

POINT FORT

L'industrie mondiale du jeu vidéo a un vaste potentiel et les studios suisses relèvent le défi

Les entreprises helvétiques doivent avant tout penser international. La concurrence est rude mais la professionnalisation s'accélère et la Confédération va dans la bonne direction.

JOHAN FRIEDLI
SAN FRANCISCO

Alors que la Game Developers Conference (GDC) bat son plein à San Francisco, il est toujours intéressant de rappeler l'importance économique du secteur. Il est complexe d'obtenir des données sur le marché global mais il aurait passé la barre des 100 milliards de dollars en 2017. Tandis que les estimations donnent aux alentours de deux milliards de joueurs dans le monde. Tandis que le Royaume-Uni a par exemple récemment annoncé un record de 5,1 milliards de livres en 2017, en hausse de 12%. De son côté, la Suisse est bien entendu un petit marché en termes de consommation. Mais d'après des chiffres compilés par PricewaterhouseCoopers, le produit



PAVILLON SUISSE. Les stands tout en rouge de la délégation ne passent pas inaperçus à la Game Developers Conference.

des ventes de jeux vidéo se serait 434 millions de francs en 2013 et tout de même élevé à environ devrait atteindre 485 millions de

francs en 2018. Mais de toute manière, les studios suisses réfléchissent tout de suite avec une vision internationale lorsqu'il s'agit de diffuser leur jeu.

Industrie (inter)nationale

C'est pour cette raison que des rencontres comme la GDC ou ses alter ego plus orientés grand public sont primordiales pour ces entreprises. C'est par ce biais qu'elles peuvent gagner en visibilité que ce soit auprès des professionnels du milieu ou des potentiels consommateurs. La GDC est une occasion idéale pour rencontrer des décideurs des grands groupes et enchaîner les rendez-vous pour dénicher une excellente opportunité.

La délégation suisse à San Francisco va dans le sens de la professionnalisation du milieu qui est

en train d'accélérer en Suisse. D'après les estimations de Pro Helvetia, il y a environ 120 structures qui sont en partie ou complètement dédiées au jeu vidéo. Ce qui représente plus ou moins 500 professionnels. Il y a encore peu d'entreprises qui y sont entièrement dédiées – environ une vingtaine – car elles ont des activités secondaires pour des questions financières.

Passer à l'étape supérieure

Cette nécessité d'avoir des activités secondaires fait qu'il n'y a pas encore un énorme rendement en Suisse. Pour accélérer le mouvement, il faudrait notamment que la production de jeux suisses soit plus régulière et que les studios puissent produire plusieurs jeux à la suite. Une professionnalisation qui poursuit sa route mais

qui est encore loin d'être aisée au vu des coûts qui peuvent s'élever en centaine de millions de francs. Mais de grandes success stories peuvent rapidement amener de plus en plus de moyens dans le secteur.

Le rapport du Conseil fédéral sur l'industrie du jeu vidéo publié mercredi est en tout cas une nouvelle positive pour le secteur (*L'Agefi* du jeudi 22 mars). La reconnaissance et la visibilité vis-à-vis du monde politique et du grand public sont toujours plus importantes. Ce qui pourrait aussi mener à une progression des budgets de Pro Helvetia pour soutenir les créateurs suisses, lors des prochains débats pour fixer ces montants. La Suisse a une carte à jouer face à l'immense potentiel du marché international mais la concurrence est légion. ■

Le jeu lausannois qui intéresse les entreprises de cybersécurité

Les entrepreneurs romands ont trouvé un business model complémentaire pour leur jeu.

Le studio lausannois Piñata Punch est présent pour la première fois à San Francisco pour la GDC. L'occasion de préparer le terrain pour Colorful Darkness, son jeu d'aventure qui se base sur des simulations de piratages informatiques voulues réalistes. Seule une démo est pour le moment disponible mais le projet a remporté le cinquième Swiss Game Award en janvier dernier. Une récompense décernée pour la première fois à un représentant de la Suisse romande.

En juillet 2017, l'entreprise vaudoise avait participé à la Def Con à Las Vegas, la plus grande convention de hacking. Un pas de côté du jeu vidéo qui a porté ses fruits car le studio a depuis lors été contacté par plusieurs entreprises de cybersécurité. Le studio a été fondé par Sandrine Pilloud (direction artistique et conception de l'environnement), Sarah Pochon (programmation et responsabilités médias sociaux) et David Roulin (responsable du développement et du scénario). Ce dernier a répondu à nos questions.

Comment avez-vous réussi à attirer l'attention d'entreprises de cybersécurité?

Elles ont tout de suite vu le potentiel de notre jeu pour donner des formations. Ce sont des sujets complexes à enseigner à des cibles qui ne sont pas forcément réceptives. En particulier quand il faut former tous les échelons d'une entreprise. Les entreprises de cybersécurité cherchent donc des moyens innovants pour pouvoir tout de même atteindre leurs objectifs. Notre jeu les intéresse



DAVID ROULIN ET SARAH POCHON. Deux des trois fondateurs du studio lausannois sont dans la délégation suisse à San Francisco.

car nous n'avons pas voulu simplifier nos scénarios de piratages informatiques et rester le plus réaliste. De plus, notre moteur de jeu permet de créer des parties personnalisées ce qui permettra de s'adapter à leurs besoins.

Vous allez donc intégrer cette opportunité à votre business model?

C'est un excellent moyen de nous diversifier et c'est déjà très sérieux de ce côté. Les premières commandes pourraient être signées dans le courant de l'année. Cela peut impacter le calendrier de développement de notre jeu, mais nous estimons que ça va amener plus de réflexion pour augmenter la qualité du jeu. Ces contrats potentiels sont aussi l'occasion de gagner en crédibilité quant au réalisme de nos simulations. Sans oublier que ça va permettre des rentrées d'argent pour

l'entreprise avant même la sortie du jeu.

Qu'est-ce qui a motivé votre déplacement à San Francisco?

C'est avant tout un événement incontournable pour l'industrie du jeu vidéo. C'est la première fois que nous venons, pour préparer le terrain pour la prochaine édition. Nous espérons sortir le jeu dans environ une année et ce sera donc l'occasion d'en faire la promotion. Mais dans un événement de cette ampleur, il vaut mieux connaître les petites astuces quand il s'agit d'enchaîner les rendez-vous importants. La GDC permet principalement de rencontrer beaucoup de personnes du domaine. Pour la visibilité auprès du public, nous réfléchissons encore où lancer notre jeu. Pourquoi pas à la Def Con! – (Johan Friedli)

Oculus a dévoilé le nouveau jeu d'Ozwe Games à San Francisco

La production lausannoise a été présentée lors du lancement du casque mobile Oculus Go.

En plein cœur de la GDC, le nouveau jeu du studio lausannois Ozwe Games, spécialisé dans les jeux en réalité virtuelle (VR) mobile, a été dévoilé après deux années de développement et de secret total. C'est le groupe de VR américain Oculus, filiale de Facebook, qui a directement annoncé la prochaine sortie d'Anshar Online lors d'une grande présentation. Le studio a voulu donner plus d'ampleur aux aspects sociaux dans ce troisième volet de sa licence Anshar. Le jeu de tir spatial en VR peut se jouer en multijoueur avec jusqu'à 8 personnes rassemblées.

Le jeu romand était le premier d'une série de trois jeux sélectionnés pour annoncer l'Oculus Go, un nouveau casque qui ne nécessite plus de smartphone ou d'ordinateur pour fonctionner. Le lancement parallèle de ce nouveau produit explique en grande partie pourquoi le studio ne pouvait absolument pas en parler avant. Mais c'est un énorme gain en visibilité pour l'entreprise qui travaille en partenariat avec Oculus depuis plusieurs années. A San Francisco, elle a un grand espace dédié sur le stand Oculus où jusqu'à six personnes en parallèle peuvent tester une démo du jeu. Sans oublier sa présence sur le pavillon SwissGames. Lors de cette journée de lancement chargée, le CEO Stéphane Intissar a répondu à nos questions.

Comment s'organise votre partenariat avec Oculus?

Ce sont eux qui nous ont commandé et financé Anshar Online ainsi que notre jeu précédent. C'est nous qui créons entièrement



CHARLOTTE MARÉCHAL, CAMILLE MÜLLER ET STEPHANE INTISSAR. Responsable communication, directrice artistique et CEO.

le jeu mais nous échangeons avec Oculus à toutes les étapes du développement. Nous travaillons avec différents fournisseurs autour du monde et ça n'a pas été simple à faire accepter à Oculus, mais nous y sommes arrivés. La partie technique reste de toute manière uniquement en interne. Il n'existe qu'une dizaine d'entreprises comme nous dans le monde qui créent des exclusivités Oculus. Nous profitons ensuite de leurs canaux de distribution et de la renommée qu'ils apportent.

Quand va sortir Anshar Online?

Le lancement dépend d'Oculus car nous allons sortir en même temps que le nouveau casque Oculus Go. Ce sera dans tous les cas en 2018 et au plus tôt j'espère. Notre jeu a été développé spécifiquement pour être optimisé avec ce nouveau support mobile. Tout le défi est de maintenir une

très bonne qualité visuelle avec des composants moins puissants. Car c'est par ces casques autonomes que la réalité virtuelle va se démocratiser. Et d'après Oculus, nous sommes leader mondial sur la VR mobile.

Comment se présente l'avenir d'Ozwe?

Nous sommes en train de finaliser Anshar Online. Après cela, nous allons à nouveau partir pour le développement d'un nouveau jeu en secret. Ozwe Games est une petite entreprise de dix personnes et nous travaillons sur un projet à la fois. Avec le défi permanent de la course à la technologie à la technologie afin de rester un leader. Nous cherchons tout le temps à innover à plusieurs niveaux. Lausanne est d'ailleurs un lieu idéal pour attirer des talents pour ce domaine très complexe. – (Johan Friedli)