



Ce Mardi 5 Juin 2012, pour ce 4ème diner de l'innovation de l'IE-Club, c'était la fête à Facebook... mais une fête sans concessions cependant.

C'est **Robert Kalocsai**, membre du Bureau de l'IE-Club qui remplaçait le Président Haurie en déplacement au Québec pour le compte de l'association, et qui disait le mot d'accueil de la soirée, et rappelait le calendrier des activités à venir.

C'est ensuite **Maître Olivier Iteanu**, Avocat et Secrétaire Général de l'IE-Club, qui introduisait le thème de la soirée.

Il rappelait que le réseau social c'était certes des milliards et des millions en pagaille, mais aussi une introduction en bourse chahutée, et des perspectives parfois contestées. Il se référait à un récent article d'un certain Eric Jackson, paru dans le magazine américain Forbes, qui prédisait la fin possible de Google et Facebook dans 5 ans. Ces prophètes de malheur attestaient cependant aussi, par leur seule existence, de ce que Facebook était, à ce jour, un succès incontestable.

De nos invités, c'est **Vincent Vergonjeanne**, Président et co fondateur de Kobojo qui ouvrait le bal.

Selon les habitudes du dîner de l'innovation, on commence par se présenter, ce que fit Vincent, ingénieur de formation (Epita), vainqueur d'un concours mondial de création de logiciel décerné par Microsoft en 2004 et entrepreneur depuis l'âge de 19 ans, avec sa première société.

Au travers de Kobojo, se développe ce modèle économique qui s'affirme, celui de jeux gratuits en ligne dans lesquels les joueurs achètent des objets virtuels. Il affirme « on casse ainsi toutes les barrières de l'utilisateur à l'entrée ».

Même les « non payeurs », vont être de très bons recruteurs de nouveaux joueurs.

Ces jeux Facebook et mobiles, attestent de l'essoufflement du modèle publicitaire.

Le jeu étendard de Kobojo est le jeu « Pyramide ville » dans lequel le joueur est invité à construire une ville.

C'est ensuite au tour de **Nicolas Gaume**, Président de Mimesis Republic et Président également du Syndicat National des Jeux Vidéos (<http://www.snjv.org>), qui compte à ce jour 220 entreprises.

En introduction, Nicolas rappelle qu'on oublie trop souvent que l'industrie française du jeu est au finale une réussite quand on y regarde de près (avec des leaders mondiaux comme Vivendi, Ubisoft, Gameloft notamment) et que 70% du CA de ces entreprises françaises est à l'exportation (USA, Asie, etc).

Nicolas Gaume est loin d'être un inconnu. A l'âge de 19ans, il crée sa première entreprise, Atreid Concept qui deviendra plus tard Kalisto, un studio de création de jeux vidéo, qui se développera pendant 12 ans.

Plus de 300 personnes seront employés par Kalisto en France, éditant et commercialisant dans le monde une 50aine de jeux.

Dans un livre publié aux Editions Anne Carrière intitulé « Citizen Game », Nicolas Gaume raconte comment cette belle aventure se terminera dans les turbulences boursières en 2002. Un temps accusé, il sera totalement blanchi par la justice près de 10 ans plus tard.

Après trois ans chez Ubisoft puis trois ans chez Lagardère, il co-fonde en 2008 Mimesis Republic, éditeur d'univers virtuels de et jeux sociaux.

La moitié de la population Facebook joue à des jeux, assène t'il. Avec Facebook, on passe d'un web de référencement de l'information, à un web bâti autour du carnet d'adresses et de la recommandation de ses amis. Facebook s'est pensé très tôt comme une plateforme, ouverte aux éditeurs d'applications, notamment de jeux. Zynga est ainsi le premier éditeur de jeux Facebook. Ils ont apporté pour 450 Millions USD de commissions (30% des ventes) à Facebook en 2011.

Mimesis Republic innove dans cet environnement avec Mamba Nation, première plateforme de jeux sociaux en 3D. Accessible dans son navigateur web ou sur mobile, Mamba Nation propose aux utilisateurs Facebook de 13/25 ans d'accéder via un avatar à une multitude de jeux et activités. Ces jeux sont en grande partie produits par les utilisateurs eux-même. Certains sont également sponsorisés par des marques intéressées par les adolescents et jeunes adultes. Par ces jeux et ces avatars, Mamba Nation entend créer un spectacle dans Facebook pour les amis des joueurs et ambitionne ainsi d'enrichir l'expérience sociale de ses utilisateurs.

A ce jour, Mamba Nation, c'est bientôt quelques 600.000 inscrits, 100.000 actifs et 20.000 utilisateurs engagés. Ils passent quelques 192 minutes chaque mois dans notre plateforme.

Après une pause dîner bien méritée, nos deux intervenants étaient soumis à la question de la salle, sous la houlette d'André DAN, membre du comité exécutif de l'e-Club et expert international dans l'usage des réseaux sociaux.

André rappelait une prévision, celle selon laquelle 50% de l'e-commerce mondial allait passer dans l'univers Facebook, ce qu'on appelle le f-commerce.

Les questions et réponses allaient bon train, dans le cadre sympathique du restaurant Le Misia dans le 8ème arrondissement de Paris et, comme à l'accoutume, la soirée prenait fin à l'heure annoncée, soit 22H30.