



L'événement

Dujardin s'installe dans le jeu de société

Une bonne idée est toujours récompensée ! Telle est la morale du succès du jeu *Chrono Bomb'* de Dujardin (TF1 Games) en France. « *Au départ, nous avons demandé à notre équipe de R&D en interne de mettre au point de nouveaux concepts innovants où l'enfant est acteur de son propre jeu* », explique Corinne Derudder, directrice de TF1 Games-Dujardin. Lancé fin 2014 en France, le jeu *Chrono Bomb'*, diffusé à 100 000 exemplaires, s'arrache et tombe dès début décembre en rupture. Un fait d'armes qui ne passe pas inaperçu au Salon du jouet de Nuremberg, en février 2015. « *Nous avons signé beaucoup de contrats de distribution, notamment pour les États-Unis, mais pas avec Walmart, qui avait alors déjà bouclé son référencement* », précise Corinne



Derudder. Malgré l'absence de ce poids lourd de la distribution américaine, les ventes explosent avec quelque 250 000 unités écoulées en 2015 outre-Atlantique, soit autant que sur le marché français. « *Cette année, avec Walmart en sus, nous tablons sur 500 000 Chrono Bomb' vendus aux États-Unis. Au total,*

nous tablons sur quelque 800 000 exemplaires distribués à l'export, dans 35 pays, en dehors de la France », ajoute Corinne Derudder, qui espère faire de cette « *success story américaine* » une référence pour les autres jeux d'action innovants de Dujardin tels *Tresor Detector*, *Power Quest* ou *Spy Code*. Sans compter les autres jeux classiques détenus par le groupe, comme *Le Cochon qui Rit* ou encore le *Mille Bornes*, un classique exporté depuis des décennies aux États-Unis et qui continue, année après année, à s'y écouler à plus de 100 000 exemplaires. « *Sans soutien publicitaire particulier* », souligne Corinne Derudder. Une prouesse et un pied de nez bien français dans la patrie du géant du jeu de société Hasbro et son célèbre *Monopoly*. ■■ **V. Y.**