

Homa Games charme les investisseurs en prédisant le succès d'un jeu vidéo

Homa Games fait son nid dans l'accompagnement des développeur·euse·s de jeux vidéo indépendant·e·s. L'éditeur français, fondé en 2019, a mis au point une technologie à même de déterminer les concepts qui trouveront leur public sur la base d'un simple pitch. Il boucle une levée de fonds en amorçage de 12,5 millions d'euros.

Temps de lecture : minute

8 février 2021

Il revendique la plus importante levée européenne en amorçage de ce début 2021. Le studio et éditeur de jeux vidéo Homa Games annonce un tour de table à hauteur de 12,5 millions d'euros auprès d'Idinvest, e.ventures, OneRagtime et de business angels. Fondé en 2019, Homa Games a pris le parti de se placer en soutien à ceux que l'on appelle les "indy developers" - comprendre des groupements de 2 ou 3 développeur·euse·s indépendants visant à développer des titres. *"Avec mes associés, nous travaillons à l'époque dans le domaine de la publicité mobile. En constatant que seuls les jeux portés par de gros studios parvenaient à se hisser en haut du classement des téléchargements, nous avons voulu guider les indépendants dans le cadre de leur processus créatif"*, raconte à Maddyness Daniel Nathan, président-directeur général et co-fondateur de Homa Games.

"Devenir une usine à développer du contenu"

La startup parisienne a développé une technologie visant à déterminer dans des délais très courts si un titre sera en mesure de séduire le public. *"Nous pouvons actuellement le savoir en trois jours, mais nous ambitionnons de ramener cette durée à une demi-journée"*, assure ainsi Daniel Nathan. Pour ce faire, Homa Games a connecté sa plateforme de test aux réseaux sociaux. Des vidéos sont diffusées dans les encarts publicitaires prévus par ces derniers pour présenter les titres qui lui sont soumis par les développeurs tiers. Ses algorithmes réalisent une estimation du futur taux de succès selon le temps passé par les internautes à visionner le contenu ainsi que les éventuelles interactions avec celui-ci. *"Cela fonctionne un peu comme le modèle de TikTok. Combiné aux tendances observées sur les app stores, cela permet aux professionnels de revoir leur copie"*, avance le dirigeant, qui résume dans une formule que ces derniers considèrent sa solution *"un peu comme des stéroïdes"*.

Quelque 300 développeur·euse·s indépendant·e·s font aujourd'hui appel aux services de Homa Games, en lui fournissant un pitch de leur concept de jeu. Environ 1 500 idées sont mises à l'épreuve par l'éditeur sur les réseaux sociaux chaque mois pour prendre le pouls auprès des

internautes. "La majorité de ces dernières entre dans la catégorie de l'hyper casual, c'est-à-dire des jeux qui n'entraînent pas de frustration chez l'utilisateur", indique Daniel Nathan, qui précise que l'ambition de son entreprise est de "devenir une usine à développer du contenu". Pour autant, la startup développe également des titres en interne. Suite à plusieurs rachats, elle a intégré des studios basés à Toulouse et Paris ainsi qu'à Skopje (Macédoine du Nord) et Lisbonne (Portugal). Une activité qui représente "10 %" de son chiffre d'affaires. "Cela restera minoritaire, puisque nous voulons nous positionner en tant qu'éditeur et donc comme une rampe de lancement pour les acteurs tiers", assure-t-il.



À lire aussi

Jeux vidéo : trois startups françaises qui veulent changer le game

L'avènement du no-code va doper l'activité

De nombreuses entreprises existent sur ce marché. Le fruit de l'expérience vécue par le créateur vietnamien du célèbre jeu Flappy Bird qui, face au succès, s'est vite rendu compte des limites à s'auto-éditer. La France serait, depuis, devenue "un centre d'attractivité mondial" pour les développeur·euse·s indépendant·e·s souhaitant prendre la température d'un concept selon Daniel Nathan. "C'est une bonne chose car développer un jeu vidéo sera bientôt à la portée de tous avec l'avènement du no-code", prédit ainsi le chef d'entreprise, qui affirme déjà "recevoir plus de nouveaux jeux à tester que de mails".

Avec ce tour conséquent en amorçage, Homa Games veut se développer en proposant ses services aux détenteurs de licences à succès telles que Harry Potter ou Marvel – l'éditeur vient

ainsi de signer avec l'Américain Hasbro. "*Nous leur proposerons de 100 à 200 concepts de jeux et ils n'auront que l'embarras du choix. Nous déterminerons avec eux quels projets pourront fonctionner*" , détaille Daniel Nathan. Pour parvenir à ses fins, la startup prévoit d'investir massivement dans la R&D afin d'améliorer sa capacité en informatique décisionnelle en analysant plus finement les magasins d'applications. Le kit de développement qu'elle met à disposition des développeur·euse·s pour modifier diverses variables de leurs jeux, ainsi que la plateforme d'acquisition utilisateurs bénéficieront aussi de ce financement.

Homa Games dispose de 80 salarié·e·s de 19 nationalités différentes, un chiffre qui aurait "*doublé depuis le début de la crise*" liée au Covid-19. Et la startup ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Elle prévoit ainsi d'acquérir une poignée de studios supplémentaires et d'embaucher 35 personnes supplémentaires dans les prochains mois, majoritairement des profils techniques - ingénieur·e·s et chef·fe·s de produit. Pour mémoire, le secteur du jeu vidéo est l'un de ceux qui peut se réjouir d'avoir bénéficié du contexte sanitaire. Confinés, les consommateurs se sont rués sur les titres récents. D'après une étude du groupe de conseil IDC, dont les résultats ont été relayés par le site américain *MarketWatch*, les recettes pourraient avoir augmenté de 20 % en 2020 par rapport à 2019.

Article écrit par Arthur Le Denn