

LE SALON MONDIAL DU JEU  
A OUVERT JEUDI DERNIER EN ALLEMAGNE

# L'esprit belge irrigue le marché du jeu de société

Autrefois réservé aux enfants, le jeu de société est devenu en quelques années un divertissement très prisé par les adultes, qui n'ont plus honte de jouer entre amis. Cette nouvelle génération de «gamers» est en train de booster un marché en pleine santé au sein duquel les créateurs belges tirent leur épingle du jeu.

**L**e secteur du jeu de société se porte bien, merci pour lui. Un petit tour régulier dans certaines librairies suffit à prendre son pouls: les rayons consacrés aux joueurs ne cessent de s'étendre. Certaines enseignes de l'horeca s'y mettent aussi en proposant des soirées jeux, comme à la Table Food and Games dans le centre de Bruxelles où Géraldine Volders, *marketing manager* chez Asmodee Benelux, le leader de la distribution du jeu en Belgique, a réuni les auteurs et éditeurs belges en vogue quelques jours avant le salon mondial du jeu de société qui ouvrait jeudi dernier à Essen, en Allemagne. «Les deux patrons du Food and Games sont des cuisiniers amoureux du jeu de société. Ils connaissent toutes les règles, il suffit de leur demander!, s'enthousiasme Géraldine Volders. Sans doute qu'ils n'auraient pas osé ouvrir un restaurant basé sur ce concept voici 10 ans. Avant, les adultes ressentaient une certaine honte à l'idée de jouer à un jeu de société entre amis. Beaucoup avaient envie mais peu osaient l'avouer... Les gens ont fini par se décomplexer.»

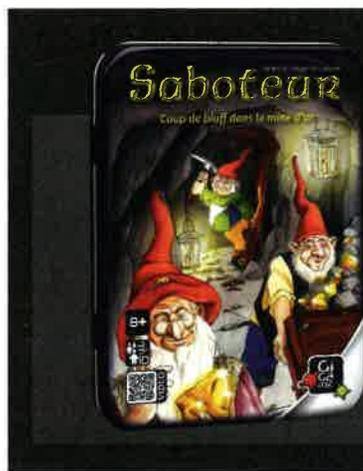
## Catane ou la révolution d'un dentiste allemand

Si l'essor des jeux de société peut paraître surprenant à l'heure où le numérique s'impose dans tous les pans de notre quotidien, il s'agirait au contraire,

à écouter Géraldine Volders, d'une réaction presque logique: l'homme a soif d'échanges humains, réels et directs. «Devant un jeu de société, on partage des émotions, on se retrouve en famille, tout le monde est focalisé sur la même chose. Les personnalités se révèlent.» A tel point qu'aux Etats-Unis, des psychologues du travail font jouer des employés entre eux pour analyser de façon ludique leur comportement en équipe. Gare aux mauvais perdants...

Autre facteur d'émancipation: le jeu de société lui-même, qui s'est professionnalisé au fil du temps. Les joueurs luttent jadis sur des plateaux aux illustrations de mauvais goût avec des scénarios complexes aux règles confuses et interminables. La sortie du célèbre jeu *Colons de Catane*, imaginé par

le dentiste allemand Klaus Teuber, en 1995, sera qualifié a posteriori de moment charnière. Une claque pour tous les *gamers* de l'époque. Le début d'une nouvelle ère. «Soudain, tout ce qui faisait le bonheur des joueurs s'est retrouvé condensé dans un jeu de société de 45 minutes aux règles simplifiées et au graphisme séduisant», explique Nicolas Baseret, fondateur de la plateforme d'échanges entre joueurs *boitecast.net*, lui aussi à l'origine du rendez-vous au Food and Games. «Depuis le succès planétaire des *Colons*, ajoute Géraldine Volders, les noms de l'auteur et de l'illustrateur d'un jeu sont davantage mis en valeur, souvent sur le devant de la boîte, à l'instar d'une couverture de BD. On veut d'ailleurs que le jeu de société soit reconnu comme un objet culturel.»



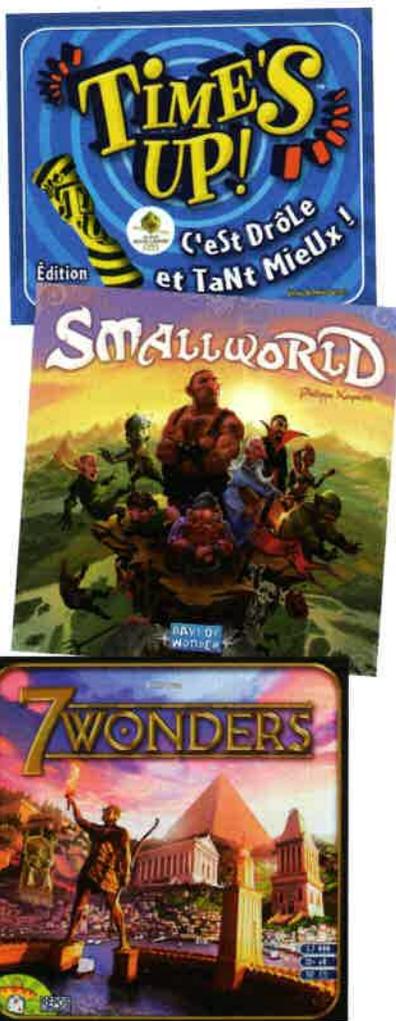
## «Je gagne 14 centimes par jeu vendu»

«Inventer un jeu, c'est comme écrire un roman: la croix et la bannière.»

**Frédéric Moyersoen** est un auteur anversois de jeux de société qui se consacre désormais entièrement à la création. Il s'est déguisé en Robin des Bois pour présenter à la Table Food and Games son nouveau jeu, *Robin*, édité par Tric Trac. Depuis

L'un des grands acteurs de cette nouvelle dynamique, c'est «l'école francophone», en référence aux écoles allemande et américaine dont le clivage culturel a pris racine après la Seconde Guerre mondiale. C'est que, au lendemain d'un conflit particulièrement traumatisant pour la nation germanique, il était hors de question de proposer aux enfants allemands des jeux à base de gros fusils et de tactiques de combat. «Du coup, explique Nicolas Baseret, les Allemands ont fabriqué des jeux d'optimisation et de stratégie. De leur côté, les Américains victorieux ont continué à concevoir des jeux de guerre dans un décorum thématique, souvent lié à l'univers du fantastique. Ils formaient carrément leurs militaires avec ça!» «C'est l'école mécanique face à l'école thématique», résume Cédric Caumont, CEO de Repos Production, le plus grand éditeur belge de jeux de société.

L'école francophone, c'est-à-dire surtout la France et la Belgique, est un mix des approches allemande et américaine. Arrivée vers l'an 2000, elle a très vite conquis le marché avec ses jeux à thème au service d'une stratégie où la gestion et le calcul sont primordiaux. Mais le jeu est occupé à se mondialiser et ces différences culturelles ont tendance à disparaître. Souvent, un concept qui marche aux Etats-Unis va cartonner en Europe aussi et vice-versa, même si ce n'est pas toujours vrai.»



**DES JEUX BELGES QUI CARTONNENT: «TIME'S UP!», «SMALL WORLD» ET «7 WONDERS»**  
Leurs concepteurs forment un groupe désigné à l'étranger comme la «délégation belge».

### Pour la rigolade

Le succès des auteurs et éditeurs belges est remarquable à l'échelle d'un si petit pays. La boîte d'édition de Cédric Caumont, Repos Production, s'apparente à un mastodonte international qui n'a pas son pareil pour flairer le potentiel d'un prototype de jeu. Ses fleurons se nomment *Time's Up* ou *7 Wonders*, excusez du peu.

Côté auteurs, pas de quoi rougir non plus. Philippe Keyaerts, pour n'en citer qu'un, est le concepteur de *Small World* (vendu à 400.000 exemplaires, sans compter les extensions!), un jeu qu'il a imaginé alors qu'il était prof de math. Aujourd'hui, son succès lui permet de se consacrer à plein temps à l'élaboration de nouvelles maquettes. «Chez les créateurs belges de jeux de société, un esprit particulier s'est développé, explique Geraldine Volders. Ce sont de jeunes auteurs qui, sans le vouloir, forment un groupe à part entière qu'on désigne à l'étranger comme la 'délégation belge', alors qu'ils ne travaillent pas ensemble.» Pourquoi cette singularité? «Parce que nos auteurs font ça pour s'amuser, sans prétention aucune, répond Nicolas Baseret. Si ça marche, ils sont les premiers à s'étonner. Mais le succès ne gonfle pas leur ego pour autant. Les Belges qui se la prennent ne décollent pas. C'est comme ça, ça vient tout seul. C'est vrai aussi dans les autres secteurs culturels, comme le cinéma ou la BD. C'est la marque de fabrique de notre pays.» © QUENTIN JARDON

le succès planétaire de son *Saboteur*, une petite boîte contenant des cartes et vendue à plus d'un million d'exemplaires, il parvient à vivre de sa passion. «Mais au début, c'était compliqué. J'étais au chômage depuis quatre ans quand mon premier jeu a été édité. En 2004, avec la sortie de *Saboteur*, j'ai décollé. Je ne perçois toutefois que 7 ou 8% sur le chiffre d'affaires de l'éditeur, soit, dans le cas du *Saboteur*, 14 centimes par jeu vendu.» En lisant les règles d'un jeu, tout

le monde s'est sans doute déjà posé cette question: comment conçoit-on une pareille invention? «D'abord, je m'impose des limites, expose Frédéric Moyersoen. Je choisis un thème, un support, un public cible. Je trouve ensuite un concept original. Puis, je réalise mes cartes et mon plateau de jeu à la main, avant d'inviter des amis à essayer. Après chaque partie, je change certains trucs, jusqu'à obtenir une maquette qui me satisfait.» L'auteur arpente alors les salons pour présenter son bébé. Si ce dernier

trouve preneur, l'éditeur va le retravailler pendant un certain temps pour le rendre le plus sexy possible. Certaines sociétés d'édition transforment parfois le concept pendant trois ans, à tel point que l'auteur ne reconnaît plus son invention. Une fois édité, le jeu n'a plus qu'à se trouver un distributeur et la machine est lancée. Une machine souvent souffreteuse: le premier tirage d'un jeu avoisine en général les 3.000 exemplaires. Et les ventes dépassent rarement le cap des 5.000. Comme pour un roman.