

Deux Français passés par Facebook et Amazon lancent Piepacker, une plateforme de gaming gratuite

Benjamin Devienne et Jules Testard, deux anciens salariés des géants de la tech américaine, viennent de lancer Piepacker, une plateforme de social gaming gratuite, permettant de jouer avec ses proches depuis son navigateur web.

Temps de lecture : minute

10 juin 2021

D'un marché d'initiés réservé aux geeks et aux jeunes, l'industrie du jeu vidéo a réussi à attirer et fidéliser des pans entiers de la population. D'après [une étude d'Accenture](#), ses recettes s'élèveraient à 300 milliards de dollars. De quoi donner envie à de nouveaux acteurs - dans un secteur déjà ultra concurrentiel - de se lancer dans l'aventure. Benjamin Devienne et Jules Testard, passés par Gameloft, Facebook, Twitch, ou AWS, n'ont pas hésité à quitter le chaire américain de la tech pour créer leur plateforme de social gaming en France. Même avant son lancement officiel, la startup a déjà réussi à attirer l'attention de nombreux joueurs - en témoigne [sa campagne sur Kickstarter](#) qui a explosé son compte avec plus de 220 000 dollars récoltés sur les 75 000 espérés.

Rendre les jeux vidéos plus inclusifs

Après un test de la version bêta qui a rencontré un vrai succès - 100 000 téléchargements en quelques semaines selon Benjamin Devienne - la plateforme Piepacker a été lancée le 8 juin dernier. Pas besoin de

disposer d'une console dernier cri pour pouvoir jouer. La plateforme de jeu gratuite et légale est disponible via un navigateur internet et compatible avec toutes les claviers et de multiples manettes. *"Si on regarde les produits de cloud gaming actuels - comme Google Stadia ou Playstation - on se rend compte que leur vision a été pensée pour une population très restreinte qui possède une excellente connexion internet haut débit et un équipement informatique de bonne qualité"* , constate Benjamin Devienne. Résultat, on assiste à une *"polarisation des technologies qui limite l'accès aux jeux vidéos à une tranche limitée de la population"* , regrette t-il.



À lire aussi

Le marché français du jeu vidéo bat des records par temps de pandémie

Le choix de proposer, dans un premier temps, des jeux retro, va aussi dans ce sens car *"ils ont une résolution plus faible que les derniers jeux qui sortent et sont donc facilement utilisables quelque soit la qualité de sa connexion. Nous travaillons en parallèle à l'adaptation de jeux plus récents,* développe Benjamin Devienne, fier de pouvoir souligner que ce système permet à Piepacker d'être *"vingt fois plus économe en énergie*

qu'un service de cloud gaming existant" . L'ambition de Piepacker est claire : s'adresser à tous les joueurs actuels et à venir, en France ou à l'autre bout du monde. *"Le jeu video doit être fédérateur, tout comme la Gameboy l'était à son époque"* .

Mais la différence de Piepacker ne s'arrête pas là pour son co-fondateur qui a ajouté une touche "*sociale*" à son concept avec l'intégration d'un chat video et l'utilisation de filtres - au coeur de son business model - afin de faciliter les échanges entre joueurs d'une même partie. *"Il suffit d'envoyer l'URL à ses amis et ils peuvent nous rejoindre instantanément"* . Une idée qui n'est pas étrangère à son passage chez Twitch - un service de streaming video en direct qui permet de suivre les parties de certains joueurs et de les commenter. Un concept qui n'est pas non plus sans rappeler le service proposé par la startup française [Powder](#), qui cherche à devenir aussi essentielle aux gamers que Twitch et Discord.

Une grande expérience dans le milieu de la tech

Les parcours des deux associés à l'origine de Piepacker sont complémentaires et conséquents. Benjamin Devienne a rapidement trouvé sa place aux États-Unis. Après ses études, il rejoint Gameloft - géant du mobile français - où il fonde son département de data science. *"À cette époque, on achetait encore les jeux vidéo et le modèle freemium n'existait pas. Nous avons contribué à développer l'usage de la data dans l'univers du jeu vidéo"* , détaille t-il. Lors du rachat de Gameloft par Vivendi, il décide de quitter cet univers pour rejoindre Facebook comme Head of Analytics où il aide l'entreprise à mieux comprendre les sujets autour des vidéo live. Il est ensuite débauché par Twitch où il endosse, à moins de 30 ans, le rôle de Head of Research sur des projets en machine learning. Amoureux de la recherche et de l'enseignement, il intervient également dans de grandes universités, au MIT et au Canada.

De son côté, Jules Testard débute une carrière dans la recherche en réalisant un doctorat en science informatique à l'Université de Californie San Diego. Il rejoint finalement la Silicon Valley, où il met son expertise au service de grandes entreprises de la tech : Amazon Web Services en tant qu'ingénieur puis chez Docker comme ingénieur logiciel avant de rejoindre Madhive en tant que chef d'équipe.

"Ces expériences ont nourri notre envie de centrer l'usage de Piepacker sur l'humain", admet Benjamin Devienne, faisant référence, à la fois aux clients mais aussi à ses salarié·e·s.

Quitter les Etats-Unis pour se lancer en France

"Plusieurs réflexions personnelles sont entrées en considération dans mon envie de revenir entreprendre en France. Dans un premier temps, Bpifrance, CNC - fonds de soutien à la production audiovisuelle- et Serena Capital ont vraiment eu la volonté de nous présenter toutes les possibilités qui existaient dans le pays si on voulait localiser une entreprise de jeux vidéo", résume Benjamin Devienne. Et cet argumentaire n'a pas été inutile selon lui. *"Il existe de nombreux expatriés en France qui n'ont pas conscience que la France possède tous les atouts pour entendre : des structures, des capitaux et des talents"* . Dans ses bagages, l'entreprise a ramené deux autres Français, Thomas Moreau, directeur marketing de l'entreprise et François-Xavier Perrin, directeur business development.



À lire aussi

MWM parie sur un premier succès dans le jeu vidéo en 2021

Aujourd'hui, la jeune pousse compte déjà une trentaine de salarié·e·s en full remote, dont 40% de femmes.

Tout juste ouverte au grand public, la plateforme a déjà fait parler d'elle dans de nombreux magazines américains et devrait continuer à alimenter les médias spécialisés. L'entreprise, qui a déjà levé trois millions d'euros l'an dernier, entame sa série A et négocie actuellement un grand partenariat avec un acteur de l'e-sport.

Article écrit par Anne Taffin