

Voodoo réserve 200 millions de dollars à des studios de jeux vidéo blockchain prometteurs

L'éditeur français de jeux sur mobile Voodoo cible les studios émergents spécialisés dans la blockchain, afin de renforcer son maillage déjà fort d'une dizaine de structures.

L'écosystème Voodoo va encore s'étoffer. L'éditeur français de jeux sur mobile promet de réserver 200 millions de dollars à des studios prometteurs, en phase de démarrage. La scaleup, membre du Next 40, cible ainsi « *des studios de jeux, avec des jeux existants ou des idées intéressantes* » mais aussi « *des personnes souhaitant créer une équipe à partir de zéro* ».

Mais tous les studios ne pourront pas prétendre au pactole : seuls ceux travaillant sur la blockchain sont concernés. C'est là le principal axe de développement du groupe français et il est prêt à mettre le paquet – notamment grâce à sa méga-levée de cet été. Déjà fort de 10 studios qui planchent sur le sujet, il a vocation à cristalliser tout un écosystème blockchain du jeu vidéo.

Le nouveau dada des studios de jeux

vidéo

« Cette technologie donnera aux joueurs la véritable propriété de leurs actifs numériques, créant des interactions plus profondes entre les joueurs – collecte, échange, vente de monnaies numériques et d’actifs de jeu – ce qui augmentera le plaisir et l’engagement », esquisse Alex Yazdi, PDG de Voodoo, cité dans un communiqué. Il voit dans la blockchain « une percée technologique transformatrice », facilement applicable à l’univers des jeux vidéo car « les joueurs sont déjà habitués à acheter des actifs numériques ».

Côté modèle d’affaires, « cela permettra également aux joueurs de tirer un bénéfice de leurs actifs, ouvrant ainsi la voie à un nouveau modèle play-and-earn ». Un nouveau filon sur lequel plusieurs grands studios de jeux vidéo misent déjà, à l’instar d’Ubisoft, qui a annoncé il y a quelques jours le lancement d’une plateforme dédiée aux NFTs, pour l’instant uniquement utilisable dans son jeu *Tom Clancy’s Ghost Recon Breakpoint*. Une annonce fraîchement accueillie, tant en interne que par les joueurs.

Répliquer les recettes du succès de Voodoo

Qu’à cela ne tienne, Voodoo se lance à corps perdu dans l’aventure, sûr de ses atouts. À commencer par « le meilleur moteur de croissance, tant sur le plan technique qu’opérationnel », estime t-il dans un communiqué. Manque d’humilité ou lucidité bravache ? Le groupe revendique 5 milliards de téléchargements sur l’ensemble de ses jeux, rien de moins que 300 millions d’utilisateurs actifs chaque mois et 200 millions de dollars de chiffre d’affaires rien que pour sa branche de jeux occasionnels – alors que son cœur de cible reste les jeux *hypercasual* et *casual*.

Pour convaincre les studios de jeux, le groupe souligne qu’il a acquis « huit sociétés au cours de la seule année 2021 » et « coaché 450 équipes de jeux hypercasual et casual ». Bref, Voodoo sait faire. Et il espère bien appliquer à la blockchain les mêmes recettes. Voodoo guidera les studios lors de la phase d’idéation, leur fournira l’infrastructure technologique nécessaire à « la création de jetons et de NFT, l’intégration de la blockchain de niveau 1 et 2 et la gestion des portefeuilles » et les aidera à structurer leur stratégie marketing. Pour le même succès ? Les joueurs trancheront.

À lire aussi

Voodoo, Dontnod... Les enjeux derrière l'arrivée de Tencent
dans le jeu vidéo français

Article écrit par GERALDINE RUSSELL