

▷ **Stéphane CARVILLE**, président du directoire d'Asmodée

« Un bon jeu essayé est un jeu acheté »

Bientôt, des familles chinoises troqueront peut-être leur traditionnel mah-jong pour un Jungle Speed ou un Times up. La société éditrice et distributrice de jeux de société Asmodée compte bien faire connaître ses deux best-sellers sur le marché asiatique et vient d'ailleurs d'ouvrir une filiale à Shanghai. « La Chine est devenue le troisième marché mondial du jouet, analyse Stéphane Carville, président du directoire de l'entreprise. Or, sur le segment du jeu, c'est un marché très peu développé où l'on trouve surtout de grands classiques comme le Monopoly : nous pouvons apporter des jeux différents. »

Le Jungle Speed, édité et distribué par Asmodée depuis 2002, a déjà largement fait ses preuves en France : jeu de société le plus vendu dans l'Hexagone en 2011 avec 350 000 exemplaires, son totem et ses cartes colorés ont conquis depuis leur lancement le cœur de plus de 3 millions de Français. Un succès qui a amorcé la croissance de la PME. L'entreprise française est passée d'un chiffre d'affaires de près de 100 000 € à ses débuts, en 1995, à 100 millions d'euros en 2011. Avec ses 170 salariés, elle a vendu l'année dernière pas moins de 5,5 mil-

lions de jeux dans le monde et ne compte pas en rester là. Son secret ? « Un bon jeu essayé est un jeu acheté », lance Stéphane Carville. « Nous sommes avant tout sur le terrain », détaille le fondateur d'Asmodée, Marc Nunès. L'entreprise organise 1 500 animations chaque année. Les joueurs séduits par les jeux d'Asmodée sont autant de potentiels clients.

La même stratégie est à l'étude pour conquérir l'Asie : proposer une gamme de produits dans les nombreux cafés à jeux où se réunissent les Chinois. Mais si Asmodée peut

Un chiffre d'affaires passé de 100 000 € en 1995 à 100 millions d'euros en 2011

aujourd'hui compter 800 références dans ses catalogues, c'est qu'elle a su prendre les bons virages pour se développer. En 2003, l'entreprise basée à Guyancourt (Yvelines) devient le distributeur exclusif des cartes Pokémon — alors en perte de vitesse — pour la France, l'Angleterre, la Belgique francophone et l'Espagne. « Nous sommes repartis de zéro : nous avons investi 200 000 €, soit tout ce qu'on avait économisé en sept ans, se souvient



Avec leurs jeux de société Jungle Speed, Times Up et Dobble, Stéphane Carville (à gauche), président du directoire d'Asmodée, et Marc Nunès, fondateur de l'entreprise, entendent conquérir le marché asiatique. (LP/FRÉDÉRIC DUGIT.)

le fondateur d'Asmodée. On a réussi à remettre Pokémon dans l'esprit des enfants : cela nous a ouvert les portes de tous les spécialistes du jeu et nous a permis d'installer le reste de notre gamme. » Asmodée s'est ainsi invité dans les

magasins de jouets pour enfants avant d'entrer dans les supermarchés. Son prochain carton a déjà un nom : Dobble, un jeu de cartes basé sur l'observation et la rapidité. « C'est un produit qui nous surprend, confie Marc Nunès. Je n'ai

jamais vu de jeu avec un tel potentiel. » Lancé il y a deux ans sans publicité télévisuelle, Dobble a déjà séduit pas moins de 400 000 joueurs.

FLORE MABILLEAU

<http://fr.asmodee.com/>