

La folie des jeux télé sur Internet

Un jeu peut en cacher un autre, un succès aussi. « *Tout le monde veut prendre sa place* », le rendez-vous quotidien de Nagui à midi, cartonne sur France 2 : 2,7 millions de téléspectateurs et 26,3 % de part d'audience cette semaine mais aussi sur France2.fr. Plus de 300 000 visiteurs uniques par jour (59 millions en 2008 !) et 2,5 millions d'inscrits, que rejoignent chaque mois 100 000 nouveaux venus : jamais un jeu en ligne dérivé de la télé n'avait atteint de tels sommets. « *Il y a même des parties la nuit* » « *On espérait toucher un nouveau public, mais on ne s'attendait pas à une telle folie, reconnaît le directeur des antennes Internet de France Télévisions, Pierre Mathieu. Nous avons dû revoir les règles, réactualiser quotidiennement les questions. Il y a même des parties la nuit et des communautés de fans sur Facebook !* » « *C'est un jeu interactif et personnalisé, proche du poker en ligne et des jeux vidéo, explique son cocréateur, Romain Cousi. Nous avons travaillé neuf mois et misé près de 100 000 €.* » Un investissement « *conséquent* » mais gagnant. France Télévisions lui en a commandé deux autres : « *le 4 e Duel* », qui attire 15 000 visiteurs par jour alors que l'émission n'est plus sur France 2 depuis août, et une version

modernisée de « *Questions pour un champion* », qui, après dix jours, atteint déjà 100 000 visites quotidiennes. Persuadé que « *les jeux en ligne vont se développer* », Pierre Mathieu vient de lancer un appel d'offres pour réaliser une version « *ambitieuse* » inspirée de « *C'est pas sorcier* ». TF 1 n'est pas en reste. Précurseur avec « *Qui veut gagner des millions ?* » dès 2002, Tfl.fr en compte aujourd'hui six, pour de 3 millions d'inscrits. « Leur succès est lié à celui des programmes, analyse Claude Charpin, directeur des jeux Internet. C'est « *A prendre ou à laisser* » qui marche le mieux, avec 300 000 internautes par semaine. » Il envisage de créer de nouveaux avatars cette année. Ce phénomène n'a pas échappé à M 6, qui va lancer, début avril, un jeu « *Pékin Express* », avec une carte de l'Asie reprenant le parcours des vrais candidats.