

3GSM Cannes : le nouveau visage du jeu sur mobile

En direct de Cannes Quatrième attente des utilisateurs, le téléchargement de jeux sur mobile est un service qui fait ses preuves depuis l'apparition de téléphones mobiles GPRS. Chaque opérateur génère de substantiels revenus avec ce service, mais ce n'est qu'un début. Avec des solutions autour de Java, l'apparition de mobiles de plus en plus perfectionnés et de la 3G, l'expérience du joueur sur mobile (et les revenus des opérateurs) peut aller beaucoup plus loin. Il ne s'agit plus simplement de proposer un jeu en téléchargement mais d'offrir un univers multimédia (et payant) autour de ce jeu. C'est le credo d'In-Fusio, entreprise bordelaise, spécialiste de ce secteur depuis 1998. Le français s'est forgé une solide expérience en la matière: 15 millions d'utilisateurs consomment ses produits qui sont proposés par 130 opérateurs et portails sur la planète. Son catalogue comporte plus de 90 titres, dont de nombreux portages de hits parus sur console. Très vite, l'entreprise a compris qu'il ne fallait se contenter de produire des jeux. Avec sa technologie ExEn (27 millions de mobiles dans le monde avec cette technologie embarquée), In-Fusio proposait déjà des systèmes de fidélisation avec le SMS Premium. « *Ce service supplémentaire, qui donne des informations exclusives au joueur par SMS, s'est vite imposé* », explique Yann Mondon, directeur de la communication. « *Il représente ainsi 40% de notre chiffre d'affaires contre 60% pour les téléchargements* ». Les opérateurs ont donc très bien compris l'intérêt de la chose. Avec ce type d'options, l'abonné est prêt à remettre la main à la poche alors qu'il a déjà acheté le produit. Il restait maintenant à In-Fusio de développer le concept. C'est aujourd'hui chose faite. A l'occasion du 3GSM World Congress qui s'est tenu à Cannes, l'entreprise a présenté EGE (Entertainment and Gaming Extensions) Lite, sorte de mini-portail articulé autour d'un jeu et basé sur Java. Le principe est simple. L'utilisateur ne télécharge pas un jeu mais un mini-univers. Il a ainsi accès, à partir d'une interface unique à la manière d'un menu de DVD, à des contenus supplémentaires et évidemment payants tirés de ce jeu: sonneries, infos, photos, vidéos... « *Il s'agit de faire converger les contenus autour d'un accès unique et ainsi rendre le service beaucoup plus attractif* », explique Yann Mondon. Un service qui devrait intéresser les opérateurs toujours en quête de moyens supplémentaires pour « scotcher » leurs abonnés. La formule semble séduire puisque EGE Lite a déjà été choisi par des géants du secteur. « *Orange vient de certifier notre moteur pour les fabricants de mobiles. Par ailleurs, le sud coréen LG intègrera la plate-forme à ses combinés* », explique Yann Mondon. Pour la suite, In-Fusio planche sur de nouvelles fonctions qui cette fois visent à rapprocher le PC du mobile: « *Il s'agirait de mieux faire communiquer le Web et le Wireless* », explique le directeur de la communication. Par ailleurs, l'arrivée de la 3G devrait permettre de réhausser la qualité, même si In-Fusio ne table pas sur un démarrage rapide. « *Il y a beaucoup d'annonces mais peu de concrétisations. Attendons la fin de l'année pour voir un peu plus clair. Néanmoins, il faut être dans ce train, car la 3G permettra des jeux de 1 Mo de la qualité de la PlayStation 1, de la 3D, du multiplaying, en bref, plus de plaisir* ». Toute l'actualité du Salon 3GSM World Congress de Cannes, lisez notre dossier **In-Fusio se construit aux USA et en Allemagne**

L'année 2004 a été chargée en changements pour le français In-Fusio. L'entreprise a annoncé deux acquisitions de taille qui lui permettent de renforcer sa dimension internationale. En février 2004, le groupe bordelais annonce le rachat de l'américain Thumbworks (le pouce travaille!).

« Cela renforce notre position là-bas mais surtout, cet éditeur s'est diversifié en proposant par exemple une chaîne mobile 'Cell Toon' », explique Yann Mondon, directeur de la communication. Quelques jours plus tard, c'est l'allemanf Mobile Scope qui tombe dans l'escarcelle du français. L'éditeur, créé par des anciens de THQ, permettent à In-Fusio de faire passer son catalogue à 90 titres au lieu de 70. « L'objectif est simple », poursuit Yann Mondon, « Nous souhaitons rééquilibrer notre activité. Avant ces acquisitions, notre chiffre d'affaires était réalisé à 90% en Europe. Le but est de réaliser 40% en Europe, 20% aux USA et 20% au Japon ».