

Quinze studios belges à la grand-messe du "gaming"

- Du 17 au 19 août, une délégation belge participe à la Gamescom, à Cologne.

- Cet événement est la plus grande manifestation d'Europe dédiée aux jeux vidéo.

Les studios belges ont rendez-vous avec Nintendo...

Voici un an, douze studios belges actifs dans l'industrie florissante et mondialisée du "gaming" (en gros, le jeu vidéo) avaient eu la bonne idée de se déplacer en équipe – sous la bannière "Belgian Games" – à l'une des deux grand-messes internationales du secteur, la Gamescom de Cologne. Manifestement, l'expérience fut payante car, douze mois plus tard, ils sont désormais quinze à repasser le Rhin pour participer, à partir de ce mercredi et durant trois jours, à la huitième édition de l'événement.

La Gamescom, pour les non initiés, est un rendez-vous incontournable pour les professionnels et les amateurs de jeux vidéo. En pleine "Pokémon Go mania", les organisateurs y attendent, du 17 au 21 août, près de 350 000 visiteurs! Ils viendront découvrir et, surtout, tester les nouveaux jeux qui, demain, feront fureur (ou pas) sur les consoles, les ordinateurs, les tablettes et, de plus en plus, les smartphones.

Du lourd

Dans cette foule, les studios belges cibleront surtout les 35 000 professionnels présents à la Gamescom. "Parmi les quinze studios présents cette année, on a trois profils différents", explique Thibaut Claes, chef de projet chez Startups.be (la structure qui fédère l'écosystème des start-up technologiques belges). "Il y a celles qui, comme Fishing Cactus, sont là pour entretenir et renforcer des contacts commerciaux.

D'autres sont là pour amorcer la phase de lancement commercial de leurs jeux, comme Mode4 avec Bombslinger. Enfin, on a les studios qui viennent chercher de la visibilité sur des projets toujours en développement et engranger des premiers retours de gamers." La partie professionnelle de la Gamescom peut aussi être l'occasion d'entrer en contact avec des investisseurs.

Le secteur du "gaming" pèse très lourd sur le plan financier. Ses revenus au plan mondial, estimés à 90 milliards de dollars pour 2015, sont équivalents à ceux cumulés des secteurs du cinéma et de la musique! Dans cette masse financière, la Belgique n'est évidemment qu'un acteur modeste. Mais en pleine croissance, avec un chiffre d'affaires qui a augmenté de 6,63% en 2014 par rapport à 2012. Selon la Fédération flamande du jeu vidéo (Flega), avec près de 239 millions d'euros de chiffre d'affaires, notre pays représenterait le 29^e marché le plus important au monde. Autre indicateur significatif: en 2015, la Belgique comptait pas moins de 4,2 millions de joueurs actifs (+1,5% par rapport à 2014).

Savoir-faire francophone

Pour les fédérations régionales du secteur (Flega, Walga et Screen.brussels), il était primordial que des studios puissent à nouveau se rendre à Cologne pour exposer leurs créations face à des géants du secteur. Il nous revient d'ailleurs que Nintendo – revenu à la mode avec le jeu Pokémon Go – a demandé, voici déjà

239

MILLIONS D'EUROS

C'est le chiffre d'affaires (estimé) du secteur belge du jeu vidéo en 2015.

plusieurs mois, de pouvoir rencontrer les studios présents sur le stand belge...

Dans cette délégation noir-jaune-rouge, on retrouve des studios des trois régions. Du côté bruxellois, on épinglera notamment Apocalypse Hunters, un jeu pour smartphones qui, à l'instar de Pokémon Go, recourt à la géolocalisation. En développement depuis deux ans, ce jeu pourrait enfin se faire connaître auprès du grand public. On peut aussi citer Mode4, déjà présent à l'édition 2015 de la Gamescom, qui a créé et développé Bombslinger. Le studio bruxellois tentera, lui, de trouver de nouveaux distributeurs afin d'augmenter sa diffusion.

Du côté wallon, on retrouve les incontournables Montois de Fishing Cactus, mais aussi Curious Craft et Pipette. La Haute Ecole Albert Jacquart de Namur, qui a récemment lancé un cours de "gaming", est également du voyage. Elle permettra à un groupe d'élèves d'exposer le jeu qu'ils ont créé au cours de l'année scolaire écoulée.

Pierre-François Lovens

3 Questions à

JUAN BOSSICARD

Manager chez Impulse.brussels
et administrateur du "cluster" audiovisuel
screen.brussels

1 Quel est le poids financier de l'industrie du "gaming" en Belgique?

C'est compliqué de répondre précisément à cette question. Pourquoi? Auparavant, pour faire du jeu vidéo, il fallait énormément de financement initial car les outils de développement étaient très chers. Du coup, pas mal de boîtes se sont spécialisées dans la seule partie "services" à de plus grands acteurs, sans investir dans la production de leurs propres jeux. Depuis cinq-six ans, la donne a changé. Les outils de production se sont grandement démocratisés, ce qui a permis d'accélérer l'émergence de développeurs de jeux indépendants (on parle de "indie games" et "indie developers", Ndlr). Il est devenu possible, pour de très petites structures, de développer leurs propres jeux et de les distribuer sur des plateformes qui, en cas de succès, prendront un pourcentage sur les ventes. Ce changement de modèle économique rend encore difficile l'obtention d'une vue précise du secteur belge du "gaming". Ce qu'on sait, en tout cas, c'est que le secteur en Belgique recèle de nombreux talents et que plusieurs studios ont déjà connu des succès commerciaux, à l'image notamment du jeu "Space Pirate Trainer" (qui a figuré dans le "Top 5" des jeux les plus vendus sur la plateforme HTC Vive de réalité virtuelle, Ndlr).

2 La Wallonie et la Flandre ont démarré plus tôt que Bruxelles. Pourquoi ce retard bruxellois?

Bruxelles a identifié quelques niches où elle souhaite faire émerger des écosystèmes. Avec la "VR" (réalité virtuelle) et la post-production, le "gaming" fait partie de ces niches. Et, depuis plusieurs mois, on voit grandir toute une communauté – à travers le réseau informel "Brotaru" – du "gaming" à Bruxelles, avec la création de studios. On doit en avoir aujourd'hui une vingtaine, là où on était encore, il y a un an et demi, à trois studios.

3 Pour ces studios, la Gamescom est un rendez-vous incontournable?

C'est the place to be! Les gens y trouvent à la fois des producteurs et des financements, de la visibilité afin de se faire un nom dans le secteur, des contacts avec les gros distributeurs, etc. C'est donc un événement incontournable.

P.-F.L.

Les investisseurs aussi veulent... jouer le jeu

Le secteur du jeu vidéo rejoint quelquefois celui du jeu tout court, en Bourse. On en a eu la confirmation, il y a quelques semaines, avec l'étonnante flambée du cours de l'action du groupe japonais Nintendo, connu pour ses consoles de jeu comme la Wii, la Game Boy et la DS, pour son célèbre jeu "Super Mario", mais surtout aujourd'hui pour le jeu Pokémon Go. Au vu du succès planétaire du jeu sur téléphone portable exploitant la réalité augmentée, l'action Nintendo avait doublé en juillet!

En réalité, Nintendo n'est qu'un des actionnaires de la société américaine Niantic, au travers d'une participation dans The Pokémon Company. Evidemment, Nintendo peut espérer bénéficier de la flambée des recettes de Niantic et d'un regain d'affection sur les produits dérivés de ses Pokémon.

Ceci n'a pas empêché les investisseurs de faire retomber le cours du titre Nintendo d'une trentaine de pour cent... Car s'il est bon de réagir vite dans un jeu vidéo, il est souvent plus rentable de réfléchir avant d'agir, en Bourse.

Mais le secteur est alléchant. Pourquoi? Parce qu'un jeu, a fortiori un jeu développé pour mobiles, est susceptible de toucher en très peu de temps le marché mondial et ses milliards d'utilisateurs de smartphones. La visibilité est extraordinaire. Il suffit de voir la couverture médiatique de la sortie toute récente du jeu d'exploration galactique No Man's Sky développé par une petite équipe britannique (sur base de l'algorithme procédural mis au point par le

biologiste belge Johan Gielis).

Un secteur à haut potentiel

Ces explosions soudaines de revenus, pour aléatoires qu'elles soient, allèchent bien évidemment les investisseurs. A preuve, l'introduction tumultueuse de King.com en 2014 à la Bourse de New York. La société connue mondialement pour son jeu sur Facebook, Candy Crush Saga, porté ensuite sur les plateformes mobiles, fut valorisée à un peu plus de 7 milliards de dollars! L'opération attira les foules, mais, au terme de

la première journée de cotation, le titre chuta de 15%. Un an et demi plus tard, l'entreprise a été reprise par Activision Blizzard pour 5,9 milliards de dollars.

C'est que les géants du secteur ont les moyens d'acheter les jeunes concurrents. Le poids lourd, l'américain Activision Blizzard (connu entre autres pour le jeu "Call of Duty") pèse en Bourse quelque 30 milliards de dollars, devant le chinois NetEase (27,80 milliards) et ses jeux en ligne, et un autre américain, Electronic Arts (23,90 milliards). Selon une analyse de Bloomberg Intelligence basée sur le chiffre d'affaires tiré des jeux en 2015, c'est le chinois Tencent qui est en tête (8,7 milliards de dollars), devant Microsoft (6,8 milliards), Sony (5,8 milliards), Activision Blizzard (4,7 milliards), Apple (4,4 milliards) et Google (3,0 milliards). A noter l'arrivée, dans le peloton, de Warner Bros (2,2 milliards de dollars). Au total, le secteur devrait frôler les 100 milliards de dollars de chiffre d'affaires dans le monde cette année.

Patrick Van Campenhout

Les géants du secteur ont les moyens d'acheter les jeunes concurrents. Activision Blizzard ("Call of Duty", entre autres) pèse en Bourse quelque 30 milliards de dollars.