

Jeux en ligne

Owlient creuse le filon des jeux-passion

Gilles Musi - 31/10/2008 15:52 - L'Expansion.com



À l'ombre des jeux massivement multijoueurs et des casual games, d'autres acteurs du jeu en ligne tentent de créer des communautés sur un mode alternatif. L'idée ? Proposer aux internautes de continuer à vivre sur la Toile les passions qui les animent dans la vraie vie, comme l'équitation par exemple. Edité par la société [Owlient](#) et lancé il y a trois ans, le jeu [Equideow](#) rassemble déjà une communauté de plusieurs millions d'adeptes à travers le monde.

« *Nous nous sommes rapidement rendus compte que le produit fonctionnait au-delà de nos espérances* », se souvient Olivier Issaly, président et co-fondateur d'Owlient. Fort de son succès, l'éditeur vient de récidiver en

proposant une autre thématique : l'aquariophilie. Et une troisième est dans les starting-blocks pour les fêtes de Noël.

Malgré sa popularité, Equideow ne propose aucune animation, ni d'immersion en 3D dans un monde virtuel. Pour Olivier Issaly, c'est même, en quelque sorte la « *marque de fabrique* » de l'entreprise. Inutile donc, d'envisager partir en randonnée ou regarder travailler sa monture au manège. Le propos est ailleurs. Il s'agit d'offrir aux passionnés d'équitation la possibilité de créer et de gérer leur centre équestre, de veiller à l'alimentation et l'entraînement des chevaux qu'ils possèdent, de les faire concourir ou participer à des courses d'obstacles ou encore d'organiser leur reproduction.

Fiche d'identité : Owlient

Domaine d'activité : Divertissement grand public
Année de création : 2005
Effectifs : 38
Dirigeant : Olivier Issaly
Fondateurs : Olivier Issaly et Vincent Guth
Capital : 56 000€
Levée(s) de fonds : 1ère levée de 3M€ auprès d'Innovacom en mai 2008
Actionnaire(s) : Fondateurs, fonds d'investissement
Chiffre d'affaires 2007 : 1M€ (prévisionnel 2008 : 1,7M€)
Concurrents :
 - Sur la thématique équitation : MonChval (Fr), TheChval (Fr), Mission Equitation (Fr), Bella Sara (US)
 - Produits similaires, mais positionnés core gamers : BigPoint (All), Gameforge (All)

Si l'accès du jeu est gratuit, les joueurs doivent en revanche sortir le porte-monnaie pour acheter différents produits (selles, engrais, compléments alimentaires...) et services. Ils peuvent alors personnaliser leur monture ou avancer plus rapidement dans le jeu : « *Cela leur permet par exemple d'obtenir des jumeaux lors d'une reproduction, ou d'accroître l'endurance de leurs chevaux* », explique Olivier Issaly.

Les règlements se font par micro-paiements de type Audiotel, SMS, Internet+ ou carte bancaire. La monnaie locale, le Pass, s'échange entre 1,80 et 2 euros. L'an dernier, l'activité engendrée par Equideow a tout de même permis à l'entreprise de réaliser un chiffre d'affaires de 1M d'euros contre 300 000 d'euros en 2006. 90% de ce chiffre est généré par les micro-paiements, le reste étant assuré par la publicité. En outre, Owlient cherche depuis peu à intégrer les marques à l'instar d'un Decathlon ou d'un Hermès au cœur du jeu et au plus près des joueurs : « *Nous commençons à les approcher. Les marques s'intéressent à ce type de promotions. Elles cherchent à se rendre plus visibles pour des communautés de joueurs qui seront ensuite prescripteurs dans leur centre équestre* », poursuit le président d'Owlient.

« *Les adolescentes, entre 10 et 15 ans, représentent 80 à 90% de notre audience* », constate Olivier Issaly. Un ratio que l'on retrouve, peu ou prou, dans les chiffres publiés par la Fédération et qui confirment la pratique majoritairement féminine de l'équitation en France. L'entreprise revendique aujourd'hui une audience de 300.000 visiteurs uniques par mois, et 8 millions de pages vues quotidiennement. La communauté globale est estimée à environ 4,5 millions de joueurs dans le monde.

Outre le français, le jeu est en effet disponible en quatre langues (anglais, allemand et espagnol). « *Entre 50 000 et 70 000 personnes se connectent quotidiennement, et nous enregistrons 4 000 inscriptions supplémentaires chaque jour. Nous disposons d'une marge de progression encore importante en Allemagne, ou aux Etats-Unis où nous réalisons déjà 30% de notre chiffre d'affaires* », assure le président d'Owlient.



Face à l'engouement suscité par ce premier jeu, les deux co-fondateurs ont lancé [Aquariow](#) en juillet dernier, en direction des aquariophiles. Au dernier comptage, il rassemblerait 10.000 joueurs actifs pour quelque 60.000 membres inscrits. La plateforme technique et l'esprit sont les mêmes. « *En fait, le modèle peut être décliné à l'infini, estime Olivier Issaly, toute la difficulté consiste à identifier les passions qui génèrent des communautés suffisamment importantes. Une vingtaine d'entre elles auraient été déjà localisées* ».

Le patron d'Owlient n'en dira pas plus sur le prochain titre, prévu pour la fin de cette année et dont la conception a démarré début septembre. Ensuite, le calendrier prévoit deux à quatre sorties par an, et l'apparition de services contextuels gratuits (shopping, PA, informations...) avec paiement à l'acte.

SALAIRES

Calculez ce que vous devriez gagner
et estimez votre augmentation 2008 avec notre simulateur exclusif

JEUNES DIPLÔMÉS

Palmarès des écoles
Les salaires d'embauche école par école et nos conseils pour votre premier job

BIEN-ÊTRE

Luttez contre le stress
Tests, conseils et vidéos pour retrouver la sérénité au bureau

HIGH-TECH

Tout savoir sur la nouvelle économie
Les start-ups, les produits, les enjeux des nouvelles technologies