

**JDLI** 4,50€

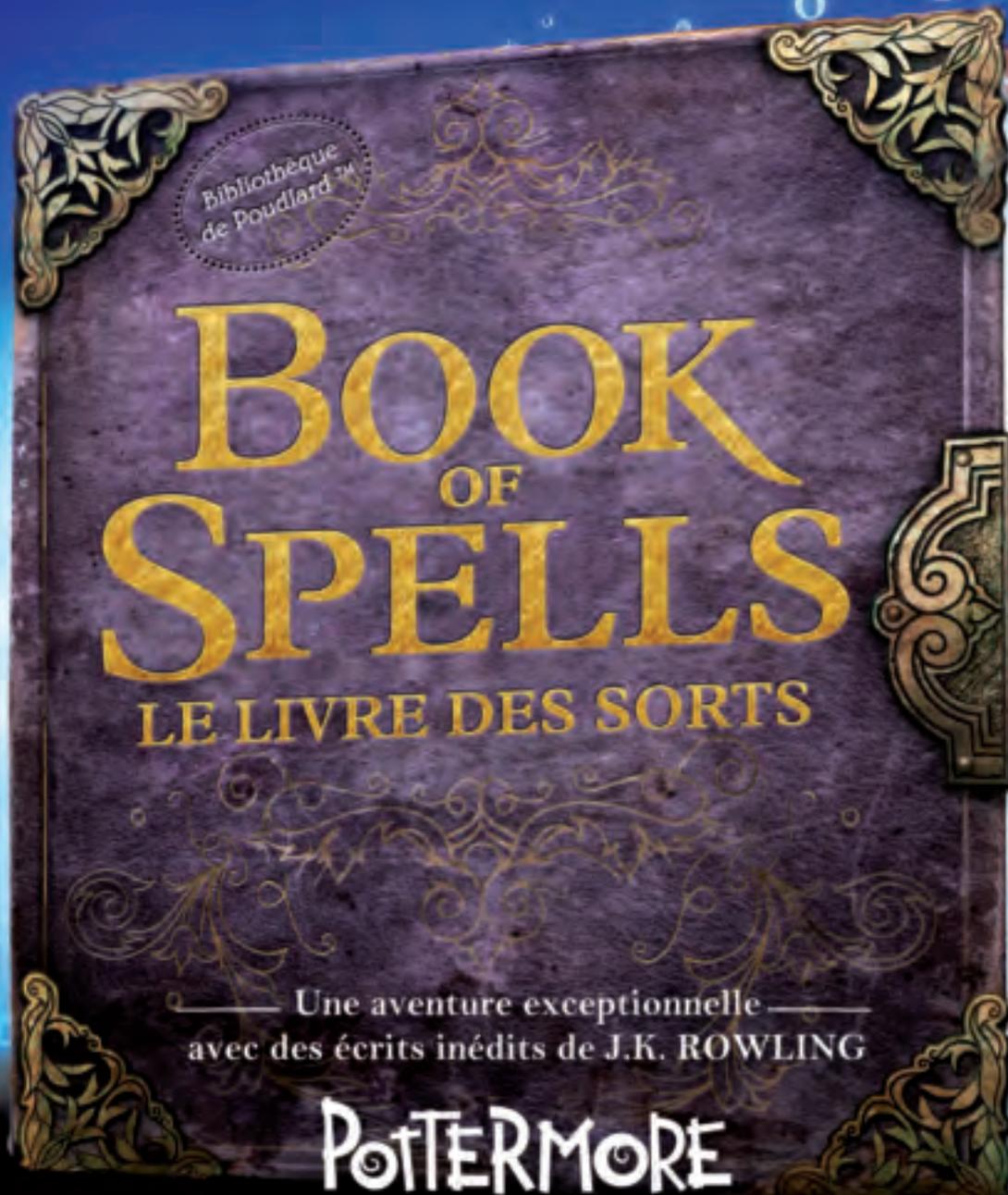
Le Journal Des Loisirs Interactifs

[www.jdli.com](http://www.jdli.com)

N°222 / 26 juin 2012

Spécial IDEF

**Wonderbook™**



EXCLUSIVEMENT SUR PS3 EN NOVEMBRE 2012

 **PS3**  
PlayStation 3

**SONY**  
make.believe

# Wonderbook™

## Un seul livre, des centaines d'histoires !



**W**onderbook™ est un accessoire interactif sous la forme d'un livre physique à prendre entre vos mains qui vous fera vivre des expériences de Réalité Augmentée spectaculaires !

Combiné à la caméra PlayStation®Eye et à la manette de détection de mouvements PS Move, le livre Wonderbook™ vous propulsera au centre de votre propre histoire !

Un nouvel accessoire innovant aussi simple à utiliser qu'un livre, pour vivre des aventures uniques et exceptionnelles, à partager seul ou en famille.



©2010 Sony Computer Entertainment Inc. "PS3" and "PlayStation" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. All other trademarks, publisher names, trademarks, artwork, and associated imagery are the property of their respective owners. All rights reserved. Augmented Reality Book Technology ©2010 Sony Computer Entertainment Inc. Wonderbook™ is a trademark or registered trademark of Sony Computer Entertainment Inc. in the United States and other countries. Wonderbook™, Book of Spells ©2010 Sony Computer Entertainment Inc. Published by Sony Computer Entertainment Inc. Distributed by SCE Europe. All rights reserved. HARRY POTTER characters, names and all related indicia are trademarks and POTTERMAGIC and all related indicia are trademarks of J.K. Rowling, Harry Potter and Pottermore Publishing Rights © J.K. Rowling.



# BOOK OF SPELLS

## LE LIVRE DES SORTS



*"J'ai adoré travailler avec l'équipe créative de Sony afin de donner vie à mes sortilèges et à leur histoire."*

*"Il s'agit d'un objet extraordinaire offrant une expérience de lecture incomparable."*

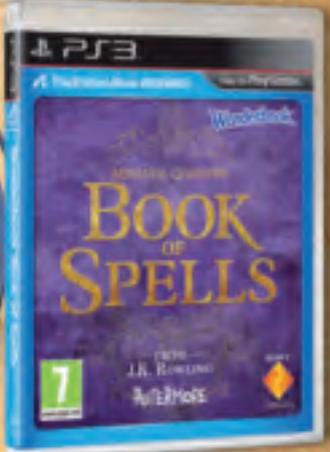
**J.K. ROWLING**

**B**ook of Spells est la toute première expérience de jeu adaptée au support Wonderbook™, qui vous permettra de plonger dans le monde de Harry Potter™, en découvrant le fameux livre des sorts de la bibliothèque de sorcellerie de Poudlard.

- Ø Insérez votre jeu Book of Spells dans votre console PlayStation®3.
- Ø Présentez le livre Wonderbook™ devant votre caméra PlayStation®Eye, et regardez le prendre vie grâce à la toute dernière technologie de Réalité Augmentée.
- Ø Equipez-vous de votre manette PlayStation®Move qui se transformera en baguette d'apprenti sorcier.
- Ø Ouvrez votre livre, et laissez vous emporter dans la magie du livre des sorts.
- Ø Découvrez des écrits exclusifs de J.K. Rowling.
- Ø Résolvez les énigmes et découvrez les fameux sorts du monde de Harry Potter™.
- Ø Apprenez à les maîtriser et à les appliquer avec votre baguette magique pour progresser dans votre aventure !



**POUR JOUER, VOUS AUREZ BESOIN DE ÇA**



### UN PLAN MEDIA IMPACTANT AUPRÈS DES ENFANTS ET DES FAMILLES

#### TV



**PRÈS DE 100 MILLIONS DE CONTACTS**

#### WEB



#### PRESSE SPÉCIALISÉE ET CIBLÉE ENFANTS



SOMMAIRE  
ÉDITO

JDLI-N°222  
Spécial Idef

4

CE NUMÉRO EST HABILÉ AUX COULEURS DE  
LEGO BATMAN 2 DC SUPER HEROES DE WARNER BROS GAMES

JDLI

## SOMMAIRE SPÉCIAL IDEF ADAPTATION OBLIGATOIRE

**E**trange situation de celle du jeu vidéo. Le marché grandit encore, mais au profit de formes concurrentes du jeu traditionnel, qui lui continue à marquer le pas. La transition vers la prochaine génération de consoles est désormais entamée mais on craint qu'elle ne permette pas de retrouver les croissances que le marché traditionnel a connu à ses plus fastes années. D'un côté, la dématérialisation permet à de nouvelles formes de distribution de monter en puissance, en téléchargement et maintenant en cloud, et de l'autre les consociers ont la nécessité d'ouvrir leurs futures machines à d'autres contenus.

L'an dernier nous qualifions le jeu vidéo de polymorphe. On le dit maintenant ubiquitaire et asynchrone et même transmédia. Autant de mots un peu pompeux pour exprimer une idée simple : les occasions de jouer se multiplient, et les types de jeux avec. Derrière cela, c'est la question de nouveaux financements et de nouveaux partages des revenus entre celui qui développe, celui qui édite et celui qui distribue qui se pose. La distribution physique est encore, et pour longtemps, le principal moyen d'atteindre les consommateurs dans le monde vidéoludique sur consoles. Mais elle doit savoir qu'elle n'a déjà plus l'exclusivité.

## Marché

### 6 VERS DES CHANGEMENTS EN PROFONDEUR

Le marché du jeu vidéo se porte bien dans sa globalité. Mais tout le monde a-t-il des raisons de se réjouir ?

### 16 ISFE

Le syndicat européen des éditeurs met en place un nouvel outil d'études et de suivi de la consommation vidéoludique.

### 18 INTERVIEW : NATHALIE LAMRI

En charge de la société **Topps Digital Services** (EMEA), Nathalie Lamri nous explique que **vendre en retail des contenus dématérialisés** est une voie de croissance.

### 20 INTERVIEW IVAN LEBEAU

Alors que la société de cloud gaming **PlayCast** dont il a la charge en France a conclu un accord avec **Bouygues Telecom**, Ivan Lebeau nous expose son point de vue.

### 22 INTERVIEW JULIEN VIN-RAMARONY

Le Directeur des contenus de **SFR** détaille la stratégie de l'opérateur global des télécoms dans l'univers du **cloud gaming**.

## GfK – Sell

### 26 CHIFFRES GfK

Les données sur le **premier quadrimestre**.

### 38 SELL

**Georges Fornay**, secrétaire général du Sell a répondu aux questions du JDLI pour faire le point sur la santé actuelle du marché, et les attentes du second semestre.

## Édition

### 42 JEUX VIDÉO

Après un début d'année décevant, l'industrie a les yeux braqués sur le second semestre de l'année où le business devra se faire. Voici une sélection de jeux vidéo attendus pour les mois à venir chez les principaux acteurs du marché.

JDLI

le Journal des Loisirs Interactifs

66/72 rue Marceau  
93 100 Montreuil-sous-Bois  
Tél. : 01 41 58 58 20  
Fax : 01 48 58 55 34

Directeur de la publication  
Laurent Guerder

#### RÉDACTION

Directeur des Rédactions  
Stéphane Kauffmann  
01 41 58 58 25  
skauff@microcoop.com

Rédacteur en chef  
Sébastien Anxolabéhère  
01 41 58 58 26  
sanxo@microcoop.com

Rédacteur en chef adjoint  
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27  
phellio@microcoop.com

Secrétaire de rédaction  
Guy Pichard  
guy@microcoop.com

Journalistes  
Benoit Dupont, Jean-Luc  
Marianna, François Arias, Roland  
Marianna et Caroline Mauduit

Photographe  
Guy Pichard

#### PUBLICITÉ

Directeur de publicité  
Miguel Mato :  
01 41 58 58 23  
miguel@microcoop.com

Directeur de clientèle  
Pierre Bon : 01 41 58 59 21  
pierre@microcoop.com

Directeur de clientèle  
Florian Picard : 01 41 58 59 22  
florian@microcoop.com

Directeur de clientèle  
Bernard Bibas : 01 41 58 59 23  
bernard@jdt.fr

#### MAQUETTE

Directrice Artistique  
Anastasia Babic  
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes  
Benoit Maurice  
benoit@microcoop.com  
Christophe Monfort

Responsable de la diffusion  
Laurent Guerder  
lguerder@microcoop.com

Le Journal des Loisirs Interactifs  
est édité par Microcoop,  
SARL au capital de

30 000 euros. Siège social :  
66/72 rue Marceau - 93100  
Montreuil-sous-Bois.

SITE WEB : [WWW.JDLI.COM](http://WWW.JDLI.COM)

Principaux actionnaires :  
Stéphane Kauffmann  
et Laurent Guerder

Imprimé par lapca  
83 490 Le Muy  
ISSN : 1633 - 7123  
Dépôt Légal : A parution

Prix de l'abonnement :  
22 numéros pour 1 an pour la  
France Métropolitaine : 79 euros.  
Prix de l'abonnement pour  
l'étranger : nous consulter.  
L'envoi de tout texte, photo ou  
document implique l'acceptation  
par l'auteur de leur libre publica-  
tion dans le journal. Les marques  
citées par le JDLI le sont dans un  
but informatif. Crédits et copy-  
right DR : Tous droits réservés.





# HALO 4

REPARTEZ AU COMBAT !

06.11.12

Microsoft



© 2012 Microsoft Corporation. Tous droits réservés. Microsoft, 343 Industries, Halo, le logo Halo, Xbox, Xbox 360 et les logos Xbox sont des marques commerciales du groupe de sociétés Microsoft.



MARCHÉ

JDLI-N°222  
Spécial Idef

S'il fallait rapprocher la situation présente du monde vidéo-ludique des divers slogans des candidats de l'élection présidentielle qui vient de se dérouler, il faut bien avouer que c'est celui du vainqueur qui apparait le plus en phase. Parce que oui, le marché du jeu vidéo vit maintenant des changements qu'il serait dangereux de minimiser.

# LE JEU VIDÉO VA BIEN ! (OU PRESQUE)

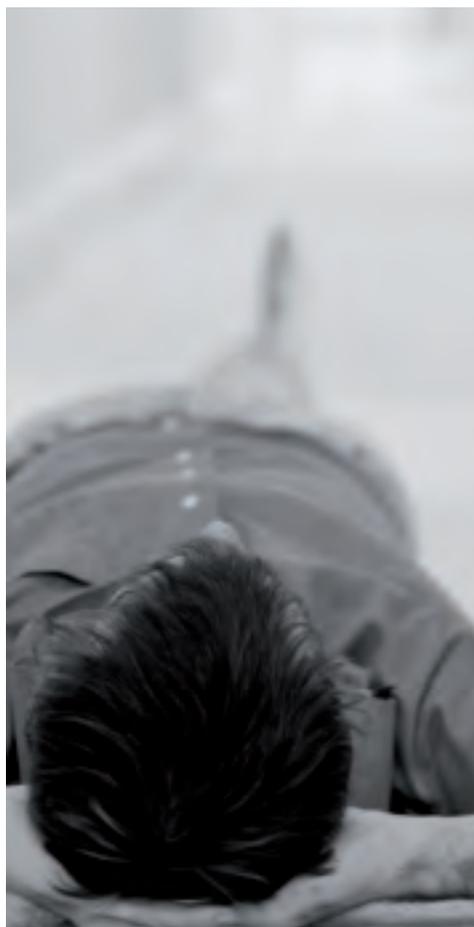
Cette mutation va s'accompagner, s'accompagne déjà, d'une croissance globale du marché en valeur, et plus encore en volume de jeux joués, de temps passé, et de personnes conquises. Ce n'est peut-être pas la première impression des éditeurs, des distributeurs et de tous les acteurs qui travaillent au quotidien dans le jeu vidéo, version traditionnelle. Pourtant le chiffre d'affaires global du jeu vidéo, en France comme dans le monde, est en croissance.

Le « vieux » monde du jeu vidéo traditionnel n'est pas en train de s'effondrer, mais incontestablement, il peine à garder son rang de leader. Il faut dire que plusieurs facteurs se conjuguent à ses dépens. Tout d'abord, il y a une crise économique globale qui impacte les habitudes de consommation et rend les consommateurs plus sélectifs dans leurs dépenses. Ensuite, le marché se situe dans la phase la moins porteuse du fameux cycle de vie des consoles. Du moins pour ce qui est des consoles de salon, car côté consoles portables, la nouvelle génération est bel et bien arrivée... Mais surtout il

est confronté à une concurrence de plus en plus puissante d'autres types de jeux vidéo et de divertissements interactifs, et d'autres types de distribution. Déjà lors du bilan 2011 que nous avons dressé avec Jean-François Boone de GfK et Georges Fornay, Secrétaire général du Sell, les contenus dématérialisés étaient les grands gagnants du moment. App Store, Android Market, free-to-play, jeux Facebook... Que la boutique d'Android ait d'ailleurs été renommée Google Play est bien un signe des temps. Le jeu vidéo qui ne coûte rien ou si peu est partout. « *Mais il est de tellement moins bonne qualité que les jeux console* », nous répond-on régulièrement. D'abord cela est de moins en moins vrai sur les appareils mobiles, tant smartphones et tablettes atteignent aujourd'hui des niveaux graphiques de haut vol. De même, le free-to-play a fait un bond qualitatif important. Les consoles de salon conservent une indéniable suprématie mais les solutions en cloud qui progressent de jour en jour pourraient bien venir leur contester.

## ILS SONT OÙ, LES JEUX ?

Si le marché du jeu a toujours eu la fâcheuse tendance à concentrer les sorties sur la fin de l'année avant les Fêtes de Noël, la situation semble aller en s'aggravant. Les premiers mois de 2012 se sont caractérisés par une quasi-absence de nouveautés. Cette situation est évidemment propice à voir le marché reculer par rapport à l'année précédente, mais elle est surtout — et c'est bien plus embêtant — porteuse d'effets à long terme. Les consommateurs de jeux traditionnels en boîte, généralement curieux de nouveautés, mettent ce vide éditorial à profit pour se tourner vers les concurrents dématérialisés et nettement moins chers. De plus, celles et ceux qui arrivent au jeu vidéo par des contenus casuels digitaux ne sont pas encouragés à monter en gamme vers le jeu en boîte, puisqu'il n'y a pas d'offre. Les résultats très décevants du marché portable sur le début de l'année, avec une 3DS qui certes aura réussi un bon Noël 2011 mais dont le marché retombe aussi vite qu'il monte, et une PS Vita qui ne trouve



JEU



**CHIFFRE D'AFFAIRES MONDIAL DU MARCHÉ DU JEU VIDÉO EN MILLIONS D'EUROS**

	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 2014 vs 2010 (valeur)	PDM 2014	PDM 2010
Jeux sur mobiles	5 930	7 449	8 801	9 992	11 040	+ 86 %	21%	16%
Jeux d'ordinateurs hors ligne	2 766	2 643	2 446	2 177	1 835	-34 %	4 %	7%
Jeux d'ordinateurs en ligne	7 329	8 801	10 715	12 269	13 638	+ 86 %	26 %	19,5%
Jeux sur console	16 506	15 386	15 172	17 263	18 848	+14 %	36 %	43%
Jeux sur consoles portables	5441	5 994	6 447	6 777	6 953	+ 28 %	13 %	14,5%

Source : Omnicom MediaGroup études et Recherche

pas son public passés les premiers hardcore gamers, sont l'illustration de ce phénomène. On attendait un fort rebond du marché portable sous la poussée de ces deux machines, c'est l'inverse qui s'est passé. Sans doute n'est-ce que passager et également largement dû à la brutalité du recul de la Nintendo DS traditionnelle (un recul encore plus spectaculaire sur deux ans) que la 3DS ne parvient pas encore à compenser.

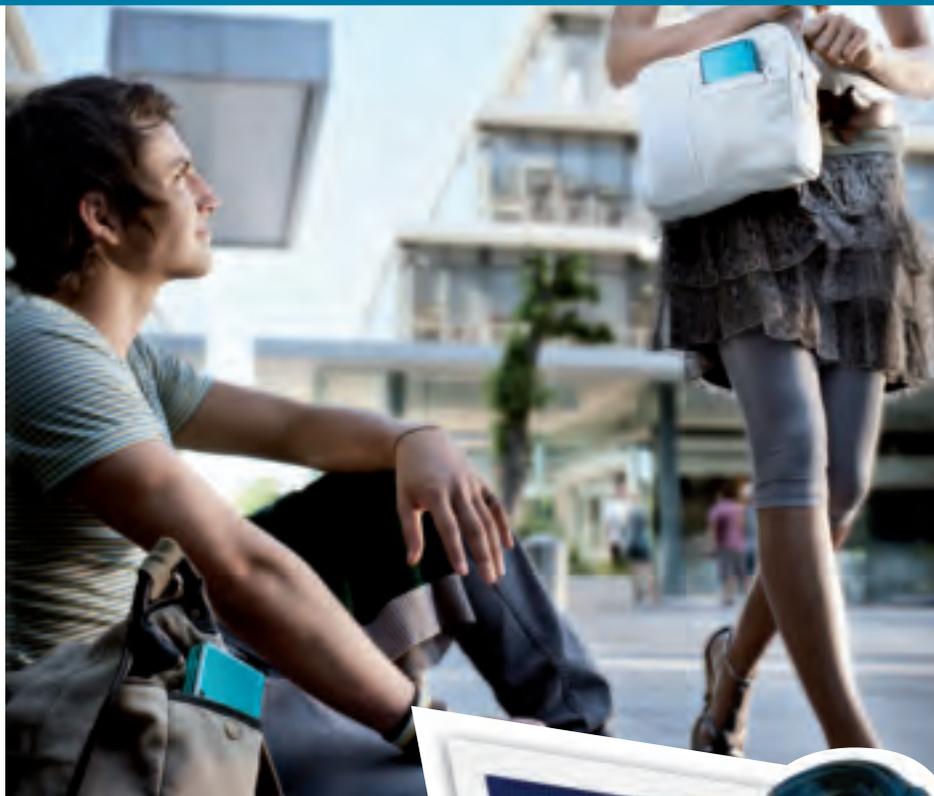
**TENIR ET ESPÉRER**

Pour les acteurs du jeu vidéo traditionnel, les perspectives de la seconde moitié de l'année laissent peu de place à l'euphorie. L'arrivée des séquences de licences dont on maîtrise le potentiel et les moyens de communication déployés pour leur promotion permettront certainement au marché de se tenir : on connaît la pertinence du « principe de Pareto », appelé aussi loi du 20-80 ! Quelques titres feront l'essentiel du chiffre d'affaires, et l'effet de masse assuré par les parcs installés de consoles de salon permettra sans doute à la plupart des acteurs de passer l'année sans boire la tasse. Mais de là à parier sur un dynamisme porteur d'espoir... L'arrivée de la Wii-U, aussi bien née que la nouvelle console de salon puisse l'être, ne changera la donne que si le prix est attractif, les jeux présents, et surtout les quantités disponibles. Autant de données pour l'heure encore totalement inconnues.

Sur les consoles portables, ce second semestre dépend totalement de la capacité des deux fabricants, Nintendo et Sony, à accroître spectaculairement les taux d'équipement de leurs nouvelles machines. Une mise en perspective rappelle qu'en comparaison avec la DS, sa petite sœur 3DS se vend mieux à durée de commercialisation comparable. Pourvu que ça dure !

**ET POUTANT TOUT VA BIEN**

C'est donc le paradoxe de la situation actuelle. Le



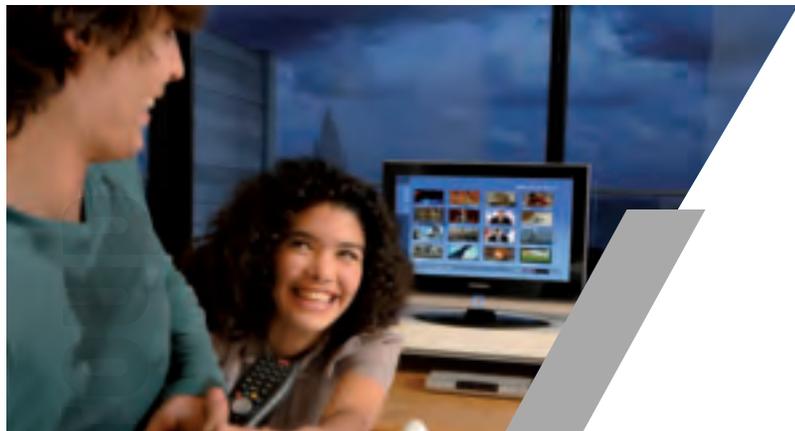
**ON CONNAÎT LA PERTINENCE DU « PRINCIPLE DE PARETO », APPELÉ AUSSI LOI DU 20-80 !**



Omnicom MediaGroup

MARCHÉ

## LE JEU VIDÉO VA BIEN ! (OU PRESQUE)



**AUJOURD'HUI, TOUT LE MONDE S'ACCORDE POUR PRÉVOIR UNE BELLE ET FORTE CROISSANCE DANS LES ANNÉES À VENIR DANS L'UNIVERS VIDÉO-LUDIQUE.**



Le jeu vidéo croît mais le marché traditionnel reste stable au mieux. La société japonaise Enterbrain (éditrice notamment du célèbre magazine Famitsu) estime qu'en 2011, les jeux vendus en téléchargement (quelqu'en soit la forme) ont représenté 58 % d'un chiffre d'affaires mondial



d'environ 50 milliards d'euros. Et toutes les études que l'on peut trouver confirment cette tendance : le dématérialisé prend le dessus sur les ventes physiques (voir tableaux Idate décembre 2011). La montée en puissance du digital s'est faite jusqu'à présent en parallèle du marché traditionnel. On ne parlait pas de la même chose, en tout cas sur console, et à la limite, on pouvait espérer qu'en recrutant de nouveaux joueurs, le digital finirait par faire grandir la population des acheteurs de biens matériels. Mais c'est justement cela qui est remis en cause, le digital gagne sur les ventes physiques désormais.

Aujourd'hui, tout le monde s'accorde pour prévoir une belle et forte croissance dans les années qui viennent dans l'univers vidéo-ludique, et tout le monde ou presque s'accorde aussi sur ce basculement de la croissance vers le dématérialisé. Quelles peuvent en être les conséquences ? A terme, c'est sans doute tout le modèle économique que nous avons connu depuis l'émergence du jeu vidéo qui sera remis sur le métier.

### LE RETAIL : LA PART D'UN TOUT

Pour comprendre ce qui se dessine, il n'est pas interdit de s'inspirer des évolutions des autres industries de contenu. La musique a atteint le climax de ses ventes physiques avec les années Compact Disc. La qualité sonore, le marketing mass-market des produits (on a connu des lessives qui swinguaient plus que certains boy's band, passons) et le manque d'alternatives sur la façon de consommer assuraient de vendre des volumes



### CONSOLES PORTABLES : LE MOMENT DE VÉRITÉ

Qui oserait prendre aujourd'hui des paris sur l'évolution du marché des consoles portables à moyen terme ? Le développement des smartphones, en passe d'équiper tout un chacun, est une véritable menace, d'autant que le développement de leur pénétration cache (à peine) un enjeu de taille qui concerne au premier chef le jeu vidéo : la distribution du contenu. Microsoft (très lié à Nokia) avec Windows 8 et Google (propriétaire de Motorola) avec Android ont l'un et l'autre la ferme intention d'être incontournables. Apple sait que le jeu vidéo est un levier fondamental pour la pérennité de sa réussite dans la téléphonie. Et Samsung qui a fait de la téléphonie la vitrine de son talent travaille d'arrache-pied à constituer une boutique d'application attrayante.

Nintendo et Sony ont quelques atouts à faire valoir pour défendre leur territoire. Le premier peut déjà se targuer d'un savoir-faire qui a 1 000 fois fait ses preuves et de détenir des licences d'une puissance sans équivalent. Qui d'autre sait faire un jeu de plates-formes capable de rendre accro les enfants comme les adultes par sa jouabilité et sa profondeur ? Le second est sans doute confronté à plus de difficultés, avec une machine technologiquement très à la pointe mais plus directement confrontée à l'attractivité des smartphones.



# CALL OF DUTY® BLACK OPS II



EARFORCE®  
KILO

- Son stéréo amplifié
- Haut-parleurs de 50 mm
- Contrôle du volume et du chat indépendamment
- Réduction des bruits extérieurs
- Micro flexible
- Casque filaire en USB

SÉRIE LIMITÉE CALL OF DUTY®: BLACK OPS II : COMPATIBLE PS3™/XBOX 360™/PC

EARFORCE®  
SIERRA



- Son Dolby Surround 7.1
- Casque entièrement programmable
- Inclus presets pour Call of Duty® Black Ops II
- Programmation du chat et du jeu indépendamment
- Modificateur de la voix
- Fonction Chat Boost™
- Fonction permettant de limiter les sons assourdissants
- Sonic Lens™ + extenseur de champs sonore
- Micro détachable
- Casque filaire

EARFORCE®  
XRAY



- Fonction Dual-Band Wi-Fi 2.4 ou 5GHz.
- Son Dolby® Surround.
- Fonction "Dual-Pairing" Bluetooth®
- Fonction Chat Boost
- Microphone Monitor: retour de voix.
- Batterie Li-Po rechargeable
- Diamètre du diaphragme : 50mm
- Micro détachable.

EARFORCE®  
TANGO



- Son Dolby Surround 7.1
- Casque Bluetooth® programmable
- Inclus Presets pour Black Ops II
- Dual-Band Wifi 2.4 GHz/5 GHz
- Bluetooth® avec double mode d'association
- Modificateur de la voix
- Son Surround à angles ajustables
- Batterie rechargeable



MARCHÉ

## LE JEU VIDÉO VA BIEN ! (OU PRESQUE)



inatteignables aujourd'hui. Puis sont venus Internet et les formats compressés type MP3, le téléchargement, illégal puis légal. iTunes, en quelques années a conquis la première place des distributeurs de musique aux Etats-Unis par

exemple. Aujourd'hui, nous sommes à l'ère de Spotify et des technologies qui permettent d'accéder non seulement à presque tout le catalogue des majors mais aussi aux œuvres que les artistes diffusent eux-mêmes. De son côté, la vidéo, qui a pareillement atteint des sommets avec le DVD n'a pas réussi à imposer vraiment le format Blu-ray. Et



### LA PUB IN-GAME, UNE SOURCE DE REVENUS

Dans une récente étude, Omnicom/MediaGroup détaille les différentes façons de marier la publicité à un jeu vidéo. Quatre types de publicités sont identifiés. La publicité en pre-roll, c'est à dire une page de pub pendant la phase de téléchargement, est intéressante car le joueur est capif mais présente l'inconvénient d'être intrusive. Elle concerne surtout les jeux Internet. La publicité peut également prendre la forme d'un bandeau pendant le jeu. Pour l'annonceur, l'avantage est la maîtrise du choix de la rubrique, en revanche pour le joueur c'est très intrusif. Cette forme de publicité concerne surtout les jeux mobiles pour smartphones. Le troisième format est le jeu lui-même, c'est ce qu'on appelle un adverggame. Payé par l'annonceur, le jeu s'inscrit évidemment dans l'univers de la marque ou du produit dont il fait la promotion. Ce sont surtout des petits jeux casuels. Enfin, et c'est sans doute la forme de publicité la plus prometteuse, car adaptable à tous les types de jeux. Il s'agit de celle totalement intégrée dans le jeu. Les Sims, pour lesquels Electronic Arts a conclu de nombreux partenariats sont des habitués de cette forme de branding. L'intégration peut se faire en amont, pendant la conception du jeu ou être intégrée en temps réel. Cette dernière solution est très intéressante corrélée à la géolocalisation car elle autorise des publicités locales dans des jeux mondiaux.

Selon les études menées sur le sujet, les joueurs apprécient la publicité dans les jeux vidéo. A méditer...

### LES PLUS MENACÉES AUJOURD'HUI SONT LES STRUCTURES LOCALES DE DISTRIBUTION DES ÉDITEURS, PAS LES ÉDITEURS EUX-MÊMES.

aujourd'hui, c'est la VOD qui explose tandis que la mise à disposition de ses propres productions en streaming est devenue un jeu d'enfant.

Pourquoi la distribution de jeux vidéo échapperait-elle à cette évolution ? A plus ou moins court terme, les ventes physiques de jeux pour console devront faire face à la concurrence des ventes dématérialisées. Technologiquement, il n'y a plus d'obstacle, le jeu PC est bien placé pour le savoir. Le téléchargement est déjà là (les DLC et autres jeux vendus via les consoles en sont la matérialisation la plus concrète), le streaming qui fait la joie des « petits jeux », notamment PC commence à passer la vitesse supérieure avec l'arrivée d'offres de cloud gaming très qualitatives sur les box des opérateurs internet. Comme pour la musique ou la vidéo, cela ne signifie pas la fin des ventes physiques, seulement la fin de leur domination. Fatalement, c'est toute l'organisation actuelle de la distribution physique qui en sera remise en cause. Combien de disquaires ou même de rayons disques dignes de ce nom subsistent chez la plupart des multispécialistes et hypermarchés aujourd'hui ? Quel sort pour les grandes chaînes de vidéoclubs ? Poser la question, c'est déjà y répondre.

Moralité, pour le jeu vidéo...



LEGO **BATMAN 2**  
DC SUPER HEROES

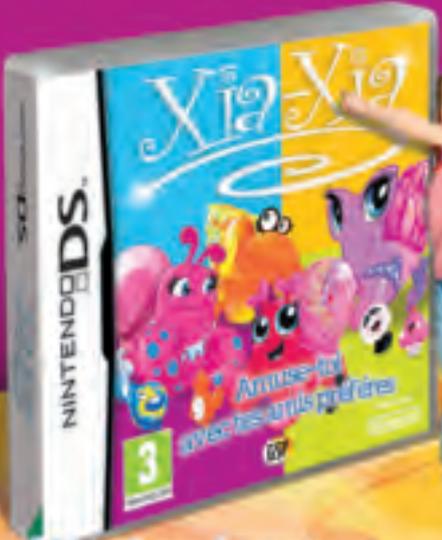


Omnicom MediaGroup

**En septembre, Micro Application crée l'événement !**

# Xia Xia

Le nouveau phénomène du jouet !



- Un univers joyeux et des personnages adorables pour les petites filles de 4 à 9 ans.
- La déferlante a déjà commencé : pub TV, magazines jeunesse, internet !



# GOGOS CRAZY BONES

GO GO CRAZY



LE JEU QUI ENFLAMME LES COURS DE RÉCRÉATION !

- ▼ PLUS DE 400 FIGURINES À COLLECTIONNER, AU DESIGN ORIGINAL ET TENDANCE.
- ▼ UN VÉRITABLE CARTON EN FRANCE DEPUIS MARS 2011, ENFIN ADAPTÉ EN JEU VIDÉO !



© 2012 GameMill Entertainment, LLC. All rights reserved. GameMill Entertainment is a registered trademark of GameMill Entertainment, LLC. Game developed by 1st Playable Productions. The rating icon is a registered trademark of the Entertainment Association. All other trademarks and trade names are the properties of their respective owners.  
© 2012 Cepia LLC Xia Xia™ names, logos, characters, and related indicia are trademarks of and copyrighted by Cepia LLC. All rights reserved.  
• GOGOS/CRAZY BONES © 2012 PPI-MARTOMAGIC,S.L.U.  
• Nintendo DS est une marque de Nintendo. © 2012 Nintendo.



MARCHÉ

# LE JEU VIDÉO

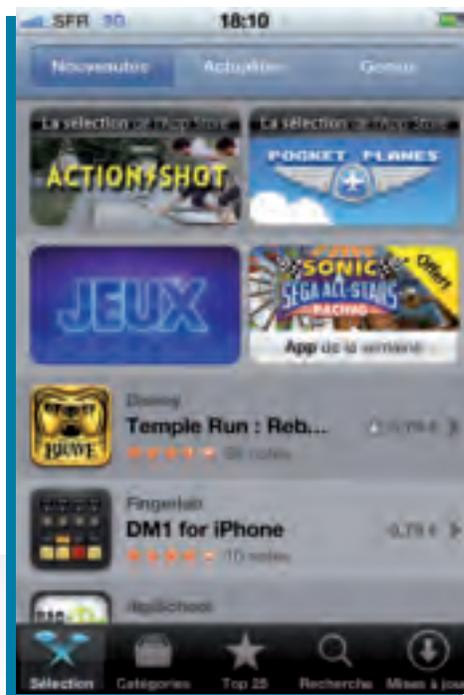
VA BIEN ! (OU PRESQUE)



Pour les détenteurs de contenus en général et pour les éditeurs en particulier, cette évolution, si elle est bien anticipée et gérée, n'est pas synonyme de déclin des revenus. Elle est synonyme de changements dans leurs façons d'accéder au marché. En toute lucidité, les plus menacées aujourd'hui sont les structures locales de distribution des éditeurs, pas les éditeurs eux-mêmes. A la limite (et même bien avant la limite...), les éditeurs peuvent avoir tout à gagner à une dématérialisation qui leur ferait économiser des coûts de fabrication et réduirait les coûts de distribution et de fonctionnement. Là aussi, les regroupements opérés chez les acteurs de la musique et de la vidéo donnent quelques perspectives.

## NOUVELLE STRUCTURE DE REVENUS ?

La dématérialisation s'est accompagnée de l'émergence de nouveaux modes de consommation et de nouveaux modèles économiques. En captant un public plus large, le jeu vidéo a expérimenté d'autres façons de jouer. Il n'est plus question de passion et d'addiction, mais de distraction. On sait que si le nombre de personnes déclarant jouer de temps en temps atteint désormais au moins 28 millions en France, le nombre de core gamers est assez invariable entre quatre et cinq millions d'individus au maximum. Il entre autant de consommateurs qu'il en sort, ou presque. D'un côté, comment monétiser ces 24 millions de contacts peu disposés à payer beaucoup ? On a évangélisé une nouvelle population, il va falloir la rentabiliser maintenant ! De l'autre côté, comment entretenir ce vivier de joueurs



qui ne craignent pas de dépenser beaucoup pour leur passion ?

A la première question, les éditeurs ont répondu avec la publicité « in game », le free-to-play avec vente de contenus spécifiques (les ventes de cartes pour l'achat de biens digitaux font leur apparition, voir page 14-15) ou l'essai gratuit du jeu avant vente à un prix relativement modique, voire par abonnement à un bouquet. Facebook ou un portail tel que Big Fish reprennent ces modèles. De cette nouvelle forme de jeux, que les éditeurs traditionnels n'ont pas su initier faute d'anticipation, sont nés de nouveaux acteurs de l'édition de jeu vidéo. Elle a de plus permis à de simples développeurs d'accéder directement aux consommateurs. Ces nouveaux modèles ont engendré de nouveaux concurrents et les éditeurs traditionnels ont pour la plupart créés des structures chargées de trouver la meilleure façon pour eux de s'inscrire dans cette tendance.

A la seconde question, les éditeurs traditionnels tentent de répondre. Avec d'une part un réflexe éditorial naturel mais un peu trop vecteur d'ennui, la reconduction de licences ayant fait leurs preuves, et d'autre part avec des DLC censées fidéliser les fans et augmenter les revenus. On peut s'interroger si les DLC ne sont pas les prémices de ce que sera la meilleure façon pour les éditeurs de commercialiser demain leurs contenus et de contourner la difficulté de continuer à vendre très chers des jeux complets. Même si comparaison n'est pas raison, regardons là encore l'exemple de la musique. J'achète une ou deux chansons avant de me décider pour l'ensemble de l'album...

## LA QUESTION DU DEVICE

La véritable réponse viendra des futures consoles de salon et de l'attitude des éditeurs face aux solutions de cloud gaming des FAI qui font leur apparition.

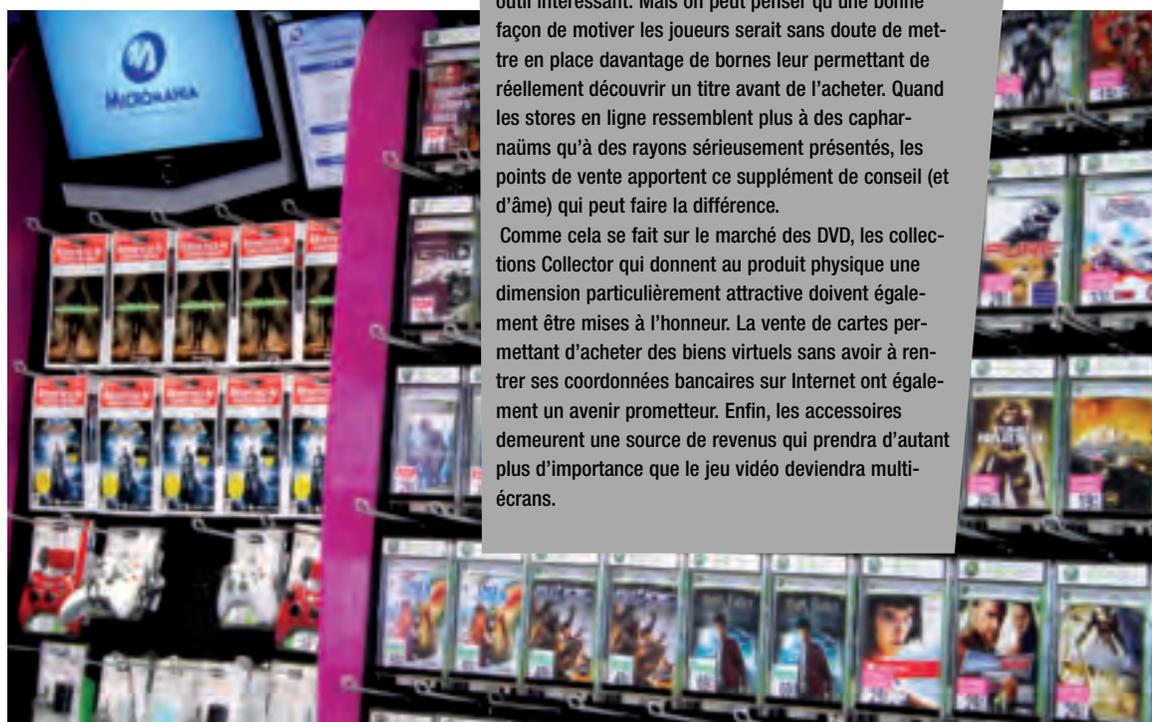




## UN AUTRE APPAREIL DE DISTRIBUTION DE JEUX VIDÉO FAIT SON APPARITION : LES BOX DES FAI.

Spéculer sur ce que préparent Microsoft et Sony pour la prochaine génération de consoles n'est pas très éloigné de ce que l'on pourrait dire du sexe des anges. Ce qui paraît raisonnable à défaut d'être certain, c'est que leur nature devra dépasser celle d'une simple console de jeux. C'est d'ailleurs d'ores et déjà le cas chez Microsoft dont le Live propose bien d'autres fonctionnalités et d'autres usages. Côté Sony, le PSN ne se contente pas non plus de proposer des jeux. La prochaine génération aura vocation à assumer totalement sa mission de serveur domestique, connecté en permanence. Dès lors, rien ne viendra freiner la dématérialisation des ventes de contenus, en téléchargement ou en cloud. Un cloud qui sera de toute façon mis à contribution pour les jeux ubiquitaires, c'est-à-dire profitant de la complémentarité des écrans présents dans le foyer. Pour sa part, Nintendo a conçu sa Wii également comme une machine 100 % connectée, capable de répondre aux enjeux de la distribution dématérialisée. Nintendo annonce d'ailleurs que tous jeux Wii U seront disponibles simultanément en retail et en digital.

Un autre appareil de distribution de jeux vidéo fait son apparition : les box des FAI. A leur offre triple play, elles commencent (c'est le cas pour SFR et Bouygues Telecom) à ajouter du jeu vidéo en cloud. La puissance de calcul étant déportée, elles ne craignent pas la comparaison avec une console, du moins pour du jeu pas top exigeant graphiquement. Leur taux de pénétration, surtout en France, dépasse celui des consoles, et de loin. Elles pourraient donc à terme devenir une redoutable alternative, capable d'adresser le grand public, surtout si les éditeurs décident de leur ouvrir leur catalogue. Ne resteraient plus qu'aux consoliers les jeux first party. On n'en est certes pas là. Avant que cette perspective devienne réalité, les box sont avant tout de belles opportunités pour faire



### DES POINTS DE VENTE TRÈS CONCERNÉS

Comment un point de vente peut-il tirer son épingle du jeu dans ce contexte qui lui est tendanciellement défavorable ? La grande force du retail, c'est le contact direct avec le client. Alors pour être certain que celui-ci continue à le fréquenter, il lui faudra sans doute travailler celle-ci au mieux. Evidemment les cartes des clients façon Micromania constituent un outil intéressant. Mais on peut penser qu'une bonne façon de motiver les joueurs serait sans doute de mettre en place davantage de bornes leur permettant de réellement découvrir un titre avant de l'acheter. Quand les stores en ligne ressemblent plus à des capharnaüms qu'à des rayons sérieusement présentés, les points de vente apportent ce supplément de conseil (et d'âme) qui peut faire la différence.

Comme cela se fait sur le marché des DVD, les collections Collector qui donnent au produit physique une dimension particulièrement attractive doivent également être mises à l'honneur. La vente de cartes permettant d'acheter des biens virtuels sans avoir à rentrer ses coordonnées bancaires sur Internet ont également un avenir prometteur. Enfin, les accessoires demeurent une source de revenus qui prendra d'autant plus d'importance que le jeu vidéo deviendra multi-écrans.

vivre le back catalogue et proposer aux consommateurs des titres encore récents à des prix très raisonnables, via des offres de bouquets ou de consommation à l'acte.



**NOUVEAUTÉ  
2012**

**LEGO**

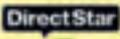
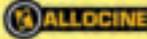
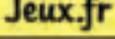
# BATMAN 2

## DC SUPER HEROES

Disponible le  
22 Juin 2012

Batman et Robin sont de retour dans LEGO® Batman™ 2: DC Super Heroes ! Et ils ne sont pas seuls, car notre duo de choc sera cette fois rejoint par d'autres Super-Héros de l'univers DC dont Superman, Wonder Woman et Green Lantern pour tenter de sauver Gotham City de la destruction et vaincre Lex Luthor et le Joker !

### UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION EN 2 TEMPS

MEDIA	JUIN	SEPTEMBRE	PERFORMANCES
TV	   		250 GRP SUR LES 8-13 ANS
ONLINE	 	    	10 MILLIONS DE CONTACTS
PRINT			1 MILLION DE CONTACTS

**NOUVEAUTÉ  
2012**

**LEGO**

# THE LORD OF THE RINGS

Automne  
2012

- 1 Revivez la célèbre trilogie et guidez Frodon dans sa quête pour détruire l'Anneau !
- 2 Incarne Gandalf, Aragorn et tous les membres de la Communauté et de plus de 80 autres personnages.
- 3 Explorez la Terre du Milieu et redécouvrez des lieux légendaires comme les Mines de la Moria.
- 4 Affrontez de redoutables créatures comme les Uruk-hai, le Balrog ou le Roi-Sorcier.



PS3

PSP

PSVITA

Games for Windows

XBOX 360

XBOX LIVE

Wii

LEGO BATTLES software, LEGO BATTLES: NINJAGO software, LEGO BATMAN: THE VIDEOGAME software, LEGO BATMAN 2: DC SUPER HEROES software, LEGO HARRY POTTER: YEARS 1-4 software, LEGO HARRY POTTER: YEARS 5-7 software © 2012 TT Games Publishing Ltd. All titles produced by TT Games under license from the LEGO Group. LEGO, the LEGO logo, the Brick and the Knob configurations and the Minifigure are trademarks of the LEGO Group. © 2012 The LEGO Group. HARRY POTTER characters, names and related indicia are trademarks of and © Warner Bros. Entertainment Inc. Harry Potter Publishing Rights © JKR, BATMAN and all related characters and elements are trademarks of and © DC Comics. Nintendo DS, Nintendo 3DS and Wii are trademarks of Nintendo. © 2011 Nintendo. Windows, the Windows Start button, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies, and "Games for Windows" and the Windows Start button logo are used under license from Microsoft. "PS3", "PSP" and "PSVITA" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PLAYSTATION" is a trademark of the same company. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners. All rights reserved.



WB GAMES LOGO, WB SHIELD:™ & © Warner Bros. Entertainment Inc.  
(S12)

**NOUVEAUTÉ  
2012**



**Construis ton aventure !**

Retrouvez vos  
héros préférés  
avec la gamme  
de jeux vidéo LEGO



Outils disponibles en magasins	Un plan de communication spécifique à la gamme			Mécaniques
	MEDIA	SEPTEMBRE OCTOBRE	PERFORMANCES	<p><b>" 1 jeu acheté = le 2<sup>ème</sup> à -50% "</b></p> <p><b>" 2 jeux achetés = le 3<sup>ème</sup> offert "</b></p>
	TV	 <b>GAME ONE</b>	150 GRP SUR LES 8-13 ANS	
		AFFICHAGE	MALLS & MÉTRO	350 AFFICHES EN CENTRES COMMERCIAUX 1 MILLION DE CONTACTS

NINTENDO DS

NINTENDO 3DS



MARCHÉ

En demandant à l'Ipsos Media CT d'élaborer un suivi de la consommation et des usages des jeux vidéo dans les principaux pays européens, l'ISFE (l'association qui regroupe les syndicats européens) permet une nouvelle approche du monde vidéoludique.



JDLI-N°222  
Spécial Idef

16

# UNE APPROCHE EUROPÉENNE GLOBALE

C'est une nouvelle approche statistique du jeu vidéo que l'Interactive Software Federation of Europe (ISFE) offre à travers le partenariat noué avec Ipsos Media CT. GameTrack est un suivi de la consommation de jeu vidéo sous toutes ses formes actuelles dans les principaux marchés européens. Aujourd'hui la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France, demain l'Espagne et d'autres pays. La colonne vertébrale de ce nouvel outil est l'appréhension de la pluralité des façons de consommer du jeu vidéo : le temps passé, le nombre de jeux acquis payants ou gratuits et le montant des sommes engagés par le consommateur sont les trois critères retenus. Afin d'être le plus exhaustif possible, GameTrack prend en compte la totalité (dans la mesure où cela est possible) des devices permettant de jouer, donc de consommer du jeu vidéo (voir schéma). Des entretiens en one-to-one et Internet sont mis à contribution.

Consacrée à la façon dont le consommateur final se comporte face à une offre de plus en plus pléthorique de façons de jouer, cette nouvelle observation du marché prendra toute sa valeur dans le temps, quand les évolutions de comportement seront visibles.

Pour l'heure, ce premier tableau proposé par Ipsos Media CT permet de regarder le marché du jeu vidéo sous un angle différent, élargi, de ce qui se pratique habituellement sous l'égide des syndicats d'éditeurs, pourtant à la base de la démarche. Appréhender le jeu dans son entièreté et sa diversité n'est pas une démarche nouvelle, mais restait ponctuelle. Mettre en place un outil récurrent qui risque bien de remettre en cause des principes établis était nécessaire, lucide et ambitieux. Il s'agit maintenant de savoir en tirer les meilleurs enseignements.

## LA VALEUR DEMEURE

Le premier enseignement de cette nouvelle étude est certainement que... ce qui ne coûte rien ne vaut pas grand-chose ! Les applications ont beau être en volume le

Quels sont les principaux formats joués

Base : population de 6 ans + (premier trimestre 2012)  
Ipsos Media CT/ISFE

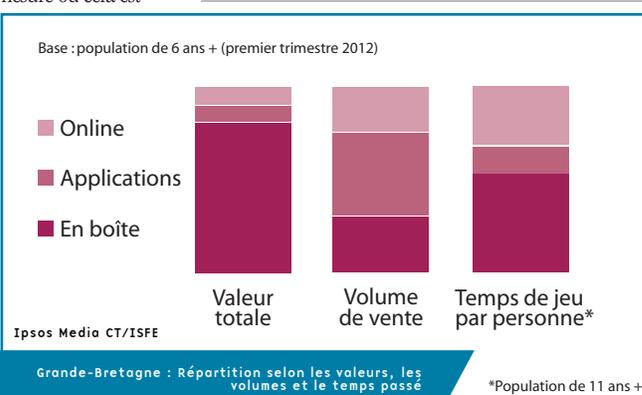
	Angleterre	France	Allemagne
Total Jeu Vidéo	37%	50%	40%
Total en boîte	26%	29%	20%
Total Applications	14%	10%	8%
Total Online	18%	25%	18%
Téléchargement	8%	9%	7%
Social	8%	13%	9%
Multijoueurs	6%	6%	4%
Sites de jeu	7%	7%	8%

démontrent d'ailleurs leur capacité à résister à la concurrence sur le temps passé à jouer : on joue d'abord, dans nos pays européens à des jeux chers, même si bien évidemment on en acquiert moins que des jeux gratuits ! La vraie concurrence en termes de temps et d'argent dépensé, ne vient d'ailleurs pas à l'heure actuelle des

applications, pour téléphones ou tablettes, mais des jeux en ligne : engendrant peu de dépenses, ils occupent beaucoup et ressortent donc comme ayant le meilleur rapport argent investi/temps consacré. Pas étonnant que les éditeurs se ruent dans ce créneau qui séduit les joueurs. Avec dorénavant pour objectif de les faire ouvrir leurs porte-monnaies. Les applications pour leur part sont d'abord consommées comme des produits jetables : on en acquiert beaucoup, on en achète peu, et in fine, on y passe peu de temps.

## JE JOUE SUR TOUT

La France est un pays joueur. Interrogée, au premier trimestre 2012. La moitié de sa population a touché à un jeu vidéo au cours des 12 derniers mois. Jeux en boîte d'abord, jeux online ensuite (attention, on ne parle pas forcément de WoW, mais de jeux Facebook ou très grand public), applications ensuite. Cette ouverture aux jeux permet d'envisager sereinement pour les éditeurs de nouveaux modes de monétisation de leurs softs. La culture du jeu pénètre de plus en plus profondément la population. Si c'est en France que l'on trouve le plus de joueurs, on le doit en grande partie à une meilleure pénétration des jeux sociaux. C'est d'ailleurs dans l'Hexagone que l'on retrouve la plus forte proportion de personnes jouant à la fois sur un type de jeux (packagé, online ou apps) et un ou deux autres. 16 % de la population de plus de 11 ans est « double joueur », et 4 %, « triple joueurs ».



premier type de jeu acquis (on ne dit pas achetés), elles pèsent pour une faible part dans le chiffre d'affaires du marché. La valeur reste générée par les jeux en boîte, qui

**LE PREMIER ENSEIGNEMENT DE CETTE ÉTUDE EST QUE CE QUI NE COÛTE RIEN NE VAUT PAS GRAND-CHOSE !**

# KONIX

## WHAT'S NEW?

Wii U



PS3  
PlayStation 3

PSVITA  
PlayStation Vita



XBOX 360

NINTENDO 3DS

Find out at  
**RIV D 78**  
**RIVIERA RDC**



**innelec**  
multimedia  
Nous prenons les loisirs très au sérieux.

Spoken languages :



### VENEZ DÉCOUVRIR LA GAMME KONIX



**KONIX**  
[www.konix-interactive.com](http://www.konix-interactive.com)

Contact Commercial : Sébastien RAMS

GSM : +33 6 30 678 607  
Office : +33 1 48 105 547  
Em@il : s\_rams@innelec.com

©2011 Konix. Tous droits réservés. Konix est une marque déposée d'IMM S.A. PS Vita™ est une marque déposée de Sony®. Tous les autres droits d'auteurs, marques et marques déposées sont la propriété de leurs auteurs respectifs. \*QUOI DE NEUF?



MARCHÉ

JDLI-N°222  
Spécial Idef

18

Quand la dématérialisation bénéficie à la distribution physique... Alors que les mutations en cours dans la façon dont les créateurs et détenteurs de contenus accèdent aux consommateurs finaux font craindre que le dématérialisé lamine la distribution physique, des solutions qui donnent aux points de vente toute leur place apparaissent. Qu'il s'agisse du plaisir d'offrir, d'un trop jeune âge ou d'un refus ou de l'impossibilité de confier ses coordonnées bancaires, les raisons de préférer acheter du virtuel en magasins ne manquent pas. Nathalie Lamri, qui a une longue expérience des industries de contenus en général et du jeu vidéo en particulier, vient de prendre la direction de Topps Digital Services pour l'Europe et la zone EMEA. Une société qui vend des biens dématérialisés et des biens physiques. Elle nous en dit plus.



**Topps Digital Services**  
Nathalie Lamri,  
Directrice de Topps Digital Services

# QUAND LE VIRTUEL S'ACHÈTE EN MAGASIN



## JDLI : QUI EST TOPPS DIGITAL SERVICES ?

**Nathalie Lamri** : Topps Digital Services (anciennement GMG Entertainment) est une filiale à part entière de The Topps Company, Inc. Son positionnement est de vendre Topps Digital Services (TDS) est de vendre des solutions de paiement dématérialisées « paid before », liées à l'achat de contenus digitaux, de biens virtuels (jeux, musique, vidéo, e-books...) ou d'autres produits achetés avec de la monnaie virtuelle. Parmi les propositions de TDS, il y a la distribution exclusive des cartes prépayées pour les crédits Facebook dans le monde.

## QUEL EST VOTRE RÔLE CHEZ TDS ?

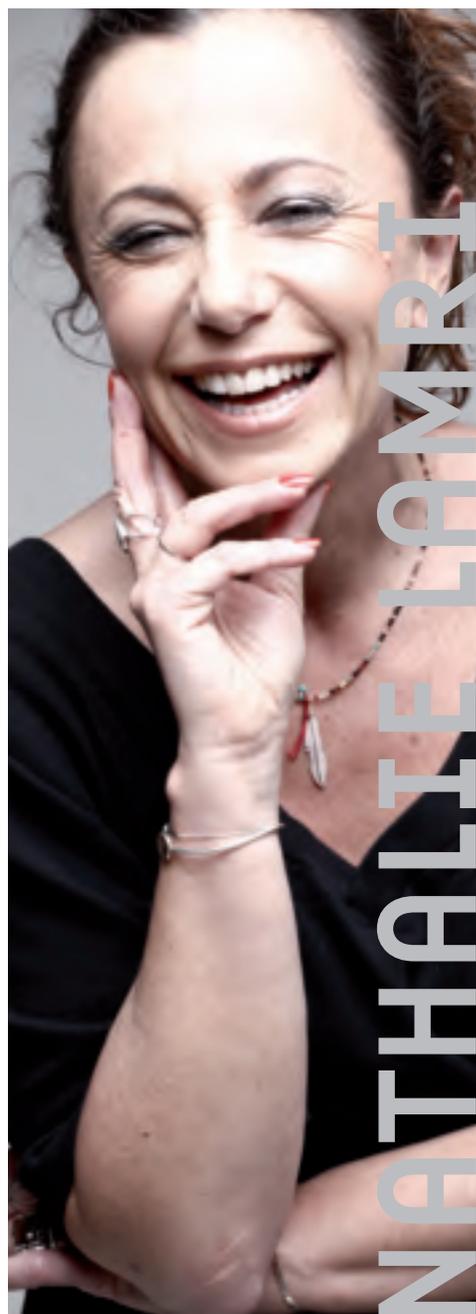
J'ai rejoint l'équipe de TDS en février 2012 pour développer les activités de TSD en Europe et au Moyen-Orient, et plus particulièrement étendre le programme de distribution de la monnaie virtuelle de Facebook dans toute la zone EMEA mais j'ai aussi des cartes pour des jeux.com type Fight My Monsters en Grande-Bretagne par exemple.

## QUI SONT VOS CLIENTS ?

Nos « clients » sont tous les revendeurs physiques susceptibles de commercialiser la monnaie Facebook sous forme de cartes cadeaux ou de codes ePIN dématérialisés. Ce sont par exemple Carrefour, Fnac, Media Markt, Rewe, GameStop, WH Smith, Sainsbury's, Tesco, Darty, etc.

## DANS LE CADRE DES JEUX FACEBOOK, AVEC QUI TRAVAILLEZ-VOUS ?

Je travaille avec Facebook bien entendu, les revendeurs, des partenaires techniques comme Black Hawk Network, ePay et InComm, les éditeurs et les développeurs. Pour les éditeurs et développeurs de jeux, il est évident que la distribution massive de la monnaie virtuelle Facebook dans les points de vente physiques représente une magnifique opportunité d'augmenter la monétisation dans leurs jeux, car les cartes prépayées Facebook (ou la distribution des crédits Facebook sous forme d'ePIN) inspirent



confiance. Aussi, dès que les cartes seront présentes chez les principaux revendeurs, une importante partie de mes activités consistera à mettre en place des programmes de cross-promotions entre les revendeurs et les développeurs. Nous avons également amélioré notre technologie afin que nous puissions organiser très facilement des opérations de type « exclusive bonus item » et que le tunnel de conversion de ces opérations soit optimisé !

## QUEL EST LE PRIX MOYEN D'UN BIEN VIRTUEL ?

Quelques centimes d'euros.

## A COMBIEN ESTIME-T-ON LA DÉPENSE D'UN JOUEUR DANS UN JEU SOCIAL ?

Cela dépend totalement du genre de jeu en fait ! Certains jeux monétisent plus que d'autres, en taux de transformation et en paniers moyens. Le panier moyen journalier (DARPU) peut aller de 0,01 dollar à 0,10-0,20 dollar selon les jeux. Il faudrait vous rapprocher des éditeurs et développeurs de jeux pour vous répondre plus précisément, en fonction du genre de jeu.

## EN DEHORS DES JEUX, TRAVAILLEZ-VOUS SUR D'AUTRES TYPES D'APPLICATIONS ?

A ce jour, tous les contenus digitaux et bien virtuels vendus dans une application sur la plateforme Facebook (en micro-transaction par exemple) peuvent être achetés avec des crédits Facebook. Actuellement, la majorité des transactions concerne le jeu mais avec l'annonce du lancement de l'App Center de Facebook et de la possibilité de vendre des applications en Premium – c'est-à-dire payantes – je pense que cela peut évoluer très vite !

## LE SYSTÈME DE VENTE OFF-LINE POUR DES BIENS VIRTUELS OU DES NIVEAUX DE JEUX EXISTE ÉGALEMENT POUR LE XBOX LIVE PAR EXEMPLE. ÊTES-VOUS EN CONTACTS AVEC LES CONSOLIERES DU JEU VIDÉO ?

Les constructeurs – que ce soit Sony, Microsoft ou Nintendo – proposent déjà leurs cartes prépayées. Elles sont aujourd'hui en général implantées pas loin des cartes Facebook.



**TOPPS Digital Services**



Exemple de ce que TDS commercialise en Allemagne



**DANS QUELLES ENSEIGNES ÊTES-VOUS PRÉSENT EN FRANCE ET EN EUROPE ?**

Pour l'instant, les cartes Facebook sont implantées dans peu de magasins : Fnac et Carrefour en France, Media Markt/Saturn en Allemagne, et Asda, Tesco et Game au Royaume-Uni, mais à partir du mois d'octobre prochain, elles seront disponibles chez tous les revendeurs clés en Europe !

**LES GROSSISTES FONT-ILS PARTIE DE VOTRE STRATÉGIE POUR TOUCHER DES POINTS DE VENTE INDÉPENDANTS PAR EXEMPLE ?**

Non, pas à ce jour.

**LA DISTRIBUTION EST-ELLE RÉCEPTIVE À VOS PROPOSITIONS ? DANS QUEL RAYON SOUHAITEZ-VOUS ÊTRE IMPLANTÉ ?**

Oui évidemment. La distribution des contenus dématérialisés, en particulier des contenus de

**LA DISTRIBUTION DES CONTENUS DÉMATÉRIALISÉS EST UN SUJET CRUCIAL POUR L'ENSEMBLE DES REVENDEURS !**

loisirs est un sujet crucial pour l'ensemble des revendeurs ! A ce jour, les cartes prépayées de biens et contenus digitaux, dont les cartes Jeux sont le plus souvent vendues dans des « Gift Card Malls », au milieu des autres cartes prépayées des enseignes ou autres coffrets cadeaux. Je pense que les cartes

prépayées devraient également être implantées en fonction de la destination produit : les cartes jeux type World of Warcraft, Stardoll, Xbox, consoles ou Facebook devraient donc aussi être disponibles dans les rayons jeu vidéo. Je pense qu'il y aura bientôt plusieurs implantations dans un même point de vente. Concernant les jeux vidéo uniquement, il faudrait aussi implanter les cartes par plateforme afin que les consommateurs comprennent bien où ils peuvent les dépenser. Concernant le merchandising, il faudrait segmenter le rayon des cartes en fonction de la plate-forme de jeu, comme le jeu vidéo traditionnel d'ailleurs – c'est-à-dire les cartes pour consoles, les cartes pour les .com (MMO et autres jeux online), les cartes Facebook et ensuite les cartes pour les jeux mobiles. Comme pour le jeu vidéo traditionnel, un même jeu peut être disponible sur plusieurs plates-formes !



MARCHÉ

JDLI-N°222  
Spécial Idef

20

Il y a un an, le Cloud Gaming commençait à faire parler de lui. Nous avons alors interrogé Ivan Lebeau qui posait les bases de Playcast en France. Alors que la société vient de conclure un accord avec Bouygues Telecom, nous l'avons retrouvé à quelques heures de son départ pour l'E3 à Los Angeles.



**Playcast Media Systems**  
Ivan Lebeau,  
General Manager France

# PLAYCAST

## ABAT SES CARTES

**JDLI : VOUS ÊTES UN FERVENT DÉFENSEUR DE LA RÉVOLUTION QUE PORTE EN LUI LE CLOUD GAMING. OÙ EN EST-ON AUJOURD'HUI ?**

**Ivan Lebeau :** Le cloud gaming est devenu une solution désormais facile. En un an, il y a eu des évolutions technologiques, mais surtout le regard des acteurs du jeu vidéo et de la distribution de contenus a changé. Côté technologique, la puissance des serveurs a doublé, ce qui non seulement signifie de meilleures performances mais aussi des économies dans la mesure où moins de serveurs sont nécessaires pour un nombre donné de joueurs simultanés. Les éditeurs ont compris que loin d'être une menace pour leur modèle, nous leur apportons des solutions et les développeurs indépendants commencent à penser que le cloud est pour eux un moyen de diffuser en direct leurs productions.

**LES JEUX PROPOSÉS EN CLOUD PEUVENT-ILS ÊTRE CEUX QUE L'ON TROUVE ÉGALEMENT EN BOÎTE À L'HEURE ACTUELLE ?**

Ce n'est qu'une partie de ce qui doit être proposé. Je suis convaincu qu'il faut aussi envisager des contenus dédiés au cloud gaming, avec un parti pris cinématographique ou télévisuel très fort. Si on considère que le téléviseur reste le diffuseur principal, il faut envisager des contenus vidéoludiques dédiés. Regardons quelles sont les fictions qui rencontrent un très fort succès dans les offres des chaînes et imaginons comment cela pourrait être décliné dans l'univers du jeu. Mais évidemment, il faut également proposer des blockbusters traditionnels. Avec la solution de Playcast, le temps de latence est d'environ 120 ms, ce qui se rapproche de celui des consoles actuelles, qui est de l'ordre de 80 millisecondes, avec une qualité graphique proposée très proche.

**COMMENT LES CONSOLIERIS SE POSITIONNENT-ILS ?**

Ils sont tout à fait conscients

que c'est l'avenir, mais feront tout pour que ce soit leur console qui devienne la box du foyer. C'est très clair avec le travail que Microsoft fait aujourd'hui avec sa Xbox 360.

**LE CLOUD GAMING SIGNIFIE-T-IL LA FIN DES VENTES EN BOÎTE ?**

Je ne crois pas. D'abord, il y aura toujours des consommateurs pour préférer posséder physiquement le produit qu'il achète, ensuite les éditeurs ont des solutions pour continuer de susciter l'intérêt des consommateurs pour le produit physique. Je pense notamment aux éditions collectors qui donnent au produit en lui-même une valeur pécuniaire et affective, supérieur au seul contenu vidéoludique. Mais je crois que proposer le même contenu en boîte et en cloud simultanément sera une solution.

**COMMENT PLAYCAST ENVISAGE LA RÉMUNÉRATION DES ÉDITEURS DANS LE MODÈLE DU CLOUD GAMING ?**

Les éditeurs doivent être rémunérés par une forme d'abonnement. Cela sécurise leurs revenus et nous oblige à être très exigeants quant à la qualité et au potentiel des jeux sélectionnés pour appartenir à un bouquet de jeux en cloud.

Nous pouvons également proposer la vente de jeux à la carte, ce qui est une solution intéressante pour les éditeurs, notamment pour sortir des jeux en même temps que leur sortie en retail.

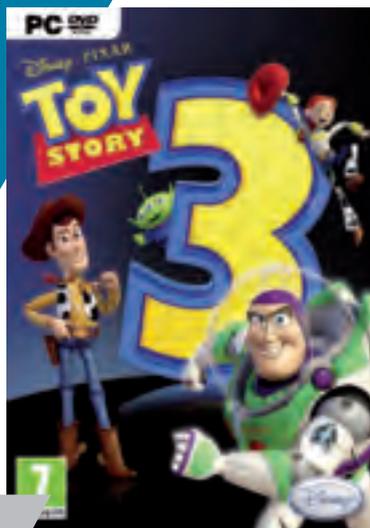
**QUID DU CLOUD MOBILE, DE LA POSSIBILITÉ D'ACCÉDER À DES JEUX TRÈS QUALITATIF EN CLOUD ET NON PAS EN TÉLÉCHARGEMENT DEPUIS UN TERMINAL MOBILE CONNECTÉ ?**

Playcast est prêt technologiquement. Notre solution est multi plate-forme et nous sommes en phase de réflexion sur la meilleure façon de lancer une offre.

**QUELLE IMPORTANCE AURA L'OS DU TÉLÉPHONE OU DE LA TABLETTE ?**

Aucune. Nous sommes totalement agnostiques. Android, iOS, Windows 8 ou autre, cela n'a pas d'importance.

IVAN LEBEAU



« LES ÉDITEURS ONT COMPRIS QUE LOIN D'ÊTRE UNE MENACE POUR LEUR MODÈLE, NOUS LEUR APPORTONS DES SOLUTIONS. »

PLAYCAST, LE CLOUD GAMING CHEZ BOUYGUES TELECOM  Bouygues Telecom

Si à l'heure où nous écrivons cet article le contenu de l'offre de cloud gaming de Bouygues Telecom n'est pas encore totalement publique, on sait qu'elle devrait d'articuler autour de deux offres d'abonnement, à 4,90 euros et 8,90 euros par mois pour une vingtaine de jeux familiaux ou davantage gamer. Toy Story 3, Lego Harry Potter, Street Fighter IV, DiRT 2, Homefront, devraient faire partie de la première offre selon le site PCImpact et. Batman : Arkham Asylum, DiRT 3, Metro 2033, Pure, Sonic Generation ou encore Super Street Fighter IV : Arcade Edition feront la joie des abonnés au second. Voir JDLI n° 220.

**JUSQU'À PRÉSENT PLAYCAST FRANCE EST RESTÉ RELATIVEMENT EN RETRAIT. ALLEZ-VOUS MONTER EN PUISSANCE ?**

De toute évidence, le renforcement de l'équipe de Playcast France va rapidement devenir d'actualité. Renforcement du côté technologique, avec un ingénieur spécialisé dans les systèmes Windows architecture réseau et protocoles Internet, mais aussi du côté marketing et business développement.

**VOUS AVEZ PASSÉ UN ACCORD AVEC LE GROUPE BOUYGUES TÉLÉCOMS POUR FOURNIR UNE OFFRE CLOUD SUR LEUR NOUVELLE BBOX. EST-CE EXCLUSIF ?**

Ce type d'accord comporte toujours une part d'exclusivité bien sûr, mais surtout une part de confidentialité. Le travail avec Bouygues Telecom se déroule vraiment dans des conditions excellentes, et ils proposent avec la Bbox un produit d'une qualité qui

nous permet de proposer un bouquet de jeux exceptionnels. Playcast ne pouvait rêver meilleur partenaire.

**À TERME, QUI SERONT LES DONNEURS D'ORDRE SUR CE MARCHÉ ?**

C'est toujours difficile de prendre de tels paris sur l'avenir. Mais il est très probable que les groupes télécoms qui ont un très vaste accès aux consommateurs et les fabricants de hardware connectés, notamment les géants de l'électronique grand public occuperont les premiers rangs.



MARCHÉ

SFR est le deuxième opérateur de télécommunications en France. Opérateur global, SFR répond aux besoins de ses clients grand public, professionnels, entreprises et opérateurs, que ce soit pour des services mobile, fixe, Internet ou de télévision.

La filiale du groupe Vivendi a tôt considéré que le jeu vidéo devait faire partie de son offre et a misé sur le cloud et la société G-Cluster. Dorénavant apte à proposer des jeux triple A, SFR a aujourd'hui une longueur d'avance sur ses principaux concurrents. C'est ce que nous explique Julien Vin-Ramarony, Directeur des contenus de SFR.

JDLI-N°222  
Spécial Idef

22



SFR

Julien Vin-Ramarony,  
directeur des contenus de SFR



SFR

PIONNIER DU



JDLI : SFR S'EST LANCÉ TÔT DANS LE CLOUD GAMING AVEC SA BOX.

QU'EST-CE QUI VOUS A POUSSÉ À VOUS Y INTÉRESSER ?

Julien Vin-Ramarony : L'IPTV est très développée en France, bien plus que dans n'importe quel autre pays. C'est une solution très adaptée au cloud et avec un nombre d'abonnés qui se compte en millions, il y a un effet de masse auquel les détenteurs de contenus sont tout de suite sensibles. Nous avons donc commencé avec la VOD, puis la télévision de rattrapage avant de proposer du cloud gaming. Nous avons commencé il y a un an et demi, nous étions alors les premiers à le faire. Aujourd'hui, nos deux principaux concurrents ont pris le même chemin, ou vont le prendre. C'est par le contenu et les services que les distributeurs comme SFR peuvent aujourd'hui conquérir des clients et générer des revenus qui s'additionnent à l'abonnement. Ayant la technologie, l'envie de le faire et un volume d'abonnés qui permet de toucher des publics nombreux et divers, il était naturel que nous nous lancions.

Y A-T-IL UN PROFIL TYPE DE L'ABONNÉ SFR BOX AUJOURD'HUI ?

Avec plus de cinq millions d'abonnés, nous avons tous les types de profils. Mais historiquement, notre clientèle est plutôt urbaine, assez jeune, avec un niveau d'études et de revenus supérieurs à la moyenne. Toutefois le spectre s'élargit et nous recrutons également des profils plus âgés. En développant un réseau de boutiques à travers toute la France, SFR a pu construire un relationnel puissant avec ses clients. L'aspect anxieux qui existe parfois dans le commerce digital n'existe quasiment pas chez nous. Alors que l'actualité rapporte régulièrement des histoires de vol en masse de mots de passe ou, pire, de coordonnées bancaires, nous pouvons d'une part assurer nos clients de l'invulnérabilité de nos solutions mais aussi d'autre part leur permettre d'avoir un contact physique avec la société en cas de problème. C'est un facteur important qui facilite le recrutement de nouveaux



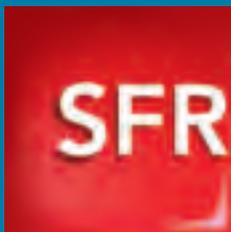
abonnés et les rassure pour leurs achats dématérialisés.

QUELLE EST VOTRE POLITIQUE ÉDITORIALE ET TARIFAIRE EN MATIÈRE DE CONTENUS VIDÉOLUDIQUES ?

Elle a évolué avec le temps. Au départ nous pensions nous concentrer essentiellement sur des contenus casuels ou pour enfants. Un premier forfait à cinq euros proposait des jeux jouables avec la télécommande de la box de SFR, un second proposait des jeux plus élaborés nécessitant une manette de jeu. Mais nous nous sommes vite aperçus qu'il y avait un vrai intérêt de nos clients pour des jeux plus gamers. La demande pour des jeux « AAA » était là. Les performances de la box de SFR permettant de répondre à cette demande, nous avons monté une offre ad hoc, avec un abonnement à 14,99 euros qui propose la totalité de la plate-forme ainsi qu'à des jeux premium. Nous proposons également une solution qui donne accès au jeu pendant 24 heures pour 4,99 euros. Enfin, nous avons pensé qu'il était intéressant de permettre à nos clients d'acheter leurs jeux préférés, d'y accéder librement de façon dématérialisée tant que SFR demeure leur FAI, mais toujours sans devoir passer par un téléchargement. On peut ainsi acheter un jeu casual pour 9,99 euros, un jeu plus élaboré pour 14,99 euros et enfin, le prix unitaire des jeux premium est différent en fonction du jeu. La politique de SFR est de permettre à chacun de ses clients de trouver la solution qui lui convient, selon ses goûts et ses moyens.

QUELS SONT LES JEUX QUE VOUS PROPOSEZ ? TRAVAILLEZ-VOUS AVEC TOUS LES ÉDITEURS ?

Tous les éditeurs, pas encore. Le catalogue de la box de SFR se compose tout autant de titres de développeurs et d'éditeurs indépendants qui ont développé des jeux casual de grande qualité, pour le PC ou les smartphones que nous portons pour le téléviseur, que de jeux consoles, anciens ou récents. PopCap, BulkyPix, Capcom, Revolution Software,



# CLOUD GAMING

« C'EST PAR LE CONTENU ET LES SERVICES QUE LES DISTRIBUTEURS COMME SFR PEUVENT AUJOURD'HUI CONQUÉRIR DES CLIENTS. »



Ouat Entertainment, Mumbo Jumbo, Playrix, Frozenbyte... au total, SFR a signé des accords avec 25 éditeurs. L'offre Premium se compose pour l'instant de jeux issus des catalogues de deux majors, Ubisoft et Disney, qui alimentent également nos autres offres avec des titres de leur back catalogue. Notre offre Premium se compose de titres comme Prince of Persia Les Sables Oubliés, Tom Clancy's Hawk 2 ou Toys Story 3 et Lego Pirates des Caraïbes. D'autres hits arriveront bientôt comme Les Aventures de Tintin, Le Secret de la Licorne. A moyen terme, nous serons en mesure de proposer des jeux des principales majors, comme Electronic Arts, Warner ou Activision, avec lesquelles nous sommes en discussion.

## LA COMMERCIALISATION D'UN JEU TRIPLE A EN MÊME TEMPS QU'EN MAGASIN, EST-CE ENVISAGEABLE ?

Pour l'heure, cela reste très compliqué. Un blockbuster recèle un enjeu tel pour un éditeur de jeux vidéo qu'il lui apparait encore très risqué et déstabilisant de proposer autre chose que la vente en boîte sur laquelle il maîtrise le partage des revenus à son avantage. La logique des majors est de plus en plus de concentrée, leurs efforts marketing se portant sur quelques titres dont ils tirent l'essentiel de leurs revenus. Le cloud n'a pas encore trouvé la façon de s'inscrire dans cette logique. En revanche, et c'est ce que nous allons faire avec « Les aventures de Tintin », nous pouvons proposer de garder une

première fenêtre durant laquelle les abonnés SFR pourront uniquement acheter le jeu en cloud avant de le proposer dans un abonnement mensuel ou en location. La porte d'entrée du cloud gaming vis-à-vis des éditeurs est avant tout le back catalogue. Nous leur offrons une solution rentable et technologiquement satisfaisante pour exploiter dans la durée des jeux qui disparaissent des rayons des points de vente. Compte tenu de la courte durée d'exploitation d'un jeu en retail, nous pouvons prendre très rapidement le relais. Mais évidemment, à terme, notre ambition est de convaincre les



« PLUS LE CONSOMMATEUR A DE SOLUTIONS, PLUS IL CONSOMME. »



éditeurs qu'une commercialisation simultanée en cloud et en retail est non seulement possible, mais génératrice de revenus supplémentaires.

**IL N'Y A PAS DE CANNIBALISATION DES VENTES ENTRE LE CLOUD ET LE RETAIL ?**

Non, ou alors suffisamment peu pour que le gaming on demand, comme la video on demand soient des modes de commercialisation et des sources de revenus complémentaires aux ventes physiques. Il y a un travail d'évangélisation à mener et il est de longue haleine. Une société comme Warner a fait sur la vidéo l'expérience de pousser simultanément un film en DVD et en VOD. Le retour a été très positif.

**COMMENT SE RÉPARTISSENT LES REVENUS ENTRE LES ÉDITEURS ET SFR ?**

C'est assez simple et classique pour les achats et les locations à l'acte, le partage de revenus se fait selon un pourcentage habituellement pratiqué dans ce genre de business. Pour les abonnements, le critère principal est le temps passé par le consommateur sur un jeu.

**VOUS TRAVAILLEZ AVEC G-CLUSTER QUI FOURNIT LA TECHNOLOGIE. POURQUOI ?**

SFR a investi dans cette société japonaise qui fournit des solutions cloud aussi à d'autres que nous. G-Cluster assure l'aspect technologique, mais intervient également pour une partie du contenu. Cela lui permet non seulement de nous faire bénéficier d'autres expériences, mais aussi de négocier en position favorable avec des éditeurs mondiaux, en mutualisant les consommateurs des sociétés pour lesquelles elle est prestataire. D'ailleurs, SFR n'a pas demandé à G-Cluster un accord d'exclusivité.

**VOUS AVEZ QUELQUES ANNÉES DE REcul SUR LA VOD. QUELS SONT LES**

**ENSEIGNEMENTS QUE VOUS AVEZ TIRÉS SUR LA FAÇON D'ORGANISER UNE OFFRE DIGITALE ?**

Nous avons appris de la VOD que diversifier les solutions pour les consommateurs et segmenter les offres permettaient d'augmenter les revenus. Le consommateur apprécie qu'on lui propose plusieurs solutions pour accéder au contenu qui l'intéresse. Plus il a de solutions, plus il consomme. On a ainsi observé que des personnes qui n'achetaient pas de DVD étaient friandes de VOD. Une offre digitale riche et bien organisée permet de toucher de nouveaux consommateurs. Si l'on applique ce principe au jeu vidéo, avec le cloud gaming qui permet de jouer à des jeux gourmands en bande passante, tout en s'affranchissant de l'achat d'une console, il est certain que nous participons activement à l'élargissement de la population de joueurs. Le cloud permet une expérience de jeu très qualitative pour un coût très abordable.

**QUELS SONT LES FREINS QUI PEUVENT EXISTER ?**

Ce qu'on appelle la nouvelle économie en général, et la distribution de biens dématérialisés en particulier, sont trop souvent perçus par les pouvoirs publics comme des cibles faciles que l'on peut soumettre à des taxes nouvelles. Or, une des caractéristiques du monde digital, c'est de se rir des frontières. Nous sommes sur des métiers qui supposent investissements et réactivité et qui par ailleurs sont soumis à la concurrence d'acteurs mondiaux. Il ne faudrait pas qu'opérer depuis le territoire national prenne pour des sociétés françaises une dimension punitive.

**SFR EST UNE SOCIÉTÉ DÉTENUE PAR LE GROUPE VIVENDI, TRÈS PRÉSENT DANS LE MONDE DU CONTENU. EN QUOI EST-CE UN AVANTAGE ?**

Il existe une culture de l'édition dans le groupe même si les entités sont bien distinctes.. C'est certainement un facteur facilitateur quand il s'agit de défendre nos idées pour développer l'offre de SFR.



# MY PLAY

## Jouez en toute liberté !



Avec la nouvelle tablette tactile **MY PLAY**  
Naviguez sur internet, écoutez votre musique préférée, regardez vos photos et vos vidéos et jouez à vos jeux préférés grâce à sa polyvalence multi-média.



Ecran capacitif  
Multipoints (X5)



Vidéo Full HD



Ecran 7 pouces  
16:9



Webcam



Android 4.0



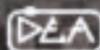
Mémoire Flash  
4GB (extensible)



Port HDMI



Wifi



Distributeur exclusif de la marque DEA Factory  
Tel: +33 (0)1 60 12 13 68 - Contact: dea@dea-factory.com

[www.dea-factory.com](http://www.dea-factory.com)

Retrouvez nous à l'IDEF, hall Riviera, stand D24

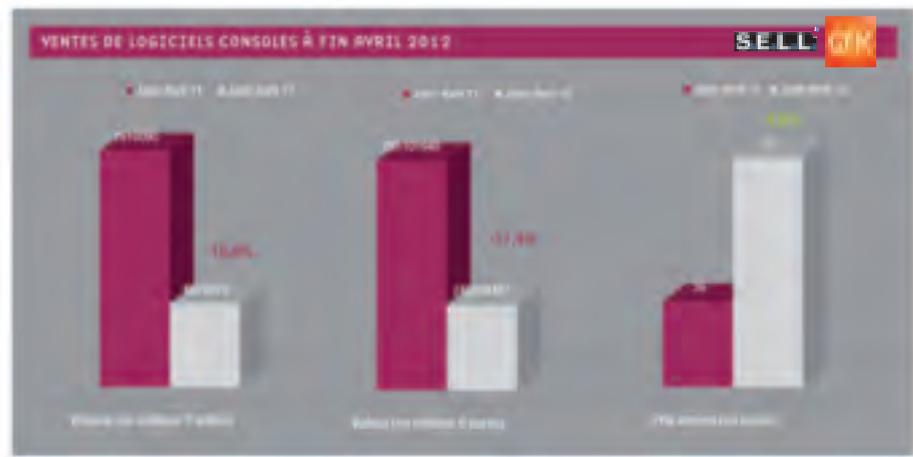
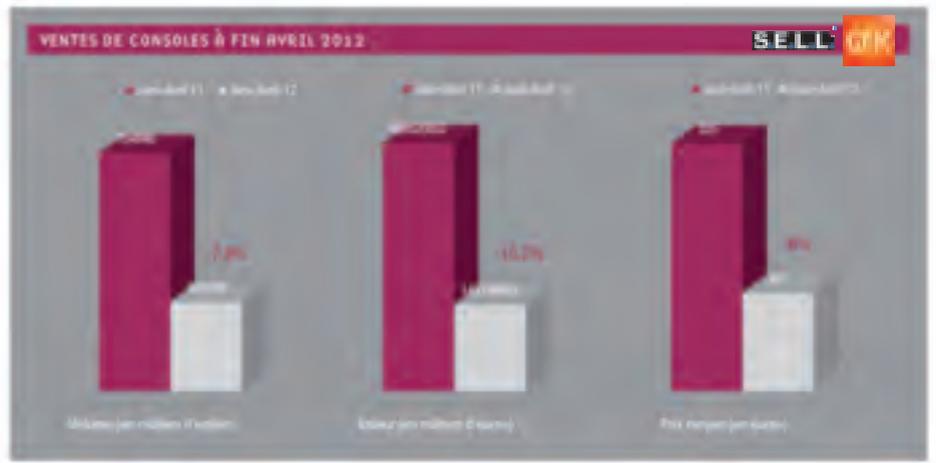
GfK

JDLI-N°222  
Spécial Idef

26

Comme depuis plusieurs années maintenant, le JDLI profite de l'Idef pour dresser, grâce à l'appui de GfK et du Sell, un bilan des quatre premiers mois calendaires. En cette année, il offre bien peu de raisons de se réjouir... Vivement un second semestre où les produits forts viendront redonner de la vigueur au marché.

# UN QUADRIMESTRE DE REcul GÉNÉRALISÉ





GfK



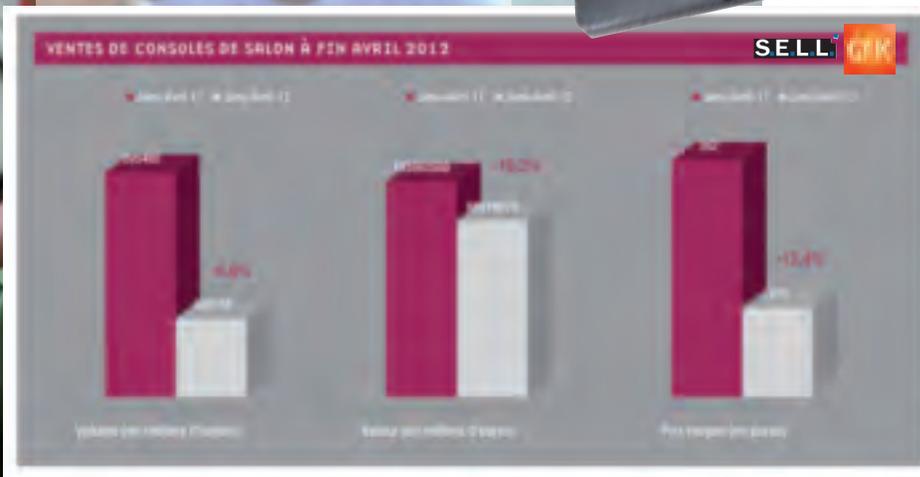
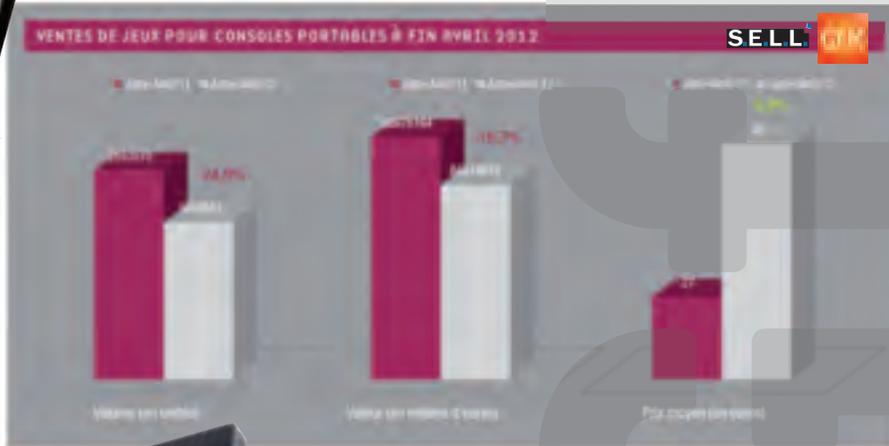
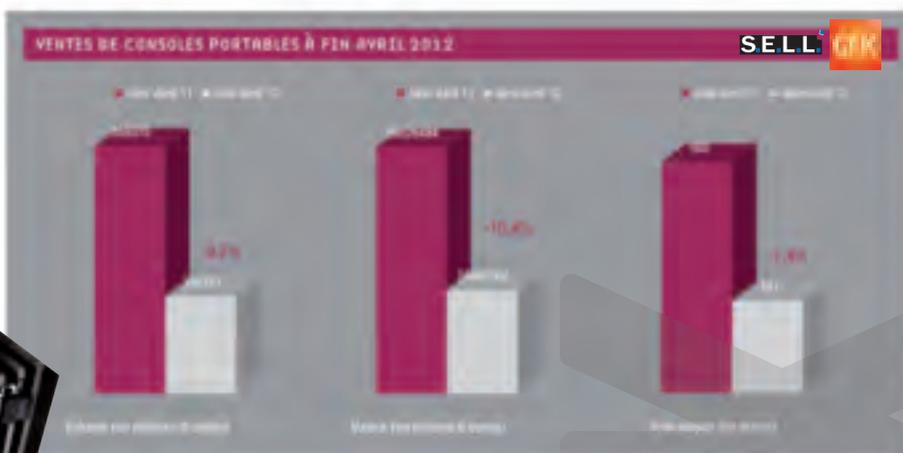
**Q**ue celles et ceux qui croient au miracle passent tout de suite leur chemin et agissent pour que le second semestre soit un feu d'artifice. Les chiffres marché que nous a communiqué GfK sont sans ambiguïté : le marché du jeu vidéo a connu un premier quadrimestre douloureux à comparaison des années précédentes. Evidemment, nous parlons là des ventes retail, de celles qui font vivre tout un tissu d'éditeurs et de revendeurs, des ventes traditionnelles en quelque sorte.

Avec un recul en valeur de 15,2% des ventes de consoles et de 11,4% des jeux pour lesdites consoles sur la période janvier-avril, le marché des jeux vidéo ne peut pas se targuer de bien se porter. Bien sûr la saisonnalité des sorties concentre tous les efforts et la majorité des ventes sur quatre ou cinq semaines à la fin de l'année ; bien sûr nous sommes dans le point le plus bas du creux du désormais fameux cycle de vie des consoles... Quels sont les signes d'espoir que le marché nous envoie ; quels sont les signes d'épuisement du modèle actuel, c'est ce que nous allons essayer de comprendre à travers les données des quatre premiers mois de l'année que nous a fourni GfK.

**CE QUI VA**

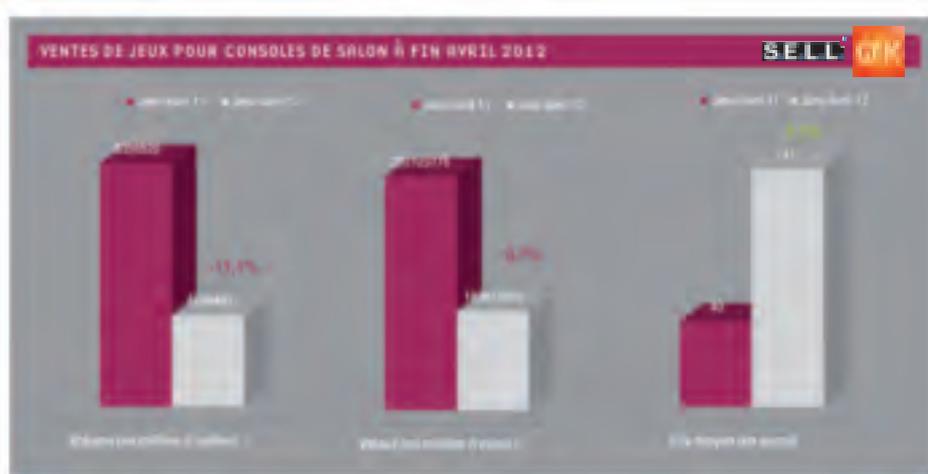
Dans l'ensemble des tableaux de chiffres que nous publions ressort d'abord une couleur : le rouge. Un rouge qui veut dire recul, qui veut dire « en négatif ». Oublions pendant un temps ce reflet de ce qui ne va pas, pour nous intéresser aux chiffres qui ressortent en vert.

Ce qui saute aux yeux, c'est d'abord l'excellente



GfK

UN QUADRIMESTRE DE RECUL  
**GÉNÉRALISÉ**



**CONSOLES  
PORTABLES OU  
CONSOLES DE  
SALON, LE PRIX  
MOYEN DES JEUX  
DÉDIÉS S'INSCRIT  
À LA HAUSSE.**



résistance des éditeurs sur le prix moyen de leurs softs. Consoles portables ou consoles de salon, le prix moyen des jeux dédiés s'inscrit à la hausse. C'est un signe très sain quant à l'attitude des éditeurs, quant au sang-froid du marché. La valeur avant le volume, la défense de ce qui fait qu'un jeu a un coût, réel et symbolique. Et puis économiquement, dans un moment récessif, il est tout de même plus sain que le volume des ventes baisse davantage que la valeur (du moins dans un marché de biens n'ayant que peu à voir avec la subsistance) ! Brader n'est jamais la solution, car une fois que la valeur perçue est détruite, bon courage pour la remonter !

Dans le détail, ce sont les jeux pour consoles portables dont le prix moyen évolue le plus positivement, de près de 7%. Et à qui doit-on cette belle performance ? A la petite nouvelle, la PS Vita, dont on entend pourtant dire qu'elle peine à se vendre. En effet, Nintendo 3DS, Nintendo 3D, et évidemment PSP voient le prix moyen de leurs jeux reculer, dans des proportions différentes. Si la dernière née de Nintendo voit le prix de ses jeux tomber sous la barre des 40 euros sur le début de l'année, contre 43,5 un an plus tôt (-8,9%), sa grande sœur la Nintendo DS enregistre un recul beaucoup plus mesuré, et reste surtout au dessus du niveau de prix du début 2010 (normal, il n'y a plus que des jeux Nintendo, les éditeurs tiers ont

PRIX MOYEN DES LOGICIELS POUR CONSOLES EN € (SEMAINE 1-17)				
	Janv-Avril 10	Janv-Avril 11	Janv-Avril 12	Evolution
DS	25,3	27,9	27,4	-1,5%
3DS	-	43,5	39,7	-8,9%
PSP	24,7	19,1	13,1	-31,1%
PS Vita	-	-	41,7	-
PlayStation 2	16,5	11,3	11,7	3,3%
PlayStation 3	49,4	45,7	44,9	-1,8%
Xbox 360	46,6	40,1	42,3	5,5%
Wii	39,2	37,5	35,1	-6,4%

disparu, diront les mauvaises langues).

Sur les consoles de salon l'évolution est moindre. Le prix moyen demeure cependant inscrit à la hausse. Il faut souligner que c'est la Xbox 360 qui parvient à remonter le prix moyen de ses jeux alors que la PS3 doit se contenter d'une faible baisse. Cependant, le prix moyen d'un jeu PS3 demeure supérieur à celui d'un jeu Xbox 360... comme depuis longtemps, mais l'écart s'est resserré. Pour l'anecdote, le prix moyen d'un jeu PS2 remonte. Mais le marché de la PS2 n'en n'est plus un tant les volumes de vente et le chiffre d'affaires lié sont dérisoires.

**POUR LE RESTE...**

En dehors de cette notion de prix moyen, quels sont les motifs de réjouissance sur ce marché retail des jeux vidéo ?

Reconnaissons-le ils sont bien peu nombreux. On s'en doutait après une année 2011 en recul, les ventes de du début de l'année seraient mauvaises. Elles le furent. Un recul, faut-il le préciser, qui avait déjà commencé en 2010. Autant dire que le déclin est plus que conjoncturel et que ce que l'on constate sur les consoles de salon est tout aussi vrai sur les consoles portables. En volume, les ventes de consoles tous genres confondus reculent de presque 8% et de plus



**LEGO** **BATMAN 2**  
DC SUPER HEROES





**VEUILLEZ BOUCLER VOS CEINTURES**



## Des performances à couper le souffle

"Ladies and Gentlemen, this is your captain speaking ..." Professionnels de la création numérique et gamers passionnés, soyez les bienvenus à bord du nouveau XPC Barebone SX79R5. La puissance du processeur Intel Core i7 pour socket LGA2011 assure l'énorme poussée au décollage. A la technique le chipset X79 Express, jusqu'à 32 Go de mémoire vive et les cartes graphiques les plus performantes, compatibles PCI-Express 3.0 de dernière génération, assurent des performances hors normes. A bord également, double réseau Gigabit, USB 3.0 et SATA 6 Gbit/s. Placez votre siège en position verticale et laissez vous décoiffer par les capacités époustouflantes de ce mini-PC !



Les produits Shuttle sont disponibles chez nos grossistes officiels :



[www.techdata.fr](http://www.techdata.fr)



[www.europ-computer.com](http://www.europ-computer.com)



[www.edox.com](http://www.edox.com)

Information Programme revendeur

[sales@shuttle.eu](mailto:sales@shuttle.eu)  
0049 4121 476 834



**Shuttle**<sup>®</sup>  
[www.shuttle.eu](http://www.shuttle.eu)

MARGHÉ

GfK

UN QUADRIMESTRE DE REcul  
**GÉNÉRALISÉ**

**TOP 10 PS VITA EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012**

SELL GfK

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	UNCHARTED : GOLDEN ABYSS	SONY	45921
2	FIFA FOOTBALL	ELECTR. ARTS	21456
3	RAYMAN ORIGINS	UBISOFT	14476
4	WIPEOUT 2048	SONY	14384
5	UNIT 13 : DIRECT ACTION	SONY	8317
6	VIRTUA TENNIS 4 : WORLD TOUR EDITION	SEGA	7209
7	ULTIMATE MARVEL VS CAPCOM 3	CAPCOM	6174
8	RIDGE RACER	NAMCO BANDAI	5204
9	DUNGEON HUNTER : ALLIANCE	GAMELOFT	4759
10	NINJA GAIDEN SIGMA PLUS	TECMO KOEI	3937

**TOP 10 PS VITA EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	UNCHARTED : GOLDEN ABYSS	SONY	2166204
2	FIFA FOOTBALL	ELECTR. ARTS	969047
3	RAYMAN ORIGINS	UBI SOFT	573025
4	WIPEOUT 2048	SONY	562948
5	UNIT 13 : DIRECT ACTION	SONY	327899
6	VIRTUA TENNIS 4 : WORLD TOUR EDITION	SEGA	264703
7	ULTIMATE MARVEL VS CAPCOM 3	CAPCOM	264593
8	DUNGEON HUNTER : ALLIANCE	GAMELOFT	179673
9	NINJA GAIDEN SIGMA PLUS	TECMO KOEI	164167
10	RIDGE RACER	NAMCO BANDA	1514507



Sans actualité forte, pas de croissance possible. On en déduira que le second semestre s'annonce pour sa part flamboyant, capable de renverser la tendance. Il faut l'espérer et l'expérience nous montre que le jeu vidéo demeure une des stars de Noël. 2012 dans son ensemble aura de toute évidence une physionomie globale plus réjouissante que ce premier quadrimestre. Mais de toute évidence, les consommateurs sont en attente de nouveautés. Suite à l'E3 on sait de façon quasiment certaine qu'il n'y a rien à attendre côté hardware, en dehors d'une Wii-U dont on sait seulement qu'elle sortira « sur l'année calendaire 2012 ». Il va donc falloir compter sur le soft pour tirer le marché.

**INQUIÉTUDE (TRANS)PORTABLE**

Si la situation sur les consoles de



**DE TOUTE ÉVIDENCE, LES CONSOMMATEURS SONT EN ATTENTE DE NOUVEAUTÉS.**



salon n'est pas réjouissante depuis le début de l'année, elle est bien pire que les consoles portables. Car sur ce segment, on ne peut déplorer l'absence de nouveau hardware ! Nintendo 3DS et PS Vita sont désormais là... mais ne parviennent pas à stopper le recul des ventes, en volume et en valeur, de consoles comme de jeux. Et on ne parle pas d'une petite contraction du marché, non, mais de presque - 20 % en valeur dans les deux cas ! Là aussi on pourra déplorer le manque de soft, et se dire que la fin de l'année sera meilleure. Ce sera sûrement le cas d'ailleurs... à condition tout de même que les consommateurs aient les moyens financiers de supporter et le segment des consoles de



physiques traditionnelles à rude épreuve. Regardons plutôt si cette mauvaise passe était attendue. Dans une large mesure, oui, en raison du moment particulier dans lequel le marché se trouve : la fin (espérons : la fin de la fin !) d'une génération de console de salon. On le sait, cela a été dit et redit par tous les acteurs du marché. Le parc installé de chaque machine ne peut plus croître comme en début de cycle. Moins de volume et donc moins de valeur, surtout si le prix des machines a été revu à la baisse. Cependant, il ne faut pas se cacher que la baisse a été nettement plus brutale qu'attendu, d'autant que la baisse du début 2012 succède... à la baisse du début 2011. Ce n'est plus un accident, c'est une tendance ! Et les causes de l'an passé, on les retrouve à l'identique cette année. Par delà l'évolution normale du cycle, le marché paye la politique éditoriale de presque tous les éditeurs qui se traduit pas une hyper-concentration des sorties de blockbusters et donc des ventes sur la seconde partie de l'année, et même sur quelques semaines entre novembre et début décembre.



**TOP 10 XBOX 360 EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012**

SELL+ GfK

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	CALL OF DUTY : MODERN WARFARE 3	ACTIVISION	50591
2	MASS EFFECT 3	ELECTR. ARTS	33060
3	BATTLEFIELD 3	ELECTR. ARTS	29605
4	FIFA 12	ELECTR. ARTS	28418
5	THE ELDER SCROLLS V : SKYRIM	BETHESDA	26869
6	FORZA MOTORSPORT 4	MICROSOFT	25596
7	FINAL FANTASY XIII-2	SQUARE ENIX	25432
8	NARUTO SHIPPUDEN :ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS	NAMCO BANDAI	22241
9	FIFA STREET 4	ELECTR. ARTS	21667
10	DANCE CENTRAL 2(KINECT)	MICROSOFT	19697

**TOP 10 XBOX EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	CALL OF DUTY : MODERN WARFARE 3	ACTIVISION	3228812
2	MASS EFFECT 3	ELECTR. ARTS	2169687
3	FIFA 12	ELECTR. ARTS	1838813
4	BATTLEFIELD 3	ELECTR. ARTS	1836999
5	THE ELDER SCROLLS V : SKYRIM	BETHESDA	1746407
6	FORZA MOTORSPORT 4	MICROSOFT	1458249
7	FIFA STREET 4	ELECTR. ARTS	1452541
8	FINAL FANTASY XIII-2	SQUARE ENIX	1436545
9	NARUTO SHIPPUDEN :ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS	NAMCO BANDAI	1309844
10	SSX	ELECTR. ARTS	1291188

**TOP 10 PS3 EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012**

SELL+ GfK

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	CALL OF DUTY : MODERN WARFARE 3	ACTIVISION	107698
2	FIFA 12	ELECTR. ARTS	62552
3	BATTLEFIELD 3	ELECTR. ARTS	62477
4	FIFA STREET 4	ELECTR. ARTS	57708
5	FINAL FANTASY XIII-2	SQUARE ENIX	52758
6	NARUTO SHIPPUDEN :ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS	NAMCO BANDAI	45124
7	SSX	ELECTR. ARTS	43619
8	NARUTO SHIPPUDEN :ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS	NAMCO BANDAI	36083
9	RESIDENT EVIL : OPERATION RACCOON CITY	CAPCOM	31204
10	NEED FOR SPEED : THE RUN	ELECTR. ARTS	28523

**TOP 10 PS3 EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	CALL OF DUTY : MODERN WARFARE 3	ACTIVISION	6853608
2	FIFA 12	ELECTR. ARTS	4052019
3	BATTLEFIELD 3	ELECTR. ARTS	3979270
4	FIFA STREET 4	ELECTR. ARTS	3885493
5	FINAL FANTASY XIII-2	SQUARE ENIX	3031653
6	SSX	ELECTR. ARTS	2957669
7	NARUTO SHIPPUDEN :ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS	NAMCO BANDAI	2661048
8	THE ELDER SCROLLS V : SKYRIM2	BETHESDA	2355670
9	RESIDENT EVIL : OPERATION RACCOON CITY	CAPCOM	1804214
10	MASS EFFECT 3	ELECTR. ARTS	1529787

IL NE FAUT PAS SE CACHER, LA BAISSÉ A ÉTÉ NETTEMENT PLUS BRUTALE QU'ATTENDU.



GfK

GfK

UN QUADRIMESTRE DE RECUL  
GÉNÉRALISÉ

TOP 10 PS VITA EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	UNCHARTED : GOLDEN ABYSS	SONY	45921
2	FIFA FOOTBALL	ELECTR. ARTS	21456
3	RAYMAN ORIGINS	UBISOFT	14476
4	WIPEOUT 2048	SONY	14384
5	UNIT 13 : DIRECT ACTION	SONY	8317
6	VIRTUA TENNIS 4 : WORLD TOUR EDITION	SEGA	7209
7	ULTIMATE MARVEL VS CAPCOM 3	CAPCOM	6174
8	RIDGE RACER	NAMCO BANDAI	5204
9	DUNGEON HUNTER : ALLIANCE	GAMELOFT	4759
10	NINJA GAIDEN SIGMA PLUS	TECMO KOEI	3937

TOP 10 PS VITA EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	UNCHARTED : GOLDEN ABYSS	SONY	2166204
2	FIFA FOOTBALL	ELECTR. ARTS	969047
3	RAYMAN ORIGINS	UBI SOFT	573025
4	WIPEOUT 2048	SONY	562948
5	UNIT 13 : DIRECT ACTION	SONY	327899
6	VIRTUA TENNIS 4 : WORLD TOUR EDITION	SEGA	264703
7	ULTIMATE MARVEL VS CAPCOM 3	CAPCOM	264593
8	DUNGEON HUNTER : ALLIANCE	GAMELOFT	179673
9	NINJA GAIDEN SIGMA PLUS	TECMO KOEI	164167
10	RIDGE RACER	NAMCO BANDA	1514507



Sans actualité forte, pas de croissance possible. On en déduira que le second semestre s'annonce pour sa part flamboyant, capable de renverser la tendance. Il faut l'espérer et l'expérience nous montre que le jeu vidéo demeure une des stars de Noël. 2012 dans son ensemble aura de toute évidence une physionomie globale plus réjouissante que ce premier quadrimestre. Mais de toute évidence, les consommateurs sont en attente de nouveautés. Suite à l'E3 on sait de façon quasiment certaine qu'il n'y a rien à attendre côté hardware, en dehors d'une Wii-U dont on sait seulement qu'elle sortira « sur l'année calendaire 2012 ». Il va donc falloir compter sur le soft pour tirer le marché.

**INQUIÉTUDE (TRANS)PORTABLE**

Si la situation sur les consoles de



DE TOUTE ÉVIDENCE, LES CONSOMMATEURS SONT EN ATTENTE DE NOUVEAUTÉS.



salon n'est pas réjouissante depuis le début de l'année, elle est bien pire que les consoles portables. Car sur ce segment, on ne peut déplorer l'absence de nouveau hardware ! Nintendo 3DS et PS Vita sont désormais là... mais ne parviennent pas à stopper le recul des ventes, en volume et en valeur, de consoles comme de jeux. Et on ne parle pas d'une petite contraction du marché, non, mais de presque - 20 % en valeur dans les deux cas ! Là aussi on pourra déplorer le manque de soft, et se dire que la fin de l'année sera meilleure. Ce sera sûrement le cas d'ailleurs... à condition tout de même que les consommateurs aient les moyens financiers de supporter et le segment des consoles de





# dLAN<sup>®</sup> 500 – 3 CPL 500 Mbits/s en un !

**NOUVEAU!**

3 connecteurs Ethernet 1 gigabit

Chaque prise de courant murale devient un connecteur réseau

Adaptateur CPL  
le plus rapide avec  
trois ports LAN



#### dLAN<sup>®</sup> 500 AVtriple+

- Adaptateur Powerline pour connecter jusqu'à 3 appareils réseau
- Réseau à domicile via les câbles électriques avec des taux de transfert atteignant 500 Mbits/s
- Relie les ordinateurs et les applications électroniques grand public entre eux et avec Internet
- Facile et sûr : Fonctionne dans chaque pièce, dans chaque maison
- Connexion directe de un, deux ou trois appareils grâce au commutateur gigabit intégré
- Plus aucune prise murale n'est perdue grâce à la prise de courant intégrée

**devolo**

The Network Innovation



Plus d'informations:

[www.devolo.fr](http://www.devolo.fr)

devolo France · 215 rue Jean Jacques Rousseau · 92130 Issy les Moulineaux · Tél.: +33 1 45 29 18 32 · info@devolo.fr



GfK

UN QUADRIMESTRE DE RECUL  
**GÉNÉRALISÉ**

salon et le segment des consoles portables ! Sauf à envisager un retour de la croissance qu'aucun économiste entrevoit, on se permet de douter. La fin 2011 fut loin d'être mauvaise pour la Nintendo 3DS et la Vita n'est sortie qu'à la fin février, et elle vient, début juin de bénéficier d'une opération commerciale qui fait baisser son prix. Certes, on connaît le talent de Nintendo pour réaliser des scores impressionnants à Noël, mais si la Wii U est bel et bien commercialisée avant la fin 2012, tel que son fabricant l'annonce, ne risque-t-on pas de voir les ventes de l'une phagocytter celles de l'autre ? Le risque est grand, sauf à ce qu'un manque de disponibilité en Wii U (sortir au même moment le même produit technologique sur tous les continents en évitant les ruptures de stocks est une prouesse industrielle et commerciale d'une complexité extrême) bénéficie in fine à sa cousine la Nintendo 3DS.

Le segment des consoles portables, c'est une évidence, souffre encore plus que prévu de la concurrence de celle des smartphones et de leurs « stores » dont le catalogue de jeux s'accroît et s'améliore chaque jour. La stratégie des constructeurs de téléphone, qui sortent les uns après les autres des smartphones qualitatifs mais à des prix contenus (on entend parler maintenant d'une véritable stratégie de gamme chez Apple...) n'est pas faite pour rassurer

**LE SEGMENT DES  
CONSOLES PORTABLES  
SOUFFRE PLUS QUE  
PRÉVU DE LA  
CONCURRENCE DES  
SMARTPHONES ET DE  
LEURS STORES.**

**TOP 10 3DS EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	MARIO KART 3D	NINTENDO	92161
2	SUPER MARIO 3D LAND	NINTENDO	78241
3	MARIO ET SONIC AUX JEUX OLYMPIQUES DE LONDRES 2012	SEGA	44451
4	KID ICARUS : UPRISING	NINTENDO	33514
5	RESIDENT EVIL: REVELATIONS	CAPCOM	19609
6	THE LEGEND OF ZELDA : OCARINA OF TIME 3D	NINTENDO	16373
7	SUPER POKEMON RUMBLE	NINTENDO	14624
8	SKYLANDERS : SPYRO'S ADVENTURE - STARTER PACK	ACTIVISION	12144
9	NINTENDOGS + CATS : GOLDEN RETRIEVER & SES AMIS	NINTENDO	11656
10	SONIC GENERATIONS	SEGA	10096

**TOP 10 3DS EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	MARIO KART 3D	NINTENDO	3783958
2	SUPER MARIO 3D LAND	NINTENDO	3213327
3	MARIO ET SONIC AUX JEUX OLYMPIQUES DE LONDRES 2012	SEGA	1959654
4	KID ICARUS : UPRISING	NINTENDO	1471155
5	RESIDENT EVIL: REVELATIONS	CAPCOM	863877
6	SKYLANDERS : SPYRO'S ADVENTURE - STARTER PACK	ACTIVISION	747609
7	THE LEGEND OF ZELDA : OCARINA OF TIME 3D	NINTENDO	686161
8	SUPER POKEMON RUMBLE	NINTENDO	631137
9	NINTENDOGS + CATS : GOLDEN RETRIEVER & SES AMIS	NINTENDO	500107
10	SONIC GENERATIONS	SEGA	429912

**TOP 10 DS EN VOLUME, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	Unités vendues
1	INAZUMA ELEVEN 2 : TEMPETE DE FEU	NINTENDO	38607
2	INAZUMA ELEVEN 2 : TEMPETE DE GLACE	NINTENDO	38458
3	NEW SUPER MARIO BROS	NINTENDO	33211
4	PROFESSEUR LAYTON : L'APPEL DU SPECTRE	NINTENDO	29490
5	INAZUMA ELEVEN	NINTENDO	29105
6	MARIO KART	NINTENDO	22809
7	MARIO ET SONIC AUX JEUX OLYMPIQUES D'HIVER	SEGA	16909
8	POKEMON VERSION NOIRE	NINTENDO	16121
9	POKEMON VERSION BLANCHE	NINTENDO	15711
10	BEYBLADE METAL MASTERS : NIGHTMARE REX + TOUPIE	KONAMI	12585

**TOP 10 DS EN VALEUR, JANVIER-AVRIL 2012**

Rang	Titre	Editeur	CA en euros
1	INAZUMA ELEVEN 2 : TEMPETE DE FEU	NINTENDO	1497294
2	INAZUMA ELEVEN 2 : TEMPETE DE GLACE	NINTENDO	1493603
3	NEW SUPER MARIO BROS	NINTENDO	1265725
4	PROFESSEUR LAYTON : L'APPEL DU SPECTRE	NINTENDO	1138757
5	INAZUMA ELEVEN	NINTENDO	1127922
6	MARIO KART	NINTENDO	878853
7	POKEMON VERSION NOIRE	NINTENDO	614796
8	POKEMON VERSION BLANCHE	NINTENDO	598116
9	BEYBLADE METAL MASTERS : NIGHTMARE REX + TOUPIE	KONAMI	480831
10	SUPER MARIO 64	NINTENDO	393225



GfK

**MARCHÉ DES LOGICIELS CONSOLE EN FRANCE (SEMAINE 1-17)**

SELL GfK

	Offre			Nouveautés			Prix Moyen (euros)		
	2011	2012	Evolution	2011	2012	Evolution	2011	2012	Evolution
Total logiciels console	6894	7283	6%	439	351	-20%	35,5	37,3	5%
PS3	911	1187	30%	118	101	-14%	45,7	44,9	-2%
PS2	1447	1086	-25%	12	0	-100%	11,3	11,7	3%
Xbox 360	1022	1230	20%	12	89	3%	40,1	42,3	5%
Wii	1078	1206	12%	81	44	-46%	37,5	35,1	-6%
PSP	754	782	4%	39	33	-15%	19,1	13,1	-31%
PS Vita	0	27	-	0	27	-	-	41,7	-
3DS	21	108	414%	21	26	24%	43,5	39,7	-9%
DS	1632	1632	0%	69	27	-61%	27,9	27,4	-2%

LES DISTRIBUTEURS SONT LES PREMIERS TOUCHÉS.

**JEUX PAR PLATE-FORME 2012 VS 2011 (SEMAINE 1-17)**

SELL GfK

Données 100%	Volume (milliers)			Valeur (millions d'euros)		
	2011	2012	Evolution	2011	2012	Evolution
Total logiciels console	7910090	6678076	-16%	281101940	249024467	-11%
PS3	1 929 745	1 944 022	1%	88 175 940	87 214 188	-1%
PS2	305 117	78 365	-74%	3 449 776	915 315	-73%
Xbox 360	1 352 193	1 317 608	-3%	54176178	49806865	3%
Wii	1 769 455	1 419 498	-20%	66 323 832	49 806 865	-25%
Total Salon	5 356 520	4 759 493	-11%	212 125 776	193 613 563	-9%
3DS	139283	529170	280%	6059600	20982584	246%
DS	1919326	802990	-58%	53479416	22032080	-59%
PSP	494962	422007	-15%	9437148	5544649	-41%
PS Vita		164415			6851591	
Total Portable	2553570	1918583	-25%	68976164	55410904	-20%

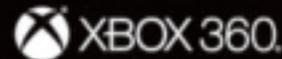


sur le devenir du marché des consoles portables. D'autant qu'en ne proposant que peu de nouveautés durant une longue partie de l'année, les éditeurs, mais surtout les constructeurs détournent des consommateurs de plus en plus zappeurs.

Cette hyper-saisonnalité a des conséquences sur de nombreux acteurs du marché. Les premiers touchés sont bien évidemment les distributeurs qui n'ont pas tous les moyens de jouer à quitte ou double une large part de leurs revenus annuels sur quelques semaines de vente. Et que dire de la présence du jeu vidéo dans les hypermarchés, qui peine à garder son attractivité durant des mois ?

2012 ne s'annonce pas comme un bon crû pour le jeu vidéo, et les signes de reprise que l'on pouvait attendre ne sont pas là.







# HITMAN™

---

## A B S O L U T I O N

2 0 - 1 1 - 1 2



©2012 Square Enix, Ltd. "PS" and "Playstation" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS3" is a trademark of the same company. KINECT, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies and are used under license from Microsoft. All other trademarks are the properties of their respective owners.



SELL

JDLI-N°222  
Spécial Idef

38

Après un début d'année 2012 décevant, le jeu vidéo s'apprête à aborder un second semestre qui cristallise bon nombre d'espoirs. Lancement de la Wii U, galvanisation du marché des portables cet été, parcs installés des consoles actuelles qui continue malgré tout de grimper : quels seront les leviers de l'industrie pour les prochains mois face à un marché en pleine transformation ? Georges Fornay, Secrétaire général du Sell, répond à nos questions.



**Sell**  
**Georges Fornay**,  
Secrétaire général du Sell

## LES DÉFIS DU JEU VIDÉO



**JDLI : LES VENTES DE CONSOLES ET DE JEUX VIDÉO DEPUIS LE DÉBUT DE L'ANNÉE ONT-ELLES ÉTÉ SATISFAISANTES ?**

**Georges Fornay** : Les ventes sur l'ensemble des marchés de l'industrie des contenus (musique, vidéo, livres) ainsi que sur les marchés du PC ou de l'EGP sont en baisse.

L'industrie du jeu vidéo ne fait pas exception, même si cette baisse est liée, pour ce qui la concerne, à des facteurs spécifiques qui nous permettent de penser, par ailleurs, que la fin d'année sera bien meilleure et en croissance significative.

**CETTE BAISSÉ DU DÉBUT D'ANNÉE EST-ELLE LA SUITE LOGIQUE DE 2011 OU COMPORTE-T-ELLE DES ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES ?**

Elle est à la fois dans la suite de 2011 et marquée par des facteurs spécifiques. Nous arrivons en fin de cycle sur la génération actuelle, même si les parcs installés très élevés permettent de maintenir un bon niveau de ventes de jeux; il n'est donc pas étonnant que le marché baisse en valeur à ce stade du cycle. Le marché est également rythmé par les sorties de titres AAA qui tirent le marché et l'actualité a été assez maigre en ce début d'année, en dépit de quelques beaux succès, à l'image de Diablo 3 sur PC. Parmi les facteurs spécifiques, le contexte de crise pèse sur l'activité, mais on s'aperçoit que le jeu vidéo s'en sort relativement bien quand on le compare à d'autres marchés grand public, comme le PC ou l'EGP (électronique grand public) qui sont dans des baisses à deux chiffres, respectivement - 14 et -18%\*.

**LES FREINS AU REBOND DU MARCHÉ SONT-ILS LES MÊMES POUR LE SEGMENT DES CONSOLES ET DE JEUX PORTABLES ET SUR L'UNIVERS DES CONSOLES DE SALON ?**

Le rebond des marchés est lié au renouvellement des machines aussi bien sur le segment des consoles de salon que celui des consoles portables. Ce rebond est amorcé sur le marché des portables qui



connaîtra une croissance forte, à deux chiffres aussi bien sur le hardware que le software.

**QUELLES SONT DÉSORMAIS LES PRÉVISIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRES DES VENTES RETAILS SUR L'ENSEMBLE DE 2012 POUR LES LOGICIELS DE LOISIRS ET LES CONSOLES ?**

Si l'on considère le marché dans sa globalité en incluant les ventes dématérialisées et l'ensemble des plates-formes, le marché devrait se situer entre -2 et +1% sur l'année calendaire 2102\*. Cette estimation intègre le lancement de la Wii U et un rebond des ventes de la PS Vita attendus en fin d'année.

**QUE PEUT-ON ATTENDRE DU SECOND SEMESTRE SUR CES DEUX SEGMENTS ?**

Une croissance significative des ventes en valeur. Nous avons mangé notre pain noir sur les six premiers mois. Le lancement des traditionnels blockbusters sur la fin d'année, associé à la montée en puissance du parc installé de la Nintendo 3DS, au rebond des ventes de la PS Vita et au lancement de la Wii U sont autant de facteurs favorables qui vont tirer le marché vers le haut.

**LE FAIBLE NOMBRE DE JEUX SORTIS EN DÉBUT D'ANNÉE AU PROFIT DE QUELQUES SEMAINES AVANT NOËL N'EST-IL PAS UN RISQUE DOUBLE POUR L'ÉDITEUR ?**

Ce n'est pas nouveau, il n'y pas de « main invisible » qui organiserait le marché pour l'optimiser, en rythmant les sorties de jeux idéalement tout au long de l'année. C'est un risque plus prononcé pour les titres qui ne sont pas assez costauds pour faire face aux AAA, mais c'est aussi une opportunité que de pouvoir compter sur une saisonnalité qui assure une montée en puissance régulière des ventes de septembre à décembre. En sortant sur cette période, vous êtes sûrs de bénéficier de cet appel d'air du marché qui pousse les ventes des meilleurs titres dans la stratosphère et qui permet également aux titres moins forts de réaliser

**SELL**



SELL

« NOUS AVONS MANGÉ NOTRE PAIN NOIR SUR LES SIX PREMIERS MOIS. »

des ventes décentes par rapport à une période plus creuse. Il peut aussi être judicieux, parfois, de décaler un lancement après Noël pour bénéficier du fort développement des bases installées sur la fin d'année.

**DANS CETTE PHASE DE CREUX, LE FOND DE CATALOGUE EST-IL SUFFISAMMENT EXPLOITÉ ?**

Le marché du jeu vidéo est d'abord un marché de nouveautés. L'exploitation du fond de catalogue ne doit pas être négligée, mais il ne peut pas tenir le marché, comme c'est le cas dans la musique ou la vidéo. On écoute des chansons des Beatles encore aujourd'hui, on regarde des films tournés il y a 30 ou 40 ans, on ne joue pas (massivement) à des jeux réalisés ne serait-ce qu'il y a quelques années. Un jeu a une courbe de vie très courte. Le fond de catalogue dans le jeu vidéo est constitué de jeux lancés il y a quelques mois, actuellement ce sont ces titres qui animent le marché et qui sont dans le top 10 en l'absence de lancement de gros titres. Le fond de catalogue comporte également des titres plus anciens que les joueurs acceptent d'acheter à un prix faible qui ne permet pas de dégager un chiffre d'affaires capable de tirer le marché. L'obsolescence des plates-formes entraîne l'obsolescence des jeux qui tournent sur celles-ci et une console chasse l'autre lors des renouvellements de cycle. Les choses vont peut-être changer avec la montée des ventes dématérialisées, les nouvelles façons de jouer, les nouvelles plates-formes et les nouveaux « business models » qui vont se mettre en place, mais pour ce qui nous concerne concrètement en 2012, ce n'est pas encore le cas.

**LES CONSOLES PORTABLES ONT-ELLES**



**VRAIMENT UN AVENIR EN FRANCE FACE À LA PRESSION CONCURRENTIELLE DES SMARTPHONES ?**

Les ventes de consoles 3DS sont supérieures de 28%\* à ce qu'elles étaient sur DS à période comparable après 14 mois de commercialisation. Comment l'expliquez-vous ? Si les joueurs abandonnaient les portables, les ventes sur la nouvelle génération de machines devraient baisser, hors c'est l'inverse. Tant que les consoles portables apporteront une valeur ajoutée, une expérience de jeu

unique, différenciée et supérieure que doivent délivrer des plates-formes dédiées exclusivement au jeu, pour un prix que les joueurs jugent acceptables, elles sauront trouver leur place. Le risque à terme est lié à l'évolution de la technologie dans la téléphonie mobile (taille et qualité de l'écran, puissance des processeurs etc...) associée à l'amélioration de jouabilité (écran tactile) et à la vitesse du développement d'une base installée homogène qui permettraient aux smartphones de proposer un confort de jeux comparable aux consoles et des coûts de développement inférieurs aux éditeurs, pour une espérance de gains supérieure. On parle peu du coût de développement des jeux qui est un facteur clef. Associé à la vitesse de développement de la base installée, il est un paramètre déterminant qui conditionne le support des éditeurs à une plate-forme ou à une autre. A court terme, la Nintendo 3DS est un peu protégée par le savoir faire unique des studios internes qui produisent des licences exclusives très fortes, capables de maintenir l'attachement d'une base de joueurs quasi « addict » à la marque. En ce sens, ils délivrent cette valeur ajoutée unique et différenciante. Par ailleurs, Nintendo ne se positionne pas dans cette course à la technologie, au contraire de Sony dont la PS Vita est peut-être plus concernée par cette concurrence potentielle directe des smartphones. Sony devra trouver les armes pour maintenir cette



SELL

LES DÉFIS DU  
JEU VIDÉO



différenciation dans les mois qui viennent comme la 3DS a su le faire brillamment avant elle.

CONSTATE-T-ON UNE MONTÉE EN  
PUISSANCE DES FAÇONS DE JOUER  
« ALTERNATIVES » ?

Les joueurs sont de plus en plus nombreux (28 millions\*) et jouent de plus en plus (10 heures par semaine en 2011\*\*), sur plus de plates-formes. Il ne faut pas forcément penser que les plates-formes se cannibalisent, même si ce risque n'est pas exclu sur le moyen terme et si le temps et le pouvoir d'achat disponibles ne sont pas illimités. C'est ce que nous confirme l'étude Gamestrack conduite par notre syndicat Européen, l'ISFE dont la première mouture vient de sortir (voir page 12). Le marché vit une phase de profonde mutation. On voit apparaître de nouvelles plateformes, de nouvelles façons de jouer, de nouveaux « business models » qui secouent un ordre bien établi depuis une vingtaine d'années. Néanmoins, « tout ce qui brille, n'est pas or » en tout cas, pas forcément. Il faut se garder de porter des jugements définitifs, un peu trop rapidement. Voyez l'exemple Zynga, la « success story » de ce début d'année 2012 dont la valorisation était estimée jusqu'à 20 milliards de dollars avant son introduction, introduite sur une base à 10 milliards, la société est valorisée aujourd'hui 4.5 milliards (ce qui reste remarquable pour une société qui a démarré il y a cinq ans). Combien d'analyses d'experts financiers et autres pour perdre 15 milliards en quelques mois ? Il ne faut pas avoir une vision malthusienne qui verrait finalement les nouvelles plateformes cannibaliser les anciennes pour entraîner le marché à la baisse, un peu comme nous avons pu le constater, dans un autre registre, sur le marché de la musique. Au contraire, le marché du jeu vidéo bouillonne et cette « destruction créatrice » qui bouleverse l'ordre établi, favorise et voit apparaître de nouvelles plateformes, de nouveaux acteurs, de nouveaux « business models » aux côtés des acteurs traditionnels qui n'entendent pas rendre les armes et qui s'adaptent à ces évolutions. Ainsi, les ventes physiques vont rebondir avec le nouveau cycle de consoles, certainement un peu moins haut que dans les cycles précédents, mais elles seront accompagnées par la montée en puissance des ventes dématérialisées. Au final, cette dynamique devrait permettre au marché mondial de passer de 75 milliards en 2011 à 109 milliards de dollars d'ici 2015\*\*\*. Quelle industrie peut anticiper de tels taux de croissance dans le contexte économique actuel ?



A PROPOS DE L'IDEF 2012...

CETTE ANNÉE LE SALON SOUFFRE DE L'ABSENCE DE QUELQUES ÉDITEURS IMPORTANTS. EST-CE QUE L'IDEF POURRA ÊTRE RECONDUIT À L'IDENTIQUE DANS L'AVENIR ? FAUT-IL UNE NOUVELLE DATE ET/OU UN NOUVEAU LIEU ?

Par le passé, de grands acteurs ont fait l'impasse sur l'Idéf (ou le MedPi Software à l'époque). Ils sont tous revenus par la suite. Vous pouvez arguer que le contexte est différent cette fois-ci et qu'il faut aborder le sujet sous un autre angle. Nous nous posons ce genre de questions à la fin de chaque édition. Laissons donc passer cette édition et nous pourrions en reparler juste après, si vous le souhaitez. Pour ce qui est d'une nouvelle date ou d'un nouveau lieu, venir parler du « business » sur la Côte d'Azur au mois de juin, avouez qu'il y a pire comme conditions de travail. Si nous pouvons trouver mieux, nous n'hésiterons pas à changer comme nous l'avons fait en passant de Monaco à Cannes...

LE SELL RASSEMBLE LES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS. NE FAUDRAIT-IL PAS S'OUVRIRE À D'AUTRES ACTEURS DU MARCHÉ ?

Oui, le syndicat ne se limite pas aux éditeurs actuellement présents autour de la table. Le Sell doit pouvoir intégrer tous les acteurs qui partagent les mêmes enjeux. Le jeu vidéo n'est pas encore considéré à sa juste valeur en France. Nous n'avons pas le poids médiatique de l'industrie du cinéma ou de la musique qui s'appuient sur leur image d'industries culturelles et leurs porte-voix que sont les artistes pour obtenir l'écoute des pouvoirs publics. Nos stars sont virtuelles, nous sommes une industrie mondiale et nous avons peu d'éditeurs locaux. Autant de handicaps qu'il nous faut surmonter pour faire entendre la voix du monde du jeu vidéo. Les 28 millions de joueurs français dont les rangs ne cessent de grossir, sont probablement nos meilleurs alliés et devraient pleinement nous aider dans cette mission.

« LES VENTES  
PHYSIQUES VONT  
REBONDIR AVEC LE  
NOUVEAU  
CYCLE DE  
CONSOLES. »

\* source GFK  
\*\* GFK Rec +  
\*\*\* IDG avril  
2012

LA SOUPLESSE\*  
VOTRE EXIGENCE  
LA REACTIVITE  
NOTRE FORCE

Votre **seul** partenaire sur mesure

**JEUX VIDÉO/CONSOLES/VIDÉO/  
LOGICIELS ET PÉRIPHÉRIQUES PC/  
ACCESSOIRES IT/ EGP/ ACCESSOIRES  
I-PHONE,I-PAD/ I-POD/ HIFI/ CASQUES  
AUDIO/ ROBOTS TÉLÉCOMMANDÉS/  
HOME CINÉMA/ TV LED/ DVD/ BLU-RAY/**

*\* toujours*

# RESTONS CONNECTÉS

**RDV SUR VOTRE SITE EXTRANET  
CONSULTEZ NOTRE CATALOGUE  
COMMANDEZ EN UN SEUL CLIC  
ET GÉREZ VOTRE COMPTE**

<https://extranet.sodifa.net>

Demandez vos accès pour accéder à tous les avantages du site

- *Visuels et fiches produits extractibles*
- *Stock en temps réel*
- *Commandes et suivi (traçabilité)*
- *Historique du compte :*
  - *Détail des commandes,*
  - *BL, factures,*
  - *Reliquats,*
  - *Avoirs et décotes,*
- *Déclaration des baisses de prix en ligne*
- *News et promotions*



[www.sodifa.com](http://www.sodifa.com)



ÉDITION

Après un début d'année morose, tous les yeux sont tournés vers un second semestre que l'on espère particulièrement porteur. Voici une sélection de jeux vidéo qui devraient marquer la deuxième partie de 2012, là où une grande part du business devra se faire.

JDLI-N°222  
Spécial Idef

42

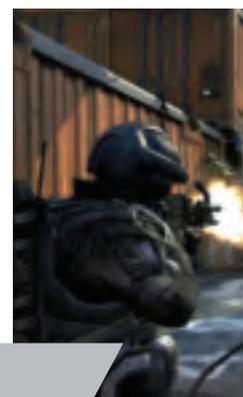
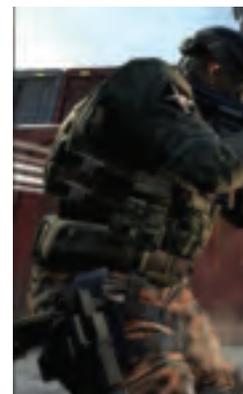
# ÉDITION

## ACTIVISION BLIZZARD

### CALL OF DUTY BLACK OPS 2

(LE 13 NOVEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Série de tous les records, Call of Duty revient en fin d'année avec un nouveau volet dont la particularité est de voir son action prendre place dans le futur. Le fameux jeu d'action en vue subjective et à l'ambiance très hollywoodienne s'inspire d'éléments d'actualité contemporaine pour imaginer une année 2025 à feu et à sang. Anticipation oblige, le jeu permettra d'utiliser un équipement hi-tech avec armements futuristes, robots téléguidés et autres drones. Comme toujours dans la série, de nombreux modes multijoueurs sont au programme, ainsi que de nouveaux niveaux Strike Force qui devraient initier un mode « bac à sable » dans la série.





## QUESTIONS À

**DAVID NEICHEL,**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ACTIVISION BLIZZARD FRANCE

**JDLI : COMMENT ALLEZ-VOUS TRAVAILLER LA MARQUE CALL OF DUTY SUR CETTE FIN D'ANNÉE ?**

**David Neichel :** Tout d'abord avec un nouveau volet, Call of Duty Black Ops 2, développé par le studio Treyarch qui avait développé le premier Black Ops, qui est resté l'un des plus populaires auprès de la communauté. Des risques sont pris cette année autour de la licence pour répondre aux attentes des joueurs : pour la première fois, l'action du jeu va se dérouler dans le futur, nous avons d'ailleurs travaillé avec des experts de l'armée américaine pour définir à quoi ressemblera la guerre de demain, ce qui a un impact sur la jouabilité avec des armes inédites, des drones et des robots. Une autre prise de risque tient dans la liberté plus importante accordée au joueur qui peut prendre des choix plus variés au cours de la partie solo. Le moteur graphique a encore progressé sans toucher la fluidité à 60 images par seconde et, côté multijoueurs, je pense que ce volet aura autant d'impact que Black Ops à l'époque, qui avait popularisé par exemple le mode zombie. Le service Elite va par ailleurs évoluer vers une version 2.0 avec ce nouveau titre. Nouveauté de cette année, nous développons dans les points de ventes des espaces dédiés à la série Call of Duty, ce qui nous permet de travailler la gamme dans son intégralité, composée de très long-sellers. Fin août sort par ailleurs la version Platinum de Call of Duty Black Ops, ce qui sera un lancement très important pour nous.

**OÙ EN SONT LES VENTES DE CALL OF DUTY EN FRANCE ?**

Elles sont en constante progression, celles de Modern Warfare 3 ont ainsi progressé de 20% par rapport au volet précédent, Black Ops. Nous en sommes actuellement à 1,6 million de jeux vendus pour Modern Warfare 3 en France.

**APRÈS LE SUCCÈS DE SKYLANDERS CES DERNIERS MOIS, COMMENT ALLEZ-VOUS SOUTENIR LE PHÉNOMÈNE SUR CETTE FIN D'ANNÉE ?**

C'est en effet un joli succès avec trois millions de figurines écoulées en France et plus de 350 000 jeux vidéo vendus. Skylanders représente la nouvelle franchise de jeu vidéo qui a généré le plus de chiffre d'affaires sur 2012, c'est aussi le jouet le plus vendu en France sur 2012... Bref, c'est la plus belle création de propriété intellectuelle depuis longtemps et elle est là pour durer. Notre cœur de cible se situe

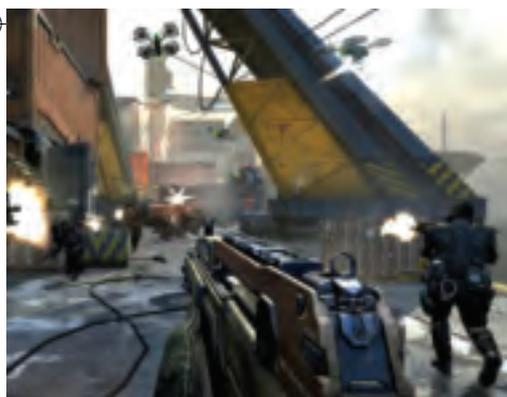
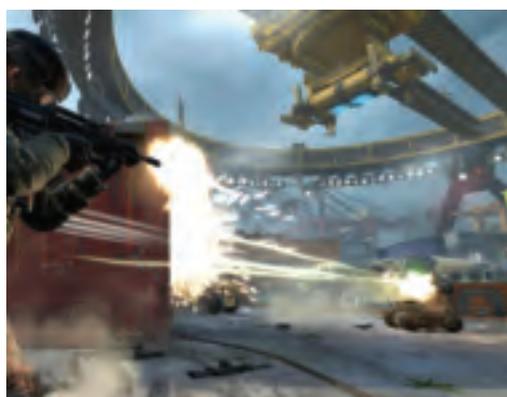
chez les six à 12 ans, et nous estimons avoir touché un quart de notre cible, nous avons donc encore un très beau potentiel de croissance. C'est une franchise que nous soutenons tout au long de l'année, via des campagnes TV et de la présence en magasins. Les points de ventes mettant en place des espaces dédiés à la démonstration de Skylanders le ressentent d'ailleurs dans leurs parts de marché... En octobre, nous lançons Skylanders Giants qui va notamment apporter de nouveaux personnages. Cette année va marquer aussi le lancement de nombreux produits dérivés comme du textile ou des jouets Mega Bloks dédiés.

**VOUS AVEZ SOULIGNÉ EN DÉBUT D'ANNÉE LES DIFFICULTÉS À FAIRE RESPECTER LE DAY ONE DE CERTAINES SORTIES. COMPTEZ-VOUS PRENDRE DES MESURES PARTICULIÈRES CETTE ANNÉE ?**

La situation a évolué dans le bon sens depuis l'année dernière. On a pu s'en rendre compte particulièrement à l'occasion de la sortie de Diablo 3 où la date de commercialisation a été bien respectée, même si nous sommes évidemment dans le domaine du jeu qui doit être connecté pour être activé... Cette sortie a représenté un record en termes d'ouvertures événementielles puisque l'on a atteint la cinquantaine de soirées de lancements en magasins en France. Notre objectif va être d'assurer un lancement d'une ampleur événementielle au moins comparable pour Call of Duty : Black Ops 2.

**SUR UN MARCHÉ EN RÉCESSION, COMMENT ACTIVISION SE POSITIONNE-T-IL SUR CETTE FIN D'ANNÉE ?**

Le mot de récession est trop fort je pense, je préfère parler d'une baisse dans un contexte de transition en attendant une prochaine génération de consoles de salon... Et puis on parle avant tout de baisse dans le domaine des jeux sous forme physique car le marché du jeu vidéo au global, online compris, se développe et une part croissante de Français pratique le jeu vidéo. La tendance des ventes est sur ce début d'année à la baisse mais cela reste, je pense, avant lié à l'aspect éditorial car nous sommes sur un marché d'offre et l'on sait que les 2/3 du marché du jeu vidéo se fait sur la fin d'année en général... En ce qui concerne Activision, nous prévoyons une fin d'année exemplaire mais nous avons également la chance de voir notre activité davantage lissée sur l'année avec évidemment la sortie de Diablo 3 ou de World of Warcraft Mists of Pandaria ainsi que les performances continues des jeux Call of Duty mais aussi Skylanders dont les ventes se font tout au long de l'année.



## SKYLANDERS GIANTS

(AUTOMNE 2012 SUR PS3, XBOX 360 ET WII)

Après le succès massif l'année dernière de ce concept original combinant jeux vidéo et jouets sous la forme de figurines, Activision lance une suite avec Skylanders Giants. Au programme ici, 16 nouveaux personnages dont des personnages géants et d'autres illuminés, de tout nouveaux niveaux à explorer... Outre l'aventure principale, le jeu propose des modes complémentaires comme Défis Héroïques, un mode bataille plus développé... En posant ses figurines sur un support « portail magique », le joueur retrouve ses personnages directement au sein du jeu. Celles-ci embarquent également les données relatives à l'évolution du personnage et peuvent être utilisées chez un ami.



ÉDITION

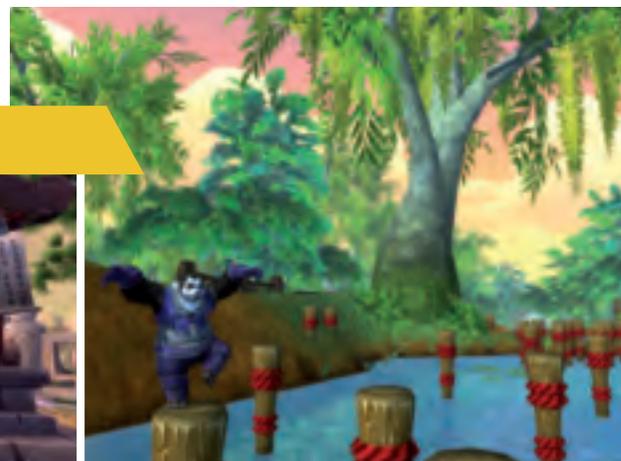
ÉDITION



**WORLD OF WARCRAFT:  
MISTS OF PANDARIA**

(DEUXIÈME SEMESTRE 2012 SUR PC ET MAC)

Le jeu massivement multijoueurs par abonnement le plus populaire au monde accueille une quatrième extension avec Mists of Pandaria. Celle-ci va proposer un nouveau continent à explorer et marquer le retour de la race des pandarens comme personnages jouables. Une nouvelle classe de personnages fait également son apparition, le moine. Via cette nouvelle extension, le niveau maximum pouvant être atteint s'élève désormais à 90. Un nouveau système de talents fait également son apparition et un mode défi en donjon est proposé.



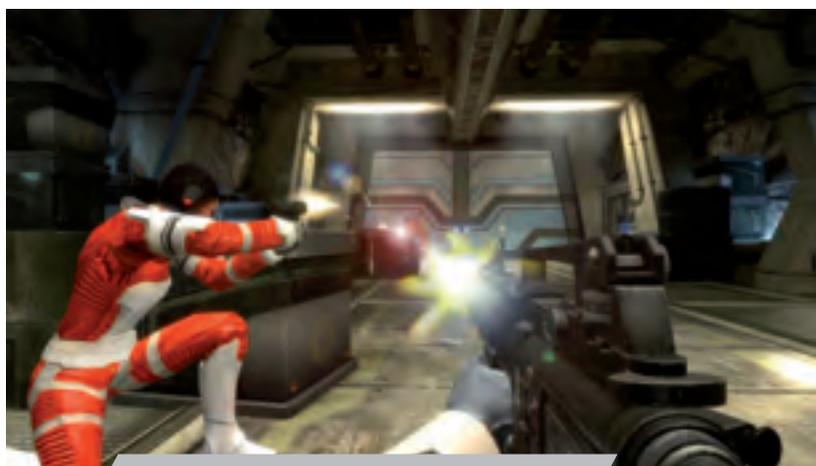
ACTIVISION BLIZZARD

**APRÈS DIABLO 3, L'ÉDITEUR AMÉRICAIN  
DEVRAIT CONTINUER À ANIMER L'ANNÉE  
À COUPS DE TITRES FORTS.**

**007 LEGENDS**

(LE 16 OCTOBRE SUR PC,  
PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Alors que le personnage de James Bond fête cette année ses 50 ans de présence au cinéma et que la sortie du nouveau film Skyfall se prépare (octobre), Activision propose de se replonger dans des moments marquants de l'histoire de l'agent secret britannique. Le studio Eurocom, à qui l'on doit des jeux vidéo de la saga comme GoldenEye Reloaded ou Nightfire signe ce nouveau jeu d'action en vue subjective qui va reposer sur un scénario revisitant six films classiques de la série dont le tout dernier à paraître. Le film Moonraker de 1979 notamment sera au programme. Les niveaux spéciaux Mi6 Ops Missions, apparus dans GoldenEye Reloaded, sont également au programme.

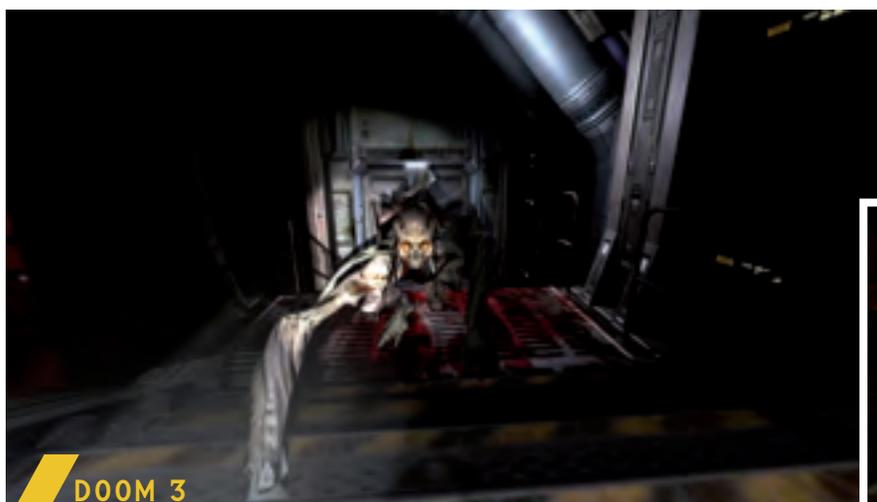
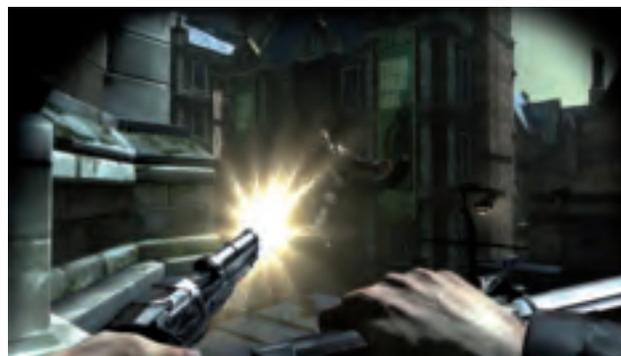
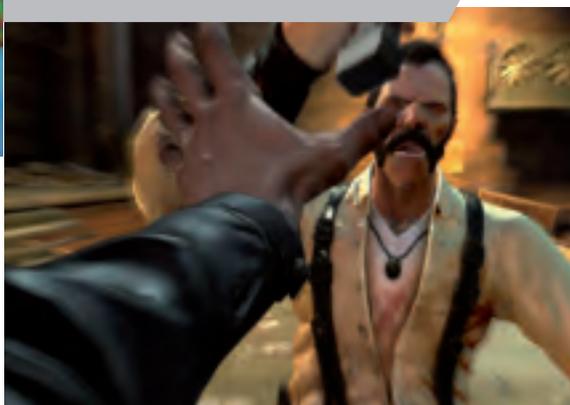


## BETHESDA SOFTWORKS

### DISHONORED

(LE 12 OCTOBRE SUR PC,  
PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

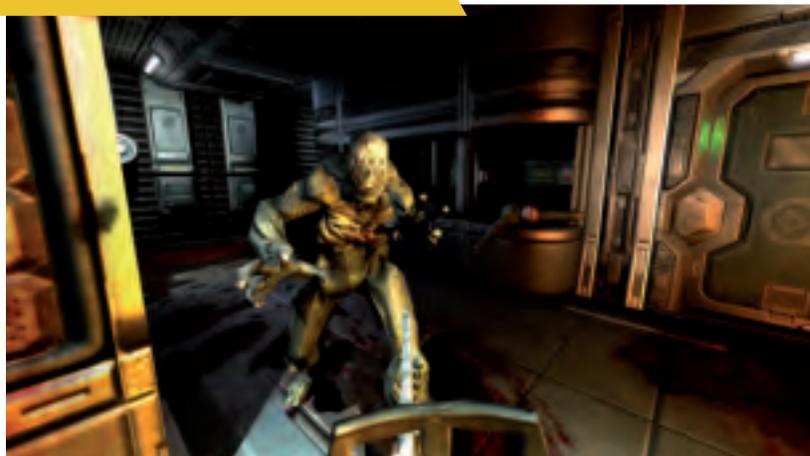
Créé par Arkane Studios (Arx Fatalis, Dark Messiah of Might and Magic), Dishonored invite le joueur à l'exploration d'une ville industrielle (fortement inspirée du Londres du 19ème siècle) où technologie et magie coexistent. Accusé à tort de l'assassinat de l'impératrice dont il était le garde du corps, le personnage principal est devenu un assassin redouté de tous. Par le biais d'une vue subjective, il s'agit de participer à diverses missions au cours desquelles le joueur peut choisir sa manière de procéder, plus ou moins discrète, en usant de ses armes et de ses pouvoirs magiques. De même, actions et décisions prises par le joueur au cours de la partie vont impacter sur le déroulement du scénario.



### DOOM 3 BFG EDITION

(2012)

Doom 3 (2004 sur PC) va profiter d'une cure de jouvence d'ici la fin de l'année. Outre des graphismes revus à la mode haute définition pour Doom 3, les amateurs de jeux d'action en vue subjective seront ravis d'apprendre que cette nouvelle édition du jeu comprendra également du contenu supplémentaire dont l'extension Resurrection of Evil, sept niveaux inédits (The lost Mission) mais aussi les historiques Doom 1 et 2. Cette nouvelle version sera également compatible affichage 3D, son 5.1 surround et comprendra notamment un nouveau système de sauvegardes plus flexible. A noter que id Software annonce l'apparition d'une nouvelle source d'éclairage dans le jeu, permettant enfin de pouvoir tirer tout en éclairant !



# BETHESDA SOFTWORKS

ÉDITION

ÉDITION

BIGBEN INTERACTIVE



## BIGBEN INTERACTIVE

### CASQUE TURTLE BEACH CALL OF DUTY : BLACK OPS 2

Le fabricant Turtle Beach va lancer une ligne de casques audio en série limitée et habillée aux couleurs du blockbuster de fin d'année d'Activision. Après les modèles de l'année dernière dédiés à Modern Warfare 3, l'accessoiriste a de nouveau collaboré avec Activision et le studio de développement du jeu (Treyarch) pour concevoir ces modèles. Cette gamme comprend cinq modèles différents en spécificités et prix (Ear Force Tango, Ear Force Sierra, Ear Force X-ray, Ear Force Kilo et Ear Force Earbuds), chacun comprenant caractéristiques spécifiques, contenus bonus... BigBen Interactive se charge de leur distribution.

## 505 GAMES FRANCE

505 GAMES EST UNE FILIALE  
DU GROUPE ITALIEN  
DIGITAL BROS.

### SUPREMACY MMA

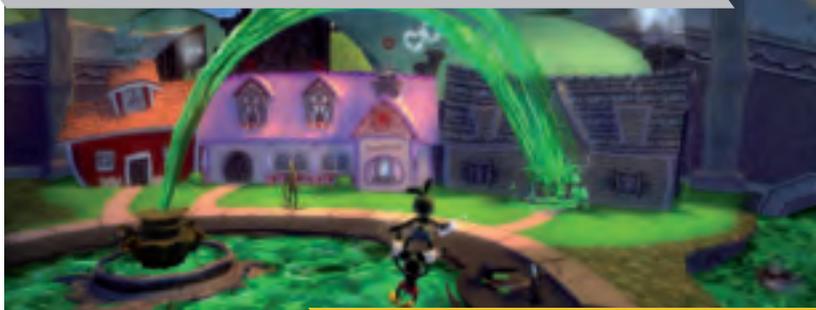
(QUATRIÈME TRIMESTRE 2012 SUR  
PS VITA)

Après les versions Xbox 360 et PlayStation 3, le titre de Free Fight débarque sur la console portable de Sony. Douze arts martiaux sont disponibles (dont le Jiu-Jitsu brésilien, le Karaté, le Kick-Boxing ou la Lutte) pour des affrontements toujours aussi violents dans 17 arènes de combats différentes, comme un entrepôt désaffecté, une classique salle de gym, un bar miteux ou même le célèbre dojo. Jouable jusqu'à quatre, Supremacy MMA contient également un mode scénarisé. A noter que Jérôme Le Banner (le plus célèbre des Kickboxers français) est aussi présent comme personnage jouable.



505  
GAMES FRANCE

## DISNEY INTERACTIVE



OUTRE UNE IMPORTANTE ACTIVITÉ DIGITALE, DISNEY INTERACTIVE DÉVELOPPE LA SAGA EPIC MICKEY.

### DISNEY EPIC MICKEY : LE RETOUR DES HÉROS

(LE 21 NOVEMBRE SUR WII, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

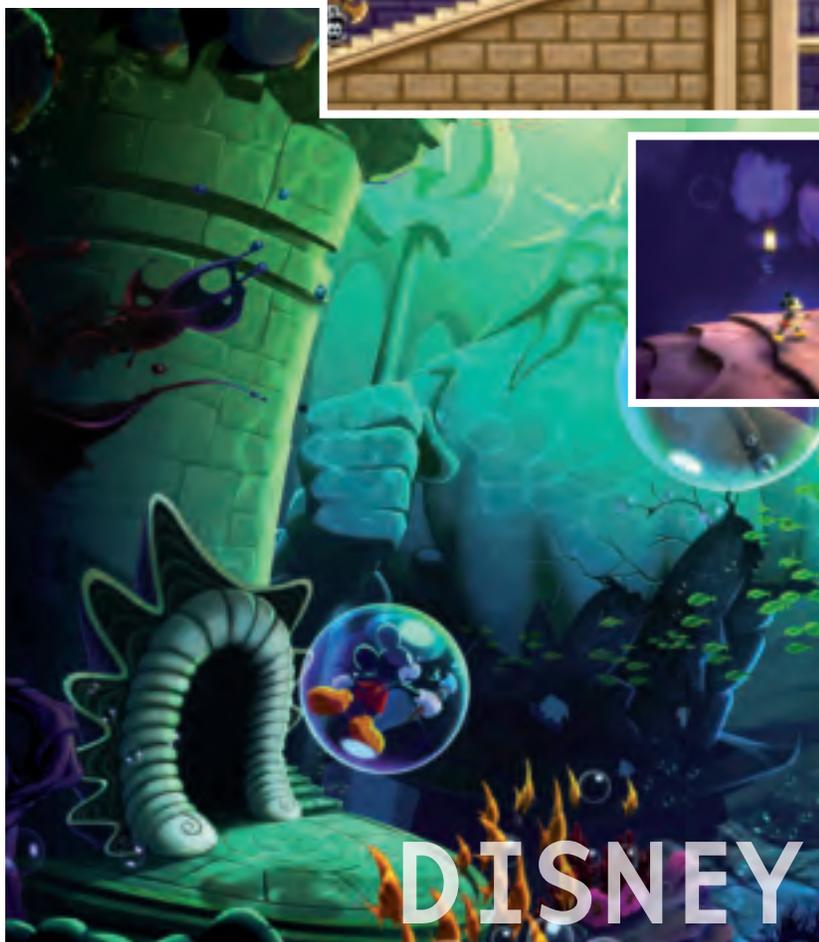
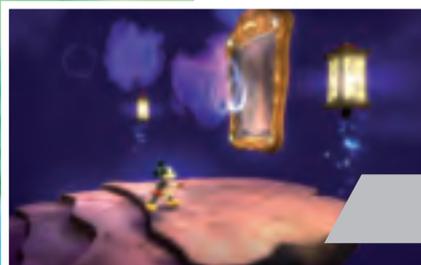
Après un premier Epic Mickey uniquement dédié à la Wii, Disney propose une suite au jeu d'aventure/plate-forme mettant en scène la mascotte maison. Proposé cette fois-ci également sur PlayStation 3 et Xbox 360, Epic Mickey : Le Retour des Héros innove également en proposant désormais le jeu en coopération avec le personnage d'Oswald le Lapin Chanceux (jeu avec un ami ou accompagné par l'intelligence artificielle). Outre un système de caméra revu et corrigé, le titre promet une prise en compte plus importante des actions du joueur au fil de la partie et des conséquences que cela implique. Mickey et Oswald sont de retour à Wasteland, pays des personnages Disney oubliés, où ils vont unir leurs forces. Mickey retrouve son pinceau magique et Oswald dispose d'une télécommande contrôlant l'électricité.



### DISNEY EPIC MICKEY : THE POWER OF ILLUSION

(LE 21 NOVEMBRE SUR NINTENDO 3DS)

Tandis que la suite d'Epic Mickey sort sur les machines de salon, Disney propose un jeu spécifiquement développé pour la console portable en relief de Nintendo. Il s'agit ici d'incarner la mascotte de Disney alors qu'il s'introduit dans le château des illusions afin d'empêcher la sorcière Mirabel de mettre en pratique ses funestes plans, clin d'œil au jeu Castle of Illusion paru dans les années 90 sur Megadrive. Le jeu reprend le gameplay au pinceau d'Epic Mickey et permet aussi de dessiner des objets sur l'écran tactile, qui sont ensuite injectés dans l'écran de jeu.



DISNEY



ÉDITION

ÉDITION

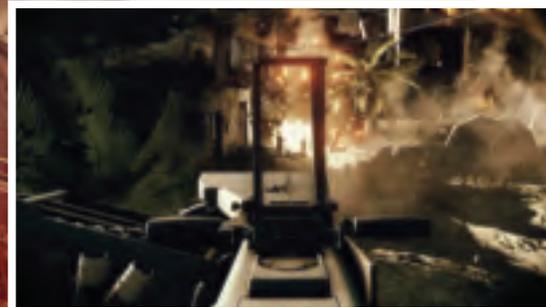
## ELECTRONIC ARTS



### MEDAL OF HONOR WARFIGHTER

(LE 25 OCTOBRE SUR PC, PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Suite du dernier volet en date de la saga Medal of Honor (2010), Warfighter renoue avec l'environnement contemporain. Après l'Afghanistan du précédent jeu, le Medal of Honor nouveau va emmener le joueur dans plusieurs endroits du monde pour remplir diverses missions à haut risque : sauvetage d'otages sur une île des Philippines, élimination de pirates sur la côte somalienne... Des modes multijoueurs répondront évidemment à l'appel avec notamment la possibilité d'incarner lors de compétitions les agents des forces spéciales d'une douzaine de pays différents.



### NEED FOR SPEED MOST WANTED

(LE 2 NOVEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Criterion Games, le studio bien connu pour avoir créé l'explosive série Burnout, signe cette version revisitée d'un classique de la franchise Need For Speed, Most Wanted. Là encore, il va s'agir de piloter les plus prestigieux bolides du monde dans des courses poursuites contre les forces de l'ordre mais le savoir-faire du studio laisse augurer des courses plus agressives que jamais. L'éditeur annonce cette fois-ci

une ville ouverte avec possibilité de découvrir des raccourcis, accéder à des planques voire changer de véhicule à la volée. Via le système Autolog 2, le nouveau Need For Speed proposera tout un environnement communautaire.



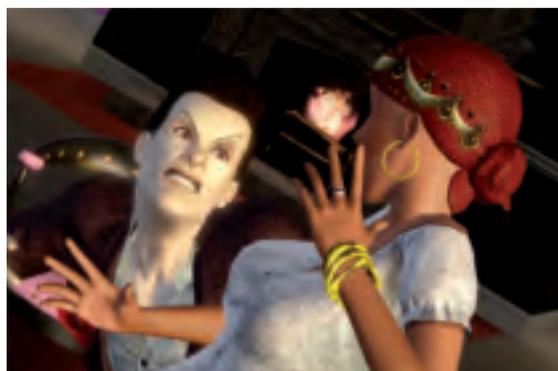
EA CONTINUE À CONCENTRER SES EFFORTS SUR LES TITRES PHARES DE SON CATALOGUE.



### FIFA 13

(LE 27 SEPTEMBRE SUR PS2, PS3, XBOX 360, PC, VITA, WII, PSP ET 3DS)

Pour cet opus, le leader de la simulation de football a retravaillé la physique afin de rendre FIFA 13 plus réaliste et un comportement des joueurs plus « humains » et une intelligence artificielle fortement remaniée. Le contrôle du ballon, le système de collision ainsi que les coups-francs ont également été améliorés. De plus, les systèmes de reconnaissance de mouvements seront pour la première fois dans l'histoire de la licence reconnus avec Kinect sur Xbox 360 et Move sur PlayStation 3. Enfin, l'EA Sports Football Club va lui aussi monter en puissance avec l'apparition d'une application iPhone et iPod permettant au joueur de rester connecté avec le titre et leurs amis.



### LES SIMS 3 SUPER-POUVOIRS

(LE 6 SEPTEMBRE SUR PC ET MAC)

Ce disque additionnel s'annonce pour le moins délirant et risque de bouleverser le quotidien des Sims de Moonlight Falls ! En effet, magiciens, sorcières, vampires, loups-garous et autres fées vont faire leur apparition dans un épisode paranormal mais humoristique. Le gameplay de ce titre s'annonce donc inédit, les joueurs pouvant utiliser la magie, la lycanthropie, préparer des élixirs ou faire de la voyance, tout ça au rythme de la Lune. L'exploration de la nouvelle ville permettra de découvrir des objets enchantés et des décorations gothiques. Enfin, la précommande du titre donnera accès à un pack de contenu exclusif Plantes contre Zombies.

ELECTRONIC ARTS

ÉDITION

ÉDITION

## FOCUS HOME INTERACTIVE



### LE TESTAMENT DE SHERLOCK HOLMES

(SEPTEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Héros d'une longue lignée de jeux d'aventures chez l'éditeur, Sherlock Holmes va profiter d'un titre particulier cette année puisqu'il s'agira du premier jeu conçu à la fois pour le PC et les consoles de salon. Le gameplay a été pensé dans ce sens pour être jouable à la manette comme à la souris et le jeu adopte ici une vue à la troisième personne. Le scénario va ici voir Holmes passer suspect numéro un dans une affaire de meurtre dont il tenterait d'effacer des preuves... Enquête, dialogues, examens de scènes et d'objets constitueront le quotidien du joueur.



### OF ORCS AND MEN

(SEPTEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Dans ce jeu de rôle/action, le joueur n'incarne pas un chevalier émérite mais un Orc prenant part à la bataille opposant les tribus des Orcs et Gobelins à l'Empire des hommes. Il se voit confier la délicate mais hautement stratégique mission d'assassiner l'Empereur, qui pousse les hommes à lutter contre les Orcs. Un espoir de mettre fin à la guerre ? Le personnage principal devra faire équipe avec un goblin au long de l'aventure.

### FARMING SIMULATOR 2013

(QUATRIÈME TRIMESTRE SUR PC, PS3 ET XBOX 360)

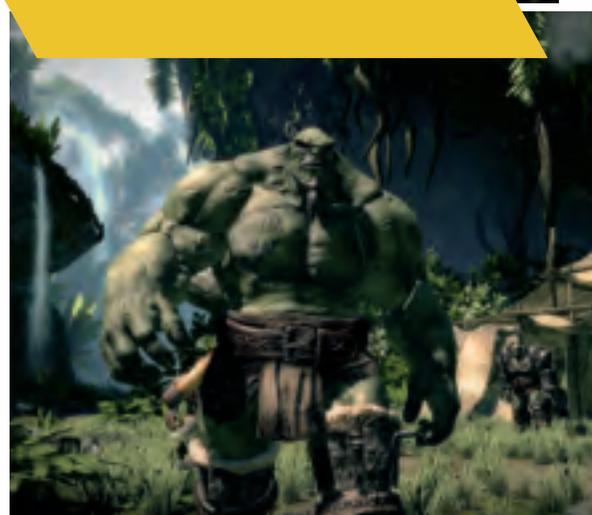
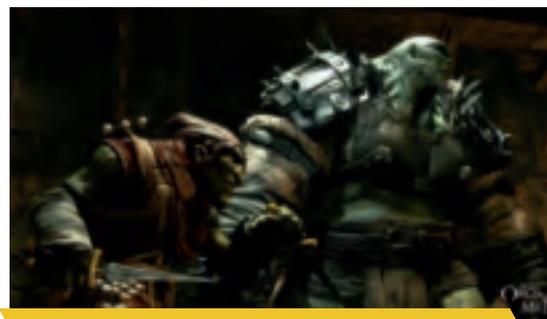
Après le succès impressionnant de Farming Simulator 2011, Focus va proposer une nouvelle itération de la fameuse simulation d'agriculture. Au chapitre des nouveautés annoncées, on notera des dizaines de véhicules inédits à utiliser mais aussi l'apparition d'une nouvelle partie management incluant production, gestion et vente d'énergies renouvelables. Le jeu conserve par ailleurs son mode multijoueurs (jusqu'à 10 en réseau local ou en ligne).



HISTORIQUEMENT LIÉ AU PC, FOCUS A FORTEMENT DÉVELOPPÉ SES ACTIVITÉS DIGITALES ET SUR CONSOLES.



Capture de Farming Simulator 2011



# HDW



HDW votre spécialiste Sourcing, Innovations et Licences

## BOOSTEZ VOTRE CAMPAGNE BACK TO SCHOOL AVEC HDW !



Scan me to visit  
www.hdwfrance.fr

**mimobot**  
Designer USB Flash Drives

“Collect all them”\*

**EXCLUSIVITÉ HDW**

Bonus : Fonds d'écran, screensaver, icônes  
et plus encore à l'intérieur des clés USB

PVPC\* : 19,90 €

(\*collectionnez les tous !)



**CLÉ  
USB  
4GO**

**ASUS**

**EXCLUSIVITÉ HDW**



ASUS AN-200

PVPC\* : 79,90€ pour 500 Go

Offre spéciale : 500 Go offert  
(stockage en ligne sur ASUS Webstorage)

Disponible en rose et en noir

**Sm@rt** TABLET

**EXCLUSIVITÉ HDW**



**Android™ 4.0**

PVPC\* : 89,90 €

Ecran capacitif, port HDMI, Android 4.0,  
Boxchip A10 1Ghz, Mémoire flash 4 Go,  
Micro SD jusqu'à 32 Go,  
fonction gyroscopique, compatible MKV

**SoundVision**

SV210

PVPC\* : 349€

**HDMI 1080p upscaling** OPTICALIN  
TV AND SOUND CONNECTION

**2.1 CH SYSTEM 100Watts**



**EXCLUSIVITÉ HDW**

**SoundVision**

SV-1700

PVPC\* : 499€

**HDMI 1080p upscaling** OPTICALIN  
TV AND SOUND CONNECTION SENSITIVE TOUCH

**21 CH SYSTEM 100Watts**



**EXCLUSIVITÉ HDW**

(\*prix de vente public conseillé)

ÉDITION

ÉDITION

## JUST FOR GAMES

### QUESTIONS À

PHILIPPE COHEN, PDG DE JUST FOR GAMES

**JDLI : COMMENT S'EST COMPORTÉ LE MARCHÉ DE LA RÉÉDITION SUR LE DÉBUT D'ANNÉE ?**

**Philippe Cohen :** L'analyse de l'évolution des ventes en volume par segment de prix montre que le segment de prix des jeux PC vendus à moins de 15 euros sur-performe le marché global du jeu PC. En effet, les ventes valeur sur ce segment de prix sont en légère progression (+4%) sur les 12 derniers mois (GfK, juin 2011 à mai 2012) alors que le marché global des jeux PC diminue de -7% (ce chiffre tenant compte des excellentes ventes de Diablo 3 PC en mai 2012 qui freinent beaucoup la baisse du marché). Sur notre cœur de gamme, le sous-segment 10 euros, la progression est de 23% de janvier à mai 2012, versus la même période en 2011 ! Ceci montre que les Collections de Réédition Just For Gamers et Just For Fun ont créé une dynamique très positive sur le marché du Jeu PC.

**QUELLES SERONT LES TENDANCES FORTES DANS CE DOMAINE SUR LA FIN D'ANNÉE ?**

Just For Games continuera à lancer de nouveaux titres jamais sorti à 15 ou 10 euros issus des catalogues des principaux éditeurs comme EA, Ubisoft, Activision, THQ... Notre collection casual Just For Fun s'enrichit aussi de nouveautés, notamment des dernières sorties de Big Fish. Enfin nous lancerons chez Just For Games en Novembre la « HITS Collection » avec une trentaine de titres à cinq euros qui plairont aux joueurs !!!

**QUI SONT SELON VOUS LES PRINCIPAUX CONCURRENTS DE LA RÉÉDITION ? QUELS SONT VOS ARGUMENTS ?**

Nous estimons ne plus avoir de concurrents aujourd'hui sur le segment de la réédition. Nous avons su fédérer autour de notre projet, tous les principaux éditeurs de jeu PC qui nous confient depuis notre lancement leurs meilleurs titres de leur back-catalogues. Sur le segment du casual, Just For Games propose aujourd'hui toutes les licences premium du segment, notamment celles issues des catalogues de nos partenaires BigFish (Mystery Case Files, Hidden Expedition, Azada, et bien d'autres ...) et Rovio (Angry Birds et d'autres à venir), leaders mondiaux incontestés du segment casual. Notre succès auprès des consommateurs consolide nos relations avec la distribution qui nous offre de plus en plus un espace dédié aux jeux budget, ainsi que de multiples opérations trade.



### WE SING 80'S

(SEPTEMBRE SUR WII)

Commercialisé avec ou sans micro et exclusivement sur la Wii, ce nouveau volet de la série We Sing est dédié à la si tendance décennie des années 80. L'occasion de pousser la chansonnette seul ou à plusieurs (huit modes multijoueurs jouables jusqu'à 4) sur 30 tubes de cette époque dont de nombreux hits qui ont trusté les hauts des classements à leur époque. En solo, le joueur devra choisir entre deux modes : Aveugle et Expert. Détail qui ravira les nostalgiques, les clips et les artistes originaux sont diffusés à l'écran.

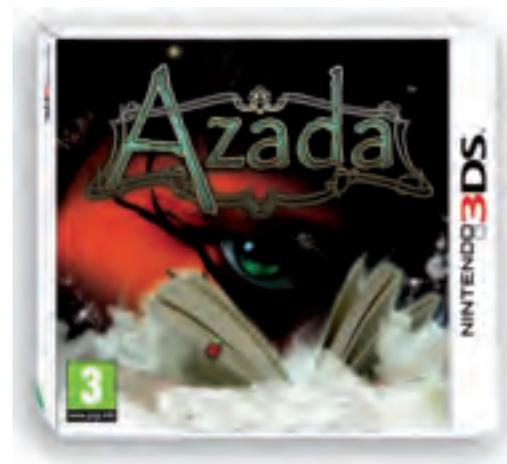


JUST FOR GAMES, FONDÉ EN 2010, EST SPÉCIALISTE DE LA RÉÉDITION SUR PC.

### AZADA

(20 JUILLET SUR 3DS)

Jeu d'aventure, Azada propose au joueur de venir en aide au personnage de Titus afin de briser un sortilège pour qu'il recouvre sa liberté. Il faudra donc résoudre de nombreuses énigmes (plus de 40 puzzles dont des Match-3, jeux de mots ou autres mémos) avec cinq niveaux de jeu différents pour tenter de percer le mystère d'Azada. Des niveaux supplémentaires peuvent également être débloqués au fil des découvertes d'objets cachés. Azada est la deuxième marque qui connaît le plus de succès dans le catalogue de Big Fish.



JUST FOR GAMES

# Accessoires officiels sous licence Skylanders Spyro's Adventure™

Adventure Case



Bobble Stylus



Carrying Case



Tower Case

Grâce aux accessoires officiels licenciés, jouez, exposez et transportez vos Skylanders en toute simplicité !

# Tous les best-sellers



# du JEU PC sont chez :



- 400 titres au catalogue à partir de 4,99€\*
- Plus d'1 million d'exemplaires vendus
- Soit 1 toutes les 37 secondes !

Just  
For  
Games



ÉDITION

ÉDITION



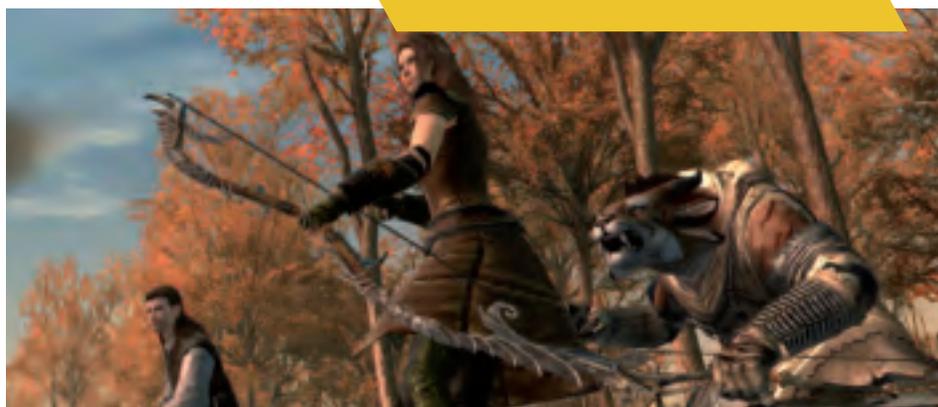
KOCH MEDIA



**GUILD WARS 2**  
(FIN D'ANNÉE SUR PC)

Sorti en 2005, le premier Guild Wars avait marqué les esprits par sa richesse de jeu et son jeu en ligne sans abonnement, suivi par de multiples extensions. Attendu de longue date, Guild Wars 2 reprend ce même principe de jeu de rôle massivement multijoueurs sans abonnement. Le joueur est à nouveau invité à explorer un univers heroïc-fantasy particulièrement riche où magie et technologie se côtoient, où il devra affronter des monstres mais aussi d'autres joueurs en ligne pour faire progresser son personnage. Cinq races différentes sont proposées dans le jeu, qui promet une expérience intense avec des événements dynamiques enclenchés en fonction des actions du joueur ou encore des histoires personnelles propres à chaque personnage. Probablement l'un des incontournables de fin d'année sur PC.

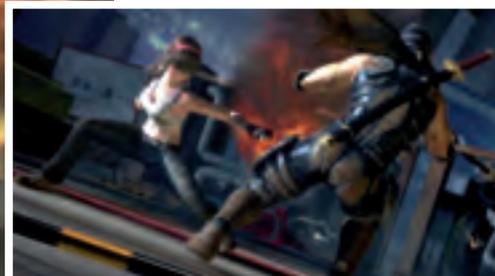
**KOCH MEDIA**



**DEAD OR ALIVE 5**

(SEPTEMBRE SUR PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Série bien connue des amateurs de jeux de combat, Dead or Alive revient à la rentrée avec un cinquième opus. Décors impressionnants et désormais interactifs lors des combats, combattants et guerrières aux caractéristiques différentes et graphiquement toujours plus détaillé(e)s, nouveaux coups spéciaux pour les personnages, Dead or Alive 5 propose également de nouveaux modes de jeu en ligne plus communautaires et compétitifs. Koch Media se charge de la distribution de ce jeu édité par Tecmo Koei et développé par la fameuse Team Ninja (Ninja Gaiden, Metroid Other M...).



APRÈS UNE LONGUE ATTENTE, KOCH MEDIA DEVRAIT ENFIN LANCER GUILD WARS 2 CETTE ANNÉE.



Capture de Dead Island 1



**DEAD ISLAND RIPTIDE**  
(DÉBUT 2013 SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Jeu d'action en vue subjective prenant place sur une île paradisiaque envahie par les zombies, Dead Island a su créer la surprise l'année dernière. Fort d'un joli succès commercial, le studio Techland annonçait récemment mettre au point un nouvel opus, Dead Island Riptide, dont l'action devrait constituer une suite au titre original. En attendant de pouvoir goûter à cette suite, Deep Silver publiera cet été la version « Game of the Year » de Dead Island, réunissant sur une même galette le jeu original ainsi que les différentes extensions jusqu'ici proposées en téléchargement (Ryder White, Bloodbath Arena...).

**THE BOX** à l'image de votre enseigne



**ici**  
VOTRE LOGO,  
VOTRE MESSAGE...

The Game Box  
**PC**

The Movie Box  
**DVD**

The Movie Box  
**Blu-Ray**

GAGNEZ EN ATTRACTIVITÉ AVEC UN BOX PERSONNALISÉ

**LE PRINCIPE :**

Vous pouvez insérer votre logo et / ou le texte de votre choix sur le fronton du box. Exemples : Prix cassés, Spécial Fête des pères ...



Tel : +33 (0)4 79 25 83 18 - E-mail : [contact@ecdlist.com](mailto:contact@ecdlist.com)

[www.ecdlist.com](http://www.ecdlist.com)  
HALL RIVIERA  
ALLEE 0 - STAND 70



ÉDITION

ÉDITION



## KONAMI

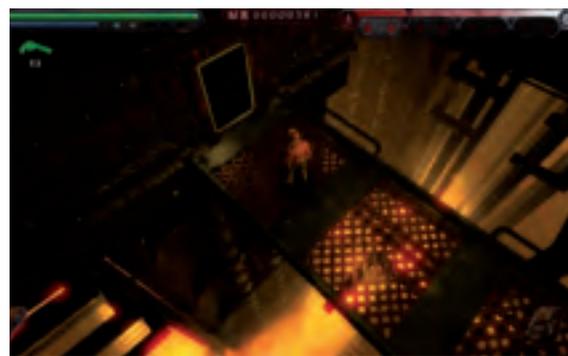


### PES 2013

(AUTOMNE SUR PS3, XBOX 360, PC, PS2, PSP, NINTENDO 3DS ET WII)

La célèbre simulation footballistique de Konami revient comme chaque année en automne avec son lot d'innovations. Au programme donc, un nouveau système de conduite de balle baptisé PES FullControl qui s'appliquera aussi bien en attaque comme en défense et même concernant les actions la balle au pied. Près de 50 vedettes du ballon rond vont eux-aussi gagner en réalisme avec une modélisation détaillée de leurs mouvements, compétences et gestes techniques qui leur sont propres. Enfin, le ProActive AI s'annonce comme un rééquilibrage de l'attaque/défense, une tactique de jeu approfondie et des gardiens à l'IA améliorée. Particularité de la série de Konami, le mode Football Life intronisé dans PES 2012 va également être bonifié.

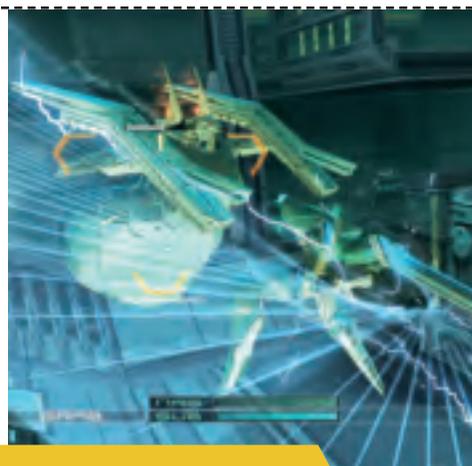
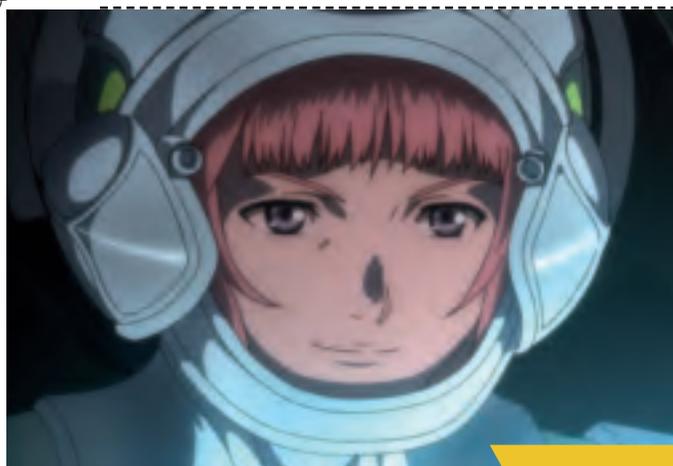
AVEC LE PROCHAIN METAL GEAR RISING REVENGEANCE, L'ÉDITEUR DÉPLOIE SES PRODUITS PHARES.



### SILENT HILL : BOOK OF MEMORIES

(FIN OCTOBRE À CONFIRMER, SUR PS VITA)

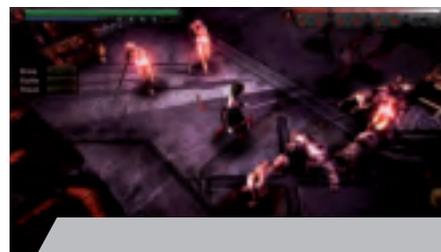
L'univers horrifique de Silent Hill s'apprête à envahir la console portable de Sony avec un épisode spécialement conçu pour l'occasion. Cet épisode devrait se démarquer à plus d'un titre au sein de la saga, qu'il s'agisse de sa mise en scène (caméra aérienne qui survole l'action) ou de son gameplay qui accueille cette fois une composante jeu de rôle. Il s'agira également du tout premier volet de la série à inclure des fonctionnalités multijoueurs. Combats et énigmes sont au menu.



### ZONE OF THE ENDERS HD COLLECTION

(FIN NOVEMBRE SUR PS3, XBOX 360 ET PS VITA)

Cette compilation propose de retrouver la série Zone of the Enders, des jeux d'action spatiaux survoltés signés Hideo Kojima, créateur de la saga Metal Gear. Sont regroupés ici sur un même support les deux volets sortis à l'époque sur PlayStation 2, dotés de graphismes revus à la mode haute définition tandis qu'un système de trophées et succès a bien entendu été ajouté. Aux commandes de puissants robots de combat, il s'agit de lutter contre des armadas d'ennemis, tout en profitant du savoir-faire de Kojima en termes de narration.



KONAMI

## MICRO APPLICATION



### QUESTIONS À

**THIERRY GENRE, DIRECTEUR DU BUSINESS DEVELOPMENT CHEZ AVANQUEST SOFTWARE/MICRO APPLICATION**

jeux de stratégie, les FPS au joueur casual, avec les jeux d'objets cachés, les « match 3 », etc...et ce sur toutes les plates-formes. Fidèles à nos partenaires, nous pouvons, à l'instar des autres éditeurs, construire et capitaliser sur des franchises comme par exemple, la série des Men of War, celle des King's Bounty dont nous allons sortir le prochain opus, « Warriors of the North » ou encore Red Orchestra. Enfin, sous l'impulsion de notre filiale anglaise, qui a en charge, notamment, le republishing des titres Sega, nous avons décidé de réactualiser notre marque « Gamer For Ever », avec une première collection de 20 titres à 10 et cinq euros qui sortira en juillet avec des titres 1C, City Interactive et Her Interactive.

**JDLI : QUEL IMPACT LE FAIT D'INTÉGRER LE GROUPE AVANQUEST A-T-IL EU SUR VOTRE MANIÈRE DE TRAVAILLER LE JEU VIDÉO ?**

**Thierry Genre :** Concernant le jeu vidéo, le fait d'intégrer le groupe Avanquest a ouvert plusieurs opportunités à Micro Application. La plus évidente est que nous bénéficions aujourd'hui d'un réseau de filiales européennes qui nous permet d'éditer et distribuer plus facilement nos jeux sur plusieurs territoires et donc d'avoir accès à des projets plus ambitieux et de mieux gérer les risques de production. Ce qui, dans le contexte actuel, est indispensable. Par exemple, en 2012, nous avons donc acquis les droits de la version PC de Sniper Elite V2 pour la France, l'Allemagne et l'Italie ou encore ceux de New York Police Judiciaire : Legacies pour la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Ensuite, au travers de notre marque EMME, nous acquérons une vraie légitimité sur le marché « kids », associée à la puissance de distribution de Micro Application, nous avons ainsi obtenu de francs succès avec nos jeux basés sur les licences Oui-Oui et T'Choupi, et cette année, nous sortons deux nouveaux produits DS avec les licences Gogo's Crazy Bones et Xia-Xia, le phénomène des cours de récré.

**COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS VOTRE LIGNE ÉDITORIALE ACTUELLE DANS LE JEU VIDÉO ?**

N'étant pas un éditeur « Pure Player » jeux vidéo, nous adaptons notre ligne éditoriale en fonction des opportunités du marché avec l'avantage de ne rien se refuser et pouvoir ainsi toucher tous les segments, du core gamer avec les

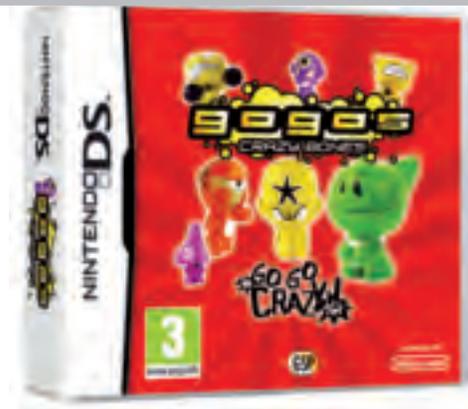
**SUR QUELS JEUX ALLEZ-VOUS FOCALISER VOTRE ATTENTION DANS LES PROCHAINS MOIS ?**

Dans les semaines à suivre, vous allez rapidement pouvoir constater que notre line up de fin d'année va être très riche et dense sur PC comme sur console. Gogo's Crazy Bones et Xia-Xia sur DS vont constituer nos deux titres phares « Kids ». Pour les jeux gamers, nous allons nous concentrer sur Legends of Pegasus, un nouveau 4X spatial développé par le studio allemand, Novacore, qui combine la stratégie tour par tour pour l'exploration et l'expansion et la stratégie temps réel pour les combats, Omerta : City of Gangsters sur PC et Xbox 360, le prochain jeu de simulation de Haemimont Games, le studio derrière Tropico 3 et 4, qui offrira aussi aux joueurs des phases de combat tour par tour, l'extension Red Orchestra 2 : Rising Storm, avec cette fois-ci pour décor le Pacifique et ses célèbres batailles, Iwo Jima, Tarawa ou Kwajalein, et King's Bounty : Warriors of the North, que nous présenterons aussi dans une édition spéciale qui inclura King's Bounty : Armored Princess et son extension, jamais sortie en France, King's Bounty : Crossworlds. Les fans de jeux d'aventure ne seront pas en reste, car nous leur proposerons New York Police Judiciaire : Legacies afin de replonger dans l'univers de la série TV et Lost Chronicles of Zerzura, le dernier jeu d'aventure par Cranberry, créateurs de la série Black Mirror. Enfin, l'E3 se terminant, nous sommes en train de finaliser de nouveaux accords pour des titres multi plate-forme, PC, PS3, Xbox360 et PS Vita.

### GOGO'S CRAZY BONES DS

(LE 13 SEPTEMBRE SUR NINTENDO DS)

Basé sur la licence des personnages GoGo's Crazy Bones, ce jeu pour la console portable de Nintendo s'adresse au cœur de cible des enfants entre quatre et 12 ans. Dans un gameplay proche de celui d'Angry Birds, il s'agit de participer à 70 défis différents en utilisant les pouvoirs spéciaux de la trentaine de personnages à débloquent et collectionner. Quatre modes de jeu différents répondent à l'appel.



**JEUX KIDS, REPUBLISHING ET NOUVEAUTÉS SONT AU PROGRAMME DU GROUPE.**

MICRO APPLICATION



ÉDITION

ÉDITION



**HALO 4**

(6 NOVEMBRE 2012 SUR XBOX 360)

Désormais entre les mains de 343 Industries (et non plus Bungie) depuis Halo Combat Evolved Anniversary, la série phare de Microsoft opposant les covenants au désormais célèbre Master Chief sera le premier opus d'une nouvelle trilogie. L'une des principales nouveautés sera multijoueurs avec le mode Spartan Ops. Les abonnés Gold au Xbox Live se verront ainsi proposer cinq épisodes par semaine jouables en coopération. Le joueur suivra donc les péripéties de l'équipage du plus grand vaisseau de l'UNSC, l'Infinity, semaine après semaine et d'explorer encore le mystérieux monde Forerunner de Requiem sur lequel se déroulera la campagne de base d'Halo 4.



**MICROSOFT**

**KINECT SPORTS  
ULTIMATE EDITION,  
FABLE THE JOURNEY,  
DANCE CENTRAL 3  
SOUTIENDRONT  
L'ACCESSOIRE.**



**NIKE + KINECT  
TRAINING**

(AUTOMNE SUR XBOX 360  
AVEC KINECT)

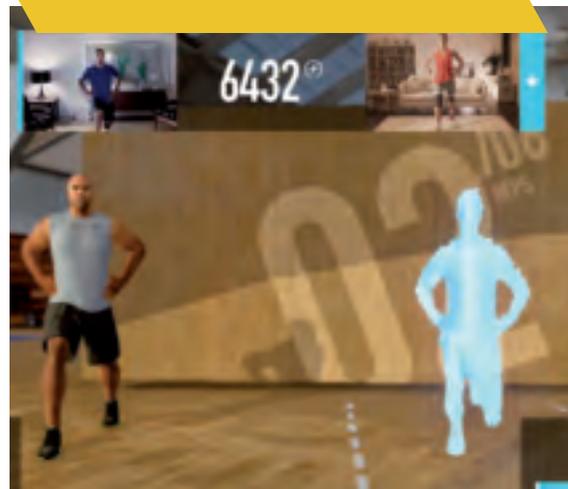
Dévoilé à l'occasion de l'E3, ce nouveau logiciel de fitness a été développé par Microsoft en partenariat avec Nike, qui dispose déjà d'une belle expérience en termes d'assistants numériques à l'entraînement. Destiné aux sportifs de tous niveaux, le logiciel se propose de les aider à tirer le meilleur de leur potentiel et d'atteindre leurs objectifs fitness personnels. L'utilisateur est pour cela suivi par un coach Nike virtuel qui va évaluer ses mouvements, indiquer les améliorations à faire mais aussi élaborer un programme d'exercices sur mesure. Capteur Kinect obligatoire.



**FORZA HORIZON**

(AUTOMNE SUR XBOX 360)

Véritable curiosité dans l'histoire de la licence Forza, Forza Horizon a été annoncé comme un « jeu de course/action » par les développeurs de Playground Games. Si le réalisme propre à la série sera toujours de mise, le conducteur pourra ici évoluer à sa guise dans un monde ouvert et interagir librement avec les autres véhicules présents dans l'environnement, IA comme joueurs en ligne. Le terrain de jeu choisi n'est autre que l'Etat américain du Colorado, bien connu pour ses paysages à perte de vue. L'accent semble également avoir été mis sur le revêtement routier, 65 différents étant annoncés !



**MICROSOFT**

## NAMCO BANDAI



### TEKKEN TAG TOURNAMENT 2

(14 SEPTEMBRE SUR PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Le jeu de combat vedette de Namco Bandai revient avec un nouvel opus Tag Tournament qui promet un large contenu avec pas moins d'une cinquantaine de personnages jouables et de nombreux modes de jeu différents (jeu à deux contre deux, à quatre avec chacun un personnage...). De nouvelles arènes font leur apparition, avec changements climatiques en temps réel lors des combats. Des modes de jeu en ligne enrichis sont également proposés.



### DRAGON BALL Z FOR KINECT

(OCTOBRE 2012 SUR XBOX 360 AVEC KINECT)

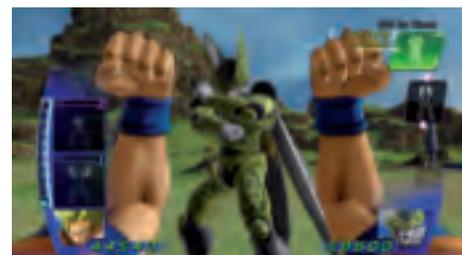
Grâce aux capacités du capteur Kinect, la sensation de posséder les pouvoirs des personnages de l'univers Dragon Ball va enfin devenir possible. Comme son nom l'indique, Dragon Ball Z for Kinect se présente comme un jeu de combat dont la jouabilité a été spécialement conçue pour tirer parti de l'accessoire. Via une vue subjective, le joueur doit reproduire les mouvements nécessaires pour enclencher les pouvoirs spéciaux. Le jeu comprend une cinquantaine de personnages différents et sera compatible avec des QR codes permettant de débloquer des éléments de jeu.



### ONE PIECE : PIRATE WARRIORS

(2012, SUR PLAYSTATION 3)

Pour la première fois, le fameux manga à succès se voit adapté sur PlayStation 3 après plusieurs apparitions sur consoles Nintendo. L'action va être à l'honneur de ce volet où le joueur va devoir combattre contre des vagues de nombreux ennemis dans des décors en provenance directe de la série animée bien connue. Plusieurs personnages pourront être dirigés par le joueur dont Luffy, Zoro et Nami, chacun possédant son lot de coups spéciaux particuliers.



LES PUISSANTES LICENCES MANGAS AU RENDEZ-VOUS CETTE ANNÉE.

NAMCO BANDAI



ÉDITION

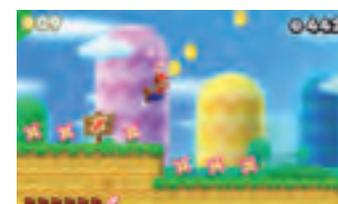
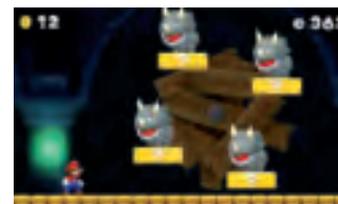
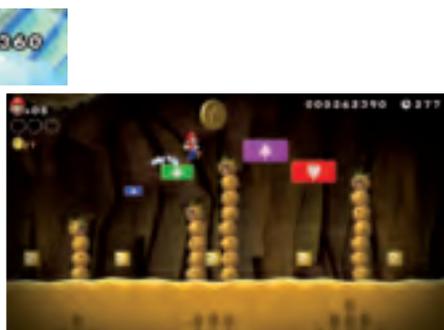
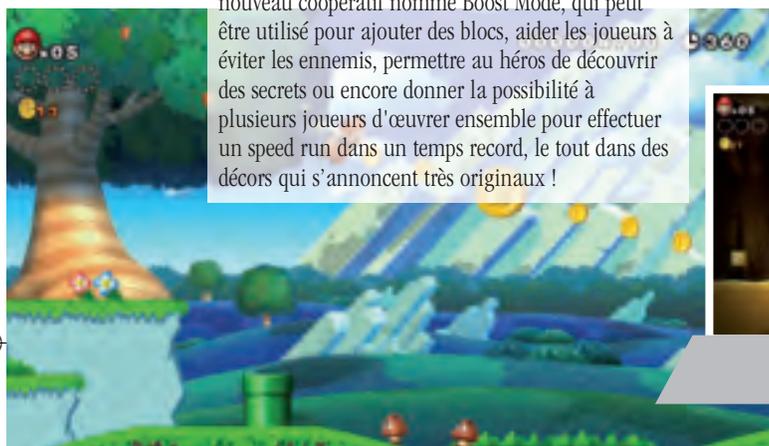
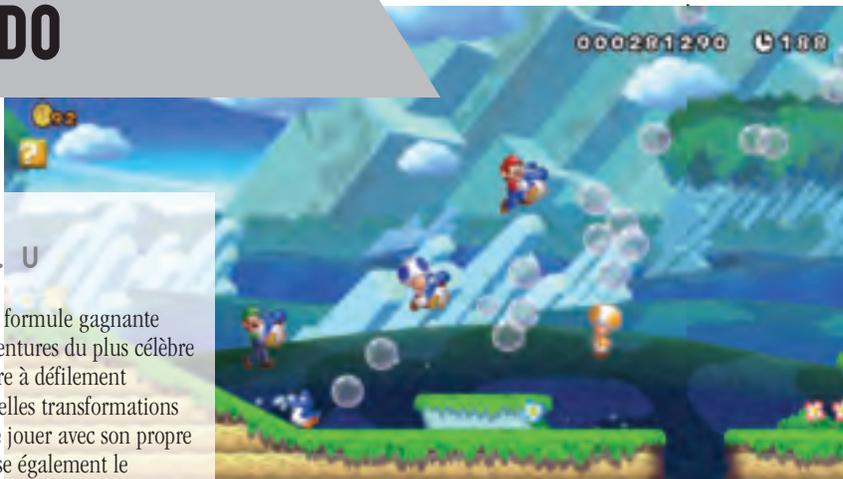
ÉDITION



## NINTENDO

### NEW SUPER MARIO BROS. U (NOËL SUR WII U)

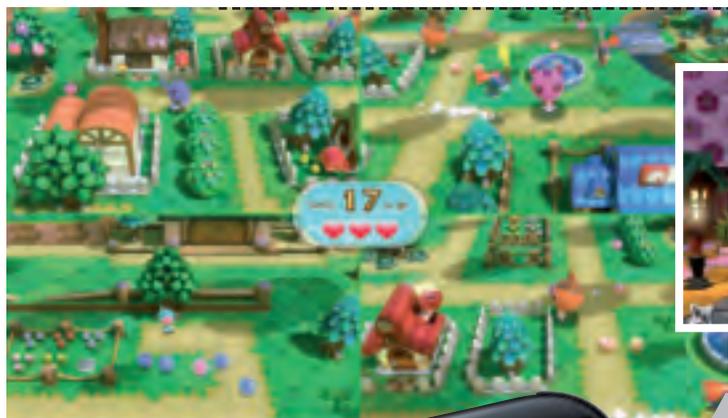
Nintendo reprend sa vieille formule gagnante avec ce nouvel épisode des aventures du plus célèbre plombier du jeu vidéo ! Ce titre à défilement horizontal proposera de nouvelles transformations pour Mario et la possibilité de jouer avec son propre personnage Mii. Le jeu propose également le nouveau coopératif nommé Boost Mode, qui peut être utilisé pour ajouter des blocs, aider les joueurs à éviter les ennemis, permettre au héros de découvrir des secrets ou encore donner la possibilité à plusieurs joueurs d'œuvrer ensemble pour effectuer un speed run dans un temps record, le tout dans des décors qui s'annoncent très originaux !



### NEW SUPER MARIO BROS 2

(LE 17 AOÛT, NINTENDO 3DS)

La Nintendo 3DS accueille ce titre à la recette simple et bien connue : Mario et Luigi vont (à nouveau) tenter de sauver la Princesse Peach tout en récoltant un maximum de pièces d'or. Intégralement jouable seul ou en coopération (un joueur incarnant le plombier habillé de rouge, l'autre son frère), New Super Mario Bros 2 s'annonce comme un classique du genre, bien que la collecte de pièces jaunes soit ici au cœur du jeu. A noter qu'il sera disponible en téléchargement et en version boîte.



### NINTENDO LAND

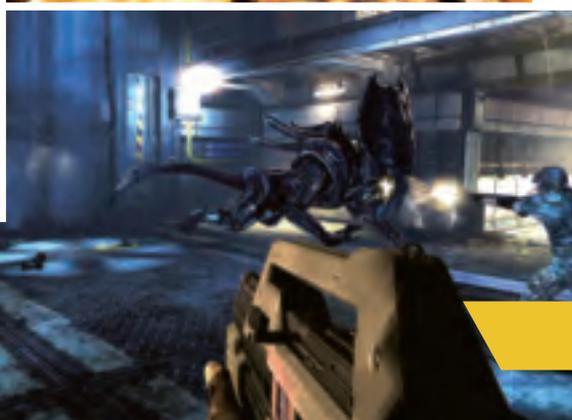
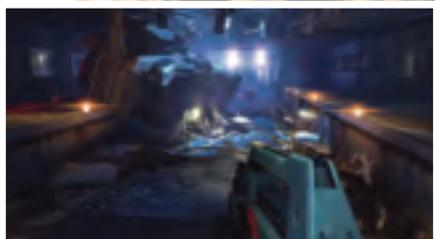
(NOËL SUR WII U)

Véritable jeu-étendard de la nouvelle console, ce parc à thème virtuel est riche de 12 attractions consacrées aux franchises phare de Nintendo telles que The Legend of Zelda ou Donkey Kong. A l'instar du jeu Wii Sports qui avait permis aux joueurs de se familiariser avec la détection de mouvements sur la Wii, Nintendo Land tire lui partie des possibilités de gameplay offertes par le GamePad. En solo et en multijoueurs, le titre affichera des images complètement différentes sur l'écran du GamePad et à celles du téléviseur. Assurément un party game qui fera date, pour son fun et sa technologie.



LA NOUVELLE  
CONSOLE WII U EST  
ATTENDUE D'ICI LA  
FIN D'ANNÉE.

## SEGA



### ALIENS COLONIAL MARINES

(12 FÉVRIER 2013 SUR XBOX 360, PS3, PC, DS ET WII U)

Les Aliens de Ridley Scott (Alien, Le Huitième Passager en 1979) reviennent dans ce FPS de Sega qui se veut comme une véritable suite au film Aliens, Le Retour (1986) où l'on retrouvera les décors du film de James Cameron fidèlement reproduits. Des Marines se lanceront donc à l'assaut de l'USS Sulaco avant de s'écraser sur la planète LV-426 où grouillent des xénomorphes toujours aussi mal intentionnés. Le titre de Gearbox Interactive s'annonce donc à l'ambiance oppressante (au rythme du motion tracker) et sanglante où fusil à pompe et autres grenades ne seront pas trop pour tenter de survivre.

### SONIC ALL STARS RACING TRANSFORMED

(FIN D'ANNÉE SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360, PS VITA, NINTENDO 3DS)

Plusieurs années après Sonic All-Stars Racing, le concept de jeu de course entre les différents personnages de l'univers du fameux hérisson bleu est remis au goût du jour. Sonic, le Docteur Robotnik et les autres mais aussi de nouveaux personnages issus de l'univers Sega (Golden Axe, Skies of Arcadia...) se donnent rendez-vous dans Sonic All-Stars Racing Transformed pour s'affronter dans de multiples décors également référentiels (Monkey Ball, Panzer Dragoon) à bord de véhicules désormais transformables pour s'adapter aux circonstances.



SEGA

ÉDITION

ÉDITION

## SONY COMPUTER ENTERTAINMENT

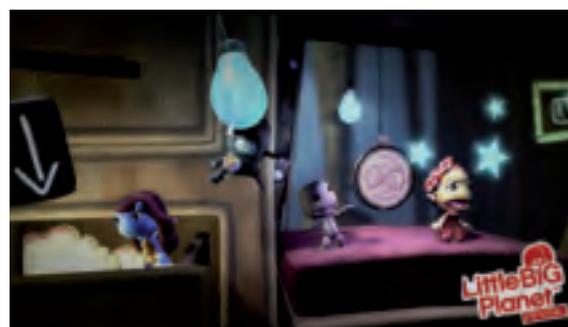


### WONDERBOOK: BOOK OF SPELLS, LE LIVRE DES SORTS

(NOVEMBRE SUR PLAYSTATION 3 AVEC MOVE)

Wonderbook est un nouveau concept de réalité augmentée imaginé par Sony Computer pour sa console de salon. Il se présente sous la forme d'un livre bardé de symboles qui prend littéralement vie sur l'écran avec des animations et jeux à chaque page. C'est J.K. Rowling, auteur de la saga Harry Potter qui signe le premier livre à exploiter ce concept avec Le Livre des Sorts via lequel l'accessoire PS Move devient une baguette magique. PS Move et caméra PlayStation Eye sont nécessaires.

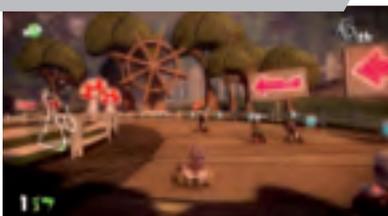
FOCUS GRAND PUBLIC EN FIN D'ANNÉE POUR SONY AVANT UN DÉBUT 2013 PLUS « GAMER ».



### LITTLEBIGPLANET

(OCTOBRE SUR PS VITA)

Série originale et emblématique de la PS3, LittleBigPlanet fait sa première apparition sur PS Vita. On retrouve ici tout ce qui fait la personnalité de cette série (graphismes originaux, aspect communautaire avec création et échange de niveaux) avec de nouvelles fonctionnalités liées aux caractéristiques de la console comme la possibilité de s'incliner, pincer, trainer via l'écran et la surface tactiles de la machine ou encore la faculté d'importer des textures graphiques via les caméras de la Vita. A noter que les costumes pour les personnages achetés sur PS3 ou disponibles sur le PSN sont compatibles avec cette version.



### LITTLEBIGPLANET KARTING

(NOVEMBRE SUR PLAYSTATION 3)

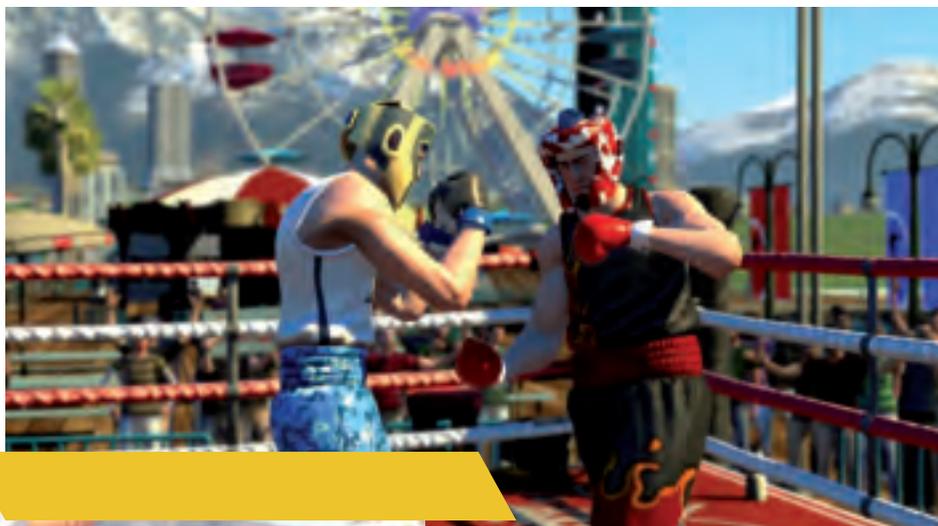
Après avoir fait ses preuves dans l'univers du jeu de plates-formes, le concept LittleBigPlanet s'attaque à un nouveau genre avec cette simulation de course de karts. Le principe reste fidèle à la série LittleBigPlanet, avec de nombreuses possibilités de personnalisation et toute une part de contenus générés par la communauté des joueurs, le titre permettant de créer puis partager ses propres circuits créés. Plusieurs modes de jeu sont par ailleurs proposés, avec des courses classiques en multijoueurs, des compétitions en arènes et autres mini-jeux.



## SPORTS CHAMPIONS 2

(OCTOBRE SUR PLAYSTATION 3 AVEC MOVE)

Après un premier volet qui avait accompagné le lancement de l'accessoire PS Move, Sony Computer lance une suite à Sports Champions. Une nouvelle sélection de sports, plus populaires, répond ici à l'appel, avec des jeux jouables avec un ou deux PS Move. Boxe, golf, bowling, tennis ou encore tir à l'arc sont au menu des festivités de ce titre qui propose plusieurs modes de jeu ainsi d'un aspect connecté (Facebook, PSN). Sports Champions 2 est également compatible 3D stéréoscopique.



## PLAYSTATION ALL STARS BATTLE ROYALE

(FIN D'ANNÉE SUR PLAYSTATION 3 ET VITA)

Ce Super Smash Bros version Sony propose de réunir les « héros » de la marque PlayStation dans un seul et même jeu et les opposer dans de nombreuses arènes elles-aussi inspirées des décors les plus marquants de l'histoire PlayStation. De Nathan Drake (Uncharted) à Kratos (God of War) en

passant par Big Daddy de Bioshock, ce titre risque de fédérer nombre de gamers plus ou moins attachés à chaque personnage. Autre principale particularité de PlayStation All Stars Battle Royale, la possibilité de jouer en cross play (sur la même partie sur les deux plates-formes différentes) entre la PlayStation 3 et la Vita.



ÉDITION

ÉDITION



## SQUARE ENIX



### HITMAN ABSOLUTION

(FIN NOVEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

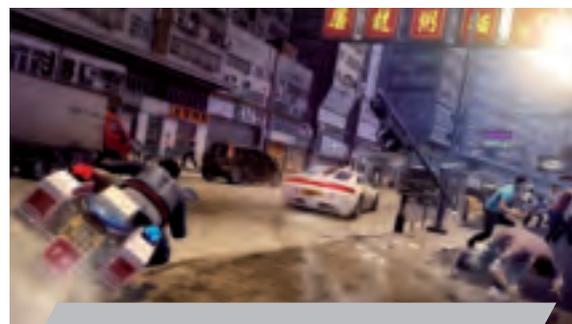
L'impitoyable Agent 47 est enfin de retour. Toujours développé par le studio IO Interactive, le nouveau titre mettant en scène l'assassin marque le retour du personnage après six ans d'absence. Il va se lancer ici dans une quête à travers le monde plus personnelle que dans les précédents volets, suite à une probable trahison de l'agence pour laquelle il travaille. Comme toujours dans la série, il sera possible d'aborder les missions d'élimination de différentes manières plus ou moins subtiles en usant par exemple de nombreux déguisements. Basé sur le moteur interne Glacier 2, le nouveau Hitman affiche une réalisation de haute volée. L'un des titres les plus attendus de cette fin d'année.



### SLEEPING DOGS

(LE 17 AOÛT SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Jeu d'action en mode ouvert, Sleeping Dogs invite le joueur à incarner un policier à Hong-Kong infiltré dans l'organisation des Triades. Dans la grande tradition du genre, il va s'agir d'arpenter la ville pour remplir diverses missions pour faire progresser le scénario. Le programme s'annonce assez chargé avec de multiples armes à découvrir, pas moins de 65 véhicules à utiliser (dont des voitures, motos et bateaux) et un personnage dont les capacités évoluent au fil de la partie. Titre très prometteur dans sa catégorie, Sleeping Dogs pourrait connaître des suites en cas de succès.

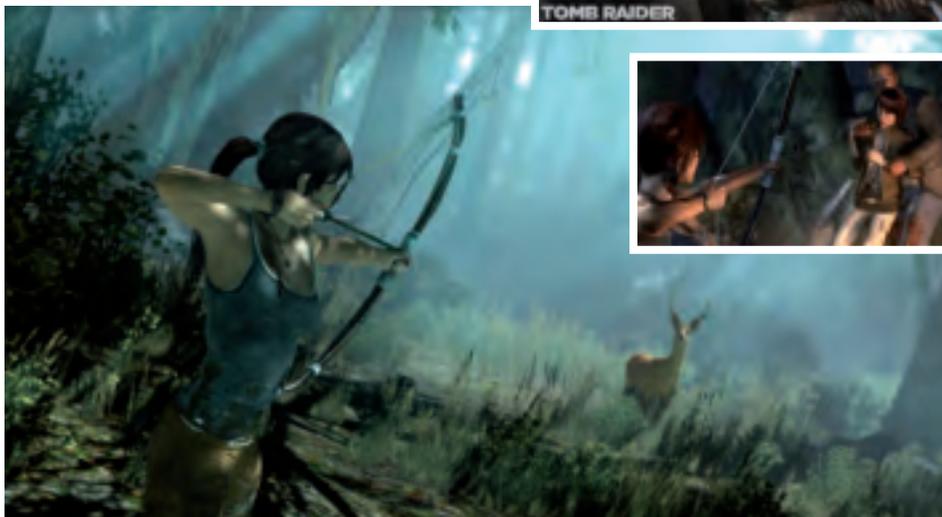
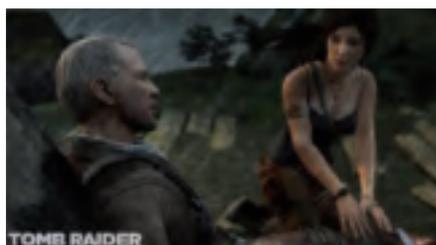
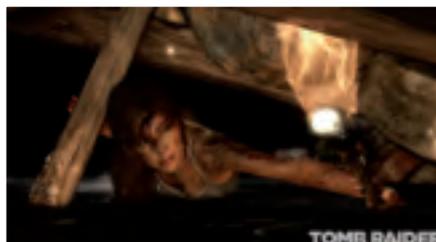


## SQUARE ENIX

### TOMB RAIDER

(2013 SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360)

Qui ne connaît pas Lara Croft, l'héroïne de la saga Tomb Raider ? La fameuse aventurière se prépare à faire son grand retour l'année prochaine dans un tout nouveau volet qui pourrait bien sonner comme un nouveau départ. Nouveau visage, nouveau gameplay, ambiance bien plus noire qu'autrefois : le Tomb Raider nouveau a de l'allure. Après un accident d'avion, une jeune Lara Croft de 21 ans se retrouve sur une île où mille dangers la guettent. A mi-chemin entre aventure et survival horror, Tomb Raider a toutes les chances de créer la sensation à sa sortie.

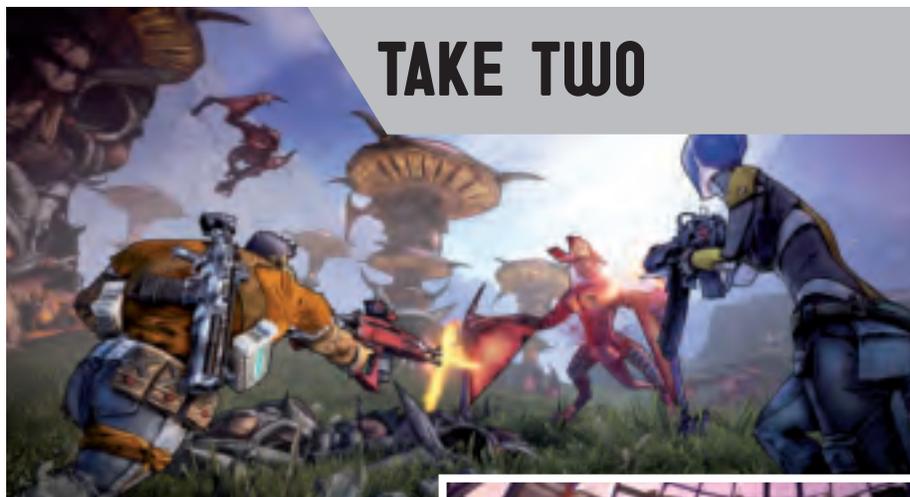


HITMAN ABSOLUTION  
ET TOMB RAIDER  
SERONT DE NOUVEAUX  
DÉPARTS POUR  
CES SÉRIES.

## BORDERLANDS 2

(21 SEPTEMBRE SUR XBOX 360, PS3 ET PC)

La suite du FPS Borderlands (sorti en 2009) s'annonce encore plus spectaculaire que le surprenant premier opus. Toujours dans une ambiance néo-apocalyptique futuriste à la direction artistique si particulière, Borderlands 2 propose de retourner sur Pandora avec la même recette : quatre héros jouables (Défourailleur, Sirène, Commando et Assassin) qui sont en fait quatre classes aux compétences bien différentes avec lesquels on évolue librement (en solo ou en multijoueurs) armé d'un riche arsenal d'armes. L'IA des ennemis (ou de la faune locale telle les Skags) a bénéficié d'une réelle attention de la part de Gearbox Software, ceux-ci s'adaptant notamment à la classe du héros ou encore à ses armes.



## TAKE TWO



## NBA 2K13

(LE 5 OCTOBRE SUR XBOX 360, PS3, PSP, WII ET PC)

La franchise de basket leader depuis 12 ans - selon 2K Games - revient après les triomphes des épisodes 2011 et 2012 qui misaient sur les « classiques » de ce sport avec en tête de gondole Michael Jordan et les NBA's Greatest. Avec comme à

chaque édition son lot de nouveautés et ses améliorations graphiques, le titre développé par Visual Concepts verra cette année le retour de son principal concurrent : la franchise d'EA Sports NBA Live. Un système de précommande a déjà été mis en place, permettant aux adeptes du titre de bénéficier un pack de contenu téléchargeable NBA All-Star présenté par Sprite.



Captures de NBA 2K12



TAKE TWO





ÉDITION

ÉDITION

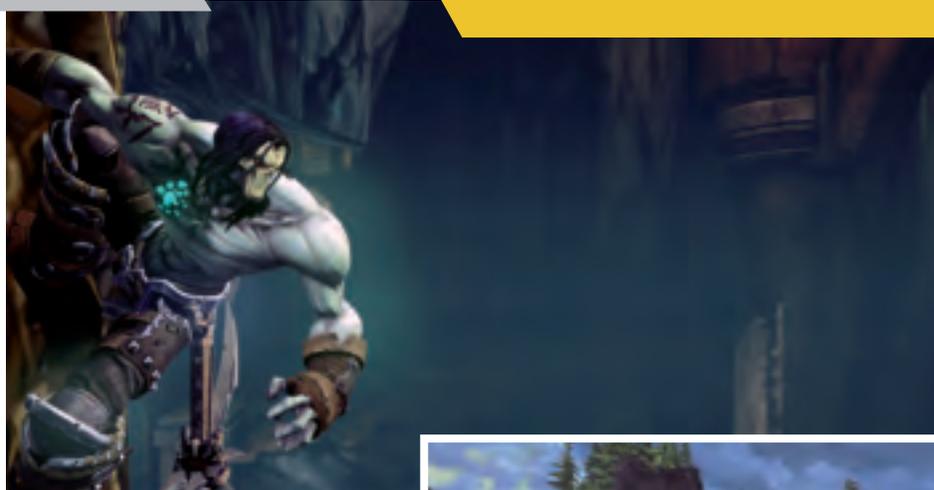


## THQ

### DARKSIDERS 2

(LE 21 AOÛT SUR PC, PLAYSTATION 3, XBOX 360, FIN D'ANNÉE SUR WII U)

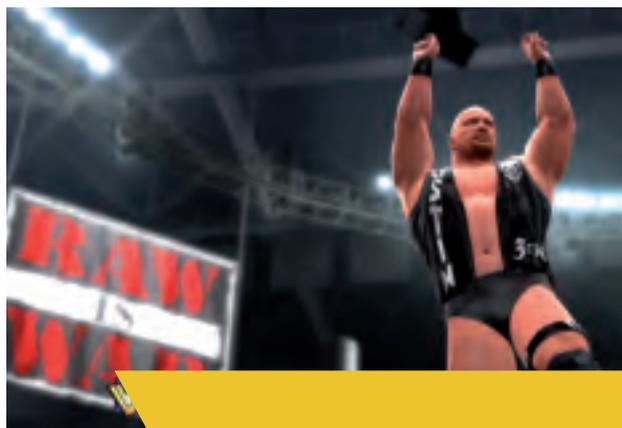
Surprise d'il y a deux ans, le jeu d'action Darksiders accueille aujourd'hui une suite. Il s'agit à nouveau d'incarner l'un des quatre cavaliers de l'apocalypse mais on quitte ici le personnage de War pour celui de Death. L'action du jeu prend place au même moment que les événements du premier jeu : Death explore les royaumes des ténèbres et de la lumière alors qu'il tente de sauver son frère War accusé d'avoir provoqué l'éradication de l'espèce humaine. Comme son prédécesseur, Darksiders 2 promet une action survoltée et une réalisation efficace.



### WWE 13

(LE 2 NOVEMBRE SUR PLAYSTATION 3, XBOX 360 ET WII)

THQ propose une nouvelle version de la simulation de catch estampillée de la licence officielle WWE. Parmi les nouvelles fonctions apportées par ce nouveau millésime, on notera l'apparition de l'Attitude Era de WWE via un nouveau mode histoire. Un système de présentation inédit WWE Live se rapproche des retransmissions TV et intègre en particulier une ambiance sonore revue pour apporter une dimension toujours plus spectaculaire. Le jeu est par ailleurs basé sur le moteur Predator Technology 2.0 qui permet des animations et contrôles plus intuitifs.



### SAINTS ROW ENTER THE DOMINATRIX

(Q4, SUR PC, PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Après un Saints Row The Third particulièrement décalé et réussi, la série de jeux d'action en monde ouvert va se poursuivre par le biais d'une extension stand alone pour PC et consoles (ne nécessitant donc pas de posséder le jeu original). Après les événements du jeu original, un extra-terrestre se prépare à envahir la Terre mais ne craint qu'une chose : le gang des Saints. Il enlève donc leur chef (le joueur) et le projette dans un monde virtuel inspiré de la ville de Steelport. Voilà qui augure un univers toujours plus décalé pour cette série qui s'est faite une place dans le genre, avec 11 millions de jeux vendus dans le monde.



THQ





L'icône de la culture musicale est de retour.



Audio Cube



Boombox 2HP



ST700



ST800



WR700



**TDK**

Life on Record

Algam Multimédia - multimedia@algam.net - Tél : 02 40 18 37 99 - Fax : 02 40 18 37 98

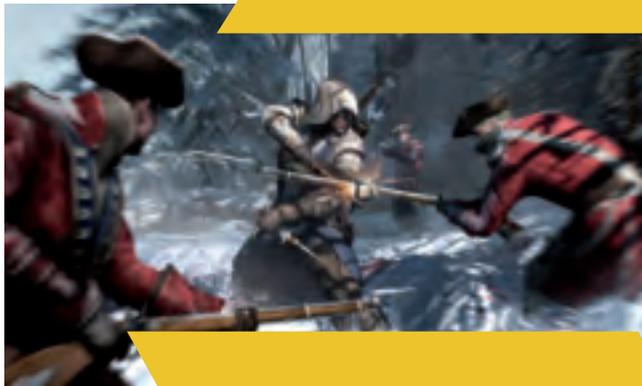


ÉDITION

ÉDITION



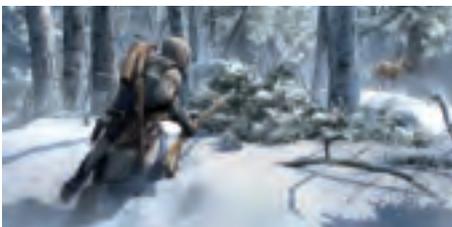
## UBISOFT



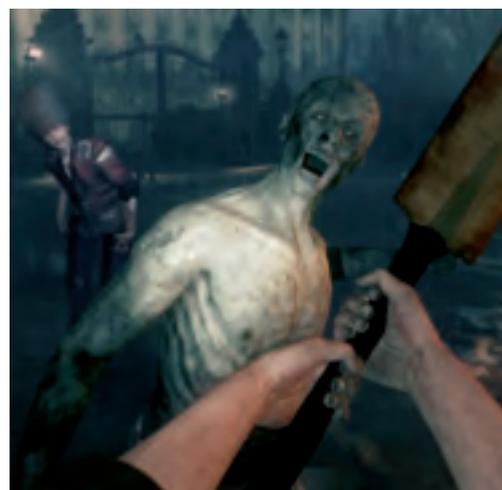
### ASSASSIN'S CREED 3

(31 OCTOBRE SUR XBOX 360, PS3, PC ET WII U À VENIR)

Changement de décor dans le nouvel Assassin's Creed puisque ce troisième volet prend place en outre-Atlantique, au moment de la Révolution américaine au XVIIIème siècle. Le joueur incarne un nouvel assassin, Connor Kenway, fils d'une mère amérindienne et d'un père anglais dans un scénario s'étalant sur une dizaine d'années. Dans un large monde ouvert aux environnements variés, il s'agira de remplir de multiples missions pour protéger la liberté de son peuple. Le scénario sera également l'occasion de rencontrer des personnages légendaires de l'histoire américaine. Basé sur le nouveau moteur Anvil Next, Assassin's Creed 3 s'annonce comme un incontournable de cette fin d'année.



UN LINE-UP  
IMPRESSIONNANT  
POUR L'ÉDITEUR  
EN CETTE FIN  
D'ANNÉE.



### ZOMBIU

(AU LANCEMENT DE LA WII U)

Ubisoft Montpellier signe ce jeu d'action sanglant, l'un des premiers du genre sur la nouvelle console Wii U. Dans une ville de Londres en proie à une épidémie de zombification, le joueur va devoir tout faire pour rester en vie. Jeu d'action en vue subjective, ZombiU entend exploiter les caractéristiques de la nouvelle console en utilisant notamment la tablette pour afficher la vue subjective ou diverses données de jeu (cartes, inventaire...). Le titre propose par ailleurs un système original de résurrection en cas de mort, le joueur incarnant alors un autre survivant dans le jeu. Du multijoueurs est aussi au programme, avec un mode où le joueur sur la TV doit composer avec les ennemis disposés dans le niveau par l'utilisateur de la tablette.

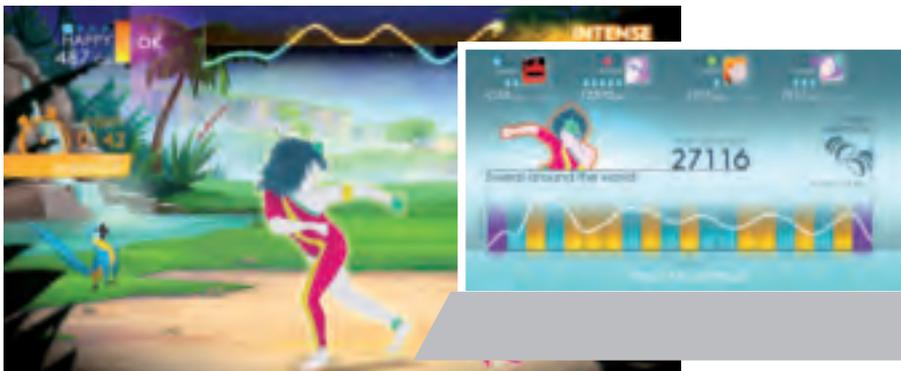


## UBISOFT

### JUST DANCE 4

(OCTOBRE SUR XBOX 360 AVEC KINECT ET WII ET AU LANCEMENT DE LA WII U)

Avec près de 30 millions de jeux vendus dans le monde, le jeu de danse Just Dance tient du phénomène. Ubisoft annonce un quatrième volet pour cette fin d'année, embarquant une quarantaine de nouvelles chansons ainsi que de nouveaux modes de jeu : Battle mode (affrontement avec changement de chorégraphie en fonction de qui prend l'avantage), Alternate Choreographies (les joueurs peuvent débloquer des danses alternatives), un mode Just Sweat optimisé... La version Wii U profitera d'un mode de jeu spécialement concocté pour l'occasion, le Puppet Master Mode, dans lequel un cinquième joueur peut intégrer la partie et diriger les chorégraphies via la tablette de la console.





QUESTIONS À

**FAR CRY 3**

(LE 6 SEPTEMBRE SUR PC, PLAYSTATION 3 ET XBOX 360)

Le troisième volet de la saga FarCry sonne comme un retour aux sources avec ici un décor paradisiaque d'île tropicale qui va vite devenir un enfer pour le héros, Jason Brody. Ce FPS s'annonce pour le moins original avec des personnages charismatiques (comme Vaas, l'ennemi du héros), un scénario à rebondissements et un mélange entre jeu en monde ouvert et linéarité scénaristique. Le tout avec de nombreuses armes (arc, lance-flamme) qui ne seront pas de trop pour survivre face aux nombreux ennemis incluant la faune locale, à commencer par les tigres ! Enfin, en plus d'un classique mode multijoueurs, le jeu contiendra une campagne complète et indépendante du scénario originale jouable en coopération à quatre.



EMMANUEL CARRÉ,  
ATTACHÉ DE PRESSE

**JDLI : ASSASSIN'S CREED 3 EST ATTENDU COMME UN DES ÉVÉNEMENTS DE LA FIN D'ANNÉE. QUELLES SONT VOS AMBITIONS AUTOUR DE CE TITRE ?**

**Emmanuel Carré :** Nos ambitions n'ont jamais été aussi importantes. L'enthousiasme mondial qui a suivi l'annonce de l'existence du jeu, la révélation du héros et son univers nous donnent l'assurance d'un lancement exceptionnel comme jamais Assassin's Creed n'en n'avait connu. L'accueil de l'E3 a été incroyable que ce soit la bande-annonce annuelle à la conférence Ubisoft ou sur celle de Sony. Les plus grands espoirs sont donc permis cette année !

**LA SÉRIE JUST DANCE ACCUEILLE UN NOUVEAU VOLET CETTE ANNÉE.**

**COMMENT CONSERVE-T-ON L'ATTENTION ET L'INTÉRÊT**

**DU PUBLIC SUR UNE FRANCHISE DE CE GENRE ?**

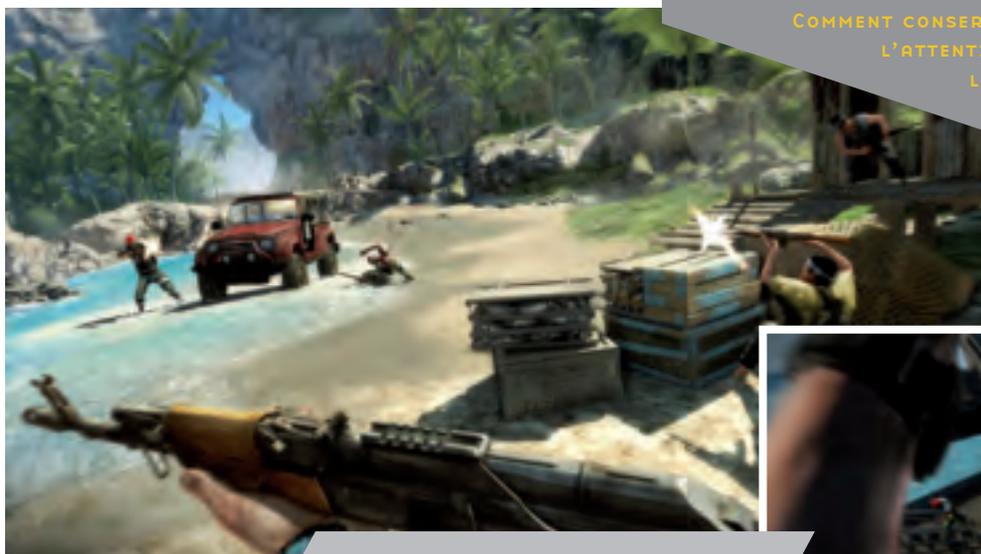
On conserve et on développe cette attention en ne se reposant pas sur nos lauriers. Plus que jamais, Ubisoft Paris a travaillé dur en ajoutant nombre de fonctionnalités qui rendent le jeu toujours plus incontournable comme la possibilité de changer la chorégraphie en cours de route. Le phénomène va faire parler de lui encore cette année !

**UBISOFT EST L'ÉDITEUR TIERS LE PLUS ENGAGÉ SUR WII U.**

**QU'ATTENDEZ-VOUS DU LANCEMENT DE CETTE NOUVELLE MACHINE ?**

Nous adorons cette nouvelle console. Nous aimons Nintendo. Nous avons toujours su travailler main dans la main avec eux pour créer les meilleures marques et cette fois-ci nous n'avons jamais été aussi prêts, comme nous avons pu le montrer lors de l'E3, avec Zombi U, un nouveau Lapins Crétins pour toute la famille et un Rayman Legends qui a ébloui.

Assassin's Creed III sera aussi présent sur la machine. Pas moins de huit marques d'Ubisoft seront là.





## *C'est plus qu'un disque dur. C'est vous.*

Quand l'inspiration frappe, les professionnels de la création mettent tout leur talent dans les disques durs préférés au monde. Avec les disques durs WD<sup>®</sup>, vous profitez de la vitesse et de la performance maximum pour pratiquement toutes les applications. Et grâce à notre service client performant, vous pouvez toujours compter sur WD pour vous aider à protéger ce que vous êtes, vous.

***Le disque dur le plus apprécié.***



[westerndigital.com](http://westerndigital.com)

Western Digital, WD et le logo WD sont des marques déposées aux États-Unis et dans d'autres pays. Il est possible que d'autres marques appartenant à d'autres sociétés soient utilisées. Les performances de vitesse et de capacité peuvent varier. © 2012 Western Digital Technologies, Inc. Tous droits réservés. [www.wd.com](http://www.wd.com)

# Cet automne, Sackboy arrive sur PlayStation®3 et PS Vita



PS, PS3, PS Vita, PlayStation, and the PS Family logo are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "LITTLEBIGPLANET" and "LITTLEBIGPLANET KARTING" are trademarks of the same company. "LITTLEBIGPLANET" is a registered trademark of Sony Corporation. All rights reserved. LittleBigPlanet™ ©2012 Sony Computer Entertainment Europe. Published by Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved.

# LittleBIG Planet™

## Le jeu qui a plus d'un tour dans son Sack.

