



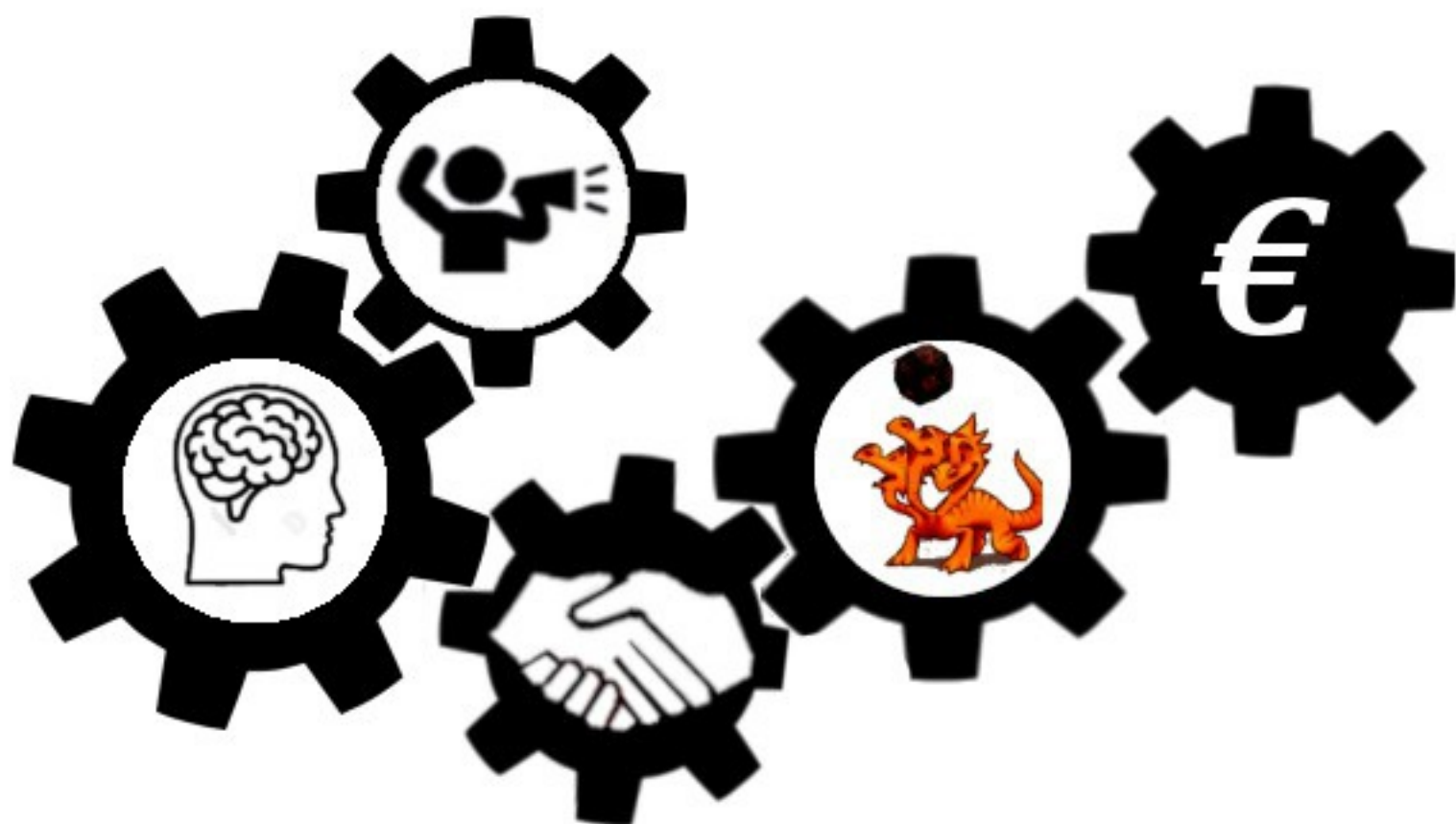
Avec PTGPTB, tout devient ludique !

ptg  ptb

Le meilleur du web rôliste mondial, traduit pour vous

Le marketing rôliste

POUR
LES NULS



Sommaire

[Ça commence ici...](#)

[Édito](#)

[Le droit d'entrée](#)

[Nous sommes au XXIe siècle et les rôlistes sont toujours des billes en économie](#)

[Addendum : L'argent, ça compte](#)

[Tout compte fait](#)

[Pourquoi les jeux coûtent ce prix-là](#)

[Méchantes vérités sur les boniments](#)

[Démolir le rêve du rôliste](#)

[See Page XX](#)

[Se tenir au courant](#)

[Les ebooks Places to go, People to be \(VF\)](#)

[Crédits](#)

Ça commence ici...

Ce livre numérique a été réalisé au format epub, avant d'être converti aux formats AZW3 et PDF, avec les limitations inhérentes à toute conversion. Pour une lecture optimale, nous vous conseillons donc d'utiliser le format epub, dont les solutions de lecture sont présentées [ici](#).

Mention légale importante :

Si vous souhaitez partager cet ebook, nous vous encourageons à mettre un lien vers la page de notre site (ptgptb.fr) plutôt que de le pomper honteusement.

En effet, tous les textes contenus dans cet ebook demeurent la propriété de leur(s) auteur(s) et de PTGPTB (version française). Toute reproduction de texte en dehors de cet ebook et qui dépasse la longueur raisonnable d'une citation (c'est-à-dire, en règle générale, un ou deux paragraphes) est donc strictement interdite.

Si vous reproduisez une grande partie ou la totalité du texte de cet ebook sans l'autorisation écrite de PTGPTB (version française), et que vous diffusez ladite copie publiquement (sites Web, blogs, forums, imprimés, etc.), vous reconnaissez que vous commettez délibérément une violation des lois sur le droit d'auteur, c'est-à-dire un acte illégal passible de poursuites judiciaires.

Édito

Bonjour à toutes et à tous,

Et bienvenue dans ce vingt et unième ebook *Places to go, people to be*. Cette fois-ci, nous bouclons enfin le chantier herculéen que nous avons entrepris avec [Écrire son jeu de rôle](#) : aborder les différents pans de la création rôliste. *Le marketing rôliste pour les nuls* se chargera donc d'aborder des notions pragmatiques pour donner à votre JdR de meilleures chances de trouver son public.

Le marketing se définit généralement comme une combinaison de quatre P : prix, produit, distribution (*place* en anglais) et promotion. Le prix étant un des facteurs clés dans l'acte d'achat, nous commencerons notre tour du *marketing mix* par [une histoire](#) à ce sujet.

Bonne lecture,

Benoit Huot,
rédacteur en chef de la division "ebook"

Le droit d'entrée

© 2001 Kevin Kaier

Un article de Kevin Kaier, tiré de [PTGPTB n°18](#) (août 2001), et traduit par Aicars

Il était une fois



J'avais à peine dix ans et certains enfants plus âgés (qui ne me supportaient pas) parlaient tout le temps de *D&D*. J'en avais vu une pub dans *Spiderman*. Je crois que c'est là que je sentis les tiraillements du désir pour la première fois.

Alors je pris mes trois dollars d'argent de poche et partis à pied le long des quatre kilomètres qui me séparaient du magasin de jeu le plus proche.

Lorsque j'y arrivai, ce fut incroyable. Il y avait des maquettes (j'en avais déjà fait et j'étais fatigué de les exploser), des figurines (certaines, magnifiquement peintes, dans des armoires en verre) et une longue étagère où les jeux de rôles abondaient.

Il y avait *D&D*, *Tunnels & Trolls*, *Runequest*, *Traveller*, *Top Secret* et d'innombrables autres. Je les feuilletai quelques minutes avant de me rendre soudain compte que mes trois dollars ne me permettraient pas d'acheter quoi que ce soit.

Au moins, je pouvais toujours explorer un peu et voir plus tard si je pourrais embrouiller mes parents pour qu'ils me l'achètent. J'ai vite trouvé ce que je voulais. La *boîte de base de D&D* : prix 6 \$. Alors je me suis traîné à la maison pour supplier mes parents de me prêter trois dollars jusqu'à la semaine prochaine.

C'est alors que j'ai réalisé que mes parents étaient de sales radins ; parce qu'ils ont dit non ; et qu'ils ne s'étaient jamais souciés de mon bonheur ni de celui de ma sœur (ils passaient leur temps à boire et à fumer de l'herbe : c'étaient des *bikers*). M'allouer 3 \$ par semaine dépassait la limite de leur responsabilité parentale. Alors je devais d'une manière ou d'une autre passer la semaine sans dépenser un centime à la cantine, en bonbons ou en sucreries.

Pour un gamin de dix ans, cela revenait à équilibrer le budget de l'État.

Bon, les semaines passèrent et je ne fus jamais capable de rassembler les six dollars. Il semblait que le mieux que j'aie pu conserver approchait des 4 \$-4,25 \$. À l'époque, les *comics* coûtaient encore 25 cents (mais les 35 cents pointaient à l'horizon) ; autant dire que six dollars constituaient une somme considérable, et que cette limite semblait impossible à atteindre.



Mais d'une certaine façon, les dieux ont dû se pencher sur moi. Un mois environ passa, mes rêves de *D&D* avaient commencé à pâlir, lorsque ma mère annonça que nous irions aux célébrations de la Fête Nationale pour voir le feu d'artifice.

Sur le chemin, je mis un plan sur pied. Je demandai si j'allais avoir un peu d'argent pour les manèges. La réponse fut immédiate. "Et ton argent de poche ?" Ma sœur et moi nous sommes immédiatement mis à geindre. "On l'a dépensé... On ne savait pas qu'on en aurait besoin pour les manèges !" Ma sœur, qui était déjà une grande actrice dramatique, avait une sorte de don pour pleurer et mes parents abandonnèrent. Ils nous donnèrent à chacun trois dollars. Je fis le compte de mes économies : j'avais exactement trois dollars. Mon cerveau se mit à vrombir quelques secondes : $3 + 3 = 6$. Extraordinaire – Je pouvais oublier les manèges et m'acheter ma Boîte de Base.

À peine arrivé au "Ford Field" (c'est là que se déroule la Fête Nationale à Dearborn, Michigan), j'ai dit à mes parents "Je vais au magasin de jeu". Mes parents, qui m'ont toujours laissé très libre, ont eu en gros la réaction : "Vas-y, tu nous retrouveras à la buvette". Aujourd'hui, cela me stupéfie qu'ils aient pu laisser un enfant de dix ans se promener seul dans un carnaval. On ne voit rien de tel de nos jours – les temps ont dû changer.

Pour rejoindre le magasin, j'ai traversé cinq blocs littéralement en courant, avec six dollars à la main. Comme un laser, je traçai jusqu'à l'étagère pour saisir la magnifique boîte rouge blasonnée du nom de Gary Gygax, et marchai jusqu'au comptoir où siégeait le propriétaire, un certain Walt.

Je posai la boîte doucement, tout comme Indiana Jones avec l'idole en or au début des *Aventuriers de l'Arche perdue*. L'air crépitait d'électricité ludique. Walt commença à enfoncer les touches de sa caisse enregistreuse... Il y eut des sonneries et des vrombissements. Et là, Walt a dit :

"Ça fera 6\$30."

J'ai failli m'évanouir. Je me tenais là, bouche ouverte, confus et désorienté, à peine capable de couiner "Monsieur, il y a marqué 6\$00 sur la boîte".

"TVA." (1) fut sa réponse.

J'étais un enfant, je n'avais jamais entendu parler de TVA. Dans le Michigan, ni les *comics* ni les bonbons ne sont taxés. Mais les jeux de rôles, si.

Tout était fichu. Je n'allais pas pleurer, mais j'avais une grosse boule dans la gorge comme si ça allait être le cas. Walt posa son regard sur moi. Il me vit marmonnant et confus. C'était un homme sévère, mais honnête, et il n'avait pas la tête d'un homme prêt à faire une remise à quiconque.

Lui-même n'était pas vraiment un fan de jeux de rôles, mais un modéliste pur et dur, spécialisé dans les bateaux. Je n'attendais de lui aucune pitié et me préparai à partir.

Je me traînais vers la sortie quand Walt lança "Hé, petit, ça ira pour cette fois..."

Je n'entendis rien de ce qu'il dit d'autre car quelque chose avait surgi pour me couper de la réalité. Il n'y avait plus que moi et ma boîte rouge brillante. Walt la mit dans un sac avec le reçu et, en gros, me dit de décamper.

Je pense, ou au moins je me plais à penser qu'il l'a fait par pure bonté, et pas pour des raisons commerciales. J'aime à penser que peut-être, les dieux du jeu de rôle se sont penchés sur moi ce jour-là sous la forme d'une exonération de taxe de 30 cents.

Quand la porte s'ouvrit sur l'air libre, je sentis que j'avais fait un grand pas sur mon chemin vers l'âge adulte. Pour moi, finies les figurines *Star Wars* ou *Micronautes*. J'étais un homme de *D&D* à présent.

Je n'ouvris pas la boîte tout de suite pour une raison obscure, j'étais inquiet. Je devais attendre. Cette chose était trop précieuse pour être ouverte ici avec la foule autour de moi. Je partis retrouver mes parents à la buvette, et je leur dis que je rentrais à la maison avec "Mon Précieux".

"Comme tu veux." fut leur réponse.

Je trottai victorieusement vers la maison, m'enfermai dans ma chambre et les portes du Walhalla s'ouvrirent. Je lus tout le contenu de la boîte du début à la fin jusqu'à l'aube et créai mon premier personnage tandis que le soleil se levait. Le jour de gloire était arrivé !

Son nom était Moondog, un guerrier nommé d'après mon catcheur favori, Moondog Spot. Avec Moondog, je truquai mes premiers jets de dés... et l'épopée commença.

Article original : [Once Upon A Time: The Price of Admission](#)

(1) NdT : Aux États-Unis, les prix sont indiqués en hors taxes, la TVA n'étant appliquée que lors du passage en caisse. [Retour](#)



Suivez le guide

Maintenant que nous savons ce que peut représenter le prix d'un JdR pour certains rôlistes, intéressons-nous à la combinaison prix/produit du jeu de rôle. Les deux s'influencent en effet mutuellement.

Pour cela, le [billet d'humeur de Steve Darlington](#) mettra les choses au clair en abordant cette question sous l'angle de l'auteur. James Maliszewski s'interrogera ensuite sur [la cherté des suppléments de jeu](#) en étudiant l'évolution de leur prix sur près de trente ans. Enfin, parce qu'il faut parfois sortir de l'affect des uns et des autres, Greg Costikyan détaillera dans [Pourquoi les jeux coûtent ce prix-là](#) la répartition de la marge.



Nous sommes au XXI^e siècle et les rôlistes sont toujours des billes en économie

© 2007 Steve Darlington

Un article de Steve Darlington, tiré de [D-Fuses](#), et traduit par Fabien Deneuille

Ne m'insultez pas en me disant que j'essaie de vous rouler, parce que j'essaie de gagner ma vie



Allez, on y retourne. Premier point : le prix d'un objet est déterminé essentiellement par ce que le consommateur est prêt à payer. Pas par le vendeur. Le vendeur essaie de fixer un prix qui lui permettra de faire un profit mais il est totalement limité par ce que son marché peut et va payer.

Voilà comment le marché du jeu de rôle ne fonctionne PAS : la société A crée un produit B qui coûte X euros à publier. Elle estime que si elle en vend 10 000 unités au prix de Y euros par pièce, elle gagnera un peu d'argent à la fin de la journée, c'est-à-dire $Y * 10\,000 - X = \text{Bénéfice}$.

En fait, voilà comment cela fonctionne. La société A publie un produit B moyennant un coût X. Les clients sont prêts à en payer Z euros par pièce. Si l'entreprise a de la chance, elle en vendra suffisamment pour que $(Z \times \text{nombre d'unités vendues})$ soit supérieur à X. Si c'est le cas, l'entreprise survit. Si ce n'est pas le cas, l'entreprise perd de l'argent.

Les consommateurs sont des êtres humains ; ils ont tendance à vouloir que Z reste constant, alors que la qualité du jeu B devrait aller en augmentant. Si l'entreprise A sort un produit C, qui n'est pas au moins aussi reluisant que B, personne ne l'achètera, car il ne paraîtra pas d'aussi bonne qualité. Par conséquent, les maisons d'édition doivent convaincre les clients de payer pour les coûts de production toujours croissants pour des produits B toujours meilleurs.

Pour les jeux de rôles, le prix Z est prédéterminé au moins partiellement par des facteurs historiques : les jeux étaient en effet très bon marché par le passé. Il est également fixé par le fait que le marché en général ne donne pas beaucoup de valeur aux livres. Et, pour finir, le marché ciblé est relativement pauvre et peu disposé à tolérer des prix ou des augmentations de prix importants.

Cependant, depuis les années 90, les JdR se sont réinventés, en passant de livres de textes agrafés monochromes avec peu d'illustrations à des ouvrages de haute qualité avec des illustrations en couleur. Ceci a drastiquement augmenté le coût de production. Dans le même temps, le prix fixé à Z a tout juste augmenté en suivant l'inflation. Le résultat est, qu'en général, les rôlistes paient pour des livres aux standards de présentation de *Warhammer* 2^e édition au prix de *Warhammer* première édition.

Au final, voici ce qui se passe : Z reste relativement constant. Le jeu se vend toujours à peu près au même prix que d'habitude. Mais le coût X augmente de façon importante. La maison d'édition fait une perte.

Aujourd'hui, une très grosse entreprise avec beaucoup de moyens, qui fait beaucoup de pub, et dont les joueurs sont fidèles à ses produits peut se couvrir face à cette perte. Les entreprises plus récentes, plus petites, ne le peuvent pas. Et il n'y a qu'à peu près [aux USA en 2007 (NdT)] quatre éditeurs suffisamment gros pour mettre en place cette couverture – [Wizards of the Coast](#) ^{wiki en} [*Magic, D&D* ; filiale de Hasbro (NdT)], [White Wolf](#) ^{wiki} [*Vampire* et les JdR du Monde des Ténèbres...], [Mongoose](#) ^{wiki en} [*Runequest, Loup Solitaire*...] et peut-être [Palladium](#) ^{wiki en}, suivant l'état mental du moment de Kevin [Siembieda, son fondateur (NdT)]. Les entreprises de taille plus modeste peuvent heureusement se reposer sur leurs fidèles et la collectionniste pour survivre. Elles peuvent également prendre des mesures pour réduire X, les coûts de publication du jeu.

Les entreprises ne peuvent réduire les coûts de production, car les gens n'achètent que des trucs qui brillent. Elles ne peuvent pas vraiment réduire les coûts d'impression et de distribution car ce ne sont pas elles qui décident. Alors elles grappillent sur tout le reste. Elles embauchent des indépendants à des prix qui feraient rire la plupart des autres auteurs. Heureusement, le monde du jeu de rôle est plein de pigeons qui aiment tellement les JdR qu'ils travailleront volontiers pour des clopinettes. Les entreprises font elles-mêmes leur relecture. Parfois, elles ne se prennent même pas de salaire. Elles détournent tout l'argent qu'elles peuvent pour plaire aux fans afin d'augmenter un peu les prix sans perdre de ventes. Elles dorment par terre à la GenCon et y déposent les livres avec leur propre voiture au lieu de payer une livraison (1).

Bien sûr, les éditeurs de jeux de rôles ne vivent pas dans la rue en faisant la manche. Ils sont assez malins pour gagner suffisamment d'argent pour survivre, mais généralement pas assez pour développer leur business, se prémunir de désastres imprévus, ou pour étendre l'horizon de notre passion en général.

CEPENDANT, si jamais le prix d'un jeu monte de 5 ou 10 euros, les clients accusent l'éditeur d'être trop gourmand, ou d'essayer de se remplir les poches pour se payer une piscine incrustée de diamants et un 4x4 en or massif. Oui, la maison d'édition voudrait mieux faire. Mais *mieux* veut dire "payer un salaire décent à ses employés". Cela signifie "être une force plus présente et plus importante dans le milieu du jeu de rôle et le soutien de notre loisir."



Accuser un éditeur de JdR d'être cupide, c'est un peu comme si Scrooge accusait Bob Cratchit (2) d'être avide lorsqu'il demande un morceau de charbon pour entretenir son feu. Je me retrouve à travailler pour trois francs six sous pour que des JdR ne coûtent que la moitié de ce qu'ils devraient. Et vous me dites "Désolé, je ne peux pas vous donner 5 centimes de plus par semaine, j'ai besoin de fric pour acheter une X-box." C'est arrogant et très insultant. Cela dévalue mon travail et ma créativité. Cela dévalue le milieu du jeu de rôle et ses créations. De plus, c'est se montrer complètement ignorant de l'état du secteur et de simples réalités économiques.

Si vous ne voulez pas payer le prix, ne le payez pas. Mais ne m'insultez pas en me disant que j'essaie de vous rouler parce que j'essaie de gagner ma vie. Non, bien sûr, à moins que vous ne vouliez que je ne vous mette un coup de poing dans les burnes.

Fin de la leçon.

Sélection de commentaires

ChaosandTwocats

J'admire sincèrement une entreprise qui a tellement foi en son produit qu'elle est prête à risquer sa propre peau pour le mettre sur le marché.

Les rôlistes, en règle générale, sont une bande de salauds ingrats, qui, persuadés de leur "intellect" supérieur, estiment que tout ce qu'ils veulent devrait leur être servi sur un plateau doré ; que les éditeurs de jeux de rôles devraient être reconnaissants qu'ils daignent acheter leurs produits. Avant que quelqu'un ne se mette à protester, je tiens à préciser que j'ai entendu cela de la bouche même de ces salauds. Les talents sociaux de cette espèce ont cessé de se développer quand ils ont quitté l'école, juste parce qu'un autre nul leur a dit un jour "Mec, je suis complètement d'accord avec toi. Ça doit être dur d'être intelligent et tout seul".

J'en ai TELLEMENT marre de l'ego des rôlistes. Avoir un avis, ce n'est PAS la même chose qu'être intelligent.

À tous ceux qui sont coupables, ceux qui se plaignent, ceux qui disent "Ouais, mais...", ceux qui ne peuvent pas apprécier un point de vue positif, qu'ils soient d'accord ou non, je dis "Va te faire voir, ne te mêle pas de ma passion. Oh et au fait, arrête de dévaluer le travail de mon mec. Il se plie en quatre pour vous, bande de salauds."

One_horse_Town

Sans tenir compte des raisons pour lesquelles certaines personnes n'ont vraiment pas les moyens de suivre les hausses de prix des ouvrages de JdR, encore plus si la gamme s'agrandit régulièrement. Sur le marché du travail, tout le monde ne gagne pas un salaire décent, même chez les gens qui ne travaillent pas comme pigistes pour des éditeurs de JdR !

Ma position est inconfortable car je suis à la fois juge et partie. Comme l'expliquait Steve, les salaires des pigistes ne sont pas bons. De plus, en comptant le salaire plutôt bas de mon autre travail, je ne peux pas me permettre d'acheter tout le matériel publié pour la gamme de jeux sur laquelle je travaille actuellement. Je dois faire un choix parmi les ouvrages que je vais acheter (un peu comme la plupart des gens contre lesquels Steve s'insurge) et je ne suis pas aidé par la hausse des prix.

Je suis d'accord avec les principes que Steve expose ici. Il y a un point d'équilibre à partir duquel les ventes commencent à générer du revenu pour l'éditeur de JdR, et augmenter les prix permet de faire survenir plus tôt ce point. Cependant, ce n'est pas une raison pour s'exciter sur des gens qui ont du mal à accepter ces augmentations. Les gens discuteront de ces raisons et certains mettront en cause l'avidité des capitalistes. Je pense que dans le cas de Black Industries (BI) [éditeur américain de *Dark Heresy* et *Warhammer* de 2005 à 2008 (NdT)], les gens se basent sur la

réputation de la maison-mère [Games Workshop (NdT)] (qu'elle soit méritée ou non), et pas sur celle l'éditeur en lui-même.

C'est au mur qu'on reconnaîtra le maçon. Si les revenus augmentent après la mise en place du nouveau prix, alors on saura que les ventes n'ont pas été affectées. Si les revenus restent les mêmes ou diminuent, alors nous saurons que la hausse du prix a vraiment fait fuir les joueurs.

Yoshi

C'est moi qui ai écrit le mot "avide" sur le forum de [l'éditeur] Black Industries...

Je ne crois pas qu'il soit raisonnable de faire tout un drame sur un seul mot... qui reste tout de même "exact". Je ne pense pas que les gens de chez BI aient quoi que ce soit à dire sur les prix. C'est la décision de Games Workshop, et ce sont eux qui sont avides, et c'est le business qui veut ça. Les actionnaires veulent des dividendes. Ils opèrent sur un marché de niche et leurs figurines sont chères encore maintenant... donc les livres de JdR suivent... Ils sont même, à l'heure actuelle, un peu plus chers que ceux de chez Wizards of The Coast (en comparant les prix et le nombre de pages). Et ça ne me gêne pas. On aime *Warhammer*, on achète les livres, même s'ils sont chers. Mais quand on augmente un prix qui est déjà élevé, il y a quelque chose qui cloche. L'éditeur augmente le prix quand il sait que les vrais fans achèteront le livre. Ce n'est pas sympa.

Si *Warhammer* veut concurrencer les autres JdR, il faut que son prix reste abordable.

Je suis un peu collectionneur. S'ils maintiennent le ratio actuel prix / nombre de pages (l'exception a été *Night's Dark Masters*), je continuerai à acheter, acheter, acheter...

Je t'admire vraiment Steve, comme je l'ai dit de nombreuses fois sur le forum de BI. D'abord, car tu as les compétences et que tu t'investis. Deuxièmement, car tu bosses pour des clopinettes. Troisièmement, car tu intervies pour répondre à nos questions.

J'espère que ça t'aidera à te détendre.

Réponse de Steve

Hey Yoshi, j'apprécie ta franchise et ta gentillesse – ce n'était pas une attaque contre toi et je te remercie de ne pas le prendre personnellement.

En ce qui concerne tes remarques, je travaille pour BI et je ne sais pas moi-même comment ils fixent leur prix, donc fais attention à ce que tu présumes. Et tu ne peux pas utiliser Wizards of the Coast comme un modèle standard du marché du jeu de rôle – les plus gros éditeurs peuvent se permettre de garder des prix bas [car ils vendent plus (NdT)]. Bien sûr, les petites boîtes doivent faire la même chose pour rester compétitives, mais je suis prêt à payer quelques pièces de plus pour prendre des fruits chez le marchand de primeurs au coin de ma rue, plutôt que d'aller au supermarché, car ce qui me motive, ce n'est pas seulement le prix. Bien sûr, je ne force personne à être comme moi.

Au final, et c'est le plus important, le prix n'est pas élevé parce qu'il est au-dessus du prix de Wizards of the Coast. Il peut être relativement élevé, mais ce que je veux dire, c'est que le prix n'est même pas proche de ce qu'il pourrait être, si ce n'était pour des raisons historiques et des forces du marché. Pour dire les choses autrement : est-ce réellement un problème si un livre coûte 5 \$ de plus, quand les livres ont toujours été à moitié prix ??

C'est comme ça que je vois les choses. (...)

Réponse de Yoshi

Je ne compare pas qu'aux bouquins de chez Wizards of the Coast mais à tous en général. *Exalted*^{grog} de White Wolf : 160 pages, 25 \$. *Knights of the Grail*^{grog} et *Renegade Crowns*^{grog} de BI : 128 pages, 30 \$... mais couverture rigide donc c'est bon (et meilleur contenu selon moi, puisque c'est... un univers sinistre d'aventures périlleuses). Mais...

Night's Dark Masters^{grog}, 144 pages, couverture souple, 35 \$. 10 \$ de plus, 16 pages de plus, et pas de reliure rigide.

Il y a une différence et sur amazon.com *Tome of Salvation*^{grog} coûterait soi-disant 50 \$ (j'espère que c'est une erreur).

C'est ce qui me dérange (en plus des coquilles).

Je peux me permettre de payer ces prix, et même plus, l'argent n'étant pas un problème pour moi, **mais je connais de nombreuses personnes qui abandonneraient cet univers pour se rabattre sur quelque chose de différent et de moins cher**. Et j'aimerais qu'il y ait plus de joueurs de *Warhammer* – ce devrait être l'objectif principal de Black Industries (s'ils en ont le choix, bien sûr, mais j'en doute). Peut-être que Games Workshop veut que *Warhammer* le jeu de rôle soit un produit de niche, pas un système qui puisse affronter ses rivaux comme *Exalted*, *D&D* (qui est impossible à battre, car il y a des hordes de gamins qui pensent "JdR = tuer un monstre, lancer les dés" ⁽³⁾).

(...)

Je ne suis pas surpris que les rôlistes-consommateurs se plaignent. C'est une minorité que l'on entend en général plus que les autres, comme ça a toujours été le cas. C'est pourquoi les seuls produits que j'aie jamais voulu écrire furent les quelques-uns que j'ai faits pour Dream Pod9 ; et je l'ai fait par amour/volonté de donner quelque chose en retour, pour les JdR auxquels j'ai joué. Ce n'était pas pour "faire carrière".

Les rôlistes peuvent vraiment se montrer radins. C'est pourquoi j'ai dû aller gagner ma vie créative ailleurs et que je

continue à le faire.

Article d'origine : [It's 2007 and gamers still don't understand basic economics](#)

Addendum : L'argent, ça compte

Les éditeurs de [Marvel Heroic Roleplaying Game](#) souhaitent que j'écrive une critique sur leur jeu. Je veux écrire cette critique. Cela signifie plus de couverture média pour eux, ce qui entraîne plus de ventes, ce qui rend le milieu plus fort, donc plus de travail pour moi, potentiellement, et en plus je reçois un exemplaire gratuit, que je pourrai également utiliser pour promouvoir le jeu autour de moi.

Mais j'ai abandonné ce projet parce que je ne peux pas me le permettre. Aucun éditeur ne peut se permettre de payer les critiques. De même, très peu – voire aucun – des sites ou magazines sur les jeux de rôles peuvent se le permettre. Alors que ce que je suis en train d'écrire cette semaine est pour une Vraie Revue TM, et paiera ainsi mon loyer du mois. Et la bouffe et, ô mon Dieu, qu'est-ce que j'aime pouvoir me payer la bouffe.

Maintenant si, disons, quarante personnes mettent chacune 10 AU\$ dans le compte Paypal associé à ma vieille adresse mail catseshaCHEZyahoo.com, alors j'aurai le loyer du mois et je pourrai absolument écrire une critique de ce jeu et soutenir le marché du JdR. Mais c'est peu probable, et je ne vais pas mettre en place une "rançon" pour chaque critique.

Alors, où veux-je en venir ? Juste un rappel que chaque fois que quelqu'un dit que les JdR sont trop chers, un écrivain meurt du scorbut et de malnutrition ⁽⁴⁾. Et que la plupart du temps, les types créatifs du milieu rôliste ont le choix entre ramener de la nourriture à la maison, ou du contenu sur le web. C'est ça la réalité.

Article original : [Money Matters](#)

(1) NdT : Un témoignage d'un petit éditeur fauché à la Gencon dans [Démolir le rêve du rôliste](#) ^{ptgptb}, à suivre un petit peu plus loin dans ce livre numérique. [\[Retour\]](#)

(2) NdT : Référence au conte de Charles Dickens [Un chant de Noël](#) ^{wiki} dont le personnage principal est Scrooge, un vieillard égoïste et avare (qui a inspiré le personnage de Picsou). Bob Cratchit est son employé sous-payé et exploité, cherchant à survivre. [\[Retour\]](#)

(3) NdT : [Les rencontres avec combat](#) ^{ptgptb} développe justement la manière si particulière de réaliser des combats quand vos joueurs sont des enfants. [\[Retour\]](#)

(4) NdT : Malheureusement, cette situation était déjà le cas il y a très longtemps, notamment durant l'Antiquité. Le *Satiricon* de Petrone disait déjà "Je ne sais pas pourquoi, mais l'art a très souvent pour sœur la misère". [\[Retour\]](#)

Tout compte fait

© 2012 James Maliszewski

Un article de James Maliszewski, tiré de [Grognardia](#), et traduit par Benoît Gardonio

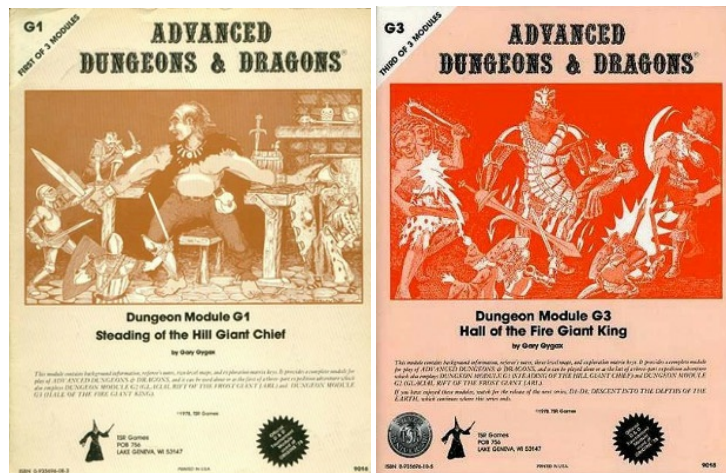


Donc, comme je l'ai dit l'autre jour, j'ai dégoté des éditions originales de 1978 (celles avec les couvertures pastel) des scénarios (modules) Séries G, écrits par Gary Gygax [pour *D&D*1 (NdT)]. Comme je n'avais jamais possédé que le pack sorti plus tard, cette lecture a été instructive. Jusqu'ici, la chose la plus évidente que j'en ai retirée est de me rendre compte à quel point ces modules étaient chers.

J'ai acheté le plus gros de mes modules *D&D* en 1980-1981. Si je me rappelle bien – et ma mémoire peut me jouer des tours – chacun d'eux m'a coûté environ 6 \$, pour une pagination moyenne de 26-32 pages. Ce prix ferait dans les 15 \$ actuels, en prenant en compte l'inflation.

Les Séries G, d'un autre côté, se vendaient autour de 4,50 \$ pièce en 1978 (en fait, 4,49 \$ pour les deux premiers et 4,98 \$ pour le troisième). Ce qui reviendrait à 15 \$ le bidule aujourd'hui, le prix relatif des modules étant donc, en tout cas, resté assez constant de 1978 à 1981.

Mais voilà le hic : les deux premiers modules des Séries G faisaient seulement 8 pages. 15 \$ pour 8 pages ! Ça fait beaucoup d'argent, hein ? G3 est un peu mieux, avec 16 pages mais, même là, ça fait peu de scénar par dollar, surtout quand on le compare aux modules publiés après mon entrée dans le hobby. L'autre conclusion qu'on peut en tirer ? Le matériel de jeu actuel n'est (généralement) pas surévalué : en réalité, un bon paquet de ces trucs sont sans doute sous-évalués, au moins si on les compare avec ce qu'ils coûtaient les suppléments de *JdR* à la fin des années 70 et au début des années 80.



Bon, je suis certain que quelqu'un va se pointer et lancer toutes sortes de justifications, comme quoi il faut prendre en compte ceci ou cela ou encore ça avant de vraiment pouvoir comparer les prix entre deux années différentes. Je suis d'accord. Mais même ainsi, combien parmi nous aujourd'hui seraient prêts à raquer 15 \$ pour une aventure de 8 pages ? Pas grand-monde, je suis prêt à le parier. La vérité, c'est qu'on en a bien plus pour notre argent aujourd'hui que dans notre jeunesse.

Sélection de commentaires

SAROE

Est-ce que nombre de pages = qualité = plaisir ?

Tu as dit que c'étaient les meilleurs modules. Est-ce qu'ils valaient leurs 6 \$ de fun ?

James Maliszewski

Je n'ai jamais payé ces prix-là pour les Séries G. J'ai payé 6 \$ les trois, donc je ne peux pas vraiment répondre à la question dans ce cas précis. Pour ce qui est de la question plus générale, non, je ne pense pas que le nombre de pages reflète quoi que ce soit de la qualité ou du plaisir, mais ce n'était pas mon propos.

Ce que je voulais dire, c'est que, de nos jours, on entend souvent les joueurs se plaindre de la cherté des produits rôlistes comparés avec le bon vieux temps. Alors que ce n'est largement pas le cas, puisque de nombreux produits rôlistes étaient comparativement bien plus chers à cette époque que maintenant.

Jer_00

J'argumente en ce sens tout le temps mais je ne suis pas suivi. Les gens sont d'accord avec les faits (que 15 \$ de 1980 correspondent à 40 \$ en 2012) mais cela ne les empêche pas de penser qu'ils n'en ont pas pour leur argent aujourd'hui.

À mon avis, je pense que c'est parce que l'argent qu'on a dépensé pendant notre Âge d'Or Personnel du JdR produit un retour émotionnel sur investissement plus grand que l'argent qu'on dépense les années suivantes. Les achats à 20 \$ que je fais aujourd'hui n'arriveront jamais à la cheville de la boîte de *Marvel Superheroes RPG* à 10 \$ de 1984. Pas parce que ce que j'achète aujourd'hui n'est pas bon ou même meilleur que *Marvel Superheroes* ne l'était en tant que JdR, mais parce que je n'ai plus la même approche des JdR – je suis trop vieux, plus rien ne m'étonne, et rien ne sera plus aussi nouveau.

Je reconnais que ce que je dis est influencé par mon historique avec les comics et le fait de traîner avec des lecteurs de comics en général – votre Âge d'Or Personnel des comics est toujours celui des meilleurs comics, et ceux des époques précédentes et suivantes lui sont inférieurs, et c'est tout. Ne vous laissez pas entraîner dans une discussion sur "les BD de super-héros les plus chouettes à lire" avec quelqu'un qui a commencé à lire des comics en 1975, un autre en 1985 et le dernier en 1995 – ça tourne à la catastrophe. Une catastrophe encore plus grave que les conversations rôlistes équivalentes, qu'on aime appeler les "Guerres des Éditions"...

jack.fletcher64

Je crois qu'ils n'étaient pas loin de 10 \$ chacun au Canada. Les lunettes roses mises à part, je n'ai pas été impressionné par les Séries G. Les Séries D valaient plus leur pesant de cacahuètes, mais nos personnages n'ont jamais atteint un niveau où elles auraient été utiles.

Eric Medalis

Ce qui manque dans ta problématique, je crois, c'est la question de la rareté : à cette époque, il n'y avait pas autant de titres disponibles : 8 pages, c'était énorme si elles constituaient le seul objet ludique que vous alliez voir pendant un ou deux mois. Et, même s'il y avait de nombreux systèmes [de règles] à cette époque exaltante, les scénarios/suppléments pour *D&D* ne couraient pas les rues – *Judges Guild* était sans doute le seul éditeur hors-TSR, après que TSR eut limité ses licences.

On pourrait se rappeler d'une foule de jeux de cette époque (*D&D*, *Tunnel&Trolls*^{grog}, *Gurps*^{grog}, *Traveller*^{grog}, etc.), mais pour plein de gens, la seule source de JdR n'était pas les magasins de jeux ou les boutiques spécialisées, mais les magasins de jouets qui possédaient une petite pile de trucs TSR.

Je pense qu'aujourd'hui, les gens rechigneraient à payer 15 \$ pour 6 pages, parce qu'ils peuvent facilement trouver beaucoup d'autres choses – généralement aussi bonnes voire meilleures – pour moins cher.

Wayne Rossi

Avant l'inflation de la fin des années 70, le matos de JdR coûtait vraiment cher. Un dollar de 1974 équivalait à quatre dollars de 2010. Donc, de nos jours, *Chainmail*^{wiki} (5 \$) coûterait 20 \$, *(Original) D&D*^{wiki} (10 \$ [Ⓛ]), 40 \$ et *Empire of the Petal Throne*^{grog} (25 \$) représentait une somme rondelette – l'équivalent de 100 \$. Pas beaucoup moins que le prix d'un [rare] exemplaire d'occasion aujourd'hui, en fait.

En comparaison, de nos jours la *boîte Débutant de Pathfinder* est à 34,95 \$ – avec un livre de 64 pages, un autre de 96 pages, 80 pions, un tapis et différentes fiches – et tout cela aurait coûté 8,12 \$ en 1975, MOINS que *OD&D* avec plus de contenu. Donc, c'est clairement un euphémisme de dire qu'on en a davantage pour son argent de nos jours.

Shawn Sanford

Je me souviens avoir fait l'impasse sur les Séries G pastel parce qu'elles étaient si courtes. Et puis, encore une fois, au début des années 80, la plupart du matos des années 70 semblait vraiment de la merde. J'ai dépensé beaucoup d'argent pour des trucs sur lesquels j'ai craché par la suite (et souvent tout ça était à un prix ridiculement bas chez des soldeurs).

Mikko Parviainen

Je me souviens que je trouvais les livres de JdR chers quand j'étais gamin. Je n'avais pas tant d'argent que ça et je devais en demander à mes parents chaque fois que je voulais un nouveau JdR. Ils me donnaient l'argent la plupart du temps ; je crois qu'ils considéraient le JdR comme un bon passe-temps. C'était la fin des années 80 et le début des années 90.

Après ça, j'ai réalisé que le jeu de rôle est en vrai un hobby peu onéreux : pas *besoin* d'acheter de nouveaux jeux aussi souvent – l'essentiel du plaisir consiste à fabriquer son propre matos. Je ne vois plus les livres de JdR comme aussi chers maintenant, même s'il faut reconnaître que 60 euros pour un livre de JdR, c'est une somme.

Je continue d'acheter des livres de JdR, même si actuellement je joue moins. Je n'ai jamais utilisé tant de modules d'aventures que ça, donc j'ai tendance à ne pas les acheter et j'apprécie les suppléments spécifiques moins qu'avant.

Mais j'aime les nouvelles règles et les nouvelles zones de campagne.

Welleran

Je trouve ironique d'avoir acheté autant de matos *D&D* au début des années 80 avec le peu d'argent que j'avais, et que, maintenant que l'argent n'est plus un problème, je ne voie aucune raison d'acheter autant (juste deux trois trucs par ci par là, uniquement pour m'en inspirer).

Steve

Je suis d'accord que le matériel de JdR coûtait cher à l'époque : ils me paraissaient bien chers à moi, en tout cas. Avant que je commence à travailler pour TSR, je ne possédais pas autant de leurs produits, tout simplement parce que je ne pouvais pas me les offrir ou parce que je ne pouvais pas justifier de telles dépenses. Quand je lâchais des ronds pour le JdR, ça partait souvent pour du Avalon Hill ou du SPI où j'avais une meilleure sensation de retour sur investissement : ces jeux pesaient plus lourd, après tout. C'est une façon très matérialiste de mesurer la valeur, mais j'étais jeune et innocent, à cette époque.

Dan2448

C'est tellement vrai. J'ai acheté plusieurs de ces modules "pastel" à cette époque, dont ceux des Séries D et G. Je me rappelle un soir où mon père est entré dans ma chambre et les a vus sur le bureau. Il m'a demandé combien je les avais payés et quand je lui ai dit, il était bouche bée et incrédule.

Il y a sans doute de nombreuses raisons qui expliquent que les produits rôlistes aujourd'hui sont de meilleur "rapport qualité/prix". Je suppose qu'une des raisons majeures est le développement de l'impression en Chine, qui a dû, je présume, réduire massivement les coûts des livres à couverture rigide par rapport à l'impression aux États-Unis en 1978 (Tous mes exemplaires mentionnent "Imprimé aux États-Unis" en page 1).

Richard Balmer

Je pense que les plaintes sur les prix élevés proviennent sans doute plus des gens qui ont commencé notre loisir à la fin des années 1990 ou au début des années 2000, pendant l'âge d'or des suppléments à couverture souple. Tous ces livres achetés quand j'ai découvert le JdR sur table vers 2000... *Cyberpunk 2020*, *Shadowrun* 3^e édition, *GURPS*, tous ces livres pour environ 7 à 15 £ et souvent plein de contenu. En fait, je pense que, comparée à *Pathfinder*, l'équation tient la route, en termes de prix : les livres de chez Paizo coûtent environ 10 £ de plus mais ils sont bien mieux faits et sont généralement plus "épais". C'est juste que c'est psychologiquement plus facile d'acheter sur un coup de tête deux suppléments à 15 £ qu'un livre à 25 £ !

Ceci dit, je pense que la principale différence entre maintenant et il y a 15 ans se trouve dans les livres de règles – le bond de 20 à 40 £ est presque un standard pour tout ce qui sort de chez Fantasy Flight ou Paizo, et de nombreuses autres maisons d'édition plus petites semblent les suivre. Je ne sais pas si c'est forcément une mauvaise chose mais... ben, j'étais un ado anglais de banlieue dans les années 90, ce qui signifie que je suis à peu près aussi obsédé/nostalgique du [wargame avec figurines] *Warhammer 40000* qu'un ado américain d'origine démographique similaire l'aurait été avec *Star Wars* ou *D&D* dans les années 70 – et il est encore relativement surprenant que je n'aie pas rassemblé sur un coup de tête tous les livres de *Dark Heresy/Rogue Trader*. Je suppose qu'ils sont au-dessus de la limite psychologique d'achat compulsif de 20 £...

Je pense que c'est un problème pour le hobby – si *Dark Heresy*^{grog} [premier JdR dans le monde de *Warhammer 40000* (NdT)] était sorti en 2002, ç'aurait sans doute été ma porte d'entrée dans le jeu de rôle, et je pense que [40 £] aurait été un prix prohibitif pour moi en tant qu'ado. D'un autre côté, on dirait bien qu'aujourd'hui les "kits de démarrage" pour les JdR "grand public" qui amènent les gens au jeu de rôle sont à la fois accessibles et bien faits, donc tout ne va pas si mal !

Article original : [Consider](#)

⁽¹⁾ NdT : La boîte de base devait même coûter 6 \$. Mais cela constituait une barrière conséquente pour les plus jeunes, comme l'a abordé l'émouvant et indispensable [Droit d'entrée](#)^{ptgptb}, un peu plus tôt dans ce livre numérique. [\[Retour\]](#)

Pourquoi les jeux coûtent ce prix-là

© 1996 Greg Costikyan

Un article de Greg Costikyan, tiré de [Costik](#), et traduit par Véra

Greg Costikyan

De nos jours, le prix d'un JdR d'aventures standard peut grimper jusqu'à 30 \$. Cela fait peut-être une sacrée somme à faire cracher aux joueurs mais la logique économique fait que vendre des jeux dans des gammes de prix élevés est non seulement acceptable mais aussi préférable. La plupart des maisons d'édition pensent que si un rôliste veut vraiment un jeu, cela ne changera rien qu'il coûte 19,95 \$ ou 29,95 \$; donc :

- si vous pensez que votre jeu va faire un tabac, autant demander un prix élevé ;
- et si vous ne pensez *pas* que votre jeu a des chances de faire un carton, autant ne pas le sortir.

Ce que la plupart des rôlistes ne saisissent pas, c'est que quand ils dépensent 30 \$ pour un jeu, ils achètent un produit dont le coût de production se situe entre 3,75 \$ et 5 \$.

Je vous entends d'ici : "Diable ! Quelle marge ! C'est clair que ces éditeurs de jeu me saignent à blanc !". Ne tirez pas de conclusions hâtives. Pour comprendre pourquoi vous payez autant pour un jeu, vous devez connaître la structure des coûts de ce secteur.



Mettons que je décide de créer une nouvelle maison d'édition de jeu, Jeux Lambda SARL et que nous aurions pour projet de sortir un JdR avec un tout nouveau système : *Aventures à Comptaland*. Prix de vente public : 30 \$ (1). Si je me renseigne, je découvre rapidement que la majorité des jeux sont vendus aux distributeurs qui, à leur tour, les vendent aux boutiques ; et les distributeurs détestent les éditeurs qui essaient de vendre directement aux magasins. Donc Lambda SARL a plutôt intérêt à passer par des distributeurs.

Les distributeurs me diront qu'ils achètent d'habitude à tarif préférentiel qu'ils appellent le "cinquante-dix et dix". Cela veut dire que je dois leur offrir une réduction de 50 % juste parce que je passe par eux (je passe de 30 \$ à 15 \$), une autre réduction de 10 % sur ce prix si le distributeur m'achète un nombre minimum d'exemplaires (en général 12, et j'en suis à 13,50 \$), et une dernière ristourne si le distributeur paye ses factures en temps voulu (j'en suis à 12,15 \$). Vous noterez que le "cinquante-dix et dix" ne signifie pas 70 % car les 10 derniers pour cents sont calculés après avoir retranché les ristournes précédentes. La réduction totale est de 59,5 %.

Donc pour notre produit à 30 \$, Lambda SARL ne touche que 12,15 \$. Le distributeur ne garde pas le reste, il prend en général 10 à 20 %. Le détaillant garde le reste de l'argent.

On en est à 12 balles et des clopinettes et on n'a pas encore calculé nos coûts de production !

Tout d'abord nous devons nous occuper du coût réel de l'impression d'un jeu de rôle. Comment le déterminer ? La plupart des éditeurs de jeu utilisent un système de "coût net". Ils calculent le coût exact d'un jeu, jusqu'au prix des dés, puis ils calculent leur prix de vente. Mais une méthode plus ancienne, dite "des rapports", reste une technique utile pour faire une estimation à la louche. Avec cette "méthode des rapports", vous essayez de garder les coûts de production à 1/6^e, 1/7^e ou 1/8^e du prix final ; cela dépend du rapport que vous choisissez 6, 7 ou 8. Donc notre jeu à 30 \$ coûte probablement entre 3,75 \$ et 5 \$ à Lambda SARL pour l'imprimer.

Mettons que je sois super doué pour économiser sur les coûts d'impression (ou je pense pouvoir m'en sortir avec une qualité d'impression médiocre), et que je parvienne à garder ce coût à 4 \$ pour un jeu à 30 \$. Quels autres coûts reste-t-il ?

Bien entendu, il faut payer le créateur du jeu. Heureusement (pour Lambda SARL), les créateurs sont très peu payés dans le milieu du jeu. Les droits d'auteur standards sont de 2,5 %. Donc Lambda SARL doit verser à Corentin Delacompta, créateur de *Aventures à Comptaland* la modique somme de 75 cents par exemplaire vendu.

Il faut aussi payer les commerciaux. Aucune entreprise de ce secteur, y compris TSR, n'a les épaules assez larges pour garder une importante équipe de vente parmi ses employés. En général, un éditeur engage un responsable des ventes, et emploie des VRP indépendants qui sillonnent le pays. Ces commerciaux touchent une commission, en général 7 % du prix total de vente sur chaque jeu vendu. Ils ne gagnent pas assez pour vivre en ne travaillant que pour une seule maison d'édition donc beaucoup représentent plusieurs éditeurs ou d'autres entreprises dans des domaines connexes. 7 % de 12,15 \$ font 85 cents.

[Notons que les VRP gagnent plus d'argent que les créateurs. Je ne connais aucun autre secteur où c'est le cas... Mais ce sera peut-être le sujet d'un autre article.]

Ensuite il y a la publicité et la promotion. Si nous ne faisons pas connaître notre super nouveau jeu au public, personne ne va l'acheter. Il nous faut plus que des pubs : il faut des catalogues, des posters, des dépliants pour les revendeurs et distributeurs... Et tout ceci a un prix. Lequel ?

Une estimation grossière souvent utilisée dans bien des secteurs économiques, est qu'on doit investir dans la promotion d'un produit entre 5 et 10 % du revenu attendu. C'est un calcul approximatif et bien souvent les éditeurs investissent plus ou moins ; mais cela donne un chiffre de départ. Pour *Aventures à Comptaland*, on devra investir entre 68 cents et 1,22 \$ par jeu pour la promotion. Faisons une moyenne à 95 cents.

Il faut aussi penser à l'assemblage, la manutention et l'expédition. Nos coûts de transport n'incluent que le prix à payer pour acheminer les composants du jeu à notre entrepôt. La majorité des jeux [de société] doivent être assemblés ; il faut placer la règle du jeu, les plans, les pions et les dés dans la boîte, la mettre sous cellophane puis dans des cartons de transport. Ensuite, il faut payer les transporteurs pour livrer les jeux aux distributeurs. Tout ceci a un prix. Lequel ? Cela dépend de bien des facteurs ; mais disons que cela représente 5 % des coûts du jeu – un chiffre plutôt optimiste. Cela fait 68 cents.

Quoi d'autre ? Eh bien, l'illustration de couverture peut être chère ; on peut devoir payer jusqu'à 2500 \$ pour en avoir une vraiment belle. Il est difficile de calculer les coûts par jeu vendu, parce qu'on ne peut pas savoir d'avance combien on en vendra. Donc nous allons plutôt attribuer une somme de 15 cents par jeu pour l'illustration de la couverture. C'est une estimation basse dans la plupart des cas mais tout de même raisonnable si on suppose que *Aventures à Comptaland* remportera au moins un succès modeste.



Il faut aussi s'occuper des intérêts. Il faudra payer les imprimeurs bien avant de recevoir le paiement des distributeurs. En fait, les éditeurs de jeu vendent en général entre un quart et un tiers des produits imprimés quand ils distribuent un nouveau jeu et prévoient d'écouler le reste du stock sur l'année suivante ou sur deux ans. On peut raisonnablement supposer qu'on se retrouvera à payer, en moyenne, six mois d'intérêts sur la facture d'impression, au moins. Même si vous avez des économies et n'envisagez pas d'emprunter, il faut quand même inclure ce coût car vous renoncez aux intérêts que votre argent vous aurait fait gagner si vous l'aviez placé au lieu d'imprimer votre jeu. Mettons que vous empruntiez à 10 %, sur 6 mois, vous paierez 5 % d'intérêts. Donc la charge des intérêts sur nos coûts d'impression de 4 \$ est de 20 cents.

Voyons comment nous nous en sortons jusque-là.

30 \$	Prix de vente HT
-------	------------------

- 17,85 \$	Remise au distributeur
= 12,15 \$	= Revenu brut pour Lambda SARL
- 4 \$	Coût de production
- 0,75 \$	Droits d'auteur du créateur
- 0,85 \$	Commission pour les commerciaux
- 0,90 \$	Pubs et promotion
- 0,68 \$	Assemblage et transport
- 0,15 \$	Illustration de couverture
- 0,20 \$	Intérêts
= 4,62 \$	= Revenu net pour Lambda SARL

Donc Lambda SARL fait un profit de 4,62 \$, c'est ça ? On ne vole pas le client mais on fait quand même un joli profit. N'est-ce pas ?

En fait non. Nous avons mis de côté une dépense très, très importante : les charges incompressibles. Il y a beaucoup, beaucoup de salaires à verser : le directeur des ventes, les graphistes qui ont fait le design de la boîte, des éléments et des règles ; les gens qui ouvrent le courrier et gèrent les commandes ; l'équipe de création artistique qui a pris la prose – sèche comme un coup de trique – de Corentin Delacompta et l'a transformée en un jeu publiable ; le graphiste, le maquettiste et le relecteur ; le gérant et les ouvriers de l'entrepôt ; l'agent d'accueil. Si Lambda SARL est une toute petite entreprise, tous ces postes peuvent être remplis par une seule personne ; mais dans ce cas elle devra bosser comme un forcené et il vaudrait mieux la payer à la hauteur de ses efforts. Mais si Lambda SARL est une entreprise de taille conséquente, les salaires sont sûrement sa ligne de dépense la plus importante et de loin ; plus même que les coûts d'impression.

Et les salaires ne sont pas tout. Il y a aussi le loyer des locaux, les factures de téléphone, d'électricité et de chauffage, les fournitures et le mobilier de bureau, les voyages et la détente ; et toutes les dépenses variées à prendre en compte quand on gère une entreprise.



Comment répartir tous ces coûts par jeu vendu ? La réponse la plus simple est : c'est impossible. Il faut répartir les charges, sur tous les produits que vous imprimez et vendez. À moins de savoir exactement combien de jeux vous allez vendre cette année (impossible bien sûr), vous ne savez pas exactement comment calculer le coût des charges pour chaque jeu. Mais certains éditeurs utilisent différentes approximations.

Une société pour laquelle j'ai travaillé avait tout simplement décrété que les charges valaient autant que les coûts d'impression. Ceci bien sûr est absurde, mais c'était la méthode d'approximation qu'ils utilisaient. Selon cette règle, le profit qu'on peut tirer de *Aventures à Comptaland* est de 62 cents. J'ai aussi vu des tableaux de production d'éditeurs de livres qui estimaient les charges à 30 % du revenu attendu pour un ouvrage. Selon cette règle, *Aventures à Comptaland* coûte 3,65 \$ en charges, ce qui nous laisse un profit de 97 cents.

Mais n'oublions pas que ce profit est estimé en supposant que tout se passe bien. Le jeu coûte ce que nous avons anticipé, pas de coûts cachés, pas de dépassement de budget. Nos distributeurs ne font pas faillite, et ils payent tous leurs factures. Le

gérant de notre entrepôt ne nous laisse pas que nos yeux pour pleurer. Et le plus important, nous vendons tous les exemplaires imprimés.

Parce que, voyez-vous, il est fréquent que les jeux ne se vendent pas. Lambda SARL pourrait très bien imprimer 10 000 exemplaires de *Aventures à Comptaland* et n'en vendre que 5 000 ⁽²⁾. Alors les chiffres ressembleraient à cela :

30 \$	Prix de vente HT
- 17,85 \$	Remise au distributeur
= 12,15 \$	=Revenu brut pour Lambda SARL
- 8 \$	Coût de production*
- 0,75 \$	Droits d'auteur du créateur
- 0,85 \$	Commission pour les commerciaux
- 1,80 \$	Pubs et promotion*
- 0,68 \$	Assemblage et transport
- 0,30 \$	Illustration de couverture*
- 0,40 \$	Intérêts*
= - 0,62 \$	= Revenu net pour Lambda SARL

* Les coûts de production et de promotion sont doublés car on imprime deux exemplaires pour chaque jeu vendu ; le coût de l'illustration de couverture est fixe mais réparti sur moitié moins d'exemplaires vendus, il apparaît donc comme doublé par rapport au tableau précédent.

Nous sommes donc en déficit avant même de nous occuper des charges. [et hop, 3100 \$ perdus sur les 5000 jeux vendus !]

Le fait est que, en général et pour la majorité des éditeurs, le JdR d'aventure n'est que minoritairement rentable, même quand tout va bien. Et quand ça se passe mal, votre entreprise peut rapidement couler. Les seules qui s'en sortent invariablement bien sont celles qui ont des franchises établies, qui peuvent produire immanquablement de bonnes ventes. Les seules sociétés dans le secteur du jeu qui font régulièrement des profits sont les plus grosses : TSR, Games Workshop, et FASA.

Article original : [Why Games cost what they do](#)

(1) NdT : Hors TVA. Rajouter 20 % si c'est vendu comme un jeu (dans une boîte, avec des accessoires comme des dés), 5 % si c'est vendu comme un livre. Ça ne change rien aux calculs de comment se répartit le montant payé HT. [\[Retour\]](#)

(2) NdT : En France à notre époque, une bonne vente d'un JdR c'est 2000 exemplaires. Et, à moins que vous ne vouliez éternellement avoir des boîtes d'invendus dans votre garage, vous devrez aussi payer les coûts de déstockage et d'envoi au pilon. [\[Retour\]](#)

 *Suivez le guide*

Après les deux variables que sont le prix et le produit, restent désormais la distribution et la promotion.

Heureusement pour les rôlistes réfractaires au marketing, ces deux éléments du mix se retrouvent dans un seul et même événement : les conventions. Robin D. Laws s'attachera donc à la [manière de présenter une œuvre efficacement](#) lors d'un salon tandis que Kevin Vance vous racontera les misères du créateur devenu éditeur, et comment [les conventions représentent le summum de son humiliation](#).



Méchantes vérités sur les boniments

© 2004 Pelgrane Press

Un article de Robin D. Laws, tiré de [See p. XX](#), et traduit par Antoine Drouart



présente

Savez-vous au moins vendre votre JdR en convention ?

L'été dernier [2004], la convention Origins, à Columbus dans l'Ohio, a été pour moi un terrain d'observation, pas spécialement des plus plaisants, qui m'a ouvert les yeux : elle m'a poussé à vouloir affûter [mes talents de] concepteur et auto-promoteur pour mon propre JdR, et à pousser mes collègues à faire de même. Dans le circuit de séminaire de la conv, j'ai réuni quelques-uns de mes collègues Invités d'honneur pour un événement appelé *Gaming Gurus Pick the Goods* [Les gourous du JdR sélectionnent les bons]. L'extraordinaire concepteur Jonathan Tweet, le grand manitou de la GenCon Peter Adkison et John Kovalic, suprême fournisseur de rats musqués [Muskrat est le surnom de John Kovalic, auteur de la bande dessinée [Dork tower](#) (NdT)], et j'ai frayé mon chemin à travers le hall des distributeurs pour chercher des nouveautés cool à proposer pour un séminaire à venir.

Nous étions à la recherche de publications nouvelles et assez nouvelles. Aussi nos recommandations devaient-elles être basées sur une première impression rapide. Nous n'avions pas le temps de jouer en détail à tous les jeux de rôles ni de débusquer leurs vices cachés. Si un produit attirait l'œil d'un des membres de l'expédition, il gagnait sa place sur la pile. C'est le niveau minimal pour une évaluation. Même ainsi, nous consacrons à cette chasse une somme d'énergie plus grande que n'importe quelle personne saine d'esprit ne l'aurait fait pour une salle de cette taille.



Je fus choqué par ce que nous rencontrâmes. Stand après stand, nous devions patauger dans des présentations faiblardes, confuses, quelconques voire inexistantes. Nous nous présentions aux tables des distributeurs avec bien plus d'énergie et d'enthousiasme que la plupart des acheteurs pleins de méfiance. Les vendeurs n'avaient pas besoin de nous tirer vers leurs étalage ; nous nous servions nous-mêmes comme sur un plateau d'argent. D'accord, certains occupants des stands nous connaissaient comme des gars du métier et pouvaient s'imaginer qu'il n'y avait pas de véritable vente en perspective. Pourtant, c'était particulièrement estomaquant de poser la question "Qu'est-ce que vous avez comme formidables nouveautés ?" et d'entendre "Euh... pas grand-chose..." ou un "Oh, toujours les mêmes vieilles cochonneries !", encore plus dévastateurs.

Comme autres non-réponses à vous figer le sang, nous avions "Je ne sais vraiment pas, je ne fais que m'occuper du stand", et le mémorable "Je suis la petite amie, demandez-le à lui".



Pour la petite histoire...

Quelques semaines plus tard, Jonathan, Kenneth Hite et moi-même répétions le processus à la GenCon. Je ne vous répète pas le pire des boniments de cette manifestation.

Si ce n'est une petite poignée d'entreprises disposant du personnel adéquat, la plupart des fabricants de jeu ne pouvaient tenir un stand sans travailleurs bénévoles, qu'ils soient amis, créateurs indépendants, fans ou autres personnes d'importance [pour eux]. Ce que notre petite aventure mit par inadvertance en lumière, c'était que la plupart des stands ne prenaient pas le temps de donner un briefing, ne serait-ce que minimal, à leur conscrits avant de les laisser face à un public grouillant. Projeter l'image d'une personnalité accueillante ne vient pas nécessairement naturellement aux membres de notre glorieuse tribu de geeks. Nombre d'entre nous sont soit distants, soit excessivement volubiles et ont quelques difficultés à s'exprimer, ou à rester dans le sujet.

Quiconque a un tant soit peu la responsabilité de tenir un stand à une manifestation devrait se sentir terrifié que le personnel du stand, qu'il soit employé ou volontaire, donne au public des réponses aussi décourageantes que celles citées ci-dessus. Mes cheveux se dressaient sur ma tête. Je me suis alors interrogé sur mes propres compétences de camelot et si j'étais devenu imbu de moi-même après avoir été un vendeur énergique et efficace dans mes jeunes années.

Tout responsable de stand, avant toute manifestation, doit, **doit**, doit absolument rassembler ses volontaires pour une réunion. Si ce sont des rôlistes, par Dieu, faites-leur jouer un rôle. Menez-leur un scénario dans lequel ils doivent vous baratiner vous, client quasi-intéressé, sur le produit.

Assurez-vous qu'ils sachent ce qu'ils doivent savoir sur chaque produit. Ne laissez personne tenir votre stand avant que vous n'ayez pu les prendre à part pour affûter leur laïus. Personne ne veut d'un maniaque trop enthousiaste bondissant dans les allées et rabattant des participants malgré eux, mais vous avez besoin de quelqu'un qui peut, à la demande, instiller au client le même enthousiasme qui vous a fait publier votre produit au début. Faites ce que ferait n'importe quel responsable de stand pour n'importe quelle vraie foire ou salon : donnez-leur un script ! Il n'est pas nécessaire qu'ils le répètent mécaniquement comme des perroquets, mais ils doivent en connaître les grandes lignes.

C'est le second, et bien plus commun, péché capital que nous avons observé dans le hall des distributeurs ce jour-là. Lorsqu'on leur demandait, la plupart des occupants des stands pouvaient effectivement retrouver leur tout dernier truc le plus cool, mais presque aucun n'était capable de faire une description rapide de son principe de base.



Le marketing réussi de tout produit commence par un unique argument de vente. Qu'est-ce qui dans cet objet fait que quelqu'un va avoir envie de l'acheter plutôt qu'autre chose ? Un argument de vente doit être une phrase courte et rapide pleine de promesses et d'informations. Vingt-cinq mots ou moins, de préférence moins.

Nous avons entendu de nombreuses réponses qui ne ressemblaient pas du tout à des arguments de vente. Nous avons entendu que tel livre était culte car il était très populaire dans un certain pays durant les années 80. Parfois, le vendeur parcourait le livre jusqu'à sa règle favorite et commençait à nous l'expliquer en détail, comme s'il expliquait le jeu, mais hors de tout contexte. Ou encore on nous disait combien ce JdR était incroyablement bon et original, mais la nature exacte de cette différence restait très évasive.

À maintes occasions, j'ai essayé de lutter pour extraire un argument de vente d'un vendeur laborieux. Avec un jeu de rôle, il y a de nombreuses façons de formuler la question : "Que font vraiment les personnages dans la partie ?", "Je suis meneur.

Comment convaincre mes joueurs de jouer à ce JdR ?”, “En quoi ce jeu diffère-t-il de D&D ?” ou le plus direct “Parlez-moi de ça en 25 mots ou moins.”

Dans certains cas, il était clair que le jeu avait une accroche et que le type du stand n’était pas correctement préparé à la donner. Plus démoralisant, nous avons réalisé que de nombreux livres, cartes ou plateaux de jeu étalés sur les tables avaient été conçus, testés, financés, fabriqués et mis sur le marché sans une raison d’être valable et unique. Les produits n’avaient rien d’immédiatement distincts des autres JdR bien établis qui dominaient déjà leur propre catégorie.

Il n’est plus temps de composer ce résumé de 25 mots pour votre accroche quand vous arrivez à la convention où votre grosse production doit faire (s’il plaît aux dieux de l’impression et des services postaux) sa présentation officielle. Cela vient à peu près trois minutes après que vous avez conçu le désir de créer votre jeu de rôle et envisagé de le commercialiser.

Une poignée de personnes passèrent notre test avec les honneurs. Leurs produits finirent immédiatement sur notre pile de matériel à promouvoir. Si vous voulez voir un jour comment ils ont fait, essayez de choper John Zinser, le boss d’[Alderac](#), pour qu’il vous fasse une démo du dernier jeu de sa boîte. C’est un homme qui sait pourquoi vous avez envie d’acheter son JdR.

La pulsion qui conduit à la création d’un JdR est une chose belle et pure, mais si vous voulez le vendre à d’autres personnes (et dépenser de l’argent pour y arriver), le simple désir ne suffit pas. Nous autres, membres de la tribu des geeks, adorons élaborer et polir les détails. Nous aimons bricoler et réparer les choses. Nous pouvons bien aimer un jeu donné, excepté un de ses éléments apparemment défectueux. Bien que valables, ces impulsions devraient avoir pour résultat la création d’une page web, et pas un JdR publié à grands frais.

Si vous êtes un civil – c’est-à-dire un rôliste qui se contente de jouer aux jeux et ne veut jamais les concevoir ou les publier –, vous pouvez vous demander pourquoi vous devriez vous soucier de ce genre de choses. Peut-être que vous ne devriez pas. Vous ne devez certainement rien aux gars qui remplissent leur stand de volontaires pleins de bonnes intentions mais inefficaces, ou qui claquent des paquets de pognon dans des maisons d’édition mal foutues.

Cependant, pour vous, la valeur d’un JdR se mesure à votre capacité à trouver des joueurs pour jouer avec. La meilleure façon de prédire si un nouveau JdR fera germer une moisson de nouveaux joueurs est de se poser cette question difficile : quelle est l’accroche ? Qu’est-ce qui rend ce JdR différent ? Est-ce que l’accroche est suffisamment séduisante pour couvrir mon investissement en temps et en argent ?

Oubliez la santé du milieu du JdR, ou le bien-être financier des nouveaux fabricants. Si nous y mettons tous un peu plus du nôtre, les jeux de rôles s’amélioreront.

Article original : [Pitches and Misses](#)

Démolir le rêve du rôliste

© 2002 Kevin Vance
(avec l'autorisation de David Kenzer et Kenzerco)

Un article de Kevin Vance, tiré de *Knights of the Dinner Table* n°70 (août 2002), et traduit par Marina



présente...

Le fantasme du créateur de JdR passé à tabac

Il fut une époque, pas si lointaine, où je vivais dans la triste illusion que je voulais être créateur de jeux de rôles. Pouvoir vivre de sa création et du jeu de rôle – vous voyez le tableau ? Être créateur de JdR était tout en haut de la liste des “boulots de mes rêves” (juste après “Assistant personnel et muse de George Lucas” mais avant “N’importe quel rôle de figurant dans un épisode de *Star Trek*”). Vous voyez ce que je veux dire. Vous ne pouvez rester planté là et me dire que vous n’avez jamais pensé – ne serait-ce qu’une fois – à vivre du jeu de rôle. Vous y voilà – un samedi soir autour de la table en train de jouer à Donj’ avec vos bons vieux potes. Vous êtes sans vergogne en train de botter le cul des orques. Il y a un pack de six Heineken au frais. La vie est belle. Soudain, une voix s’élève au-dessus du cliquetis des dés qui roulent...

“Hé, Kev’, tu sais quoi ?
– Quoi ?
– On pourrait le faire, mec.
– Bien sûr, qu’on peut le faire. Les défenses orques sont sur le point de céder...
– Non, mon pote. Je veux dire qu’on pourrait faire des foutus jeux de rôles.
– Mais qu’est-ce que tu racontes ? Allez, lance donc ton foutu jet de sauvegarde !
– Non, vraiment. On POURRAIT le faire. On pourrait se faire un max de thunes ! On pourrait devenir riches ! Riches comme Gary Gygax !”

Depuis toutes ces années, combien de fois a-t-on déjà entendu ces mêmes paroles autour d’une table de JdR ? Dieu merci, on en reste généralement là. Évidemment, le rêve est là, mais pour une raison ou une autre, cela ne va pas plus loin. Peut-être par manque d’ambition ou de capacités à mener le projet à terme. Ou peut-être parce qu’il vous manquait encore une bière avant d’être assez saoul pour adhérer à l’idée. De temps en temps, cependant, quelqu’un d’autre du groupe suivra le mouvement avec un “Meeeeeerde ! Il a raison, Kev’ ! Je parie qu’on pourrait le faire. Bon sang, la plupart de nos règles maison sont BEAUCOUP mieux que les conneries qu’ils publient.” (1) Il suffit parfois simplement de ce noyau de confiance exprimée, de ce petit coup de pied en plus dans les fesses de l’optimisme aveugle, pour transformer l’étincelle en flamme. De caprice passager, le Rêve du Rôliste devient une obsession. Une quête, si vous voulez. Vous et vos amis allez vous efforcer de persévérer au nom d’un serment jovial du style “Un pour tous et tous pour un”. Avec Dieu comme témoin, vous allez créer le nouveau AD&D et en vivre. Vous allez être riche. Comme Gary Gygax ! Et même plus riche que Steve Jackson... Carrément ! C’est ce qui m’a mené sur la voie de la ruine et de la damnation. Cette simple petite voix à la table de jeu.

OK, les enfants. Voici venu le moment où ce bon vieux Kev’ – qui est payé au mot – écrit pour faire son beurre. Rapprochez-vous de ce numéro de *KODT* et agrippez-vous bien aux pages. Parce que je vais vous rendre un grand service. Je suis là pour briser le mythe. Arracher le fichu emballage en strass et montrer toute la pourriture brune qui se cache en dessous. Vous voulez vivre votre rêve ? Eh bien, laissez-moi vous parler du “rêve du rôliste”. Lorsque j’aurai fini de raconter mon histoire, vous serez en train de pleurnicher dans votre bourse de dés. Et toutes les envies que vous auriez pu avoir de suivre ce rêve et de devenir un créateur de JdR seront réduites à une pulpe sanglante bonne à jeter. Pas besoin de me remercier, je ne fais que mon travail : essayer d’éviter à mon prochain la douleur et la misère que j’ai endurées avant de prendre conscience de la vérité.



Tout d'abord, vous voyez les gars qui étaient assis avec vous lorsque vous avez décidé ensemble de créer et de vendre votre propre jeu ? Vous pouvez d'ores et déjà les retirer de votre liste d'envoi de cartes de vœux. Allez-y !! Faites-le !! Parce qu'aussi vrai que l'enfer existe, ils vous auront déjà retiré de la leur avant que tout cela ne soit fini. Vos amitiés sont les premières victimes du "rêve". Mon ami, elles vont même se briser comme un set de dés en porcelaine. La première amitié meurt généralement avant que le travail ne commence vraiment. Un gars veut créer un système basé sur le d6, un autre veut un jeu sans dés. C'est le choc des egos. Ça blesse les sensibilités. Il y a subitement une chaise vide à la table de JdR le samedi suivant. Alors que vous êtes en train de suivre votre rêve, votre ex-pote traîne au *Café des sports* à s'enfiler des bières et à raconter à tous vos amis communs comment vous l'avez envoyé balader.

Les amitiés suivantes se brisent généralement au moment de faire la couverture et la page de crédits pour les contributeurs... Croyez-moi. Sur les dix gars qui pensaient que c'était une bonne idée d'écrire un jeu de rôle, il n'y aura au final qu'un ou deux péons pour faire TOUT le boulot. Évidemment, ils ne se sont pas plaints pendant les mois de test et d'écriture en solitaire du fichu jeu. C'est parce qu'ils savaient !! Ils savaient que les salopards qui écrivent le jeu sont les mêmes salopards qui décident de ceux qui apparaissent dans la liste des auteurs et des remerciements.

"Pourquoi ton nom apparaît en premier ?

- Parce que j'ai fait le plus gros du boulot ! Reconnais-le !

- Comment ça se fait que ton nom soit écrit en police taille 18 et le mien en taille 8 ?

- Parce que j'ai fait le plus gros du boulot ! Reconnais-le !"

Le samedi suivant, il y a un peu plus de chaises vides à la table de jeu et une note sous un essuie-glace de votre Mazda qui dit "Je vais te traîner au tribunal, pauvre type !" (2). Ne vous inquiétez pas, c'est une menace en l'air. La plupart des JdR ne rapportent pas du tout d'argent et les poursuites en justice demandent des avocats pour s'en charger. Personne n'y gagne. Continuons.

Vous voyez votre sourire qui vous vaut plein de compliments ? Eh bien c'est aussi de l'histoire ancienne. Vous devriez plutôt passer six heures par jour devant un miroir et améliorer votre grimace genre "Ma vie est foutue". Vous en aurez besoin pour remplacer votre sourire chaleureux. C'est le visage de l'exposant typique en convention (oui, vous allez passer un sacré bout de temps en convention. Tous les autres exposants de conventions deviendront les membres de votre nouvelle famille). C'est pendant les conventions que le "rêve" commence vraiment à s'effiloche et l'illusion à partir en lambeaux. C'est là que cette bonne vieille Réalité arrive sur votre stand et vous frappe par derrière à grands coups de latte en bois. C'est une brutale prise de conscience. Vous êtes, parmi d'autres, un gars lambda qui trimballe une merde photocopiée dans sa pochette plastique transparente. Vous regardez autour de vous dans le coin exposants et voyez en face de vous une brochette de regards pareillement horrifiés qui vous fixent. Ils ont l'air de dire "Mon Dieu ! Qu'ai-je fait ?".

Allez, vous savez foutrement bien que vous avez déjà gambadé dans toute cette salle en vous demandant pourquoi tous ces exposants avaient l'air soit maniaco-dépressifs soit complètement en pétard. Vous savez généralement estimer l'ancienneté d'un exposant éditeur de jeu de rôle d'après la profondeur de ses rides d'expression et des cernes sous ses yeux (j'ai une toise que je peux vous louer si vous tenez vraiment à vous lancer dans l'étude de ces phénomènes). "Pourquoi ont-ils l'air si amers ?" vous demandez-vous.

Eh bien, déjà, les conventions de JdR ont toujours lieu lors des week-ends ou des ponts (vous pouvez d'ores et déjà rayer les barbecues du 14 juillet de votre agenda pour les dix prochaines années !). Chaque exposant traîne avec lui son propre sac de problèmes. Cela peut être sa femme qui est furieuse qu'il manque la réunion de la famille Farley pour la quatrième année consécutive. Ou peut-être est-ce son patron qui commence à remarquer qu'une certaine personne tombe toujours malade certains vendredis chaque année. Comme si ça ne suffisait pas, ce sont durant les conventions que les créateurs de JdR rencontrent la créature la plus cruelle, la plus vicieuse que le monde ait connue. Un être infect au cœur sombre qui tient le destin de tous les créateurs de JdR entre ses petites mains crasseuses. J'ai nommé : Joe le Joueur.



Joe le Joueur est au JdR ce que la marmotte est à Monsieur Météo. Si vous ne voyez pas son ombre à votre stand, vous êtes parti pour six mois pénibles de plus. Vous êtes content si, en route vers la buvette, il ralentit assez longtemps pour jeter un coup d'œil sur la donzelle à moitié nue en cote de mailles qui orne la couverture de votre jeu.

Alors que vous êtes là à attendre sur votre stand, essayez de faire ce que je faisais par le passé. Imaginez que vous avez affrété un yacht privé pour aller pêcher en haute mer (ça se pourrait – avec ce que vous payez pour ce stand, vous auriez tout aussi bien pu louer un yacht). Maintenant, imaginez que les stands des autres exposants sont aussi des bateaux de pêche, que vous êtes tous sur le même coin prometteur réputé pour ses bons poissons (le hall d'exposition), et que vous attendez le passage du banc de maquereaux. Croyez-moi, c'est une excellente analogie. Donc vous êtes tous là, assis à votre stand, à attendre que le banc de maquereaux (client) nage jusqu'à votre bateau (stand). Vos appâts sont prêts et votre canne à pêche est placée de la meilleure façon possible. Vous attendez là pendant des heures que ça morde, le flotteur frémit de temps en temps, mais vous ne semblez pas capable de ferrer le moindre poisson, et encore moins d'en ramener un à bord.

Au début, il se peut que vous ayez toujours ce sourire amical placardé sur votre visage béat – avant que l'on ne massacre cruellement votre optimisme comme un bébé phoque. Ne vous inquiétez pas – votre sourire finira par s'évanouir, et sera remplacé par cet air renfrogné et amer que je vous ai fait travailler. Laissez-moi maintenant décrire le scénario qui va se dérouler à chaque convention à laquelle vous allez participer.

Tout commence lorsque vous remarquez que le type du bateau d'à côté a déjà remonté quelques prises. Il vous regardera fièrement alors qu'il range l'argent dans sa caisse. Cela peut être un peu embêtant, mais pas autant que ce qu'il fera ensuite. Il se sentira obligé de dire quelque chose de stupide dans le genre "Bon, c'est le moment de déjeuner ! Espérons que je gagnerai assez d'argent pour me payer le dîner !". Vous répondrez avec le rire de rigueur en hochant la tête. Ensuite, il sourira, enfoncera ses mains dans les poches arrière de son pantalon tout en se balançant sur ses talons alors qu'il lorgnera la berge en quête de la prochaine victime. À ce moment-là, il remarquera que vous le fusillez du regard et il se sentira obligé de continuer à discuter : "Alors, mec... ça roule ?". Vous luttiez contre l'envie de gronder et de montrer les dents. Vous arrivez à grommeler un "Comme ci... comme ça... On ne fait que commencer. On n'est pas encore très connu...". Il acquiesce et sourit. Vous jureriez que c'est un sourire condescendant – on ne peut plus faux. Vous remarquez son regard qui parcourt vos produits. Maintenant vous jureriez qu'il y a un début de sourire de dédain au coin de ses lèvres. Et vous n'en êtes pas complètement sûr, mais vous croyez l'avoir vu lever les yeux au ciel. Vous pensez "Enfoiré...". Vous prenez l'air encore plus renfrogné.

Pendant ce temps, un autre poisson a mordu à l'hameçon et l'Enfoiré vous fait signe qu'il doit retourner "au travail". Votre main se crispe sur une cannette de Pepsi tiède jusqu'à ce que l'aluminium se froisse sous la pression. De nouvelles rides apparaissent sur votre visage à des endroits où elles n'étaient jamais apparues auparavant. Votre vessie est pleine et vous avez vraiment besoin d'aller aux toilettes – mais vous n'osez pas. Vous craignez que Joe le Joueur n'apparaisse et que l'Enfoiré d'à côté ne vous vole VOTRE vente. Il doit d'ailleurs se trouver dans une situation tout aussi difficile que la vôtre, vu comme il arpenté la longueur de son stand en remuant une jambe.



C'est une guerre de volonté et d'endurance qui commence. Vous n'auriez jamais dû boire cette dernière cannette de soda. Monsieur Enfoiré est maintenant en train de ranger son comptoir. Comme c'est pittoresque. Vous répliquez en rangeant le vôtre. Vous édifiez une sorte de pyramide avec vos livres façon château de cartes. Monsieur Enfoiré riposte en collant des

flyers et des brochures sur le moindre centimètre carré de libre sur les murs autour de sa table. Zut, vous saviez que vous auriez dû prendre un fichu rouleau de scotch. Et ainsi de suite...

Vous êtes venu à la conv' en espérant fourguer tout un tas de produits et vous finissez en guerre des tranchées avec le couillon du stand d'à côté. Avant même que vous ne vous en rendiez compte, la conv' est finie et le hall d'exposition devient un vaste chaos où les exposants démontent leur table et commencent à ranger. C'est à ce moment-là que vous commencez à ravalier votre fierté. Vous avez un long chemin à faire jusqu'à votre voiture, et vous avez amené dix foutues boîtes de livres en pensant que vous arriveriez à tout vendre. Vous ne pensiez pas devoir ramener tout ça jusqu'à votre voiture. Pour remuer le couteau dans la plaie, vous remarquez que Monsieur Enfoiré a eu la bonne idée de prendre un diable. Vous avez faim, vous en voulez à la Terre entière, et vous avez mal au dos à force d'être resté assis pendant 8 heures sur une chaise en métal à peine assez large pour accueillir votre fessier douloureux. C'est là que vous commencez à distribuer des "échantillons gratuits" aux autres exposants sous le faux prétexte que vous êtes "un mec sympa". Retour de flamme : ils vous rendent la pareille en vous offrant un échantillon gratuit de la bouse qu'ILS n'ont pas réussi à vendre. C'est une bataille perdue d'avance. Vous décidez donc de jeter votre bazar dans une poubelle et de vous tirer d'ici une bonne fois pour toutes. Quand vous arrivez aux poubelles les bras chargés de votre "rêve", vous vous rendez compte qu'elles débordent des "rêves" dont les autres exposants se sont déjà débarrassés. Mais ce n'est pas encore fini.

Sur le long chemin du retour, vous êtes tellement occupé à vous demander ce que vous avez raté que vous emboutissez l'arrière d'un camping-car. Ou, si vous avez vraiment de la chance, on vous emboutit l'arrière de votre propre voiture et vous passez les six heures suivantes à attendre que votre femme (qui est toujours furax que vous ayez raté la réunion de famille Farley) vienne à la rescousse.

Vous savez, je pourrais continuer mon récit. Je n'ai fait qu'effleurer la surface du concept "le rêve du rôliste", mais je pense que vous saisissez le tableau. Voyez-vous, je ne veux pas vous décourager de poursuivre ce rêve. Je ne fais que partager ma propre expérience. Et au moins, la prochaine fois que vous flânez dans le hall d'exposition et que Monsieur Enfoiré vous prend la tête parce que vous avez abîmé le sceau de l'une des ses pochettes transparentes, vous comprendrez et lui pardonnerez.

Pas encore convaincu ? Quelque part dans un coin de votre tête, vous vous dites "Cela ne pourrait pas m'arriver. Mes idées sont bonnes !". Ouais, bon, OK, c'est peut-être le cas. Si vous voulez poursuivre ce rêve, foncez et faites-le.

Mais j'en ai gardé un petit peu pour la fin en espérant que je puisse toujours sauver vos miches : lorsqu'on veut créer son propre JdR, les premières victimes sont en général vos propres parties. Eh oui. Ce qui vous passionnait ? Ce qui faisait que vous et vos amis vous remettiez autour de la même table toutes les semaines ? Disparu ! Aussi dur que cela puisse paraître à admettre, la plupart des créateurs de JdR que je connais n'ont ni le temps, ni même l'envie, de jouer. Ils sont devenus des ombres, un pâle reflet de ce qu'ils étaient, errant dans le monde des vivants. Croyez-moi : vous ne voulez pas finir comme cela.

Bon, j'ai presque fini. Je ne suis pas amer, les gars. Je suis juste un rôliste lambda qui devait vider son sac. À la prochaine.

Note de l'éditeur : Les avis et points de vue de Kevin Vance ne sont pas ceux de l'équipe éditoriale ou de Kenzer & Company [l'éditeur de KODT].

Article original : *Gamer at Large - Bashing the Gamer's Dream* (p. 77-78 de [Knights of the Dinner Table n°70](#))

(1) NdT : Cette phrase donne généralement naissance à un [Crève-cœur de la fantasy](#) ^{ptgptb}. [\[Retour\]](#)

(2) NdT : L'éditeur de *KoDT* écrit dans le n°44 p.59 : "Toute personne qui a jamais collaboré à un projet créatif peut vous dire que déterminer des signatures et des mentions dans les "crédits" peut être un bourbier chaotique de contentieux. Le plus sûr moyen d'offenser quelqu'un est de ne pas reconnaître ses mérites". [\[Retour\]](#)

See Page XX

L'article de Robin D. Laws vous a plu et vous lisez l'anglais dans le texte ? Dans ce cas, n'hésitez pas à vous plonger dans son ebook [See Page XX](#) (PDF disponible au prix de 2,95 €) qui reprend les 24 premiers articles du webzine de Pelgrane Press.



Liste des articles

Tear Up Your Character Sheet, You've Been Voted Off the Island
 Yes, but... part one ([Oui, mais...](#) ^{ptgptb})
Yes, But...The Scenario ([Oui, mais... - Le scénario](#) ^{ptgptb})
Pitches and Misses ([Méchantes vérités sur les boniments](#) ^{ptgptb})
Pardon Me, I Must Be Going ([Excusez-moi, je dois y aller](#) ^{ptgptb})
Make It A Gimme ([Faites un don](#) ^{ptgptb})
Roleplaying As Gestural Narrative
Driven in a Fiat ([Selon mon bon vouloir](#) ^{ptgptb})
Self-Control Freaks ([Les tarés du self-control](#) ^{ptgptb})
The Creeps and How to Get Them ([Comment donner la chair de poule](#) ^{ptgptb})
Kill Me and Take My Stuff If You Insist But At Least Let Me Tell You My Backstory First
When Planning Turns To Wrangling ([Quand la planification tourne à la baston](#) ^{ptgptb})
Points Of Distinction ([Facteurs de distinction](#) ^{ptgptb})
The Internet Is Your Cheat Sheet ([Internet est votre antisèche](#) ^{ptgptb})
Fear of Structure: The Diagnosis
Fear of Structure II: Exploratory Surgery
Red Herrings and Ticking Clocks ([Fausse pistes et comptes à rebours](#) ^{ptgptb})
Don't Do That
Kitting Out GUMSHOE
GUMSHOE Example Of Play
Fakebooking It
Consensus: Like A Fiat, But With More Passenger Room
How to Design for GUMSHOE
The Esoterrorists Scenario Design Notes

Se tenir au courant

Vous voulez être tenu au courant de l'actualité de *Places to go, People to be (vf)* ? Découvrir des articles de fond permettant de réfléchir sur le jeu de rôle, apprendre de nouveaux conseils de maîtrise et bien plus encore ? Pour cela, n'hésitez pas à nous suivre sur les différents réseaux sociaux.



[Notre page Facebook](#)



[Notre page Google+](#)



Nos gazouillis [@PTGPTB vf](#)

Recevoir les derniers articles



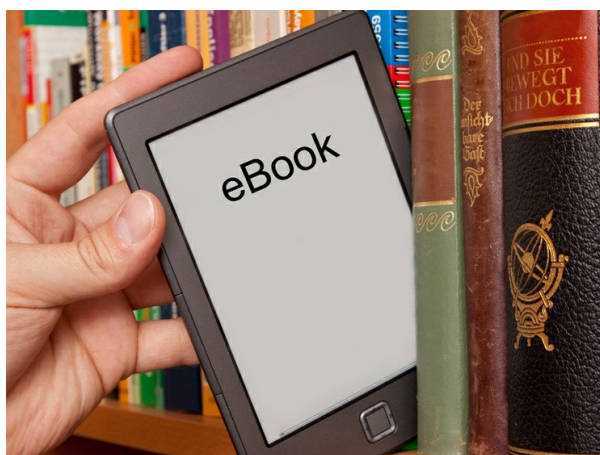
[Nos flux RSS :](#)

Recevez directement nos mises à jour dans votre boîte mail ou votre lecteur RSS

*Et n'oubliez pas : PTGPTB(vf), c'est une mise à jour par trimestre.
Alors, rendez-vous les **1^{er} janvier, 1^{er} avril, 1^{er} juillet et 1^{er} octobre !***

Les ebooks Places to go, People to be (VF)

Ce livre numérique vous a plu ? Dans ce cas, n'hésitez plus et plongez-vous dans les autres ebooks *Places to go, People to be* (VF).



[# 01 – Le plaisir de la table](#)

[# 02 – Les grosbills, ces incompris ?](#)

[# 03 – Transmettre la flamme du rôlisme](#)

[# 04 – La théorie... c'est pratique](#)

[# 05 – Dirty PJ](#)

[# 06 – Une brève histoire du jeu de rôle](#)

[# 07 – Le père Noël est un rôliste](#)

[# 08 – Comment écrire un bon scénario](#)

[# 09 – Les maîtres de l'improvisation](#)

[# 10 – Bâtir une campagne mythique](#)

[# 11 – Le JdR, de l'art ou du cochon ?](#)

[# 12 – Narrativisme, mon amour](#)

[# 13 – Fatal Fumble](#)

[# 14 – Le système, cet important](#)

[# 15 – Le JdR, c'est le maaal](#)

[# 16 – Mon perso, ce héros](#)

[# 17 – Écrire son jeu de rôle](#)

[# 18 – Coup de foudre à JdR Hill](#)

[# 19 – Créer son JdR : l'avis des pros](#)

[# 20 – L'accessoire, c'est l'essentiel !](#)

Sans compter nos ebooks spéciaux !

[Hors série n°1 : La compil'](#)

[Quatre-vingt-dix-minutes](#)

[Ebook spécial : L'Ombre du passé](#)

Enfin, n'oubliez pas : chaque trimestre (**1^{er} mars, 1^{er} juin, 1^{er} septembre et 1^{er} décembre**), nous vous proposons un nouveau dossier thématique à partir des articles publiés sur PTGPTB(vf). Alors restez connecté(e).

Crédits

Textes : Kevin Kaier, Steve Darlington, James Maliszewski, Greg Costikyan, Robin D. Laws, Kevin Vance

Traducteurs : Aicars, Fabien Deneuille, Benoit Gardonio, Véra, Antoine Drouart, Marina

Contributeurs : Benoit Huot, Rappar, Tiamate (pour les dessins de l'hydre)

Ce livre numérique a été réalisé à l'aide de [Sigil](#) (un éditeur open source d'ePub) et [Calibre](#) (un gestionnaire de bibliothèque et convertisseur d'ebooks).

Rappel : Tous les textes de ce livre numérique sont la propriété exclusive de leurs auteurs et ne peuvent être copiés en dehors d'une autorisation écrite de PTGPTB(vf).

PTGPTB tient à remercier **Hadrien**, **Senji** et **Mephenguaard** pour leur soutien.

Comme eux, vous pouvez nous aider à poursuivre notre œuvre de traduction en la soutenant sur [Tipee](#).

THE END.

Table des Matières

Sommaire	2
Ça commence ici...	3
Édito	4
Le droit d'entrée	5
Nous sommes au XXIe siècle et les rôlistes sont toujours des billes en économie	8
Sélection de commentaires	9
ChaosandTwocats	9
One_horse_Town	9
Yoshi	10
Réponse de Steve	10
Réponse de Yoshi	10
Addendum : L'argent, ça compte	11
Tout compte fait	12
Sélection de commentaires	12
SAROE	12
James Maliszewski	12
Jer_00	13
jack.fletcher64	13
Eric Medalis	13
Wayne Rossi	13
Shawn Sanford	13
Mikko Parviainen	13
Welleran	14
Steve	14
Dan2448	14
Richard Balmer	14
Pourquoi les jeux coûtent ce prix-là	15
Méchantes vérités sur les boniments	20
Démolir le rêve du rôliste	23
See Page XX	27
Se tenir au courant	28
Les ebooks Places to go, People to be (VF)	30
Crédits	32