Micromania

100 000 Micromanes couronnent le jeu vidéo

Omar et Fred ont animé la soirée.

Micromania est le premier distributeur de jeux vidéo en France, avec un réseau de 320 points de vente. Autant dire que les Micromania Games Awards étaient attendus avec beaucoup d'impatience et un peu de fébrilité pour leur deuxième édition. par Sébastien Anxolabéhère

Cette année la Cigale de Paris, qui a vu passer plus de concerts de rock que de thés dansants, a accueilli une brochette de people (Ariel Wizman, Stéphane Guillon, Anthony Kavanagh, Stomy Bugsy...), qui ont remis 13 « awards » attribués par les clients de l'enseigne. En face d'eux, une salle remplie de professionnels et de clients de Micromania.

Tendance gamer

À eux seuls, Activision et Ubisoft ont raflé sept awards, reflétant sans aucun doute une réalité du marché en 2007 en termes de dynamisme d'entreprise. On pourrait presque s'étonner que Nintendo ne gagne que deux fois, mais le profil « spécialiste » de l'enseigne et le fait que les gamers sont plus portés que les autres à voter explique cela. Si le palmarès est dans une bonne mesure le reflet du marché, il est incontestablement marqué de l'emprunte gamer.

Un modèle à suivre ?

La réussite des Micromania Games Awards, capables de rassembler dans une ambiance décontractée des vedettes du « show business » et beaucoup d'acteurs majeurs de l'industrie et la presse, devrait donner des idées, notamment au Sell, le syndicat professionnel.

LES PRIX

MEILLEUR CONCEPT :
Activision : Guitar Hero

MEILLEUR GRAPHISME :
Ubisoft : Assassin's Creed

MEILLEUR MULTIJOUEURS :
Activision : Call of Duty

SCÉNARIO PRÉFÉRÉ :
Ubisoft : Assassin's Creed

MEILLEUR JEU DE SPORT :
Konami : PES 2008

MEILLEUR JEU POUR LES PLUS JEUNES :
Nintendo : Pokemon

MEILLEUR JEU DE COURSE :
EA : Need for Speed Prostreet

MEILLEUR JEU D'AVENTURE :
Ubisoft : Assassin's Creed

MEILLEUR JEU D'ACTION :
Activision : Call of Duty 4

PRIX FUN RADIO :
Nintendo : Mario Galaxy

MEILLEUR JEU PC :
Blizzard : World of Warcraft

MEILLEUR JEU DE CONSOLE PORTABLE :
Nintendo : The Legend of Zelda

MEILLEUR JEU DE CONSOLE DE SALON :
Ubisoft : Assassin's creed

LE HÉROS PRÉFÉRÉ :
Nintendo : Mario

AWARD D'HONNEUR :
Devil May Cry 4 à son producteur Kobayashi

Michaël Sportouch, Activision.

François Ruault, Microsoft.

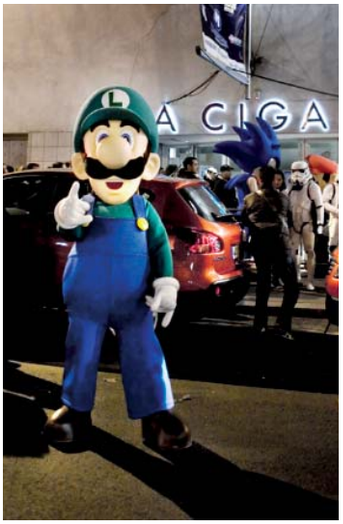
Entretien avec

Geoffroy Sardin
Ubisoft France, Directeur général

Son jeu Assassin's Creed a remporté quatre récompenses.

JDLI : Vous attendiez-vous a un tel couronnement pour Assassin's Creed ?
Geoffroy Sardin : On s'apercevra bientôt que ce jeu a véritablement marqué son époque et nous sommes très fiers que ce soient les joueurs et rien qu'eux qui aient plébiscité Assassin's Creed en nombre. Ce titre représente un travail énorme depuis plus de trois ans pour nos équipes de Montréal. Ces prix récompensent surtout la créativité de ces mêmes équipes de production, les joueurs aspirent de nos jours à du « plus beau, meilleur et différent ». Assassin's creed a clairement répondu à ces attentes.

Pour vous, quelle est la place de Micromania dans le paysage de la distribution en France ?
Micromania est une structure de distribution puissante, ayant un très grand nombre de magasins en France et un très grand savoir-faire dans la diffusion et la prescription des jeux vidéo sur le territoire national. De part cette position, cette chaine de magasins spécialisés a mis en place des événements médiatiques d'envergure tel que les Micromania Games Awards ou le Micromania Game Show. C'est sans aucun doute le bon moment pour la profession toute entière de réfléchir à la mise en place d'événements de ce type au niveau national.



Le service d'odre était des plus musclés.

Entretien avec

Michaël Sportouch,
General Manager, Activision France

Ses jeux Call of Duty 4 et Guitar Hero 3 ont remporté respectivement deux awards (Meilleur jeu d'action et Meilleur multijoueurs) et un awards (Meilleur concept).

JDLI : Vous attendiez-vous aux récompenses qui ont couronné vos jeux ?
Michaël Sportouch : Oui et non. Call of Duty 4 et Guitar Hero ont rencontré un grand succès chez Micromania, et nous savions qu'ils auraient un excellent accueil depuis le Micromania Game Show. Nos deux jeux étaient d'autant plus susceptibles de plaire aux Micromanes qu'étant sur les consoles de nouvelle génération, ils tombaient tout à fait dans la cible des clients Micromania. Par ailleurs, nous devons à cette enseigne de nous avoir beaucoup aidé pour expliquer le concept de Guitar Hero aux consommateurs.

Pour vous, quelle est la place de Micromania dans le paysage de la distribution en France ?
Micromania est une enseigne qui a une place éminemment de choix pour Activision. Le réseau est exceptionnel non seulement par le nombre de magasins et par leurs emplacements, mais aussi par la qualité du marketing qu'ils mettent en place. Les linéaires sont très clairs, très biens gérés, il est possible de faire des démonstrations produits… Tout ce qui permet de travailler ses produits de la meilleure façon. Mais surtout, les vendeurs sont dans la plupart des cas compétents et passionnés. Ils peuvent pousser un produit selon leurs goûts. Ce fut un atout important pour Guitar Hero. Micromania a su transcender sa nature d'enseigne spécialisée pour avoir une approche qui convient à toutes les typologies de joueurs. C'est aujourd'hui clairement l'enseigne leader.