au 31 juillet 2015. Celle-ci a permis d'identifier les classes d'âges ayant augmenté leur nombre de pas journaliers, comme présenté sur le graphique ci-dessous :



Source : Etude Withing (2016)

A travers ce graphique, nous pouvons voir que les 15-34 ont augmenté considérablement leur nombre pas journalier. Plus précisément les plus jeunes ayant entre 15-24 qui ont beaucoup plus marché que l'an passé avec en moyenne 956 pas de plus par jour. D'après l'étude, cela ferait environ 5km supplémentaires soit la distance parcouru pour l'éclosion d'un œuf Pokémon.

L'effet conséquent de la « Génération Pokémon » sur les individus ayant passé leur jeunesse dans les années 90 voire 2000, peut donc expliquer l'augmentation plus faible, de 233 pas de plus par jour, pour les 35-50 ans.

Grâce à ces différentes études, nous pouvons voir que le jeu tente de faire de la marche un critère important pour jouer. Les joueurs marchent de plus en plus dans les semaines qui suivent la sortie du jeu. Cependant cela reste limité. En effet cela à un effet à court terme. Comme nous pouvons le voir dans le graphique présenté par Stanford/Microsoft, après le pic des vingt jours, les nombres de pas journaliers commencent à diminuer. Cela a aussi été mis en avant par la revue médicale *The British Medical Journal* (BMJ) où le nombre supplémentaire de pas effectués commence à diminuer dès la deuxième semaine afin de disparaître un mois et demi après.

### 3.2 Continuité du jeu

Certains joueurs, prêts à tout pour attraper un maximum de Pokémon investissent dans du matériel afin de prolonger leur temps de jeu. En effet, d'après notre étude, environ 54% de

nos enquêtés l'ont fait. 88% d'entre eux ont acheté une batterie portable, branchée à leur Smartphone, afin de pouvoir le recharger sur « le terrain », sans avoir besoin de prise à côté. Cela permet alors aux joueurs « nomades » (Rufat, Ter Minassian, Coavaux, 2014) de jouer plus longtemps au sein de l'espace public ou des transports. D'autres ont privilégié un forfait de téléphone avec une capacité Internet supérieure (6,2%).

La volonté de prolonger leur temps de jeu montre donc le fort intérêt que porte les joueurs pour ce jeu.

Comme déjà évoqué dans les parties précédentes, la popularité du jeu s'essouffle peu à peu. Cependant, nous pouvons voir à travers les chiffres de notre enquête, qu'environ 80% des individus ayant répondu à notre questionnaire en ligne jouent encore à Pokémon Go.

Ces chiffres peuvent être liés au fait que notre questionnaire en ligne, se soit principalement diffusé dans des groupes Pokémons. Ils montrent néanmoins l'investissement qu'apporte les derniers joueurs restants. Une minorité de joueur continue de faire vivre le jeu grâce à leur persévérance.

## Conclusion

---

Pokémon Go a marqué l'année 2016. En effet, fortement énoncé dans les médias, ce jeu a été aussi très porté par la logique de viralité du web. Ce « buzz » lié à une très forte audience, même avant sa sortie, a totalement bouleversé l'industrie des jeux Smartphones. Qui dit « buzz », dit : publications de nombreux articles de presses, de blogs etc... Ce qui nous a été difficile à sélectionner et à analyser.

D'abord perçu comme un jeu d'aventure en solitaire, il est néanmoins basé sur la coopération entre les joueurs. Celui-ci touche et rassemble tous les individus sans forcément de critère d'âge que ce soit en situation de coprésence ou virtuelle sur le web, malgré une *génération Y* très présente. Une communauté Pokémon se forme autour du jeu où les principes sont : le partage, l'entraide, et l'art de jouer correctement, sans tricher. Le but n'est pas forcément de connaître les individus, mais de partager la même « passion » Pokémon et de s'entraider. De nouvelles sociabilités émergent alors. Les différents principes auxquels adhèrent les groupes participent dans l'avancée du joueur lui-même dans l'aventure.

Jouer seul, avec sa famille ou ses amis ne sont pas la question. Chacun s'approprie le jeu comme bon lui semble. Le principal est de coopérer et de parcourir le monde afin d'attraper le maximum de Pokémon. La vitesse n'est pas la priorité pour l'éclosion des oeufs, mais peut être prônée lors de l'apparition d'un personnage. Les espaces et transports publics deviennent acteurs importants pour le joueur. Tout devient jeu.

Depuis quelques mois déjà, le jeu connaît une diminution flagrante du nombre de joueurs. Celle-ci participe donc à l'affaiblissement du nombre de pas parcourus au fil des semaines. En effet, l'audience du jeu a été très forte avant et pendant les premières semaines de sa sortie mais s'essouffle rapidement. Pokémon Go a donc des effets à courts termes, que ce soit concernant les sociabilités apportées ou la mobilité, liées au « buzz » qu'il le caractérise.

Néanmoins, il est important de nuancer nos propos. Notre analyse et notre enquête par questionnaire peut être perçues comme étant une vision réductionniste du phénomène. En effet, le fait que le questionnaire est été diffusé sur internet, cela ne permet pas de prendre en compte les individus, d'une certaine tranche d'âge par exemple, jouant à Pokémon mais n'ayant pas de profils sur les réseaux sociaux. De plus, le fait que celui-ci est été partagé dans de nombreux groupes particuliers à l'univers du jeu, cela a pu orienter nos données concernant le profil des joueurs, les relations entretenues avec les autres et les différents comportements.

## Bibliographie

---

Andre Torre, « La figure du réseau : dimensions spatiales et organisationnelles », *Géographie, économie, société* 2016/4 (Vol.18), p455-469.

Cécile Maunier, « Les communications interpersonnelles, fondement des nouvelles techniques de communication en marketing ? », *La Revue des Sciences de Gestion* 2008/6 (n° 234), p. 85-95.

Christian Dussart, « L'inadéquation du mobile », *Gestion* 2015/3 (Vol. 40), p. 96-102.

Christian Licoppe, Yoriko Inada, « Les usages émergents d'un jeu multi-joueurs sur terminaux mobiles géocalisés. Mobilités équipées dans un japon « augmentée » et « rencontres d'écran » », *Réseaux* 2005/5 (n°133), p. 135-164.

Elsa Boyer, « Le jeu vidéo, du tribunal à l'exposition », *Critique* 2011/10 (n° 773), p. 803-816.

Julien Morel, « Ingress. Mobilités et sociabilités dans un jeu de réalité augmentée », *Interfaces numériques*. Volume 3 – n° 3/201

Michel Nachez, Patrick Schmoll, « Violence et sociabilité dans les jeux vidéo en ligne », *Sociétés* 2003/4 (n° 82), p. 5-17.

Quentin Neveu, Fabien Wille, Patrick Bouchet, « Le buzz sportif : proposition de caractérisation sémiotique », *Staps*, 3/2016 (n° 113), p. 55-72.

Samuel Rufat, Hovig Ter Minassian, Samuel Coavoux. Jouer aux jeux vidéo en France. Géographie sociale d'une pratique culturelle. *Espace Géographique*, Éditions Belin, 2014, 43 (4), pp.308-323

« Notes de lecture », *Réseaux*, 2009/5 n°157-158, p.293-308

### Références web

« Tout savoir sur « Pokémon Go », le jeu phénomène auquel vous ne pouvez pas (encore) jouer », publié le 13/07/2016 sur Le Monde :

[http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/07/12/pokemon-go-le-jeu-video-phenomene-auquel-vous-ne-pouvez-pas-encore-jouer\\_4968388\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/07/12/pokemon-go-le-jeu-video-phenomene-auquel-vous-ne-pouvez-pas-encore-jouer_4968388_4408996.html)

« Pokémon Go : un phénomène inquiétant. Je ne dissociais plus le virtuel de la réalité » publiée le 17/07/2016 par l'OBS :

<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1539314-pokemon-go-un-phenomene-inquietant-je-ne-dissociais-plus-le-virtuel-de-la-realite.html>

« Explications, astuces : le guide complet de Pokémon Go » par Stéphane Monier, publié le 20/07/2016 sur *Focusur* :

<http://www.focusur.fr/actualites/2016/07/20/explications-astuces-guide-complet-pokemon-go>

« Apple : Pokémon GO établit un record, YouTube confirme » publié le 23/07/16 sur Iphon.fr :

<http://www.iphon.fr/post/app-store-pokemon-go-record-utilisateurs-usa-visionnage-youtube-857584>

« Pokémon Go : à Lille et dans le Nord-pas- de -calais, la traque aux Pikachu est en marche » par Laurent Decotte, publié le 24/07/2016 sur La Voix du Nord :

<http://www.lavoixdunord.fr/region/pokemon-go-a-lille-et-dans-le-nord-pas-de-calais-la-ia19b57391n3649508>

« Pokémon GO est arrivé en France » publié le 24/07/2016 sur La Voix du Nord :

<http://www.lavoixdunord.fr/france-monde/pokemon-go-est-arrive-en-france-ia0b0n3648497>

« Pokémon GO : 8 conseils et astuces pour comprendre, débiter et progresser rapidement (avec Pikachu !) » par Laurent, publié le 24/07/2016 sur Iphone.fr :

<http://www.iphon.fr/post/astuces-comprendre-jouer-pokemon-go-avoir-pikachu-857205>

« Règles Pokémon GO : comment jouer ? Astuces, objectifs, explications et dangers » par David Q, publié en aout 2016 sur *Scifiuniverse* :

<http://www.scifi-universe.com/actualites/16156/regles-pokemon-go-comment-jouer-astuces-objectifs-explications-et-dangers>

« Les données révèlent que la génération Y marche plus avec Pokémon Go » par Angela Chiech, publié le 02/08/2016 :

<https://blog.withings.com/fr/2016/08/02/les-donnees-revelent-generation-y-marche-pokemon-go/>

« C'est prouvé, jouer à Pokémon GO incite à marcher » par Nicolas Fumo, publié le 11 octobre 2016 sur Igen.fr :

<http://www.igen.fr/app-store/2016/10/cest-prouve-jouer-pokemon-go-incite-marcher-97490>

« Selon une étude, le jeu Pokémon Go fait bouger plus... mais pas très longtemps » publié le 14/12/2016 sur L'équipe.fr :

<http://www.lequipe.fr/Ilosport/Conseils/Actualites/Selon-une-etude-le-jeu-pokemon-go-fait-bouger-plus-mais-pas-tres-longtemps/759933>

« Les fans commencent à bouder Pokémon Go...15 millions de joueurs perdus en 1 mois » publié par Agence SEO Europe :

<https://www.seolius.com/dossiers/20160905-1057-les-fans-commencent-bouder-pokemon-go>

# **ANNEXES**

## Grille d'observation du groupe « Pokémon Go Pontault Combault »

<b>Date de création du groupe</b>	/
<b>Nombre des administrateurs</b>	1 administrateurs – 2 modérateurs
<b>Nombre de membres</b>	390 membres
<b>Types de publications</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partager certains Pokémon capturés : auto-moqueries vis à vis des Pokémon faibles et se « vanter » lors d'une capture de Pokémon rares</li> <li>- Partager la position de Pokémon rares</li> <li>- Prévenir du manque de Pokémon à un endroit spécifique</li> <li>- Avertir des triches</li> <li>- Partage de blagues et publications drôles</li> <li>- Informations sur les nouvelles mises à jour du jeu</li> <li>- Mise en place d'un leurre à un Pokéstop</li> <li>- Informations sur les différents Spots possibles (lieux où chasser des Pokémon)</li> </ul>
<b>Devenir membre</b>	Recommandations par des amis Demander accès au groupe et attendre la réponse de l'administrateur pour conclure l'adhésion.

## Grille du questionnaire

<b>Talon sociologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sexe</li> <li>- Age</li> <li>- Quelle est votre situation ?</li> <li>- Quel est votre niveau d'étude ?</li> <li>- Quelle est votre situation matrimoniale ?</li> <li>- Avez-vous des enfants à charge ?</li> </ul>
<b>Jeu et sociabilités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comment avez-vous entendu parler du jeu Pokémon Go ?</li> <li>- Quand avez vous commencé à jouer ?</li> <li>- Quelles raisons vous ont poussé à commencer à jouer ?</li> <li>- Etiez-vous attiré par l'univers Pokémon avant de commencer à jouer ?</li> <li>- Quel type d'équipement avez-vous ?</li> <li>- Que contient votre pseudonyme ? Pourquoi avoir choisi cela ?</li> <li>- Avec qui jouez-vous ?</li> <li>- Avez-vous fait la connaissance de nouvelles personnes grâce au jeu ?</li> <li>- Avez-vous échangé, au moins une fois, votre numéro ou votre profil sur les réseaux sociaux dans le cadre du jeu ?</li> <li>- Le jeu vous a-t-il permis de reprendre contact avec certaines personnes ?</li> <li>- Avez-vous déjà entendu parler de « groupes » Pokémon GO sur le web ? Y adhérez-vous ?</li> <li>- Si oui pourquoi ?</li> <li>- Sur quelles plateformes ?</li> <li>- Etes-vous actif sur ces groupes ?</li> </ul>
<b>Jeu et comportements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quand jouez-vous ?</li> <li>- Où jouez-vous généralement ?</li> <li>- Comment vous déplacez-vous ? Quels en sont les avantages ?</li> <li>- Vous êtes vous déjà déplacé à un endroit spécifique uniquement pour jouer ?</li> <li>- Combien de temps de trajet</li> </ul>

	<p>maximum, environ, avez-vous fait pour un déplacement Pokémon ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Lors de vos déplacements, interagissez vous avec les gens qui vous entourent ?</li><li>- D'après vous, quel est le nombre maximum de joueurs à un Pokéstop simultanément ?</li><li>- Selon vous, de quoi dépend la fréquentation des Pokéstops ?</li><li>- Avez-vous investi dans du matériel afin de pouvoir prolonger votre temps de jeu ? Si oui, lequel ?</li><li>- Actuellement jouez-vous encore à Pokémon Go ? Pour quelles raisons ?</li></ul>
--	--

# Résultats du questionnaire en ligne (captures d'écran)

QUESTIONS RÉPONSES 1 250

1 250 réponses

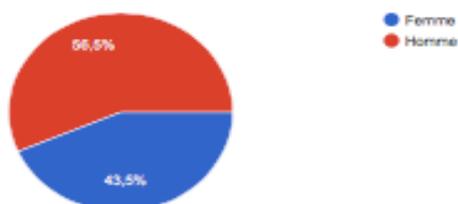
RÉSUMÉ INDIVIDUEL

Les réponses ne sont plus acceptées

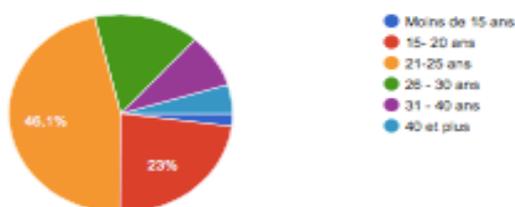
Message pour les personnes interrogées

Il n'est plus possible de saisir de réponses dans ce formulaire.

Sexe (1250 réponses)



Age (1250 réponses)



Quelle est votre situation ? (1249 réponses)

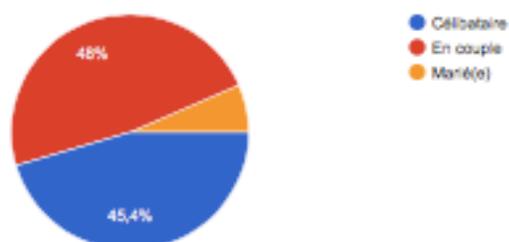


Quel est votre niveau d'études? (1250 réponses)



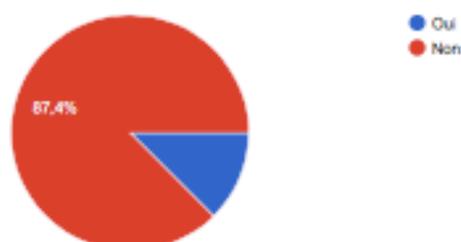
---

Quelle est votre situation matrimoniale? (1250 réponses)



---

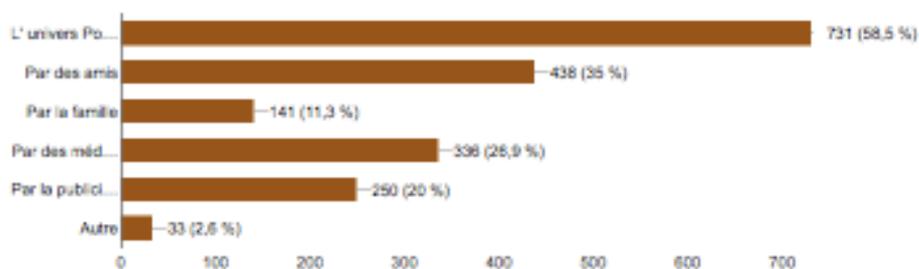
Avez-vous des enfants à charge? (1250 réponses)



---

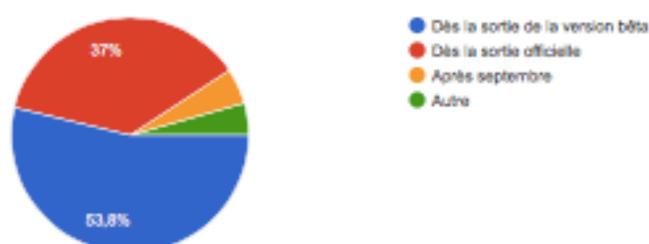
## Jeu & sociabilités

Comment avez-vous entendu parler du jeu Pokémon Go? (1250 réponses)

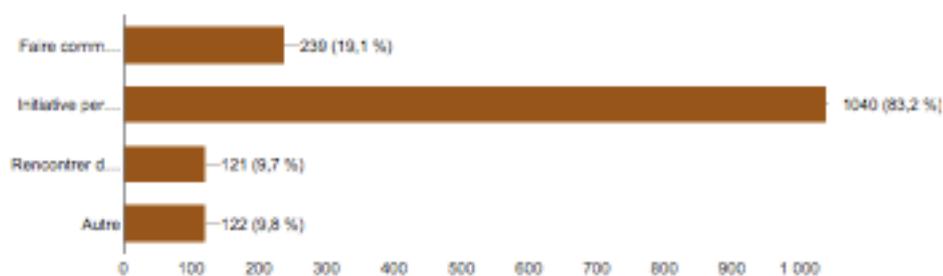


---

Quand avez-vous commencé à jouer? (1250 réponses)



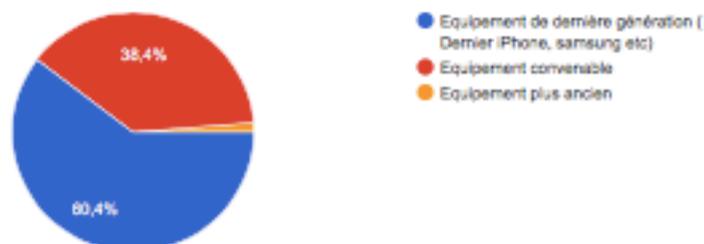
### Quelles raisons vous ont poussé à commencer à jouer? (1250 réponses)



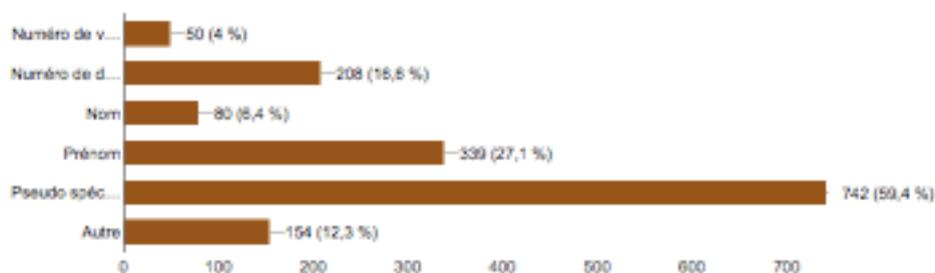
### Etiez-vous attiré par l'univers Pokémon avant de commencer à jouer? (1250 réponses)



### Quel type d'équipement avez-vous? (1249 réponses)



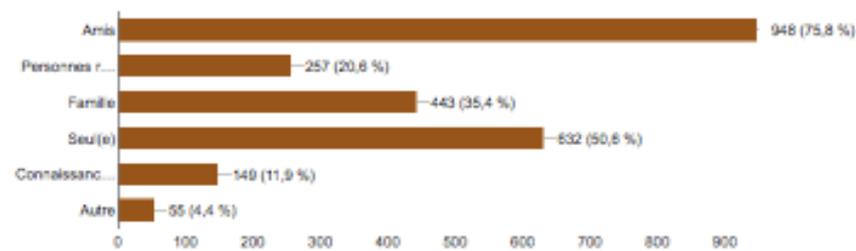
### Que contient votre pseudonyme? (1250 réponses)



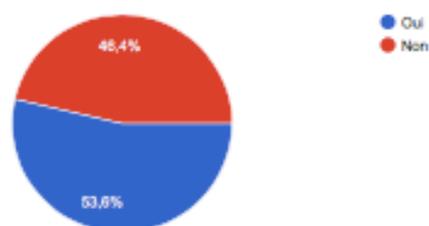
Pourquoi avoir choisi cela? (309 réponses)

habitude
j'utilise le meme pseudo depuis mes 5 ans
Utilisé sur les réseaux sociaux
Volontée personnelle
Même pseudo pour tous les jeux
Uniformité avec mes autres jeux. Ce pseudo est une partie de mon e-réputation.
Pour être RP
Pseudo que j'utilise tout le temps.
Jeu de mot (Jockos)
Pas de raison particulière

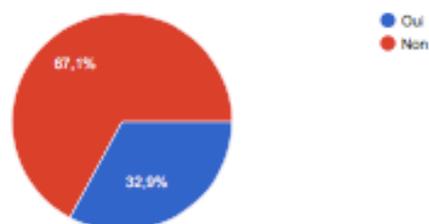
Avec qui jouez-vous? (1250 réponses)



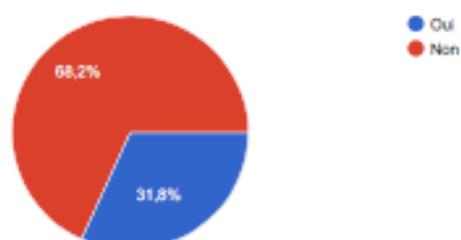
Avez-vous fait la connaissance de nouvelles personnes grâce au jeu? (1250 réponses)



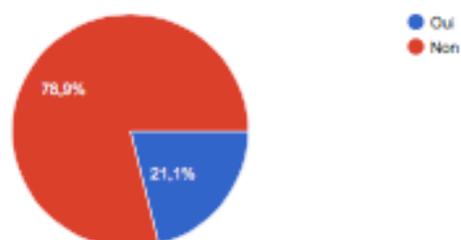
Si oui, êtes-vous toujours en contact avec eux? (1065 réponses)



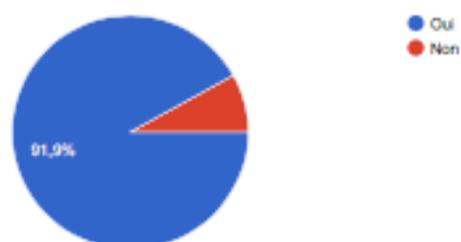
Avez-vous échangé, au moins une fois, votre numéro ou votre profil sur les réseaux sociaux dans le cadre du jeu?  
(1250 réponses)



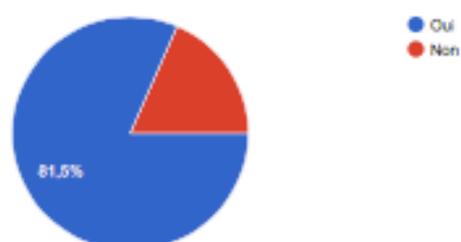
Le jeu vous a-t-il permis de reprendre contact avec certaines personnes?  
(1250 réponses)



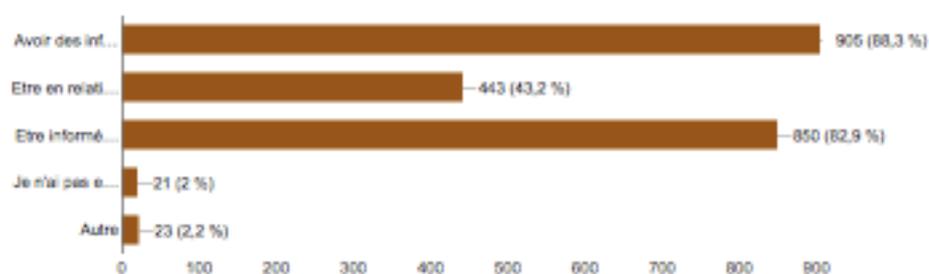
Avez-vous déjà entendu parler de "groupes" Pokémon Go sur le web?  
(1250 réponses)



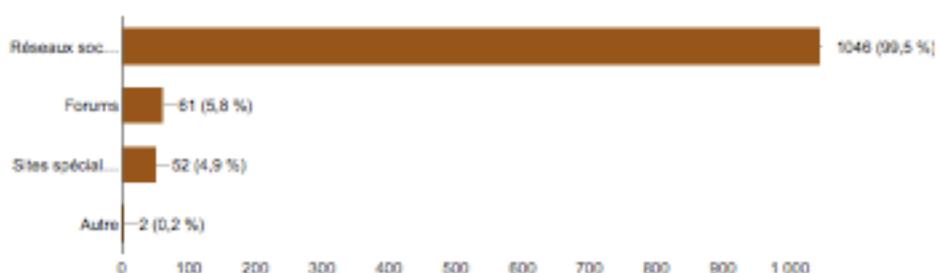
Y adhérez-vous? (1250 réponses)



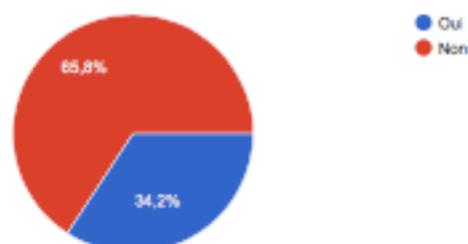
### Si oui, pourquoi? (1025 réponses)



### Sur quelle (s) plateformes (s)? (1051 réponses)

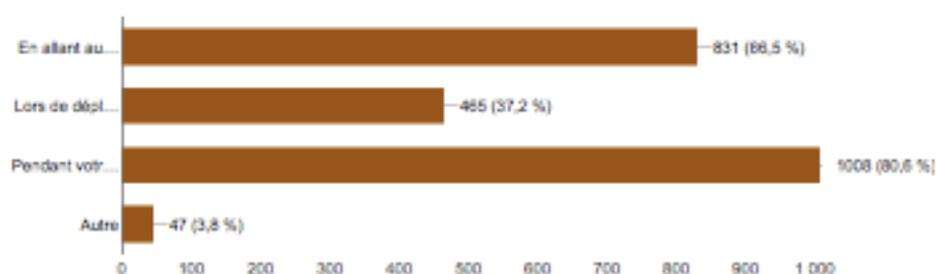


### Etes-vous actif sur ces groupes? (1134 réponses)

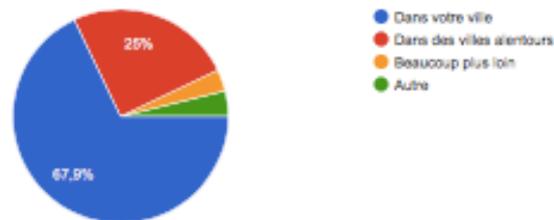


## Jeu & comportements

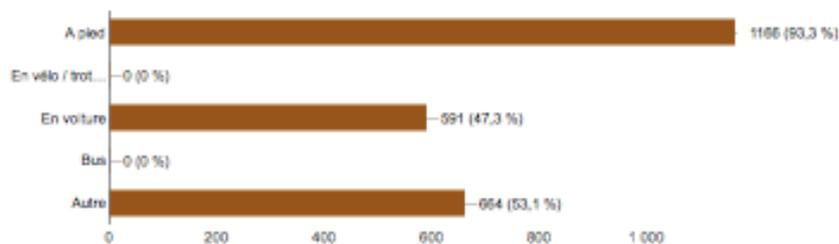
### Quand jouez-vous? (1250 réponses)



### Où jouez-vous généralement? (1250 réponses)



### Comment vous déplacez-vous? (1250 réponses)



### Quels en sont les avantages? (234 réponses)

n'aurais pas eu le temps de faire en travaillant. Quand je suis seule, je me gare devant une arène pour la capturer, ça m'évite d'avoir à me geler en plein hiver.

Ca capte bien mieux

En voiture avec le Pokemon go Plus pour les Pokestop mais c'est bien plus pratique à pied

La navette centre ville pour refaire les stocks d'objets et ensuite des trajets classiques et optimisés pour chasser

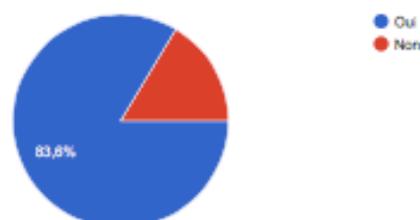
Occupée lors des temps de trajet

En voiture pour aller de spot en spot quand ils sont en banlieue sinon toujours à pied pour farmer le plus possible.

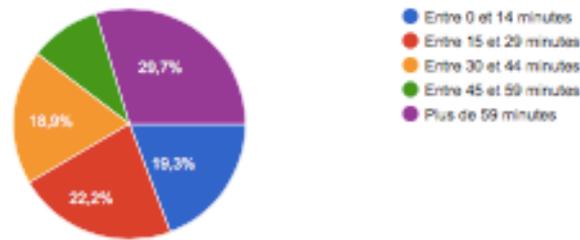
m'occupait pendant que le trajet pour me faire des courses

A pieds pour eclorer les oeufs

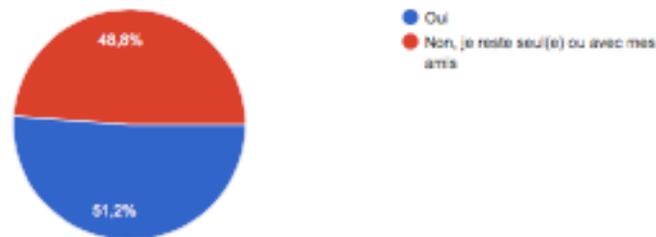
### Vous êtes vous déjà déplacé à un endroit spécifique uniquement pour jouer? (1250 réponses)



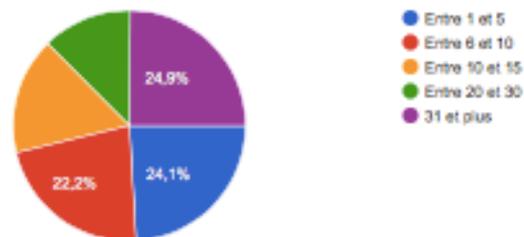
Combien de temps de trajet maximum, environ, avez-vous fait pour un déplacement Pokémon?  
(1250 réponses)



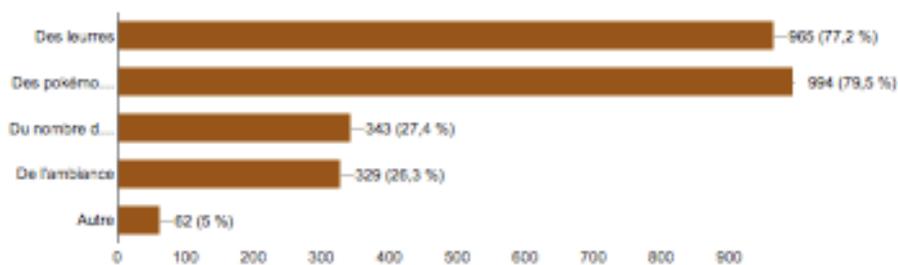
Lors de vos déplacements, interagissez vous avec les gens qui vous entourent?  
(1250 réponses)



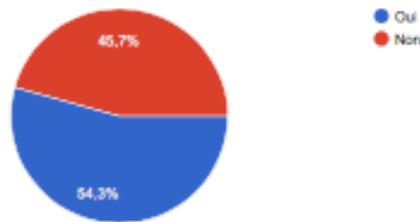
D'après vous, quel est le nombre maximum de joueurs présents à un Pokéstop simultanément?  
(1250 réponses)



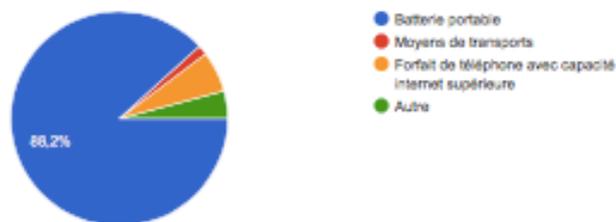
Selon vous, de quoi dépend la fréquentation des Pokéstop? (1250 réponses)



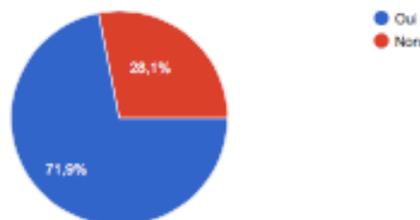
Avez-vous investi dans du matériel afin de pouvoir prolonger votre temps de jeu?  
(1250 réponses)



Si oui, lequel? (697 réponses)



Actuellement, jouez-vous encore à Pokémon GO? (1250 réponses)



Pour quelle(s) raison(s)? (356 réponses)

- Pour avoir tous les Pokémon monter de niveau et les entraînés
- Manque de nouveauté
- Ne pas avoir trop de retard sur les autres joueurs
- Je m en lasse pas
- J'aime attraper ces petites bestioles!
- C'est occasionnel, je suis en province ( Caen ) et même si nous avons de quoi faire, nous sommes laissé a côté de villes comme Paris, Lille, Amsterdam.
- J'aime beaucoup pokémon go
- je veux tous les attraper ! ;)
- Lassement