My Baby

Nobilis attend un heureux évènement

Nobilis commercialisera fin juin le titre le plus important de son histoire d'éditeur. Un titre original, pour Nintendo DS, qui consiste à faire évoluer un bébé, fille ou garçon, de la naissance au quatorzième mois. Hervé Perret, Directeur marketing de Nobilis France, nous présente cet heureux événement pour l'éditeur. par Sébastien Anxolabéhère

Entretien avec

Hervé Perret
Directeur marketing Nobilis France

JDLI : Vous voulez que la France se mette à jouer à la poupée ?
Hervé Perret : C'est presque cela ! La France entière ce serait formidable, mais pour l'heure, on va surtout viser les jeunes filles de six à 14 ans. Mais il est vrai que My Baby est un peu une nouvelle façon de jouer à la poupée. Une poupée qui grandit et apprend. C'est une simulation de vie.

En quoi consiste le jeu exactement ?
My Baby est un jeu pour Nintendo DS qui consiste à s'occuper d'un nouveau-né depuis la naissance jusqu'à 14 mois. L'esprit du jeu est évidemment d'en prendre soin, de le faire grandir physiquement et psychologiquement mais on n'est pas dans un esprit « Tamagoshi », c'est un bébé qui laisse du repos quand on le décide ! Le joueur, ou plus certainement la joueuse, a des tâches à accomplir, comme le changer, le faire manger, l'endormir… Entre zéro et trois mois,le bébé doit obtenir le réflexe de préhension, fixer du regard quelqu'un qui parle, suivre un objet des yeux. De trois à six mois, il doit répondre aux sollicitations sonores ou physiques… par la suite on doit lui apprendre à ramper, à conserver son équilibre assis par exemple. À la fin, entre un an et 14 mois, il doit pouvoir marcher, s'accroupir pour ramasser un objet. Et puis avec My Baby, avec deux déclinaisons, My Baby Girl et My Baby Boy, il est possible de choisir le sexe de son enfant de façon certaine !

Les actions sont-elles « réalistes » ?
Dancing Dots, le studio qui a développé pour Nobilis ce titre, a évidemment pris grand soin à ce que le réalisme domine. Les gestes que le joueur doit accomplir sont tous similaires à ce qu'ils devraient être avec un véritable nourrisson. Évidemment le joueur se sert du stylet, mais aussi de la voix ou du souffle.

Comment sait-on si l'on s'y prend comme il faut ?
Si le joueur accomplit un mauvais geste, le bébé le lui fait vite savoir ! Un pédiatre et une puéricultrice interviennent pour aider et appeler les règles élémentaires pour que bébé arrive à se calmer, à manger, à s'endormir et faire de beaux rêves… Bref, à bien grandir. Les développeurs se sont entourés de toutes les précautions, ont consulté de très nombreux ouvrages pour s'assurer que les conseils prodigués au

cours du jeu soient non seulement réalistes, mais en accord avec la réalité.

My Baby est un titre très important pour Nobilis. Pourquoi ?
Parce que nous en sommes à l'origine, que nous sommes propriétaires du concept, que nous l'éditons, le distribuons et surtout parce que nous y croyons très fortement. My Baby a le potentiel pour être un hit sur Nintendo DS, tout le monde en est convaincu chez Nobilis.

Cela signifie que vous ambitionnez de faire de My Baby une marque phare de Nobilis ?
Absolument. Nous souhaitons installer la marque pour l'inscrire dans la durée. C'est aussi pour cette raison que nous avons fait le choix de le lancer en juin, à une période durant laquelle non seulement les ventes de jeux DS sont très bonnes, mobilité des vacances oblige, mais aussi où les nouveautés sont moins nombreuses qu'au second semestre. Pour installer une marque, il est bon d'avoir de l'espace. Tous les facteurs sont rassemblés pour que My Baby soit un succès. Et un succès, pourquoi ne pas ensuite le décliner en d'autres versions.

On imagine que la mise en place est à la hauteur de vos ambitions.
Oui. Nous allons mettre 100 000 pièces en place pour le lancement de fin juin. Évidemment, compte tenu de la cible visée, la grande distribution devrait être le réseau le plus fort. Mais les réseaux gamer sont également très intéressés car My Baby est exactement le type de jeu qui peut leur permettre de sensibiliser une nouvelle typologie de joueurs et de joueuses qui ne fréquentent pas leurs points de vente.

À combien se montent vos investissements sur My Baby ?
Nous ne divulguons pas de chiffres. Mais je peux vous dire que le coût de développement est au bas mot du double d'un développement habituel sur Nintendo DS. Côté investissements publicitaires, nous serons présents sur TF1 dans les programmes jeunesses, ainsi que sur Gulli et Teletoon. Sur la cible des filles de 6-14 ans, nous atteignons le score de 389 GRP (Gross Rating Point ou points de couverture brute, ndlr), c'est-à-dire qu'en moyenne, elle auront vu près de quatre fois la publicité. Nous travaillons également avec MSN où nous allons proposer des kits de smiley. Côté trade marketing, nos investissements vont dépasser ceux réalisés pour Devil May Cry 4. Parallèlement, Nobilis va ouvrir un portail Internet dédié aux petites filles pour promouvoir ses jeux et accessoires.

Par delà My Baby, quelle est l'actualité de Nobilis ?
Plus que jamais Nobilis a la volonté de se positionner comme éditeur. Dans ce cadre, la Nintendo DS et la Wii sont les consoles que nous privilégions. Tsumiki, un puzzle game, sortira sur DS, Okami sera un jeu Wii… Nous demeurons également bien présents sur PC avec notamment King's Bounty. Côté distribution, notre partenariat avec Capcom est très fort.
Cette bascule, d'une position de pur distributeur à éditeur et distributeur se verra nettement sur l'année fiscale 2008 puisque l'édition devrait représenter une part légèrement supérieure à la distribution dans nos comptes.

Comment se ventile votre chiffre d'affaires ?
Pour cette année, l'édition fera un peu plus de 40 %, la distribution un peu moins et les accessoires autour de 20 %. Le chiffre d'affaires de Nobilis grimpera de 40 %, une très belle progression. Le groupe est présent en Espagne avec une équipe qui s'occupe de toute la péninsule ibérique tandis que Nobilis Benelux, basé à Bruxelles, s'occupe des territoires belges, hollandais et luxembourgeois. Nobilis a également un bureau à Rome. Au total, la société rassemble 60 personnes dont 25 en France. Nous avons mis en place une structure européenne qui s'occupe d'assurer la cohérence de nos actions sur les différents territoires.

Il est toujours difficile de s'imposer comme fabricant et distributeur d'accessoires. Comment se porte votre marque Subsonic ?
Très bien. Désormais, sur les 60 personnes qui composent le Groupe Nobilis, cinq sont dédiées exclusivement à Subsonic. Nous avons trouvé un positionnement simple depuis longtemps qui permet à la gamme Subsonic d'être très bien référencée : nous commercialisons des accessoires dès l'instant où nous pouvons avoir un avantage prix par rapport à la concurrence à qualité équivalente, ou si nous pouvons proposer quelque chose de très différenciant. Par exemple, nous allons lancer prochainement un kit pout la balance board de Wii Fit de Nintendo. Il faut savoir proposer un plus-produit dans ce marché où les habitudes des enseignes sont biens ancrées.

Quelle sera votre présence à l'Idef, le salon professionnel de la fin juin à Cannes ?
Il y aura un stand Nobilis et un stand Subsonic. Notre présence sera forte, avec la volonté marquée de bien faire passer le message de notre évolution vers le métier d'éditeur. C'est notre axe de communication des prochains mois.

A venir

L'Idef sera pour Nobilis l'occasion d'annonces illustrant son engagement comme éditeur. En attendant, Nobilis a déjà annoncé Martine à la Montagne (DS), My Baby Boy et Tsumiki, la Tour infernale un nouveau concept de puzzle sur DS. Avec King's Bounty : The legend sur PC, Nobilis s'apprête donc à mettre sur le marché quatre jeux en tant qu'éditeur. Auxquels faut ajouter trois jeux CapCom : Lost Planet : Extreme Condition (Xbox 360 et PC), Okami (Wii) et We Love Golf ! (Wii).