THQ Multigenres et multiplat

Depuis quelques années, THQ a opéré un mouvement de diversification qui trouve aujourd'hui sa concrétisation avec sa présence sur de nombreux genres du marché. Rory Donnelly, Directeur général de la filiale française, dresse pour nous un point sur l'actualité du groupe et ses objectifs pour 2008. par Patrick Hellio

Entretien avec

Rory Donnely
Directeur général de la filiale française

De Blob

JDLI : Quels sont les temps forts de THQ cette année ?
Rory Donnelly : Notre objectif en France est de continuer à progresser, nous espérons une croissance de plus de 20 % de notre chiffre sur l'année en cours. Cette année, nous allons globalement publier moins de titres qu'en 2007 mais allons en contrepartie nous concentrer sur des jeux à très fort potentiel et que nous allons très fortement soutenir. Je pense notamment à Saints Row 2 et Red Faction 3, deux titres basés sur de puissantes propriétés intellectuelles appartenant à THQ et qui seront publiés au cours du second semestre 2008. Nous créons aussi cette année une nouvelle franchise à destination des consoles Nintendo, DS et Wii, avec De Blob, un titre très original. Au chapitre des temps forts de l'année, nous publierons également un nouveau jeu basé sur une licence Pixar, Wall-E, dont la sortie devrait coïncider avec celle du long-métrage cet été. Nous venons également de lancer MX vs ATV Extrême Limite, le nouvel opus d'une franchise qui marche de plus en plus en France et pour lequel nous avons un objectif de 150 000 ventes. Si nous allons proposer un nombre plus réduit de titres cette année, nous souhaitons en revanche confirmer notre statut d'éditeur multigenres en nous positionnant sur la plupart des segments : core gamers, sport, jeux familiaux, jeux pour enfants… 2007 a été une année record et je pense que l'industrie va encore continuer à progresser d'environ 10 % sur 2008. Les excellentes ventes de hardware de l'année dernière vont logiquement entraîner cette année une progression des performances du software. Depuis quelques années, THQ a fortement développé sa présence sur les nouvelles consoles et nous disposons désormais d'un important portfolio de licences et franchises à décliner.

Quel regard portez-vous sur votre année 2007 ?
Elle a été très bonne puisque nous devrions enregistrer une progression d'environ 35 % de notre chiffre d'affaires en France par rapport à l'exercice précédent. La simulation de catch WWE Smackdown vs Raw 2008 a rencontré un succès considérable en France puisqu'il s'agit de l'une de nos meilleures ventes. Le titre se sera écoulé à environ 200 000 exemplaires sur l'année fiscale. L'adaptation du film de Pixar Ratatouille a également particulièrement bien fonctionné dans l'Hexagone. Nous avons par ailleurs soutenu avec succès certaines de nos licences l'année dernière avec des titres comme Juiced 2 et Stuntman Ignition.

Comment expliquez-vous le succès sur le tard de la simulation de catch WWE en France ?
C'est vraiment l'une de nos licences qui montent actuellement. Les jeux WWE ont toujours été de très grands succès sur les marchés anglo-saxons mais la marque décolle aujourd'hui progressivement sur d'autres territoires. La progression des ventes des jeux de la série est étroitement liée à la diffusion des matchs en TV hertzienne dans chaque pays. Depuis six ans, les jeux progressent en Allemagne et l'on atteint aujourd'hui environ 400 000 pièces vendues par an. Le Portugal marche aussi très fort et l'on est passé en 2007 de quantités négligeables en Espagne à un million de ventes au moment où les matchs de la WWE sont passés en prime time sur les chaînes hertziennes. En France, la licence a profité d'une belle mise en avant l'année dernière avec une diffusion des matchs sur le câble et la TNT (NT1, RTL 9…) et les ventes du jeu ont décollé. En avril et septembre 2007, les premiers matchs live de WWE en France depuis 15 ans ont été organisés au Zénith puis à Bercy. Au moins deux autres événements du genre sont prévus sur 2008 à Strasbourg en avril et en septembre à Bercy. Il s'agit désormais d'un titre à la cible très grand public en France et nous comptons doubler nos ventes sur la prochaine année fiscale.

Quelles seront vos principales orientations sur le plan marketing cette année ?
Nous avons effectué des investissements records l'année passée en TV en soutenant par exemple des titres comme Cats Academy et Drawn to Life. Nous allons continuer sur cette lancée cette année et même augmenter nos investissements en TV et sur le Web, en nous concentrant sur nos titres à plus forts potentiels.

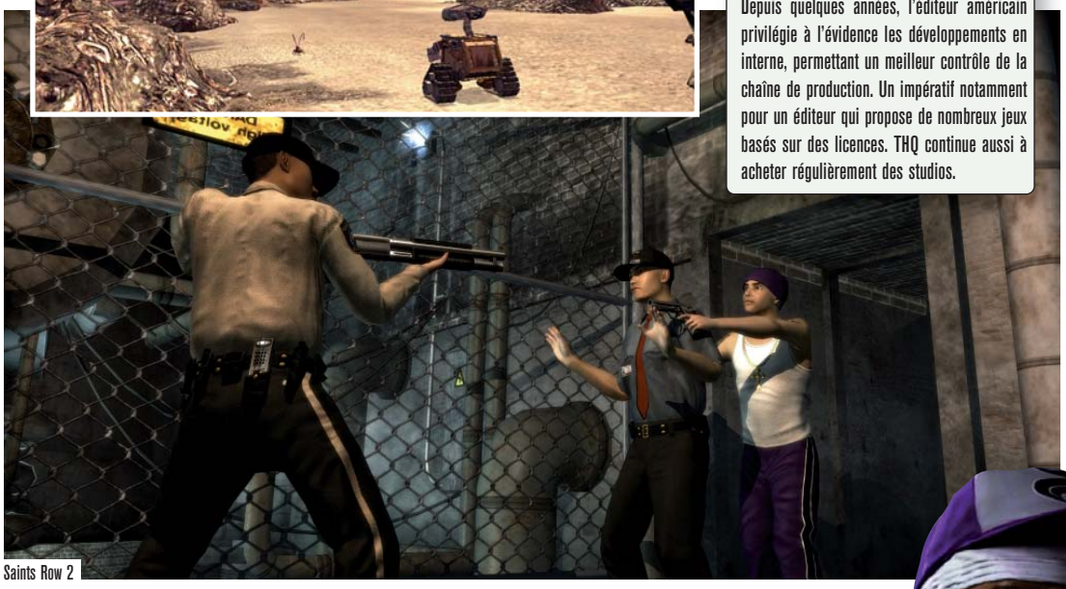
Red Faction 3

tes-formes

Wall-E

Puissance de feu interne

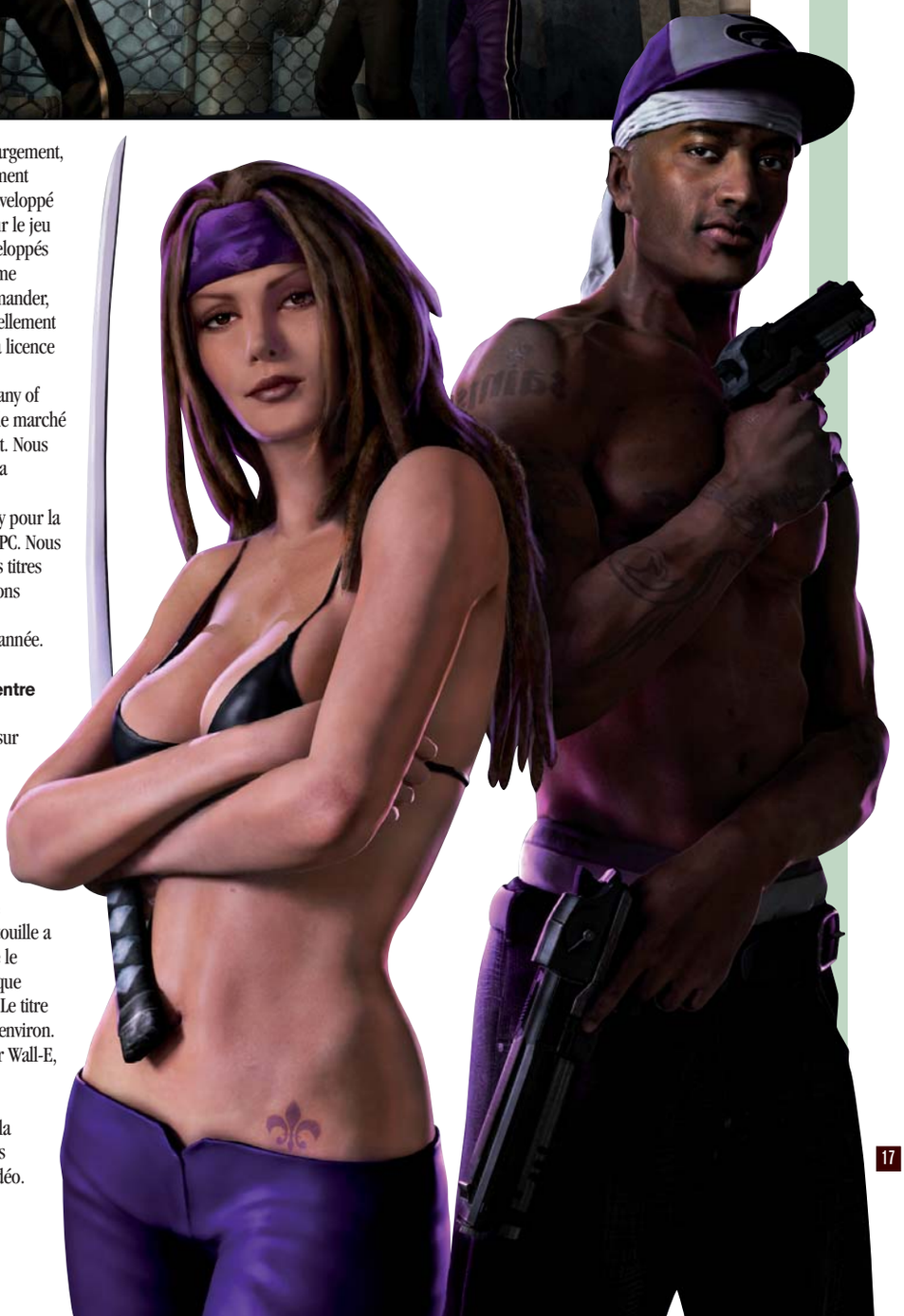
Avec pas moins de 17 studios répartis dans le monde employant 1 800 personnes, THQ dispose de l'une des plus importantes capacités de productions en interne au monde, aux côtés des Ubisoft, Electronic Arts et Activision. Depuis quelques années, l'éditeur américain privilégie à l'évidence les développements en interne, permettant un meilleur contrôle de la chaîne de production. Un impératif notamment pour un éditeur qui propose de nombreux jeux basés sur des licences. THQ continue aussi à acheter régulièrement des studios.


Saints Row 2

Comment se répartit le business de THQ à l'internationale ?
THQ réalise aujourd'hui 50 % de son business en dehors des Etats-Unis. Un ratio à comparer aux 40 % de l'année dernière ou aux 20 % d'il y a cinq ans ! L'Europe avance très vite et nous avons développé dernièrement notre implantation sur les différents territoires en ouvrant des filiales au Benelux, en Espagne en 2005, en Autriche en 2006 et en Suisse, en Italie et dans les pays nordiques en 2007. Nous travaillons désormais en direct sur la majorité des marchés en Europe et nous ne pouvons qu'y faire progresser nos performances.

Comment abordez-vous l'élargissement de la cible du jeu vidéo, notamment sur consoles portables où THQ est traditionnellement fort ?
Avec le succès incroyable de la Nintendo DS, le public de la console portable a changé par rapport à ce que l'on connaissait il y a encore deux ans. La part des joueuses a explosé pour dépasser les 50% des utilisateurs de la machine. D'autres changements démographiques ont eu lieu comme l'arrivée de joueurs plus âgés sur la console portable… Tout cela a entraîné une modification du marché et une demande pour de nouveaux types de produits. C'est pour cela que nous avons publié des titres comme Cats Academy et Drawn to Life. D'ici cet été, nous allons proposer trois autres titres casual sur Nintendo DS mais aussi Bébé Academy et Spongebob : Dessine ton héro. On doit beaucoup à Nintendo pour l'actuel élargissement de la cible du jeu. Je suis persuadé que Wii Fit sur la console de salon va rencontrer aussi beaucoup de succès. THQ va d'ailleurs proposer un jeu destiné à cet accessoire.

THQ est traditionnellement très fort sur les consoles portables Nintendo mais a tardé à s'imposer sur Nintendo DS. Pourquoi ?
C'est un phénomène que l'on connaît bien avec les machines Nintendo : sur les premiers mois de vie d'une console, le constructeur domine très nettement les ventes avec ses propres jeux. Cela prend un certain temps aux éditeurs tiers pour se rôder sur une nouvelle plate-forme mais ils ont tendance par la suite à gagner des parts de marché par rapport à Nintendo. Notre ambition chez THQ est aujourd'hui de revenir en force sur la console portable.

Que pensez-vous du marché du jeu PC ?
C'est un marché que l'on dit en baisse si l'on se base en effet uniquement sur les ventes en retail. Le jeu sur PC est toujours en progression mais il a diversifié ses modes de distribution avec la vente par téléchargement, le business model des jeux massivement multijoueurs… THQ a fortement développé ces dernières années sa présence sur le jeu PC avec en particulier des titres développés exclusivement pour le support comme Company of Heroes, Supreme Commander, Titan Quest… Nous préparons actuellement un jeu MMO basé sur l'univers de la licence Warhammer 40 000 et une version massivement multijoueurs de Company of Heroes est en développement pour le marché chinois uniquement pour le moment. Nous avons été en France à l'initiative de la signature de partenariats à l'échelle européenne avec Metaboli et Nexway pour la distribution numérique de nos jeux PC. Nous n'avons pas encore communiqué les titres mais je peux vous dire que nous allons publier des jeux très importants en exclusivité sur PC au cours de cette année.

Où en est le partenariat signé entre THQ et Pixar ?
Après Wall-E, nous avons les droits sur encore deux long-métrages et jusqu'en 2014. En France, les ventes des jeux basés sur les licences Pixar voient leurs ventes croître chaque année. En 2006, Cars a performé moyennement en salles mais le jeu vidéo a effectué de bons scores. L'année dernière, Ratatouille a très bien fonctionné et c'est vrai que le marché français était privilégié puisque l'action du film se déroulait à Paris. Le titre s'est écoulé à 350 000 exemplaires environ. Nous avons de fortes ambitions pour Wall-E, qui devrait dépasser ce score. La thématique du film, le look des personnages, devraient permettre à la licence d'avoir une cible encore plus mass-market. Idem pour les jeux vidéo.