

## >> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**



Owlient intègre le classement des jeunes pousses les plus prometteuses en Europe

**Olivier Issaly**, PDG d'Owlient :

### "Le modèle publicitaire va à contresens d'un engagement fort de l'utilisateur."

Owlient n'est pas un énième site de jeux en ligne. Le site fédère des communautés de passionnés en leur permettant de prolonger leur passion grâce à des jeux web 2.0. Owlient a également fait le pari de la qualité, puisque les jeux rassemblent des internautes fervents d'équitation et d'aquariophilie. Un véritable savoir-faire a été développé dans la conception pour maximiser l'interaction entre les joueurs et un jeu Owlient se joue avec des milliers d'autres joueurs. Le programme Innovate Europe, destiné à identifier les jeunes pousses européennes les plus prometteuses et à accélérer leur entrée sur le marché technologique international, vient d'annoncer le top 10 des entreprises les plus innovantes. Parmi ces 10 sociétés, 3 sont françaises, dont Owlient. Dans un contexte économique difficile, ce programme permet à des entreprises de tester leur plan d'affaires, de bénéficier de conseils de la part des experts du Guidewire Group et de s'internationaliser. Olivier Issaly, PDG d'Owlient, nous présente sa démarche.

L'Hebdo-Bourseplus :

*Vous avez été les premiers à aborder le jeu sous l'angle communautaire. Qu'est-ce que cela vous apporte ?*

Olivier Issaly :

L'aspect communautaire a toujours été important pour nous. Cela fait partie des valeurs fondatrices de la société, car nous pensons qu'Internet permet justement de vivre des expériences communautaires assez intéressantes. Nous souhaitons apporter des services permettant de rencontrer des nouvelles personnes en fonction de ses centres d'intérêt. Créer des nouveaux liens sociaux, c'est vraiment intéressant et c'est pour cette raison que nous avons travaillé sur ce positionnement qui est celui de la passion. Lorsque l'on est passionné par quelque chose, on le partage plus facilement... Pour nous, il est vraiment important de pouvoir arriver à fournir une expérience enrichissante à nos utilisateurs. Ils peuvent discuter de leur passion avec d'autres personnes et je pense qu'il y a beaucoup à faire là-dessus. *Il y a quelques années, vous étiez des précurseurs en travaillant sur la communauté. Autre point d'avance : votre refus de la publicité, puisque votre modèle est celui du*

*paiement en ligne. Or, on constate aujourd'hui que tout le monde s'interroge sur le modèle publicitaire...*

Cela rejoint une deuxième valeur que nous avons : le respect de l'utilisateur. Nous laissons le choix à l'utilisateur de choisir quand et ce qu'il veut payer...

Lorsque l'on travaille sur des médias sociaux comme les nôtres, notre intérêt est que l'utilisateur soit le plus engagé possible dans la communauté et dans le produit, c'est-à-dire qu'il soit réellement investi dans le jeu en passant beaucoup de temps avec les autres. Plus vous êtes engagé avec un produit, moins vous avez envie de le quitter. J'estime que le modèle publicitaire va à contresens d'un engagement fort de l'utilisateur, contrairement au paiement à l'acte. C'est donc une manière de mieux impliquer l'utilisateur dans la communauté.

*Tous vos jeux ont un point commun, la vie, puisqu'il y a les chevaux, les poissons et maintenant les bébés... Envisagez-vous d'aller beaucoup plus loin, notamment pour essayer de cibler le monde de l'entreprise ?*

Il est vrai que les trois premiers sujets ont la caractéristique d'avoir un être vivant comme sujet principal. La passion est encore plus forte que lorsqu'il s'agit de quelque chose d'immatériel.

Nous travaillons sur beaucoup d'autres sujets, puisque nous ne nous limitons pas en termes de passion. En interne, nous avons de nombreuses idées et nous n'avons aucune limite. Donc, nous pourrions travailler sur des sujets plus économiques, comme la bourse par exemple.

*Vous avez déjà 15 millions de pages vues par mois, vous avez levé pas mal d'argent et vous avez obtenu de nombreux prix au cours de ces derniers mois. Le plus surprenant, c'est que vous n'êtes pas allés vers la facilité pour générer une audience rapide : je pense par exemple à des jeux plus violents...*

Il est vrai que cela aurait été beaucoup plus facile. Mais tout cela est lié à notre positionnement sur la passion. Les meilleures expériences communautaires que nous avons pu avoir étaient liées à des passions bien ciblées. Nous voulons vraiment qu'un passionné puisse se retrouver en ligne, faire des rencontres... La passion doit être un moment de détente et non un moment de stress. Évidemment, il aurait sans doute été beaucoup plus facile pour nous d'aller vers des jeux plus violents.

*Vous êtes reconnus dans toute l'Europe aujourd'hui. Quel est votre sentiment sur la création d'entreprises en France ?*

Pour une société qui travaille dans l'univers du service grand public sur Internet, je ne pense pas qu'il soit plus difficile de lancer son projet en Europe qu'aux États-Unis. En France, ce qui revient le plus souvent, c'est la question du droit social qui est extrêmement compliquée. Pour moi, ce n'est pas impossible à gérer lorsque l'on arrive à s'entourer de personnes compétentes. Le fait d'être en France nous a permis de développer notre produit et de le perfectionner en étant à l'abri de la concurrence internationale, puisque les Américains regardent plus difficilement ce qui se passe sur le marché français. C'est un avantage dont nous devons tenir compte. Aux États-Unis, l'exposition est vraiment très rapide et il est facile d'être espionné. Nous, nous avons pu vraiment nous concentrer sur notre produit au cours des deux premières années. C'est donc un avantage d'être sur un marché local. ■

## l'actualité de la nouvelle économie

### Les liens sponsorisés deviennent essentiels.

Contrairement aux idées reçues, les liens sponsorisés constituent un facteur d'attractivité de plus en plus important. En Grande-Bretagne, une étude souligne que les liens sponsorisés sont maintenant le premier levier de trafic des sites Internet. Or, le marché anglais a toujours de l'avance sur le reste de l'Europe. Il apparaît que les liens sponsorisés représentent 28,2% des accès, contre 24% pour les accès directs, 16,7% pour les moteurs de recherche ou encore 13,3% pour l'affiliation. Une tendance qui va permettre de générer à nouveau du chiffre d'affaires pour Yahoo, Microsoft et Google, les principaux fournisseurs de mots clés du marché.

### Clic.com lève 130 000 euros.

Clic.com, pionnier des enchères au centime, vient de finaliser un premier tour de table, d'un montant de 130 000 euros, auprès de Paris Business Angels. Pierre-Yves Banaszak, le fondateur de l'entreprise, souligne que "la société devrait consacrer cette somme au développement de nouveaux produits et poursuivre son expansion en France. Clic.com est une plate-forme de jeu qui accélère sa croissance en accentuant ses investissements en R&D, en renforçant ses équipes et en déployant une stratégie commerciale adaptée aux attentes de ses clients". Clic.com est une plate-forme de jeu qui facture les internautes à chaque mise. Comme ses concurrents Encheresclic.com, Bidfun.fr, CentsEncheres.com ou Prix-Genie.com, la société se rémunère en vendant des crédits aux internautes.