



Jouer en société et en iPad

La société Days of Wonder peut se flatter d'être en passe de réussir un joli coup en France : dès la fin de ce mois, cette jeune entreprise franco-américaine née en 2002 proposera à sa clientèle le tout premier jeu de société disponible sur iPad.

Small World, un jeu de conquêtes qui se déroule dans un univers fantastique (photo), s'est déjà vendu à quelque 13 000 exemplaires dans l'Hexagone depuis sa création en 2009 sous sa forme classique : un jeu qui se pratique à plusieurs autour d'un plateau. Comme l'autre best-seller de la société, *les Aventuriers du rail*, *Small World* s'adresse essentiellement à un public

d'adultes passionnés. Pour l'instant accessible dans les magasins spécialisés – entre 40 et 45 euros –, le jeu devrait gagner, avec la tablette de Steve Jobs, une dimension nouvelle. « Avec l'iPad, explique Éric Hautemont (ci-dessous), fondateur et président de Days of Wonder, le plateau, qui est évidemment statique dans la version classique, peut bouger, se modifier, s'orienter au gré des besoins. En même temps, l'iPad retrouve avec le jeu de société des possibilités d'échange que l'écran d'ordinateur ne permet guère : on peut jouer en face-à-face, à plusieurs, échanger, s'allier ou se trahir... C'est comme un Monopoly ou un Risk, mais en plus moderne ! ».

L'informatique à l'appui...

L'atout de Days of Wonder sur un marché du jeu dominé par quelques entreprises géantes et généralement anciennes ? Sa double compétence éditoriale et numérique. Créée par des informaticiens – 15 salariés dont 11 en France – et des passionnés de jeux, cette

société qui travaille sur les deux continents entend développer parallèlement ses jeux "sur plateau" et leurs équivalents informatiques, accessibles en ligne et sur iPad. « Bien loin de se concurrencer, ces deux pôles se soutiennent l'un l'autre », affirme Éric Hautemont.

... de la convivialité

Pour cette société qui réalise 50 % de son chiffre d'affaires en Europe, essentiellement en France et en Allemagne, le nouveau support devrait dynamiser l'ensemble des ventes. Son pari ? « Les gens, même ou surtout lorsqu'ils sont informaticiens, sont las des écrans ! Pour eux comme pour leurs enfants, ils veulent davantage de convivialité... », poursuit le président de Days of Wonder. Une intuition que l'entreprise appuie sur l'observation de sa clientèle actuelle : en France, elle se recrute surtout, paraît-il, dans le milieu éducatif et parmi les étudiants... CH. M.

