

## Coxi Bola Ainsi soit jeu !

**Créé par deux Bordelais, ce nouveau jeu rencontre un succès grandissant auprès de tous les publics. Prévision 2010 : 250 000 ventes !**

**L**E printemps arrive enfin et voit apparaître un peu partout un nouveau jeu rafraîchissant et jubilatoire : le « Coxi Bola ». Que se cache-t-il derrière ce nom au caractère exotique et commercialement efficace ? Il s'agit d'un jeu d'extérieur (ou de hall suffisamment haut) qui consiste à envoyer une balle en mousse en l'air à l'aide d'un « mini trampoline » de main, c'est-à-dire en écartant une toile solide à l'aide de deux baguettes rigides servant de poignées (voir photo). Cette position présente l'avantage de constituer une sorte de sac qui empêche la balle de rouler hors de la toile. En écartant soudainement les

baguettes, la toile se tend et propulse facilement la balle vers les autres joueurs. Ceux-ci vont simplement recevoir la balle à leur tour dans leur Coxi Bola non tendu avant de la renvoyer. « A la base, je voulais créer un jeu où on n'a pas besoin de trop bouger, où l'on peut jouer seul ou à plusieurs. Au début, j'avais utilisé un rideau avec une balle en mousse parce que ça ne fait pas mal », explique Nouri Khalifa, co-créateur de ce jeu déposé à l'INPI en novembre 2008 avec Jean-Claude Ganteille, ex-courtier de la Française des Jeux sur Bordeaux. Ces deux passionnés se sont rencontrés au Festival du Jeu de Saint-Loubès en 2002, se sont revus et ont décidé de concrétiser et de commercialiser cette idée. « Fin 2008, on a fait fabriquer 1 000 pièces pour une démonstration au Leclerc de Saint-Médard-en-Jalles : on en a vendu 750 », s'enthousiasme Jean-Claude Ganteille, directeur de la société Ouvea France (dont le siège est cours du Médoc à Bordeaux) qui commercialise le Coxi Bola. Du coup, le supermarché en a commandé 10 000 au printemps 2009.

### Dans toute la France

Fabriqué en Chine, le jeu devrait prendre une nouvelle dimension cette année. A partir de mai, il devrait être distribué dans toute la France dans les magasins Joué Club et Sport 2000 (prix : environ 15 euros pour deux



Coxi Bola et une balle). D'avril à juin, le Coxi Bola fera l'objet d'une campagne publicitaire sur la chaîne de la TNT Gulli qui l'a choisi pour « parrain ». La présence sur le grand salon du jeu de Nuremberg en février dernier a permis de nouer des contacts avec le monde entier. Résultat, la vente de 250 000 articles est envisagée pour 2010, avec ainsi un chiffre d'affaires prévisionnel de 600 000 euros. Jean-Claude Ganteille annonce l'explosion des ventes en 2011, soit le million de Coxi Bola commercialisés. Il

entamera avec son camping-car bariolé aux couleurs du jeu une tournée de printemps dans les 20 plus grandes villes et en offrira 50 000 dans 2 500 campings et autres centres de villégiature français. « Ce ne sera pas un effet de mode », assure Jean-Claude, « la pratique du Coxi Bola va s'étendre partout dans le monde ; en plus, le nom du jeu, par sa proximité avec Coca-Cola, est universel et laisse entrevoir un potentiel énorme... »

Vincent ROUSSET

### Forum des Serious Games

Après Lyon et Nantes, le Forum des Serious Games se déroulera vendredi 26 mars de 8 h 30 à 11 h à la Cité Mondiale de Bordeaux sur le thème : « S'entraîner dans le virtuel... Pour être meilleur dans le réel ! ». C'est l'occasion de découvrir des programmes d'entraînement innovants tels que la « **TrainingBox** ». Basés sur une approche ludique et immersive, ces programmes permettent d'apprendre tout en jouant sérieusement via une technologie exclusive issue des jeux vidéo : les Serious Games. Au cours de la matinée, les participants pourront toucher du doigt les simulations et profiter aussi de nombreuses démonstrations sur des thématiques comme l'entretien annuel, le management de projet, les techniques de vente... De nombreux cas clients de sociétés ayant des problématiques très variées seront présentés : MMA, Renault Trucks ou encore Société Générale.