

Supercosi lève 2 millions d'euros pour se faire une place sur le marché du jeu vidéo mobile

Supercosi fait le pari de tester des prototypes avant de développer de nouveaux jeux pour diviser les coûts par cinq. Sa première levée de fonds lui permettra de recruter pour éditer de nouveaux projets. Le but : se faire une place sur le marché du jeu vidéo mobile en plein essor.

Le marché du jeu vidéo est en effervescence. Il pèse aujourd'hui 105 milliards de dollars et continue de croître de plus de 5% par an. « *Le jeu mobile prend d'ailleurs de plus en plus d'ampleur, il représente la moitié du marché* », assure Jean-Baptiste Fleury. Cet ancien responsable marketing chez Nintendo, également passé par Ubisoft, vient de s'associer à Charlotte Lavergne, qui a travaillé pour Gameloft ou Kobojo. Ensemble, ils ont créé leur propre studio appelé Supercosi et spécialisé dans le jeu « *casual* », tels que le sudoku ou les mots-mêlés.

La société créée en novembre 2021 compte aujourd'hui 9 salariés et devrait bientôt faire passer ses effectifs à 15 personnes. Pour développer et éditer ces futurs jeux, elle vient en effet de lever 2 millions d'euros, auprès des fonds Trust Esport, créé par Matthieu Dallon et Kima Ventures, porté par Xavier Niel. La BPI et plusieurs business angels issus de l'industrie du divertissement

complètent le tour de table. « *L'objectif est de financer l'équipe de production* », précise Charlotte Lavergne. En parallèle, Supercosi envisage de consacrer une partie du financement au marketing.

« Un jeu sur 20 est un succès »

Car pour se lancer sur le marché du jeu mobile, « *il faut être très attractif et avoir des outils perfectionnés* », assure Jean-Baptiste Fleury. Pour s'y faire une place, l'entreprise met au point des prototypes, qu'elle fait d'abord tester sur un échantillon de joueurs aux Etats-Unis. « *Dans l'industrie du jeu vidéo, on considère qu'un jeu sur 20 est un succès. Les tester avant nous permet de diviser les coûts par cinq* », précise le dirigeant.

Pour la société, l'enjeu est également de rendre ces jeux plus attrayants, en termes de graphisme mais également en ajoutant « *une pincée de compétitivité.* » « *Quand on joue au Sudoku, c'est plus amusant de comparer son score à d'autres joueurs et de participer à des tournois. Cela ajoute une dimension sociale. Et, grâce à nos expériences dans le secteur, nous savons que cela fonctionne bien* », poursuit le dirigeant.

40 à 50 salariés d'ici 2025

Pour accompagner son développement, la société vient également de rejoindre le « *Founders program* » de Station F. « *Cela va nous permettre de nous pousser et d'éclorre* », estime le cofondateur. La société a déjà réalisé trois premiers prototypes. Le premier n'a pas fonctionné et a donc été abandonné, le second est actuellement en test et un troisième est en cours de développement. Dans les neuf à douze prochains mois, Supercosi espère lancer son premier jeu sur le marché. « *Nous avons un plan de conquête très fort, assure le dirigeant. L'idée est de faire des jeux sur mobile puis sur consoles et de développer de nouvelles catégories. Nous voulons créer des jeux « casual » mais assez sophistiqués.* »

D'ici 2025, la société envisage de gonfler ses effectifs pour atteindre 40 à 50 salariés.