

A l'occasion du CES, Owlent fait un focus sur le marché des jeux en ligne

Comme chaque année à l'occasion du CES de Las Vegas se pose notamment la question des prochaines tendances du marché du jeu vidéo. Depuis son apparition, celui-ci n'a en effet jamais cessé de croître pour représenter aujourd'hui plus de 33 milliards d'euros (1). Si les jeux sur console continuent d'accumuler les succès et de représenter la majeure source de revenus du marché, le dernier phénomène majeur dans la filière est l'intrusion d'Internet avec des jeux en ligne générant toujours plus de revenus. Aux MMORPG très connus comme World Of Warcraft (12 millions d'abonnés / 1) et aux casual games (1.5 milliards de dollars en 2008 /1) s'ajoutent depuis quelques années d'autres jeux en ligne, les « free to play ». Ces plateformes accessibles gratuitement, reposent sur un business model basé sur la vente d'objets virtuels visant à « booster les parties ». Et c'est un positionnement payant : 2009 restera dans les mémoires comme l'année où les biens virtuels ont décollé aux Etats-Unis, y générant 1 milliard de dollars(2). Cette tendance va s'affirmer pour 2010, et notamment en Europe où les biens virtuels génèrent des revenus depuis quelques années déjà.

En France, l'éditeur Owlent applique ce modèle de manière visionnaire depuis 2005 en proposant des jeux en ligne dédiés à des communautés de passionnés, en format free-to-play adossés à des biens virtuels. Fort du succès de ses quatre premiers jeux [Equideow](#), [Aquariow](#), [Babydow](#) et [Fashiown](#) qui cumulent aujourd'hui plus de 10 millions d'inscrits, il s'avère un très bon exemple de cette tendance de fond. Je vous propose donc de vous entretenir avec Olivier Issaly, son PDG et co-fondateur. Olivier a su permettre à Owlent de s'autofinancer pendant 2 ans et demi avant de lever 3 millions d'euros en mai 2008. L'éditeur continue d'afficher une croissance solide (+ 260% sur l'année 2008) et doit également son succès à une stratégie d'internationalisation lui permettant de réaliser aujourd'hui 75% de son chiffre d'affaires en dehors de la France.