

Le Gaming, ce loisir qui n'est plus réservé aux Geeks !

Avec plus de 36 millions de gamers en France et 5,3 milliards d'euros de CA en 2020*, le secteur du Gaming ne cesse de croître, boosté par des nouveautés permanentes et le contexte sanitaire actuel.

Là où le Gaming était réservé à une communauté de purs gamers il y a encore quelques années, la consommation de jeux sous toutes ses formes et sur tous les supports est en pleine croissance. Véritable phénomène de société, le jeu est un loisir qui s'est répandu, démocratisé.

Comme le révèle l'étude récente menée, en pleine pandémie COVID 19, par Médiamétrie pour le compte du Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL) « Les Français et le jeu vidéo », plus d'un français sur 2 joue au moins une fois par semaine aux jeux vidéo*.

Bien plus qu'un simple loisir, la pratique du jeu vidéo est devenue un vecteur de lien social. Cette dimension sociale s'est encore accentuée, depuis le début de la crise sanitaire COVID 19, conférant au jeu vidéo, un rôle essentiel, celui de garder le contact avec ses proches.

Forts de ces constats, trois acteurs français, Ankama, Mobiyo et Veepee, aux univers différents, cassent les codes et font le pari d'accélérer cette ouverture du Gaming au plus grand nombre, à travers un partenariat inédit...

Sous l'impulsion de Mobiyo, et pour la 1^{ère} fois, Ankama choisit la solution Carte Rose de Veepee|ad, la solution publicitaire de Veepee, pour faire profiter leurs membres d'une offre exclusive Gaming.



Veepee met en avant sur son site et son application, une offre « Gaming » en partenariat avec Ankama, l'éditeur de jeu vidéo.

« C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous accueillons l'univers incomparable de Dofus sur Veepee. Ce partenariat avec Ankama et Mobiyo illustre la volonté de notre groupe de s'ouvrir aux mondes et objets

virtuels afin d'enrichir l'offre proposée aux membres, mais également d'inscrire notre marque dans la réalité des univers virtuels. » Thomas Kouck, CEO Veepee|Ad

Pour l'éditeur de jeu français Ankama également, c'est une première puisqu'il propose aux membres Veepee, une offre inédite pour profiter de Temporis V, une expérience en temps limité dans l'univers de Dofus.

« Dofus est un jeu qui fait partie du patrimoine culturel français et qui a marqué plusieurs générations de joueurs fidèles », rappelle Matthieu Levisse, Directeur Marketing et Communication d'Ankama. « Être présent en tant que premier jeu vidéo sur la plateforme Veepee nous permet d'affirmer le caractère incontournable de l'expérience, et d'espérer toucher un nouveau public qui n'a pas encore franchi le seuil de notre univers épique et burlesque. L'accompagnement de Mobiyo durant les phases de prise de contact, de définition du projet, et le suivi pendant la phase de mise en place, ont été précieux pour assurer le déploiement fluide de cette opération inédite. »

Cette opération est née sous l'impulsion de la société Mobiyo.

« Nous sommes très heureux d'être à l'origine de ce partenariat inédit entre Ankama et Veepee. Notre rôle ne se limite pas à celui de prestataire de paiement. Écouter les tendances de consommation, les usages et les évolutions sociétales pour mieux conseiller les éditeurs de contenus en ligne est un des piliers de notre accompagnement. Notre objectif est que chaque marque aille à la rencontre de son public, en impulsant et coordonnant des opérations innovantes comme celle-ci, en réunissant deux univers qui n'ont, à priori, rien en commun, celui des Marketplaces et du Gaming. » explique Elsa Diéguez-Lacaille, COO Mobiyo.



RDV sur le site ou l'application Veepee à partir du 31 mars dès 7h pour découvrir cette 1^{ère} offre Gaming by Ankama.

En savoir +

À propos de Mobiyo...

Prestataire de solutions de paiement français évoluant dans le secteur Fintech, Mobiyo est spécialisé dans le paiement mobile et plus particulièrement dans le paiement sur facture Opérateur.

Disposant d'un agrément bancaire et de solides partenariats, la société intervient en France et à l'étranger (+40 pays et +60 opérateurs) et fournit à ses clients des solutions de paiement sans friction leur permettant de monétiser leurs contenus et services digitaux et d'optimiser ainsi leurs performances. Ses secteurs de prédilection ? Le gaming bien sûr mais également tous les nouveaux usages (titre de transport, don caritatif...).

À propos d'Ankama...

Ankama est une société française indépendante de création, d'édition et de distribution d'œuvres de divertissement à travers le monde. Depuis le succès, en 2004, de son jeu en ligne DOFUS (85 millions de comptes créés dans le monde, dont plus de 40 millions en France), Ankama a investi plusieurs domaines d'activité pour devenir un véritable groupe transmédia. Du jeu vidéo au jeu de plateau, du manga à l'anime, elle contrôle la chaîne de production de ses créations de A à Z. Créatrice d'un vaste univers appelé le « Krosmoz », connue pour ses jeux de rôle en ligne multijoueurs DOFUS et WAKFU et ses séries animées éponymes, elle réalise aussi des longs métrages animés, tels que DOFUS – Livre I : Julith ou Princesse Dragon.

Animée par la création, Ankama conçoit et développe également les jeux de plateau et de figurines Krosmaster Arena, Monster Slaughter et Arkeis ; les jeux mobiles Tactile Wars, King Tongue, Super Nano Blaster ou encore DOFUS Touch ; mais aussi des BD et mangas tels que Radiant, Shangri-La, Carbone & Silicium, Dans la tête de Sherlock Holmes, DOFUS ou encore Mutafukaz. Selon les principes du transmédia, les équipes d'Ankama créent des univers qu'elles développent en plusieurs histoires,

sur différents supports, offrant ainsi à leurs fidèles communautés de joueurs, lecteurs, spectateurs, une expérience narrative immersive et complète sur l'ensemble des plateformes populaires. Avec Ankama, chaque histoire est unique, mais toutes sont connectées.

En 2020, Ankama bat le record européen de financement participatif pour une série animée sur Kickstarter en levant plus d'1,5 millions d'euros pour produire la quatrième saison de WAKFU. Alors que l'entreprise prépare son prochain grand jeu vidéo, WAVEN, troisième opus de la saga initiée par DOFUS et WAKFU, elle célébrera ses 20 ans d'existence en 2021.

À propos de Veepee...

En 2001, vente-privée a bousculé les codes de la consommation en créant le concept des ventes événementielles sur Internet : des produits de marques vendus en quantité limitée, pour une durée limitée dans le temps (entre 3 et 5 jours), proposés avec une forte décote et mis en scène de façon qualitative. En 2019, fort de sa stratégie de développement européen initiée en 2006, vente-privée change de nom et devient Veepee, une marque globale présente dans 10 pays.

D'un généraliste spécialiste du déstockage en ligne de grandes marques, Veepee est devenu un multi-spécialiste, expert dans tous les secteurs où il est présent : Mode, Maison et Décoration, Accessoires, Sport, Enfant, Voyage, Loisirs, Beauté, Vin et Gastronomie. Un partenariat avec 7 000 marques permet de proposer des prix bénéficiant de fortes décotes (-50 à -70%) par rapport aux prix de vente conseillés. Avec 5 000 collaborateurs et 66 millions de membres dans le monde, Veepee a réalisé en 2020 un chiffre de ventes consommateurs de 3,8 milliards d'euros TTC.



Contact presse Mobiyo

Jacinthe Postille - Directrice Marketing
marketing@mobiyo.com

Contact presse Ankama

Tarak Aoufi - Responsable communication
presse@ankama.com

Contact presse Veepee

Sylvie Poillevé - Attachée de presse
sylvie.poilleve@lambassade.com

