



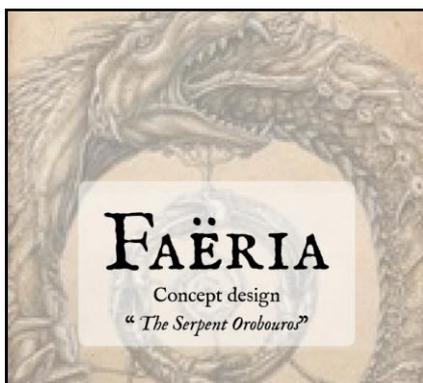
wallonie design

## ENTREPRISE EN LUMIÈRE

// Octobre 2015

### FAËRIA : DU MYTHE À L'ENTREPRISE RÉELLE

*Valsîrion est une vallée légendaire située au beau milieu d'une zone polaire, au centre du monde. En son sein se trouve une grotte abritant une sphère de verre géante pleine d'un liquide rouge : un Orbe magique... Faëria est un jeu de stratégie en ligne, prometteur, dont les cartes emmènent les joueurs dans des mondes mythologiques tels que celui-ci, des mondes peuplés de créatures étranges et de tribus au système politique et social élaboré. Faëria est aussi une fabuleuse aventure entrepreneuriale « made in Wallonia ».*



Le projet a démarré dans la tête de deux jeunes Belges en 2005 : Jean-Michel Vilain, développeur dans un studio de jeux vidéo, et Martin Pierlot, designer. Ils voulaient créer un jeu auquel « ils adoreraient jouer indéfiniment ».

Dix ans plus tard, Faëria suscite désormais l'intérêt d'investisseurs de taille, dont celui, il y a quelques mois, du plus gros studio de jeux vidéo en Chine ! « Lors d'un salon à San Francisco en mars 2014, celui-ci nous a repérés », raconte Olivier Griffet, CEO d'Abraham, la société qui porte Faëria. « En même temps, en Belgique, nous



étions en contact avec Pierre Lhoest, l'ancien patron d'EVS, et c'est finalement ce dernier qui a investi dans notre S.A. »

## L'ÂME DE FÄERIA : LE DESIGN



Il paraît (presque) loin le temps où, en 2013, l'équipe de Faëria, rejointe entre-temps par l'illustratrice Jennifer Berger et par Olivier Griffet, empochait un soutien financier de 60.000€ grâce à **Boost-Up/Industries Créatives** ... « Empochait », façon de parler ! Car ce financement a immédiatement servi à façonner l'âme de Faëria en soutenant des milliers d'heures de travail créatif. « Le jeu vidéo Faëria est une véritable alchimie d'éléments créatifs », poursuit Olivier Griffet. « En dehors des développeurs qui écrivent les lignes de code, tout le reste est du design. Game design, création de l'interface, graphisme, illustrations, et puis tout le travail des sound designers : musiques d'ambiance, jingles, différents sons accompagnant une créature qui bouge, qui attaque... ».

L'objectif des créateurs a très vite été clair : Faëria devait devenir une vraie entreprise. Depuis 2013, où une version fonctionnelle du jeu était suivie par une petite communauté de 400 fidèles, le projet a pris de l'envergure. Les quatre partenaires d'Abraham ont utilisé tous les types de financement pour accélérer leur développement : prêt Socamut, prêt bancaire, aides AWEX pour créer un site web et participer aux plus gros salons du jeu au monde, campagne de crowdfunding Kickstarter et finalement levée de fonds...

« En octobre 2013, nous avons lancé une version bêta avec quelque 3.000 personnes et l'effet viral a été fulgurant ! ». En moins de quatre mois, plus de 30.000 joueurs ont testé l'univers de Faëria. Pas assez cependant pour atteindre la masse critique de joueurs. « Pour que ça marche, nous devons faire quelques adaptations, par exemple pour que le jeu puisse se jouer sur tablettes et que les débutants puissent s'entraîner seuls avant d'être confrontés à des plus expérimentés... Depuis début 2014, nous nous sommes consacrés à tous ces développements. »

La machine Faëria est quasi prête à déferler sur la toile. D'abord réservée à un nombre restreint de joueurs à partir d'octobre 2015. « Après décembre 2015, nous allons ouvrir petit à petit, à des canaux de distribution pays par pays, jusqu'à un release global du jeu en juin 2016 », palpite Olivier Griffet. Il faut dire que depuis 2010, la survie du projet a été remise en question quelques fois. « Chaque étape, chaque financement obtenu a exigé un travail de titan. Mais nous n'avons jamais été aussi confiants et motivés qu'aujourd'hui ! »

Rédaction Liliane Fanello





### Leçons à tirer, selon Olivier Griffet

« **Avoir une approche 360° en mode 'lean'** » : Le projet d'un jeu vidéo ne se résume pas à son développement. Il faut travailler en permanence sur quatre autres axes : le marketing, l'organisationnel, le juridique et le financier. Chacun d'eux doit être développé en même temps que le produit et à sa juste mesure. Il ne sert, par exemple, à rien de faire une étude de marché à 10.000 euros ou de déposer un brevet si le prototype n'existe pas encore.

« **Se faire accompagner par des personnes compétentes** » : L'une des clés de la réussite est d'être assisté, secondé et conseillé par des personnes compétentes. Jouer son aventure en solo est la meilleure façon de se planter.

« **Y croire toujours, à fond** » : Je ne connais pas le futur, le résultat n'est pas encore écrit. Cependant je suis sûr d'une chose, pour réussir il faut croire au succès et s'investir dans cette perspective.

### ABRAKAM S.A.

40 avenue Constantin de Gerlache  
4000 Liège

info@abrakam.com  
<http://www.faeria.net>

Pays d'exportation : Europe-Canada-USA dans un premier temps. Asie, Amérique du sud, Russie dans un second temps.

