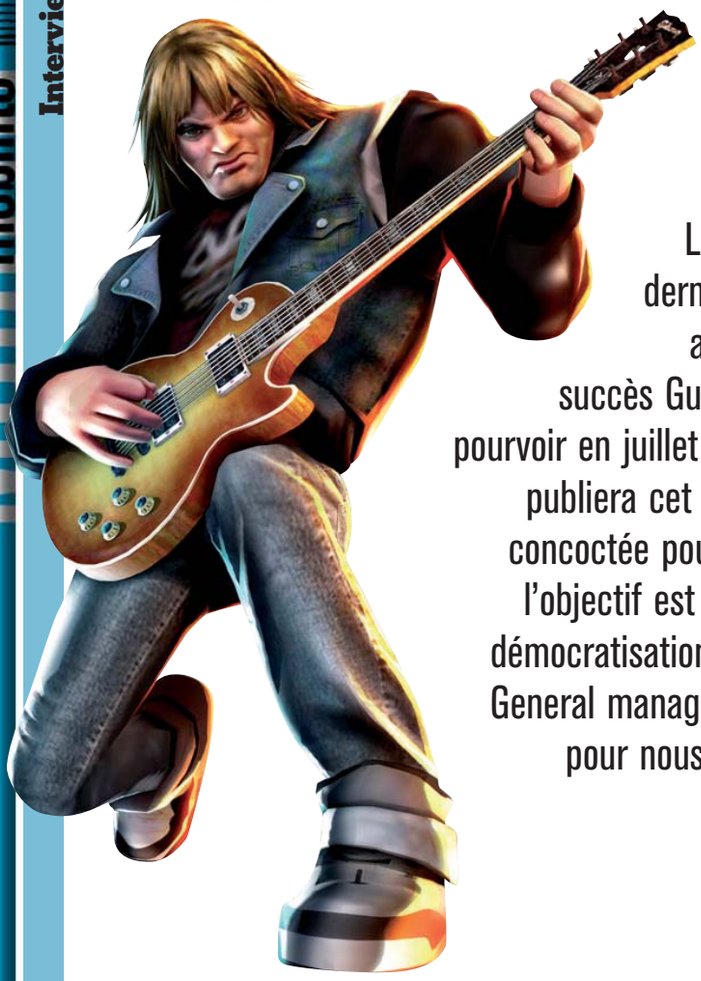
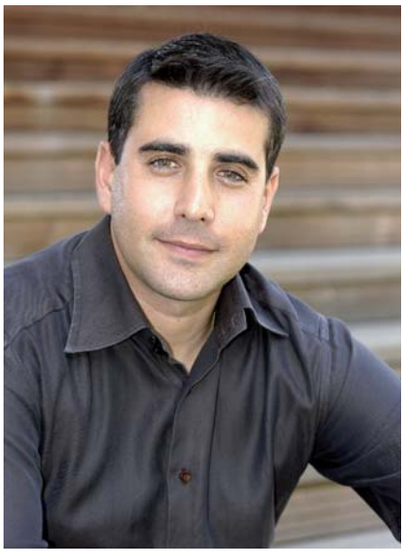
Guitar Hero



Le grand jeu sur DS

La Nintendo DS était l'une des dernières consoles à ne pas avoir accueilli un volet de la série à succès Guitar Hero mais Activision va y pourvoir en juillet prochain. L'éditeur américain publiera cet été une version spécialement concoctée pour la console portable et dont l'objectif est d'accélérer le phénomène de démocratisation du titre. Michael Sportouch, General manager d'Activision France, revient pour nous sur ce phénomène. par Patrick Hellio



Entretien avec

Michael Sportouch
General manager d'Activision France

JDLI : Quels sont vos objectifs avec cette prochaine version Nintendo DS de Guitar Hero ?
Michael Sportouch : Nous plaçons volontairement la barre très haute avec Guitar Hero : On Tour dans le sens où nous parlons d'une mise en place supérieure à 150 000 exemplaires. Il s'agira de l'un des tout premiers jeux sur la console portable exploitant un accessoire spécifique, le Guitar Grip et une nouvelle liste de chansons a été concoctée pour cette version avec notamment Maroon 5 mais aussi des artistes européens comme Tokio Hotel, Mademoiselle K… En plus de l'accessoire qui permet de retrouver la jouabilité des versions sur consoles de salon, le jeu exploite également toutes les spécificités de la Nintendo DS comme le micro, le stylet ou encore le multijoueurs entre consoles en WiFi. Avec cette version, notre objectif est d'élargir le public de la marque Guitar Hero en la faisant découvrir à de nouveaux utilisateurs. Nintendo a identifié le potentiel de ce titre sur sa machine et nous allons travailler ensemble sur des outils de communication.

Pourquoi cette version sort-elle seulement maintenant ?
Le souhait des développeurs et d'Activision était de reproduire sur la console portable l'expérience de Guitar Hero en salon… ce qui représente un vrai défi ! Il ne suffisait pas de simplement adapter Guitar Hero 3 mais de penser une nouvelle interface pour exploiter tout le potentiel de la console. Il y a donc eu beaucoup de travail de recherche et développement de la part des développeurs de Red Octane et de Vicarious Visions pour élaborer un jeu et un accessoire qui soient les plus adaptés possible à la jouabilité sur portable. Nos studios ont travaillé avec nos partenaires asiatiques fabriquant nos accessoires Guitar Hero pour élaborer cette version Nintendo DS et je peux vous dire que nous avons vu passer de nombreux prototypes d'accessoires avant d'arriver au résultat final !

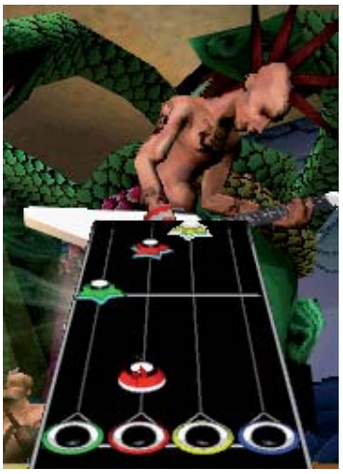
Quel est aujourd'hui le public de Guitar Hero ?
C'est intéressant car nous observons une évolution du public des joueurs sur la série. Disons que jusqu'à Guitar Hero 2, nous nous étions concentrés sur les

Guitar Hero sur DS :
Le plus important lancement pour la marque

Les ambitions d'Activision sont si importantes sur cette version Nintendo DS de Guitar Hero que celle-ci pourrait s'imposer comme le format de prédilection de la marque en cas de succès. *« Il s'agit du plus important lancement pour un titre de cette marque »*, nous confirme Michael Sportouch au sujet de Guitar Hero : On Tour, annoncé pour fin juillet. *« Le teasing autour du titre a d'ores et déjà été lancé avec l'annonce des spécificités de l'accessoire pour la Nintendo DS. Une campagne TV massive sera lancée deux semaines avant la sortie du jeu et des opérations seront menées jusqu'à la fin d'année pour soutenir le titre ».*

Guitar Hero

“ De toute ma carrière, Guitar Hero est de loin le produit à la fois le plus compliqué et le plus intéressant sur lequel j’ai travaillé ”



gamers et sur les fans de musique. Depuis, nous avons travaillé à l’élargissement de cette cible en positionnant le titre sur le créneau du « social gaming ». Guitar Hero est de plus en plus pratiqué par les filles et cette nouvelle version pour Nintendo DS s’inscrit dans cette optique d’élargissement de la cible. L’idée est de faire découvrir la marque Guitar Hero à des personnes qui ne sont pas forcément des joueurs avertis ou des férus de rock… puis de les faire venir par la suite aux versions machines de salon.

Où en sont aujourd’hui les ventes de Guitar Hero 3 en France ?
Depuis la sortie du jeu en France le 23 novembre dernier, nous avons dépassé les 120 000 exemplaires vendus toutes plates-formes confondues. Ces chiffres prouvent que nous ne sommes pas dans le phénomène de mode mais que le phénomène s’installe sur la longueur. Sur la période, les ventes du jeu sont d’ailleurs assez régulières. C’est à ce jour la version Wii de Guitar Hero 3 qui se vend le plus en France, suivie par la version Xbox 360.

La tendance étant à la progression, à combien évaluez-vous le potentiel de la franchise en France ?
L’arrivée en force de la version Nintendo DS et la volonté d’élargir le public laissent entendre qu’il y a encore un très important potentiel de progression ! Il m’arrive de citer la réussite en France de Pro Evolution Soccer et je pense que nous pourrons nous dire satisfaits lorsque nous égalerons les performances de ce titre dans l’Hexagone. Le jeu en a clairement le potentiel et nous allons nous efforcer de reproduire en Europe le succès incroyable que la série obtient aux Etats-Unis où Guitar Hero a été le premier titre de l’histoire du jeu vidéo à générer un milliard de dollars de chiffre d’affaires en 24 mois. C’est grâce à Guitar Hero qu’Activision a été classé éditeur de jeux numéro un aux Etats-Unis sur l’année calendaire 2007, devant Nintendo et Electronic Arts.

Y a-t-il des particularités du marché français pour ce titre ?
Pas vraiment, à part le fait que nous sommes probablement moins « early adopters » pour ce genre de produits que des marchés comme les Etats-Unis. En Europe, la France est le troisième marché pour la série Guitar Hero après l’Angleterre et les pays nordiques où le titre est un vrai phénomène culturel.

Comment travaillez-vous la marque Guitar Hero en France ?
De toute ma carrière, Guitar Hero est de loin le produit à la fois le plus compliqué et le plus intéressant sur lequel j’ai travaillé ! C’est une série qui se travaille sur la durée et Gautier Ormancey est chargé en France de superviser la marque, signer des partenariats, organiser ou nous associer à des événements. Guitar Hero est un produit

Lego Indiana Jones

“ Notre objectif pour le prochain exercise fiscal est d’enregistrer une progression de 70 % ”

un peu particulier car on ne peut vraiment bien communiquer dessus qu’en montrant concrètement encore et toujours comment le jeu fonctionne. D’où l’importance d’une mise en avant efficace en magasins, de la présence physique du jeu lors d’événements… Nous profitons actuellement des retours de nos deux années de travail sur la marque, du bouche-à-oreille positif qui s’est construit autour mais aussi de l’amélioration continuelle du produit à chaque nouvelle version.

Activision vient de clôturer son année fiscale 2007/2008. Quel bilan en tirez-vous ?
Cela a été une très belle année fiscale puisque nous avons dépassé nos objectifs. En France, Activision se classe quatrième éditeur de jeux sur l’année calendaire 2007. Nous sommes particulièrement performants sur les consoles de salon où nous occupons dans le trio de tête. Nous sommes en revanche un peu moins performants sur les portables où nous adressons principalement au public masculin. Il nous manquait jusqu’ici des titres sur portables nous permettant d’adresser le public des filles notamment mais nous allons enrichir notre offre dans le domaine avec Guitar Hero et d’autres titres qui seront prochainement annoncés. La filiale française avait doublé son chiffre d’affaires l’année dernière par rapport à la précédente ; notre objectif pour le prochain exercice fiscal est d’enregistrer une progression de 70 %.

En marge de Guitar Hero sur Nintendo DS, quels seront les temps forts de votre premier trimestre fiscal ?
Le 6 juin, nous distribuerons Lego Indiana Jones de LucasArts, soit quelques jours après la sortie en salles du quatrième film. Le jeu sera décliné sur sept formats. On y retrouvera la formule qui a assuré le succès des jeux Lego Star Wars, qui se sont écoulés à 500 000 exemplaires en France alors qu’il n’y avait pas d’actualité particulière autour de la licence : le jeu reprend des scènes marquantes des trois premiers films dans l’univers des jouets Lego. Il va y avoir une belle actualité Indiana Jones sur la période, entre la sortie du film au cinéma, les nombreux produits dérivés ou encore la rediffusion des trois premiers films sur M6. En juin également, nous publierons Kung-Fu Panda, l’adaptation du prochain film d’animation de Dreamworks. Il s’agit du plus important investissement d’Activision pour un jeu à destination des enfants à ce jour. Le titre sera décliné sur sept formats et nous avons de beaux objectifs en France car le titre fait de très nombreuses références à la culture manga. Il s’agit d’une licence que Dreamworks souhaite développer puisque deux suites sont d’ores et déjà prévues.

Kung Fu Panda