Microsoft fait sa fête à Windows

Microsoft va lancer dans le monde entier la plus grande campagne de communication de son histoire. L'objet de cette campagne qui va s'inscrire dans la durée est ni plus ni moins que sa marque Windows. Il s'agit pour le géant américain de « rétablir le dialogue » et reposer les valeurs fondamentales de la marque avec les consommateurs. Pour l'heure la campagne est dans une phase de teasing. Elle devrait monter en puissance dans les mois qui viennent. Cette annonce a été faite à l'occasion de la conférence de presse de rentrée de Microsoft France. L'occasion pour le Président de Microsoft France, Eric Boustouller, de préciser que la société se porte mieux que bien, avec un CA mondial de 60,4 milliards de dollars en hausse de 18 % sur l'exercice clos fin juin. Le résultat d'exploitation sera de 22,5 milliards en 2008 contre 18,5 en 2007. La France affiche également un CA en progression à deux chiffres.

Secure Computing racheté par McAfee

465 millions de dollars. C'est la somme annoncée par l'éditeur d'antivirus pour acquérir le spécialiste de la sécurité des réseaux et fournisseur de logiciels et appliances de sécurité. Pour rappel, le chiffre d'affaires de Secure Computing s'élevait en 2007 à 237,9 millions de dollars.

Le foot sur MSN

Sans doute au courant d'une étude de Xiti Monitor révélant Vista est adopté moins vite que son prédécesseur XP, Eric Boustouller a reconnu qu'il y avait eu quelques déceptions chez Microsoft quant au succès de Vista. Live Search, deuxième moteur de recherche Internet en France selon Microsoft, mais très loin derrière Google, est également une petite déception. Côté Xbox 360 François Ruault, Directeur de la Division Grand public a confirmé l'ambition de la société cherchait une croissance à trois chiffres en 2008 pour la Xbox 360 en France. Enfin MSN va développer la vidéo sur ses différentes chaines. Un accord a été conclu pour les images du football avec Canal +.

La Xbox 3

Vincent Gaunet

Depuis le vendredi 19 septembre, les trois versions de la Xbox 360 disponibles dans les réseaux de distribution ont baissé de « prix publics estimés ». La version Arcade (sans disque dur) a ainsi perdu 20 euros pour s'afficher à seulement 179 euros, la Premium (avec un disque dur de 60 Go) coûte désormais 239 euros contre 269 euros et la version haut de gamme, Elite, a vu son prix diminuer de 70 euros pour passer sous les 300 euros (299 euros contre 379 euros). Avec cette initiative, Microsoft veut se donner les moyens d'atteindre l'objectif d'une base installée d'un million de machines dans les foyers français à la fin de l'année. Au niveau européen la base est d'ores et déjà de six millions de pièces. « *Microsoft poursuit sa stratégie d'élargissement de son audience et de conquête d'un nouveau public* », explique Vincent Gaunet, Directeur commercial de la Division grand public de Microsoft France. « *Dans l'histoire des différentes baisses de prix des consoles, la notre est la plus forte. La précédente baisse a eu des effets très positifs sur les ventes, puisque combinée au pack avec GTA IV, elle a fait bondir les ventes de 160 %.* » Avec ces nouveaux positionnement prix, la répartition des ventes selon les modèles devraient bouger une peu. A l'heure actuelle c'est la version Arcade qui se vend le mieux. A 179 euros, de nouveaux consommateurs vont apparaitre tandis qu'à l'autre bout, à 299 euros, la version haut de gamme pourrait bien faire craquer de plus en plus d'acheteurs.

Une communication rodée

Microsoft France va soutenir cette offre avec une campagne marketing qui passera évidemment pas la télévision, Internet et les points de vente. « *La campagne TV*

Robert Raiola

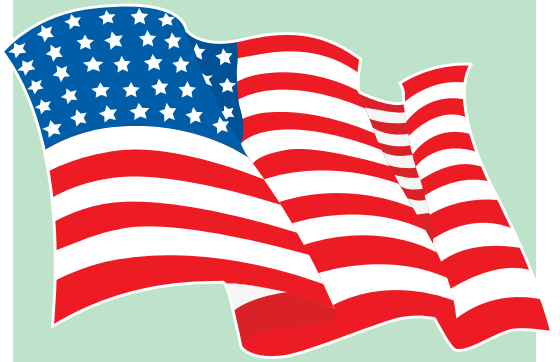
Du nouveau chez Avanquest

Fabrice Le Camus, anciennement à la direction générale d'Avanquest France, est remplacé par Robert Raiola. Ce dernier était auparavant Directeur de la division Grand Public de Microsoft dès 1989 puis de 2000 jusqu'à aujourd'hui Directeur marketing EMEA chez Adobe. Cette arrivée fait suite à la promotion de Fabrice Le Camus au poste de Directeur des Opérations de la structure européenne du groupe. M. Bruno Vanryb, Président et co-fondateur d'Avanquest Software, a déclaré : « *Nous sommes très heureux d'accueillir Robert Raiola, dont l'expertise de plus de 20 ans dans le développement des marchés à fort potentiel dans l'univers des nouvelles technologies constituera sans aucun doute un atout considérable pour Avanquest France. Tant par la richesse de sa carrière au sein d'entreprises telles que Adobe et Microsoft que par sa personnalité, Robert Raiola dispose de toutes les qualités requises pour remplir avec brio le rôle stratégique qu'il a à jouer dans la croissance de notre filiale française. Fabrice Le Camus pour sa part occupe dorénavant un rôle d'envergure européenne au sein du groupe. Il apportera sa forte expérience en matière de gestion d'une filiale pour développer toutes les synergies entre les différentes entités du groupe et assurer l'expansion de nos activités en Europe.* »

EA Mobile distributeur d'Eidos

C'est évidemment dans le secteur des jeux pour mobiles que cette alliance s'est nouée. EA Mobile a obtenu la distribution exclusive et les droits de licence de Tomb Raider Underworld, Just Cause 2, California Games X et Démineur. EA va gérer sur tous les réseaux mobiles et supports de téléphonie mobile existants sur ces quatre licences. Une option sur les versions mobiles de la plupart des licences de jeux vidéo d'Eidos sur une période de trois ans fait également partie de l'accord. Javier Ferrera, vice président des éditions européennes chez EA Mobile a commenté : "*Nous avons rencontré jusqu'ici un grand succès avec les titres Eidos sur les plates-formes mobiles et cette stratégie de partenariat va nous permettre de nous concentrer sur la création de tires de qualité sur mobiles et d'utiliser la présence et l'expérience qu'EA mobile possède sur le marché de la téléphonie.*"

Les loisirs plus forts que la croissance



Une société on ne peut plus sérieuse PriceWaterHouseCoopers est confiante en l'avenir de l'économie… grâce à l'industrie des loisirs et des média. Selon une étude de ce cabinet rapportée par l'AFP, l'industrie des médias et des loisirs au cours des cinq prochaines années va tirer l'économie mondiale. Les raisons : les pays émergents, les médias numériques et les évolutions démographiques. Et quand un pays est en forte croissance (tels que les fameux BRIC, c'est-à-dire le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine), les loisirs en profitent. La conjugaison de ces trois facteurs devraient permettre au secteur de tenir une croissance annuelle moyenne de 6,6 % jusqu'en 2012 tandis que le PIB mondial se contentera de 5,7 % par an. Le chiffre d'affaires mondial des loisirs et média atteindra 2 200 milliards de dollars en 2012. Mais cette évolution ne devrait remettre en cause le classement des pays réalisant le plus de CA dans le secteur. Les Etats-Unis continueront de dominer de la tête des épaules avec 759 milliards de dollars suivi de loin par le Japon (166 milliards) et la Grande-Bretagne. L'étude estime également que le nombre de personnes connectées à l'Internet haut débit va doubler, tandis que le nombre de personnes équipés d'un téléphone portable connaitra une hausse de 50 %.

360 baisse de prix

débutera mi-octobre. Elle sera orientée sur la marque avec un focus sur le prix en fin de spot. Sur Internet, nous investirons les homepages et nous serons présents en bandeaux dans les sites », précise Vincent Gaunet. A la question de savoir ce que pense la distribution de ces nouvelles baisses de prix, Microsoft insiste sur le fait que c'est une réponse à la problématique actuelle de la baisse du pouvoir d'achat. « *La distribution gagne de l'argent essentiellement sur les ventes de jeux. Plus la console est à la portée du grand public et donc plus la base installée est large, plus elle vend de jeux. Ce type d'opération, c'est du gagnant-gagnant* ». Côté software justement, Microsoft annonce que 700 jeux auront été édités à la fin de l'année et que la VOD proposera plus de 200 films en haute définition. « *Notre offre de jeux est très équilibrée entre les titres gamers et les titres grand public. Vraiment tout le monde peut trouver, ce qui lui correspond dans la ludothèque de la Xbox 360. De plus, la gamme « Classiques » qui propose des titres à moitié prix s'étoffe au fur et à mesure que le temps passe* ».

Une activité permanente

Baisse des prix en mai, nouvelle version de 60 Go en août, baisse des prix en septembre… Microsoft multiplie les initiatives pour ne pas se faire rattraper par la PS3 au niveau européen sur le marché de consoles HD. Car si la Xbox 360 peine dans les pays latins et particulièrement en France où la PS3 est parvenue à se hisser à la deuxième place derrière la Wii, elle est devant sur l'ensemble du territoire européen selon Microsoft. Au niveau mondial, Microsoft annonce un parc installé de 20 millions de Xbox 360. D'autres initiatives pourraient intervenir d'ici à la fin de l'année pour soutenir la console. « *Nous serons présents auprès des consommateurs en cette fin d'année comme nous l'avons été au premier semestre en nous associant à des festivals de musique ou à des événements sportifs par exemple* », assure Vincent Gaunet.