

START-UP Né et développé à Lutry (VD), le concept de jeu augmenté «Cobalt Project» se prépare à être franchisé à Zurich, mais aussi à Varsovie ou à Dubaï.

Le monde va jouer «à la vaudoise»

LUTRY
PHILIPPE VILLARD

Se la jouer Cobalt Project*, c'est crever l'écran, c'est sortir de la réalité virtuelle et crapahuter de plain-pied sur 30 000 mètres carrés de terrain, arme à la main, radio dans le casque et mini-ordinateur «crossmob» fixé sur sa combinaison afin d'être relié aux autres membres de l'équipe et aux coaches de la partie. Se la jouer Cobalt Project, c'est sortir du confort de son canapé pour suer en se glissant dans des scénarios et des technologies à la Call of Duty. Bref, se la jouer Cobalt Project, c'est troquer le vieux monde du paint-ball pour explorer un univers 4.0 de «jeu augmenté».

Une nouvelle galaxie qui combine le divertissement grandeur nature sur des terrains à la topographie variée et semés d'obstacles, la performance sportive, l'adrénaline du jeu vidéo et le recours à des technologies en perpétuelle évolution. Et, en plus, c'est 100% romand!

Ancienne forteresse

Avec sa petite équipe de huit personnes, ses grands projets, ses ambitions, sa volonté de bousculer le marché et sa passion pour la technologie, Cobalt Project se vit toujours comme une start-up. «Quand j'ai créé l'entreprise, à l'ouverture le 1er mai 2012, j'ai eu huit clients! La fréquentation atteint maintenant 12 000 joueurs par an, mais on arrive à une phase charnière. C'était soit on restait une société locale centrée sur sa base, soit on voyait plus grand», analyse Adrien de Meyer, fondateur et directeur de Cobalt Project.



Dans la toile d'araignée du jeu. Un participant court 3 à 4 kilomètres par partie. Certains en font le double. DR

Pour cet ex-trader de 38 ans, natif de Villars (VD), passé par Credit Suisse First Boston, le management d'espions sportifs et l'hôtellerie, la réponse émerge de la problématique. Pas question de rester l'arme au pied.

Surtout après avoir investi «quelques millions», comme il le

glisse sans trop de détails.

Ainsi, au cours du premier semestre 2016, Cobalt Project sera répliqué à Zurich, un site de quelque 40 000 mètres carrés serait déjà arrêté. Dans la foulée suivra la Pologne. «A Varsovie nous disposerons d'une surface de 60 000 mètres carrés avec une ancienne forteresse de la Première Guerre mondiale. Un environnement extraordinaire qui permettra d'accueillir simultanément quatre parties de 30 joueurs chacune», poursuit-il. En attendant Dubaï et la suite. Car, en expert du mouvement, en tacticien et en stratège, Adrien de Meyer veut voir grand.

Dans son viseur de manager, il cible «une vingtaine de «Républiques Cobalt» enregistrant chacune 50 000 joueurs annuels d'ici

2020». La société s'apprête à vivre une mutation de fond, un changement de paradigme dans lequel le site de Lutry restera une vitrine.

Algorithme de jeu

Il sera doté, dès 2016, d'une gestion totalement «on line», de l'inscription à une partie au paiement, en passant par la réservation d'une table au restaurant. Et, par mesure de sécurité et d'éventuelles fins de traçabilité, l'accès au site s'effectuera uniquement sur scannage de la carte d'identité. Ensuite pendant le jeu, des données sur les joueurs seront enregistrées «afin de créer des conséquences», avance encore Adrien de Meyer.

En clair, il s'agit pour les «maîtres de jeu», de faire évoluer la

partie en fonction des informations monitorées fournies par les joueurs. Niveau de stress, calories brûlées, distances parcourues, vitesse... Tous ces paramètres entrent peu à peu dans un algorithme de jeu qui devient la clé du savoir-faire maison. Il permettra de modifier les situations et de faire parfois bénéficier les joueurs d'avantages divers. Quant à ce dernier, son casque bientôt doté d'un affichage des données dans la visière lui permettra de savoir où se situent ses partenaires et comment progresse la partie.

L'entreprise tire le paint-ball vers un jeu de rôle stratégique et plutôt haut de gamme. Elle mise sur le matériel, la technologie de pointe et l'immersion totale dans le jeu. Elle regroupe une communauté de joueurs autour d'une philosophie basée sur l'exploration et les vertus de l'esprit d'équipe plutôt que sur la chasse à l'homme. Ce concept revisite en profondeur l'univers parfois jugé ringard du paint-ball. Un pari à la fois audacieux et nécessaire pour se distinguer dans une activité dont les formes traditionnelles apparaissent en déclin. ●

* Voir aussi www.cobaltproject.com

À PROPOS DU PAINT-BALL

Le paint-ball est né en Australie dans les années 1970, alors que les gardiens de troupeaux recherchaient une solution rapide pour marquer de gros cheptels sur de vastes étendues. Puis ils se sont mis à s'amuser entre eux avec le matériel de marquage et des tournois opposant les ranchs ont été organisés. Ils ont lancé le jeu et ont aussi permis de faire chuter l'agressivité des cow-boys. Mais c'est à l'aube des années 1980, après un passage par les Etats-Unis, que le paint-ball a pris sa forme actuelle et s'est diffusé dans le monde.

JOUEURS

Pour débarquer sur la planète Cobalt, il faut avoir au moins 16 ans. Mais des parties simplifiées sont organisées pour les 9/15 ans. La moyenne d'âge des joueurs se situe à 28 ans et les 8% de filles qui jouent se révèlent meilleures que les garçons, mais supportent moins bien la douleur causée par les impacts des billes chargées de couleurs.

La force du cobalt

Dans le contexte dramatique de l'actualité récente, l'intérêt de ce genre d'activité n'est pas des plus faciles à aborder. Mais Adrien de Meyer se plaît à l'envisager sous l'angle purement sportif et songe même à la possibilité de créer un jour un véritable circuit professionnel.

En attendant, il entreprend avec son équipe de fédérer les joueurs. Des parties spécifiques avec système de parrainages des participants ont été développées sur la base du respect du fair-play. Les entreprises ont aussi recours à des parties pour des opérations de «teams building» afin de souder les équipes, révéler les leaders et les personnalités dans l'épreuve. Un peu à l'image du cobalt, cet élément si friable à l'état naturel mais qui se fond à d'autres pour créer des «superalliages». Et il arrive même que les forces de l'ordre sacrifient à un entraînement sur place en raison des qualités du terrain.

Start-up dans l'âme Cobalt Project a basé sa notoriété sur une promotion menée sur les réseaux sociaux, mais cette stratégie se conjugue à la tradition d'un solide bouche-à-oreille. Le tout vaut parfois à l'équipe – merci les low cost! – de recevoir la visite de joueurs venus tout exprès de l'étranger, le temps d'une partie. «Mon rêve, c'est qu'un jour la marque dépasse le produit», s'enthousiasme Adrien de Meyer. ●



«J'ai en ligne de mire, d'ici 2020, une vingtaine de «républiques Cobalt» enregistrant chacune 50 000 joueurs annuels.»

ADRIEN DE MEYER CRÉATEUR DE COBALT PROJECT

DANS LE MONDE
DE COBALT PROJECT



Briefing Autour de la carte du grand terrain, divisé en différents districts, les équipes sont renseignées sur le déroulement du jeu. Pour les promoteurs du projet comme pour la communauté des joueurs, le fair-play doit rester une valeur de base. DR



Équipement L'arsenal et l'équipement ont de quoi impressionner. Des points gagnés sur le terrain permettent à l'équipe d'obtenir des armes, des munitions supplémentaires. Et même de «libérer» un quad! Chaque partie dure deux heures et oppose deux équipes de 20 joueurs. DR



Balises Pour les équipes, le but du jeu consiste d'abord à débusquer des balises numériques planquées sur le terrain et de valider son passage, un peu comme dans une course d'orientation. Pour les joueurs, l'exploration et la solidarité passent avant l'usage de l'arme. DR