

Tandis que Hollywood galère pour trouver de nouveaux univers à franchiser, Ankama, « petite » société de jeux vidéo et d'animation située à Roubaix, travaille précisément à cela. Et si la riposte française face à Pixar et à Marvel se préparait incognito en pays ch'ti ? Visite guidée.

# Pendant ce temps à Roubaix...

«Chez Ankama, s'il vous plaît» Le chauffeur de taxi n'en a jamais entendu parler, et pourtant il est du coin. En revanche, demandez-lui la même chose à n'importe quel gamin de 6 ans et il vous donnera l'adresse et une description détaillée des lieux, plus quelques informations superflues sur *Wakfu*, *Dofus*, le *Krozmoz* et *Mutafukaz*... Ont-ils des idées pour persuader qu'on n'est pas si vieux que ça lorsqu'on arrive à destination. Ankama, c'est le gros bâtiment en briques rouges qui mange à la seule une moitié de boulevard. D'autres bâtiments similaires le prolongent, abritant d'autres sociétés spécialisées dans l'Amérique. Nous sommes à Roubaix sur le site de la Plaine Images. C'est le poumon numérique de la France, également appelé «Silicon Valley du Nord». D'anciennes usines de textile réhabilitées en immeubles de bureaux aménagés en espaces hypermodernes avec de grandes tables et de hauts plafonds pour faciliter la circulation de l'air. L'ensemble

économique, c'est Ankama, leader français du jeu vidéo avec *Dofus*, son RPG (*role-playing game*) *online*—plus de 2,5 millions de joueurs actifs chaque mois dans près de 200 pays—, auxquels s'ajoutent, entre autres, la série animée et les BD *Wakfu* (également disponible en jeu), situés dans le même univers *kawai* que *Dofus*. C'est à peu près tout ce qu'on sait au moment de passer la porte.

## LE SHOWROOM DES LÉGENDES

On est alors accueilli par Florence et Pauline, princesses de la com, qui nous introduisent dans le showroom de la boîte—en fait une vaste boutique de souvenirs, comme il y en a chez Pixar. Et là, on découvre un grand espace immaculé rempli de figurines maousses, de bagages, de peluches, de *lunchboxes* et de présentoirs immenses sur lesquels reposent des dizaines et des dizaines de BD, de mangas et d'*artbooks* aux noms si prononçables. L'activité Éditions brasse un cinquantaine

dans le *Krozmoz*, qui abrite plusieurs planètes et couvre plusieurs époques, dimensions et plans astraux, dieux, monstres et aventuriers cohabitent en se foutant sur la gueule. Les *Dofus* sont les quinze œufs de dragons qui régissent l'univers et promettent puissance et gloire à quiconque les réunira. Six sont vrais, neuf sont faux. Engros, c'est un peu les six Pierres d'Infini de Marvel croisées avec du Tolkien et accommodées à la sauce *Club Dorothée*. Engros.

On arrive ensuite dans le bureau d'Anthony Roux, 37 ans, cocréateur d'Ankama et directeur créatif des opérations. Un homme doux et charmant, fatigué dans les nuances, sans doute le plus geek d'entre tous. L'après-midi, il est allé voir *Mad Max—Fury Road*, d'où son état un peu hancelant. «Putain, ça m'areturné! On y est allés avec huit potes. Pauline était là.» Pauline: «Ça devait être une soirée *balls*, mais comme aucun de ces *balls* n'a été permis, ils ont donc demandé à la fille qui a une voiture...—Une soirée "balls"?—Une soirée couilles, quoi.» On décide d'aller déjeuner. La brasserie est quelques mètres plus bas, un peu plus loin que le trottoir. Les menus sont ornés du logo Ankama. La société finance également un deuxième resto beaucoup plus grand, de l'autre côté du site, ainsi qu'une crèche ouverte aux employés de la Plaine et aux Roubaisiens. Un idéal «néo-cité» ouvrière. Anthony passe à table: «On a créé *Dofus* il y a quinze ans, à trois, parce qu'on était fondus de jeux vidéo. Mais comme on venait de la BD, quand il a fallu aborder l'aspect commercial de l'aventure, on s'est dit qu'on allait faire connaître le jeu grâce à une BD fondée sur le même univers, qu'on la mettrait en librairie avec un flyer à l'intérieur, qu'on proposerait des dédicaces et qu'on verrait bien. Et ça a pris. On fait de la créa. Sur les 450 personnes qu'on emploie la boîte, plus de la moitié sont des artistes. Nos budgets marketing servent à investir dans

« Nos budgets marketing servent à investir dans des BD, des séries animées, un film, de sorte à rendre lisible le jeu *Dofus* tout en se faisant plaisir. »

Anthony Roux, directeur créatif

est piloté depuis l'Imaginarium, un ancien atelier reconverti en « incubateur de concepts ». Tous les métiers de l'image auxquels vous pensez sont représentés ici, et même ceux auxquels vous ne pensez pas (comme fabricant de fenêtres virtuelles pour maisons d'architecte, par exemple). Le caïd autour duquel gravite cette bouillonnante

d'ouvrages par an et le pôle manga peut à lui seul vendre plus de 1,5 million d'exemplaires vendus. Entaille comme en standing, ces showrooms surpassent sans problème celui de Pixar, et voilà ce qu'on parvient à retenir de la très dense mythologie *Dofus-Wakfu* en écoutant le rapport enthousiaste qu'en font Pauline et Flo—on se tutoie :



des BD, des séries animées, un film, des sorts à rendre le jeu visible tout en faisant plaisir. C'est esthétiquement très agréable. »

## KUNG FU DOFUS

Sans surprise, le long métrage qui doit imposer Ankama dans le paysage de l'animation internationale est intitulé *Dofus*. Il conte, dans un style franco-japonnais très affirmé, les aventures de Joris, l'un des personnages-clés du Krosnoz. D'après ce que l'on a pu voir dans la salle de projection maison, sur une chaise pliante et devant un écran vidéo basse qualité (c'est mieux chez Pixar), le film est drôle et bourré d'action. « On ne rivalise pas avec de grosses machines comme *Astérix et le Domaine des Dieux*, explique l'un des producteurs. On a un budget d'environ 9 millions d'euros, ce qui est dans la moyenne des projets 2D montés en

France (*Ernest et Célestine*, *Persépolis*, *Zarafa*), voire en dessous puisqu'on produit tout en interne sans faire appel à des prestataires. » *Dofus* sortira l'année prochaine parmi d'autres adaptations de jeux comme *Angry Birds* ou *Warcraft* (d'après *World of Warcraft*, leader américain du RPG multijoueur et seul rival de *Dofus*). Mais passât-elle l'étiquette « jeu vidéo », rendrait-elle service à la carrière de film ? On se le demande, reconnaît Anthony Roux. Le terrain est encore glissant, il faudra attendre de voir les résultats de *Warcraft* pour évaluer l'impact de cette nouvelle industrie. Ce n'est pas notre petit dessin animé qui va changer la donne. » Pour l'instant, l'étiquette « made in Roubaix » suffira. En plus de *Dofus*, Ankama produit un second long tiré de sa BD *Mutafukaz* qui sera réalisé

par les Japonais du studio 4°C, auteurs du sublime *Amerbétou* (Michael Arias, 2007). Pauline mentionne combien l'offre d'animation est devenue démentielle sur grand écran. À Annecy l'année dernière, Ankama officialisait la date de sortie de *Dofus* au 3 février 2016. Au même moment, DreamWorks annonçait celle de *Kung Fu Panda 3* pour le 3 février. « Putain !, se souvient Anthony. Avec le distributeur, on s'est demandé s'il ne valait pas la peine de le ressortir. On a finalement renoncé car on se retrouvait toujours en face d'un autre film. Pendant trois mois, on a eu la trouille. *Kung Fu Panda 3* d'un côté, *Dofus* de l'autre : à votre avis, lequel des deux les gens iraient voir ? Finalement, DreamWorks a changé sa sortie. Ouf ! En face, désormais, on a *Alvin et les Chipmunks 4*. On respire un peu mieux. »

BENJAMIN ROZOVAS