Warner Bros

Fortes ambitions dans le jeu

Qu'une major des médias comme le groupe Warner Bros annonce son ambition de développer ses activités liées au jeu vidéo marque l'émergence de nouveaux poids lourds dans l'industrie. Alors qu'il licenciait jusqu'ici ses franchises à des éditeurs tiers, Warner se lance dans la production de contenus. Dans la foulée de l'ouverture de la structure française dédiée au jeu vidéo, le JDLI a rencontré Marie-Claire Mrejen, Executive marketing director de Warner Home Video France qui nous dit tout sur la nouvelle entité et ses ambitions. par Patrick Hellio

Entretien avec
Marie-Claire Mrejen
Executive marketing director de Warner Home Video France

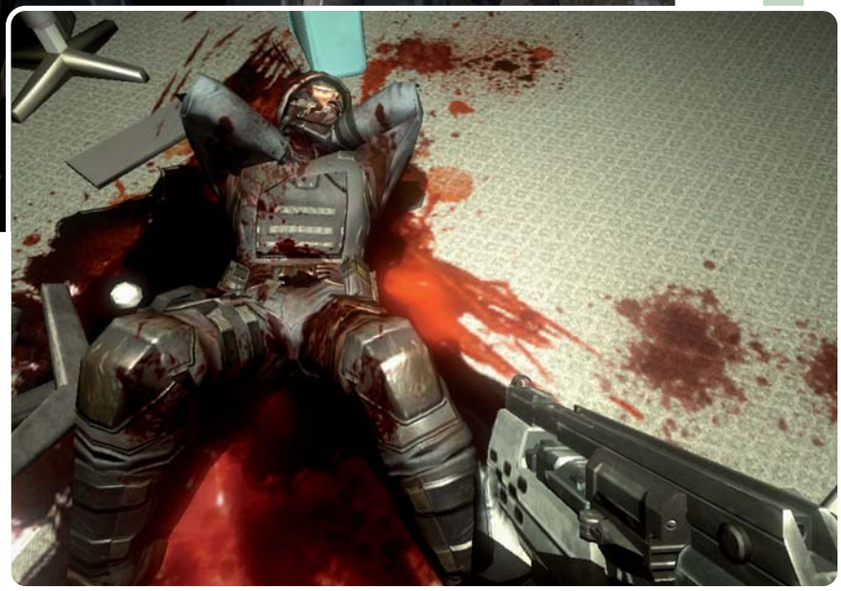
JDLI : Pouvez-vous nous détailler l'organisation de la structure jeux vidéo en France ?
Marie-Claire Mrejen : En 2007, Warner a procédé à l'internationalisation de son activité commerciale autour du jeu vidéo. Un bureau européen a été constitué, adjoint de structures dans les différents pays. Warner Bros Interactive Entertainment, jusqu'alors uniquement présent aux Etats-Unis, est la structure de distribution de jeux du groupe, Warner Bros Games est l'entité dédiée à l'édition et au développement de jeux. La structure dédiée au jeu vidéo au sein de Warner est bâtie sur le même modèle dans l'ensemble des pays, les équipes de Warner Bros Interactive Entertainment sont légères et reportent aux dirigeants de Warner Bros Home Vidéo. En France, l'équipe pour le jeu vidéo est véritablement opérationnelle depuis janvier dernier. Olivier Perbet est Responsable marketing, Richard Gigou est en charge du commercial et David Rolland s'occupe des comptes-clés. Les services financiers, logistiques et le back office sont communs avec Warner Bros Home Video. Nous avons confié les relations presse pour le jeu video en externe à VP Com.

Quelles sont les ambitions de Warner dans le jeu vidéo ?
Notre objectif à l'échelle mondiale est de figurer dans le « top cinq » des éditeurs de jeux d'ici les cinq prochaines années. Nos équipes dédiées au jeu vidéo sont pour le moment réduites mais nous comptons les développer en même temps que notre catalogue s'étendra. Nous allons publier neuf titres au cours de l'année 2008, le catalogue sera amené à se développer dans les prochaines années. Comme aux Etats-Unis, nous comptons assurer une activité de distribution d'éditeurs tiers.

A quel moment Warner a-t-il décidé de développer sa présence dans le jeu vidéo ?
Je dirais que le premier pas de Warner dans la production de jeux date de

Speed Racer, juin

Project Origin, fin 2008



“ Notre objectif à l’échelle mondiale est de figurer dans le « top cinq » des éditeurs de jeux d’ici les cinq prochaines années. ”

2004, au moment de l’acquisition du studio de développement Monolith (FEAR, Condemned). L’objectif était alors d’investir dans un studio généraliste, dont les talents permettent de travailler sur un panel large et complet de genres de jeux. Lorsque le groupe Warner entre sur un nouveau marché, c’est toujours par le contenu. L’année dernière, Warner s’est porté acquéreur du studio Traveller’s Tales (Lego Star Wars, Transformers). Il s’agit là encore d’une structure capable de travailler sur des genres de jeux variés, basés ou non sur des licences existantes. L’un de nos axes de croissance va être d’augmenter la taille de ces deux studios pour développer leurs capacités de production dans les mois à venir.

Comment le licensing pour le jeu vidéo était-il géré auparavant ?

Une structure dédiée au licensing pour confier les marques maison à des éditeurs tiers existe depuis de nombreuses années. Warner Bros Interactive Entertainment est une entité de distribution de jeux vidéo qui a développé aux Etats-Unis une surface commerciale importante. Rappelons que le groupe Time Warner est un acteur de poids dans de multiples industries du divertissement, il est le leader du câble outre-Atlantique et détient de prestigieuses chaines de télévision telles que CNN, HBO…. C’est aussi un groupe de media par son activité presse et Internet. Le jeu vidéo restait le seul domaine où Warner n’était pas encore producteur et éditeur de contenus.

Votre structure de distribution vidéo a dû vous ouvrir des portes pour référencer le jeu vidéo ?

Pas systématiquement. C’est l’une de raisons pour lesquelles il était important que nous disposions d’équipes dédiées au jeu vidéo au sein du groupe : nous ne traitons pas ici des mêmes contenus que dans la vidéo, les acheteurs ne sont pas forcément les mêmes et l’on n’adresse pas toujours les mêmes points de vente, même s’il y a bien sûr souvent correspondance. Je pense d’ailleurs que le jeu vidéo dispose de portes d’entrée supplémentaires par rapport à la vidéo, par exemple dans certaines enseignes spécialisées sur le jouet. Nos jeux vidéo sont aujourd’hui référencés dans tous les canaux de distribution traditionnels, des spécialistes aux acteurs de la grande distribution en passant par les multispécialistes et grossistes spécialisés.

Allez-vous uniquement adapter des licences du groupe ou comptez-vous créer de nouvelles propriétés intellectuelles ?

Warner a décidé de venir au jeu vidéo par le contenu et le groupe dispose évidemment d’un important vivier de licences qui peuvent faire l’objet d’une adaptation. Mais l’ambition de Warner est aussi d’être au cœur de la création et du développement de contenus destinés aux « core gamers » et nous allons aussi développer des univers et licences spécifiques au jeu vidéo. Project Origin de Monolith sera en fin d’année notre premier titre non basé sur une licence Warner existante. Après ce titre, nous annoncerons d’autres propriétés intellectuelles inédites pour des jeux qui sortiront en 2009 et 2010.

Que va-t-il advenir des accords de licence qui existaient entre Warner Bros et d’autres éditeurs de jeux ?

Notre stratégie ne remet pas en question les accords de licence sur lesquels nous sommes engagés.

Comment définiriez-vous la stratégie éditoriale de Warner dans le jeu vidéo ?

Avant tout, nous souhaitons faire de la qualité notre priorité, quitte à renoncer à l’exploitation de certaines de nos licences si les circonstances ou les délais ne nous permettent pas de publier des titres à la hauteur des attentes des fans de ces licences . En

Lego Batman, septembre

“ WBIE fait partie de Warner Home Entertainement. Notre organisation place donc le jeu au coeur de la dynamique cinéma/vidéo. ”

termes de cibles, nous publierons chaque année des titres « gamers » pour lesquels nous avons comme objectif qu'ils s'inscrivent dans le top 10 en qualité et en performance dans leur catégorie de gameplay. Donc encore et toujours la qualité comme principal critère. Project Origin, le prochain jeu de Monolith prévu pour cette fin d'année, s'inscrit dans ce genre. Nous allons aussi proposer des titres grand public, voire familiaux ou même pour enfants quand les contenus s'y prêteront.

En tant qu'éditeur, quelle stratégie allez-vous suivre concernant les différentes plates-formes de jeu ?
Warner Home Interactive Entertainment va publier des titres sur l'ensemble des plates-formes du marché. Le choix des supports pour chaque titre se fait en fonction du genre de jeu mais aussi de son positionnement. Un titre comme Lego Batman, qui s'adresse à un public très large, va être décliné sur toutes les machines de jeu, des consoles au PC en passant par le Mac. Project Origin cible les gamers, il sera donc publié sur les nouvelles consoles de salon. Speed Racer, l'adaptation du film, est principalement orienté en direction des plus jeunes et sera donc publié sur leurs plates-formes de prédilection, la Nintendo DS, la Wii et la PlayStation 2.

Peut-on s'attendre à des initiatives francaises en termes d'édition ?
Bien entendu ; nous avons la volonté d'étudier et de miser sur les talents de développement locaux ou européens

De quels types de synergies comptez-vous faire profiter le jeu vidéo au sein du groupe ?
WBIE fait partie de Warner Home Entertainement. Notre organisation place donc le jeu au cœur de la dynamique cinéma/video. Si l'on prend l'exemple de Speed Racer, nous mettons en place une communication commune avec Warner Pictures autour des versions Wii et Nintendo DS qui sont publiées au même moment. Nous avons par exemple des pages de publicité communes. Ensuite, le jeu sera remis en avant au moment de la sortie du DVD vidéo, qui coïncidera avec celle de la version PlayStation 2 du jeu. Des opérations seront alors naturellement orchestrées en simultané avec Warner Home Vidéo.

Quel regard portez-vous sur l'industrie du jeu vidéo ?
Je pense que la concentration que l'on observe actuellement dans le secteur était incontournable, car elle est étroitement liée à la progression des coûts de développements des jeux. L'industrie est aujourd'hui très porteuse car nous approchons de l'apogée du cycle actuel de consoles. Nous travaillons dans un secteur cyclique où nous savons que les problèmes de rentabilité reviennent à chaque génération de machines. On observe également une tendance à un écart de plus en plus important entre les performances d'une poignée de références… et le reste. Cette concentration du marché autour de blockbusters correspond à un phénomène que l'on observe dans la plupart des industries de contenus.

Quels sont selon vous les atouts d'une major comme Warner pour s'imposer dans le jeu vidéo ?
Une major a cette capacité à équilibrer les risques entre ses différentes productions. On peut ainsi se permettre de produire un ou plusieurs films indépendants qui sont financés grâce au succès d'un blockbuster. C'est un schéma que Warner Bros emploie dans la production cinématographique et qui correspond également à ce que nous souhaitons réaliser dans le jeu vidéo.