



## Les jeux de plateau n'ont pas dit leur dernier mot grâce à des trentenaires passionnés

**DIVERTISSEMENT.** Les jeux de société se multiplient en Suisse. Dans un marché loin d'être saturé, les enseignes spécialisées en profitent.

MAUDE BONVIN

Les jeux de société font leur retour en grâce. «Il y a tout un monde autour d'eux qui s'est développé ces dernières années», constate Hadi Barkat, fondateur et directeur d'Helvetiq, une maison d'édition de jeux et de livres. Selon lui, ce marché connaît une très forte croissance dans notre pays. «Les Suisses jouent de plus en plus et les points de vente se multiplient», remarque-t-il. Les jeux de plateau se sont aussi diversifiés et améliorés. «Il existe enfin une nouvelle clientèle. Nous le voyons au niveau de la fréquentation des salons spécialisés qui augmente d'année en année. Moi-même, je joue davantage qu'avant. Je ne sais d'ailleurs pas quand le marché arrivera à saturation», poursuit le patron. Et de rêver à la mise sur pied d'une grande foire du jeu sur sol helvétique.

### Moisson de créations

Pour le Vaudois, l'engouement ne se limite pas au Monopoly ou au Uno. «Il existe un réel intérêt pour tout ce qui touche au divertissement. Nous le voyons notamment avec le boom des escape room». A ses yeux, il convient de ne pas opposer le jeu de plateau au jeu vidéo qui rencontre également un énorme succès. «Les joueurs s'adonnent souvent à ces deux activités. Elles ne sont donc pas incompatibles», complète-t-il.

Hachette illustre bien cet emballement autour du jeu. Le géant français du livre s'est lancé dans ce créneau, en acquérant à la fin de l'année dernière l'éditeur Gigmatic. Son concurrent Asmodee a lui été racheté pour plus d'un milliard de francs par PAI Partners, un fonds d'investissement hexagonal.

Dans ce segment d'activité, entre cinquante et cent nouveautés sortent chaque mois en Europe. Sur sol helvétique, on recensait 500 sorties en 2010 contre 1200 à l'heure actuelle.

D'après l'institut de recherche GfK, les ventes de jeux et de jouets ont enregistré une hausse de 10,8% en 2016 et de 3,3% en 2017, totalisant 466 millions de francs. L'année passée, le chiffre d'affaires des jeux de société et des puzzles a lui quadruplé. Il représente près de 13% de toutes les marchandises écoulées dans la branche du jouet. Les ventes de ces deux articles ont par ailleurs généré 26% de recettes supplémentaires par rapport à 2018.

### Un moyen de sauver les petits commerces

Avec une cinquantaine de boutiques spécialisées en Suisse, ce secteur ne connaît pas la crise du commerce stationnaire. Les jeux de société s'écoulent en effet beaucoup dans les librairies et les enseignes indépendantes. «Dans les grandes surfaces, ce sont plutôt les jeux traditionnels

qui sont mis en vedette. Les magasins d'une certaine taille ne prennent pas de risque», précise le directeur d'Helvetiq.

A noter que les 18-34 ans effectuent 46% des achats. Les marges sont, elles, évaluées entre 4 et 10% pour les créateurs, 20% pour les distributeurs et près de 40% pour les boutiques.

### Prendre le virage vert

Quant au marché du jouet à strictement parler, «il se trouve à un tournant structurel», indique le cabinet d'études de marché NPD. La distribution traditionnelle, dans les grands magasins, a du plomb dans l'aile comme l'ont montré les redressements judiciaires, l'an dernier, des deux géants Toys'R'Us et La Grande Récré. Ces deux enseignes n'ont pas su monter suffisamment vite dans le train du commerce en ligne et des nouvelles habitudes de consommation, d'après NPD.

Sans oublier les deux grands défis auxquels fait face la branche: la baisse de la natalité et le respect de l'environnement. Les industriels commencent d'ailleurs à intégrer la composante environnementale: de plus en plus d'emballages et de jouets utilisent des matériaux plus respectueux de la planète et recyclables.

Selon Hadi Barkat, les jeux de sociétés restent un loisir abordable et durable. «Comparez le prix d'un jeu à celui d'une place de cinéma. Vous achetez, par exemple,



notre jeu Bandido pour 15 francs et je vous garantis que vous allez l'utiliser un nombre de fois suffisant pour rentabiliser l'achat bien plus que pour d'autres loisirs», s'exclame-t-il. A ses yeux, jouer

LA BRANCHE FAIT FACE  
À DEUX GRANDS DÉFIS:  
LA BAISSÉ DE LA NATALITÉ  
ET LE RESPECT  
DE L'ENVIRONNEMENT.

UNE COMPOSANTE  
QUE LES INDUSTRIELS  
COMMENCENT À INTÉGRER.

rassemble, reconnecte les familles et les amis. On peut y voir un antidote aux réseaux sociaux. Quant aux différences de prix entre la Suisse et la France, elles sont notamment liées aux salaires et aux loyers des locaux

plus élevés. Les Monopoly de villes sont aussi plus onéreux que le traditionnel jeu de société. Pour le directeur, cela tient au fait qu'ils ne sont pas fabriqués par la maison-mère. Les producteurs doivent donc s'acquitter de frais de licence assez importants. Les tirages sont aussi plus faibles et donc les coûts de production plus hauts. ■



*Le chiffre d'affaires des jeux de société et des puzzles a quadruplé l'année dernière.*



## Hadi Barkat, l'Algérien faiseur de Suisses

«Les jeux de société? Ce n'était pas du tout mon métier», déclare Hadi Barkat. Le patron d'Helvetiq a travaillé dans le capital-risque avant de se lancer dans l'édition de jeux et de livres.

L'histoire débute en 2008 avec la parution d'un jeu sur la Suisse. «Au début, c'était un hobby», se souvient le CEO. En 2007, l'informaticien d'origine algérienne souhaite prendre la nationalité helvétique. «J'avais l'impression qu'il manquait quelque chose», se rappelle-t-il. Le quadragénaire a alors l'idée de créer Helvetiq, un jeu sur notre pays, pour faciliter l'apprentissage des matières à connaître. «Après un démarrage réussi, j'ai décidé de m'y consacrer totalement», explique le directeur général qui obtient, dans la foulée, son passeport à croix blanche.

Aujourd'hui, son entreprise souffre ses dix bougies et compte une douzaine de collaborateurs. «Nous publions en français et en allemand. Nous sommes aussi présents à Zurich qu'à Genève. Nous avons par ailleurs un bureau à Bâle et un autre à Lausanne», ajoute Hadi Barkat.

Le Vaudois partage donc désormais sa vie entre Lausanne et Bâle. Il court aussi les salons spécialisés aux quatre coins du globe. «Cela fait beaucoup d'activités car je participe à la fois aux foires dédiées aux jeux et aux livres. C'est un peu déroutant. Il faut être présent sur les deux tableaux».

A ses yeux, il s'agit de deux marchés différents. «Ce n'est pas exactement la même clientèle, même si les gens qui aiment jouer apprécient généralement lire».

Autre marché distinct? La Suisse alémanique. «Le bureau de Bâle est venu par la suite. Je suis un Suisse naturalisé. Je me fiche du Röstigraben. Je pense d'ailleurs qu'il est surestimé. Mais il est vrai que la langue, les habitudes et les partenaires sont différents ici. C'est tout de même un effort assez conséquent de passer cette barrière». Au début, Helvetiq servait la Suisse alémanique depuis Lausanne, avec une personne basée à Lucerne. Le bureau de Bâle facilite aujourd'hui aussi le recrutement de collaborateurs.

La PME dispose d'un profil très international, à commencer par les huit langues parlées au sein de son équipe. Elle touche aussi trente pays, en partenariat avec des distributeurs locaux. A l'étranger, la France, l'Allemagne et les Etats-Unis arrivent en tête de ses ventes. «Nous ne connaissons pas de frontières», précise Hadi Barkat.

### Du Swiss made

Autre particularité d'Helvetiq? «Nous avons un profil créatif marqué. Cela se voit dans le graphisme mais aussi dans les idées que nous lançons».

Si la société ne livre pas son chiffre d'affaires, son patron souligne être en forte croissance depuis plusieurs années. «Nous sommes entièrement autofinancés et profitables», complète-t-il. Les jeux représentent la plus grande part de ses ventes même s'ils ont tendance à s'équilibrer avec les livres. Le chiffre d'affaires est par ailleurs réalisé pour moitié à l'étranger.

Côté nouveautés, l'entreprise vient de lancer ses livres en

France et en Allemagne. «C'est un grand axe de développement, avec déjà un bon succès pour les titres Randos Bière en France et Bierwandern Bayern». La PME désire également renforcer sa

«CE QU'IL FAUT LE PLUS INVESTIR, DES FOIS, C'EST SA PATIENCE», DÉCLARE LE DIRECTEUR GÉNÉRAL QUI FOURMILLE DE PROJETS. HELVETIQ PRÉVOIT DIX NOUVEAUTÉS.

présence en Suisse, avec de nouveaux titres originaux et partenariats. Elle se dit toujours plus sollicitée pour créer des jeux sur mesure.

Niveau investissements, «ce qu'il faut le plus investir, des fois, c'est sa patience», confie le directeur général dans un sourire. De l'imagination, il en a une mallette pleine. «Nous travaillons dans un domaine d'idées et de créativité». Hadi Barkat sait toutefois garder les pieds sur terre. Pas question, pour lui, de mener sa société à sa perte suite à une idée farfelue qui ne correspond pas à la demande du marché. «Nous avons hâte de développer ce que le public adorera partager».

L'immense majorité des jeux de la firme sont fabriqués en Europe. Seuls 20% le sont en Chine principalement pour les clients asiatiques et américains. «Nous travaillons par ailleurs sur une toute première fabrication suisse et espérons lancer un jeu Swiss made prochainement», indique le patron.

«Beaucoup de jeux se vendent comme les livres à 500 exemplaires. Nous sommes à 40.000



boîtes par jeu», se félicite par ailleurs le Vaudois. Helvetiq commercialise un peu moins d'une centaine de jeux différents. Il prévoit dix nouveautés pour le marché international cette année. Et il en a d'autres dans son pipeline. «Les années à venir vont être très intéressantes. Nous avons construit pas mal de routes. Nous savons où elles pourraient nous mener si nous travaillons bien et si nous avons un peu de chance aussi», conclut l'informaticien de formation. ■



DIRK WEITZEL

**HADI BARKAT.** «Nous travaillons sur une toute première fabrication suisse», précise le patron d'Helvetiq.