JDLi

4,50€

Spécial PlayStation

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°274 / 20 octobre 2014
www.jdli.com

PlayStation
les raisons du succès depuis 20 ans

LittleBIGPlanet™3
7
www.pegi.info
SACKBOY ET SES POTES
DANS UNE AVENTURE
QUI DÉPOTE !
DISPONIBLE EN NOVEMBRE
EXCLUSIVITÉ
PlayStation®
PS3
PS4
Uniquement sur PlayStation.
LittleBIGPlanet3
PlayStation™
LittleBigPlanet™ ©2014 Sony Computer Entertainment Europe. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by Sumo Digital. "LittleBigPlanet", "LittleBigPlanet logo", "Sackboy" and "Sackgirl" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved.

Avec PlayStation

le jeu vidéo a changé de dimension

En moins de deux décennies, le jeu vidéo est devenu un loisir de masse et un acteur qui pèse dans l'économie mondiale. Que s'est-il passé pour qu'un loisir qui n'avait pas la meilleure des réputations prenne un tel envol ? A côté de raisons sociologiques, il y en a une flagrante et indéniable : l'arrivée d'un nouvel acteur sur ce marché, avec une nouvelle marque et surtout une nouvelle approche. Sony, géant japonais de l'électronique grand public, de la musique et du cinéma, lançait en 1995 une nouvelle console, la PlayStation. Le jeu vidéo sur console changeait d'ère... La PlayStation allait se vendre à plus de 100 millions d'exemplaires en moins de 10 ans et la PlayStation 2 ferait encore mieux !

Le coup de génie de Sony fut d'anticiper pour mieux accompagner l'évolution des joueurs, qui devenaient de jeunes adultes à la recherche de sensations que les consoles sur le marché, davantage tournées vers l'enfance, ne pouvaient plus leur offrir. Comprenant l'immense potentiel du marché du jeu vidéo sur tous les continents, Sony a fait des successives PlayStation le principal moteur de ce marché, singulièrement en France, pays où la marque a toujours connu un succès particulier. En sachant s'attacher la collaboration des principaux éditeurs en plus de ses propres exclusivités et en s'assurant de la diversité du catalogue de jeux, Sony a su s'adresser à un large public, du hardcore gamer au plus familial. Console après console, celui-ci l'a suivi jusqu'à aujourd'hui et cela se vérifie avec le démarrage fulgurant de la PlayStation 4. En ouvrant, dès la PlayStation 2 avec la lecture des DVD Vidéo, ses consoles à d'autres loisirs que le jeu, et en jouant la carte de la connectivité, Sony est parvenu à positionner les PlayStation par delà le jeu vidéo, sans porter atteinte à leur attractivité auprès des joueurs. Pour asseoir sa domination sur le marché du jeu vidéo, Sony s'est aussi appuyé sur des campagnes de communication comme le jeu vidéo n'en n'avait jamais connu. Jouant la carte de la provocation, volontairement décalées, faisant appel à des réalisateurs tels que David Lynch, les publicités de Sony ont largement participé au succès des PlayStation. A coup de messages mettant en avant l'humour et la provocation, mais aussi de sponsoring sportif ou événementiel, PlayStation allait devenir une marque synonyme de style de vie, de « hype », de branchitude. Et par capillarité, c'est tout le jeu vidéo qui en profitera, devenant petit à petit un loisir de masse fun et branché.

Aujourd'hui la PlayStation 4 achève une première année de commercialisation comme aucune console n'en a jamais connu. Dans la lignée d'un démarrage magistral, les ventes ont conservé un rythme qui a surpris même les plus optimistes et a laissé la concurrence loin, loin derrière. Hardcore gamers et joueurs occasionnels, adolescents et adultes, filles et garçons, pour la première fois - et voilà bien la preuve que le jeu vidéo est un vrai loisir grand public et familial - tout le monde s'est senti concerné par une nouvelle machine dès son lancement. Une console plus connectée et sociale que jamais, totalement dans l'ère du temps. Et tout cela sans brouiller le message du constructeur ! Avec la sortie imminente d'une importante mise à jour qui va rendre la PlayStation 4 encore plus sociale et la commercialisation dès le 14 novembre du PlayStation TV, un accessoire qui permet de jouer sur un téléviseur autre que celui sur lequel la console est connectée, Sony a encore une fois tous les atouts dans sa manche pour être l'acteur principal des ventes de fin d'année, d'autant que le line-up s'annonce des plus puissants.

Dans ce numéro pour lequel Sony nous a apporté sa collaboration, nous avons souhaité rappeler à quel point avec la marque PlayStation et ses différentes consoles, Sony a permis au jeu vidéo de changer d'ère et de devenir un loisir pour adultes. Génération de consoles après génération de consoles, le chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo double. Merci Sony.

Les consoles de Sony ont été les moteurs des quatre dernières générations de consoles.

SOMMAIRE

6 **TIMELINE**
PlayStation
20 ans de succès

10 **MARKETING**
20 ans
La révolution Marketing

14 **INTERVIEW**
Philippe Cardon,
DG France et Benelux

20 **HARDWARE**
SONY PS4
Le jeu nouvelle génération

24 **REMOTE PLAY**
PS Vita et PS TV
pour changer d'écran

26 **SOFTWARE**
Jeux et contenus exclusifs
Le meilleur endroit pour jouer

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@microscoop.com

Directeur de la rédaction
Laurent Guerder

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

Rédaction
Microscoop

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

MAQUETTE
Rédacteur graphiste
Benoît Maurice

Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par Microscoop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social : 66/72 rue Marceau - 93100 Montreuil-sous-Bois.

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par Iapca
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 publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif.

Crédits et copyright DR :
Tous droits réservés.

DESTINY

PASSE D'EXTENSION

INCLUT : EXTENSION I ET EXTENSION II

ÉCONOMISEZ 5 €

EXTENSION I
DISPONIBLE EN DÉCEMBRE 2014*

EXTENSION II
DISPONIBLE DÉBUT 2015**

PROLONGEZ VOTRE AVENTURE DANS DESTINY AVEC DES MISSIONS INÉDITES, DES ARÈNES MULTI-JOUEUR COOPÉRATIVES ET COMPÉTITIVES, ET DE NOUVELLES ARMES, ARMURES ET PIÈCES D'ÉQUIPEMENT À OBTENIR.

EXTENSION I : LES TENEBRES SOUTERRAINES

Dans les Ténèbres Souterraines, vous découvrirez qu'un tombeau ancien a été ouvert. Sous la surface de la Lune, un dieu obscur a répondu à des siècles de prière et amassé une armée. Explorez les profondeurs du Gouffre des enfers, mettez un terme au rituel de la Ruche et revenez en vie.

EXTENSION II : LA MAISON DES LOUPS

Le contenu sera dévoilé ultérieurement.

16+ www.pegi.info

PS3 PS4

*Exclusif jusqu'à Automne 2015 au moins **La date de sortie est sujette à changement
Le jeu vidéo Destiny est nécessaire pour jouer.

Les DLC du Passe extension peuvent être vendus séparément. Si vous achetez les editions collector, Edition Limitée ou Edition Spectre, n'achetez pas les extensions individuelles, car vous les paieriez en plus. Le Passe extension et les DLC peuvent ne pas être disponibles pour toutes les plateformes ou dans tous les territoires. Le Passe extension sera disponible après la sortie du jeu. Les tarifs et les dates de sortie peuvent varier selon la plateforme.

© 2014 Bungie, Inc. Tous droits réservés. Destiny, le logo Destiny, Bungie et le logo Bungie sont des marques commerciales de Bungie, Inc. Édité et distribué par Activision. Activision est une marque déposée d'Activision Publishing, Inc. Tous droits réservés.

BUNGIE ACTIVISION

PLAYSTATION

20 ANS DE

PlayStation

C'est en 1988 que Sony se lance dans l'aventure PlayStation… en association avec Nintendo pour doter la Super Nintendo d'un lecteur de CD-ROM évolué. Nintendo rompant quelques mois plus tard le contrat, Sony décide de poursuivre seul le développement d'une console à part entière dont les jeux auraient pour support un nouveau format de CD. Quelques années plus tard, la PlayStation est lancée au Japon, le 3 décembre 1994, suivi des Etats-Unis le 9 septembre de l'année suivante et de l'Europe le 29 septembre 1995. « La PlayStation est là, et pour longtemps », assène Ken Kutaragi, chef d'orchestre du projet, qui rêvait à un « synthétiseur d'images » depuis le début des années 80. La croix de la manette PlayStation n'est pas affublée des traditionnelles lettres mais de symboles. « Le triangle se réfère au point de vue : il représente la tête de tout à chacun ou une direction, et je l'ai voulu de couleur verte. Le carré symbolise une feuille de papier : il représente les menus ou les documents, le tout de couleur rose. Le rond et la croix symbolisent le oui et le non. Je les ai fait respectivement rouge et bleu », expliqua alors Teiyo Goto, le designer de la manette. Le marketing était déjà au cœur de la console. Côté mémoire, Sony commercialise les fameuses Memory Cards qui permettent de conserver son avancée dans les jeux et de les emmener chez un ami. Au sein de la vaste ludothèque de la première PlayStation, on retiendra Crash Bandicoot dont les personnages deviendront sur les premières années de véritables emblèmes de la marque, Final Fantasy, Driver, Metal Gear Solid, Tekken, Tomb Raider, Tony Hawk's Pro Skater et bien sûr Gran Turismo, la simulation de course automobile de Sony Computer, dont le premier volet dépassera les 10 millions de copies vendues. Les ventes cumulées de jeux PlayStation 1 atteindront 962 millions d'exemplaires, tandis que les différentes versions de la console elle-même se sont au total vendues à 102,49 millions d'exemplaires, battant tous les records existants. La PS One, modèle moins encombrant lancé fin 2000 représente plus d'un quart des ventes totales (28,15 millions). Le territoire américain arrive en tête des ventes, juste devant l'Europe, avec 36,67 millions de machines écoulées contre 36,61 millions, loin devant la zone Japon-Asie et ses 20,72 millions. La première PlayStation assoit la domination de Sony dans le marché du jeu vidéo, à travers le monde entier et met en lumière le potentiel du marché européen pour la suite.

Décembre 1994
Sortie de la PlayStation au Japon.

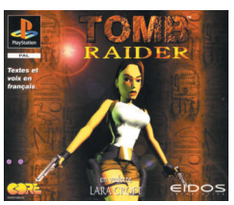
Septembre 1995
Sortie de la PlayStation aux Etats-Unis et en Europe.

1996
Sortie de Parappa The Rapper, jeu de rythme musical très original, qui précède la mode du genre plusieurs années plus tard.

Eté 1996
Naughty Dog signe Crash Bandicoot, un jeu de plate-forme survolté. Succès immédiat auprès du public et multiples suites à la clé.

Août 1996
Sortie de Resident Evil de Capcom par Virgin Interactive. Un succès immédiat.

Novembre 1996
Eidos publie Tomb Raider, qui donne un nouveau souffle au jeu d'action/aventure.



1996
Lancement des premiers titres de la gamme Platinum, réédition de grands hits (400 000 ventes, six mois de commercialisation minimum) avec Ridge Racer, Tekken, Toshinden, WipeOut…

Avril 1997
Sortie du Dual Analog Controller qui accueille deux sticks analogiques pour mieux appréhender les univers 3D.

Novembre 1997
Sortie du DualShock, qui ajoute la vibration en plus des deux sticks.

Novembre 1997
Final Fantasy VII est le premier jeu de la saga commercialisé en Europe. Superproduction sur trois disques, le titre va fortement contribuer à la popularité de la saga.

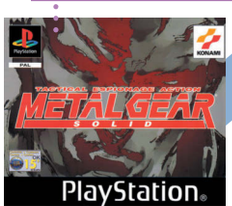
1994

SUCCÈS

2003

Septembre 2000
Sortie de la PS One, version redesignée de la console, plus fine et légère. Un écran portable peut y être connecté pour en faire une console transportable.

Février 1999
Konami publie Metal Gear Solid, chef d'œuvre signé Hideo Kojima qui va donner ses lettres de noblesse au genre action/infiltration.



Mars 2000
Lancement de la console au Japon.

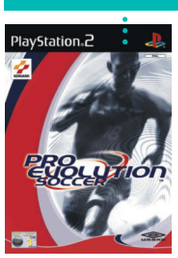
Octobre 2000
Sortie aux Etats-Unis.

Fin novembre 2000
La PlayStation 2 est commercialisée en Europe.

Juillet 2001
Gran Turismo 3 A-Spec est lancé, la simulation automobile de Polyphony Digital gagne encore en réalisme.

Octobre 2001
Take Two publie GTA III, qui va littéralement inventer le genre du jeu d'action en monde ouvert, à l'ambiance fortement inspirée par de grands classiques hollywoodiens.

Novembre 2001
Konami édite Pro Evolution Soccer, qui va s'imposer comme la simulation de football vedette sur cette génération de consoles.

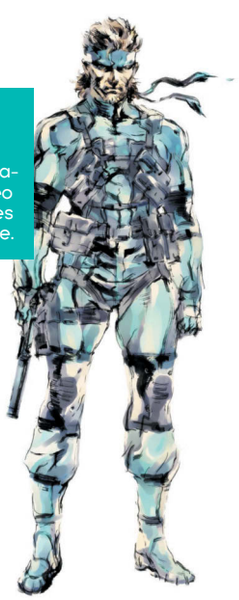


Mars 2002
Avec Metal Gear Solid 2 : Sons of Liberty, c'est une vraie superproduction cinématographique que signe Hideo Kojima pour Konami. L'un des chefs d'œuvre de la console.

Mai 2002
Square Enix lance Final Fantasy X, un jeu de rôle à la réalisation impressionnante, exploitant les capacités de la console.

Novembre 2003
Avec Need For Speed Underground, Electronic Arts galvanise la formule de la série de jeux de course, qui va devenir l'une des meilleures ventes de la PS2.

Novembre 2003
Lancement de Eye Toy, une caméra qui permet à la console de repérer les mouvements du joueur et d'intégrer son image au sein de jeux dédiés.



PlayStation 2 △△△△

C'est le 4 mars 2000 que la PlayStation 2 est mise sur le marché au Japon, le 26 octobre en Amérique du Nord et le 24 novembre en Europe. Rétro-compatible avec la PlayStation, la nouvelle console promet surtout d'apporter de nouvelles sensations de jeu vidéo, via notamment le processeur central Emotion Engine qui permet aux développeurs de laisser libre cours à leur imagination et de développer des univers bien plus réalistes. La PlayStation 2 va devenir la console la plus vendue à ce jour, dépassant les 150 millions d'exemplaires. Ce n'est qu'en 2013 que Sony cesse sa commercialisation en Europe, prouvant sa capacité à faire vivre une machine sur une très longue période, bien longtemps encore après la sortie du modèle suivant. Côté software, ce sont 1,5 milliard de jeux qui ont trouvé preneurs, des données qui évidemment ne prennent pas en compte le piratage, qui fut un véritable fléau pour cette génération de PlayStation. La PlayStation 2 était équipée d'un lecteur de DVD et capable de restituer du son en 5.1, lui conférant une vocation multimédia inédite. Un atout d'autant plus important qu'à son lancement, le prix public d'un lecteur de DVD nu dépassait celui de la console. Sony a d'ailleurs multiplié les bundles avec des DVD vidéo au cours de la vie de sa console. En 2004, une version « slim » de la console est proposée, avec des dimensions revues à la baisse. C'est au même moment qu'avec Eye Toy, la PlayStation 2 est l'une des consoles pionnières dans le domaine du motion gaming, dès le début des années 2000. C'est également par la PlayStation 2 que les consoles de la marque commencent à se connecter en ligne. Une porte entrouverte qui profitera surtout à la génération suivante de machines… Si les grands succès de la précédente génération font toujours recette sur PS2 (Tekken, Ridge Racer, Metal Gear Solid Final Fantasy …), la console accueille également des titres phénomènes comme la série GTA qui introduit des mondes ouverts impressionnants ou Pro Evolution Soccer, la simulation de football qui fait des étincelles sur cette génération de consoles.

PlayStation 3 ○○○○

La troisième génération de PlayStation arrive sur les marchés asiatiques et américains en novembre 2006. L'Europe est servie quelques mois après, le 22 mars 2007. Elle va se positionner d'entrée de jeu comme une machine capable de délivrer des graphismes jamais vus, mais aussi comme véritable centre multimédia dédié à la haute définition, capable de lire presque tous les formats audio et vidéo. En effet, si la PlayStation 2 disposait d'un lecteur de DVD, la PS3 est équipée d'un lecteur de Blu-Ray, d'une connectique HDMI, d'un lecteur de carte mémoire Memory Stick et Compact Flash, et est évidemment connectée à Internet en Wi-Fi. Autant de composants hi-tech qui deviendront par la suite des standards. La PlayStation 3 est également un lecteur DLNA capable de traiter des contenus audio-vidéo stocké sur le réseau. Le processeur est un CELL conçu par IBM en partenariat avec Sony et Toshiba. Le design est l'œuvre de Teiyu Goto, déjà responsable des deux premières PlayStation. Il ambitionne dès le départ de faire de la PlayStation 3 un objet à part qui trouvera sa place dans le salon, que l'utilisateur aimera montrer. La manette, baptisée Sixasis intègre un capteur de mouvements, ce qui autorise de nouvelles façons de jouer. En 2009, Sony lance le PlayStation Move, une manette en forme de bâton capable de détecter les mouvements en trois dimensions et qui doit être combinée à une caméra PlayStation Eye. La console est rétrocompatible à son lancement avec PlayStation 2. Pour la sortie européenne, non seulement 24 jeux physiques sont disponibles mais on peut également en télécharger quelques-uns. Le PlayStation Network vient d'ouvrir ses portes ! Le PlayStation Plus qui offre beaucoup pour un abonnement minime ouvre pour sa part en juin 2010. Aujourd'hui, alors que la console est dans la dernière partie de son cycle de vie, cinq millions de PlayStation 3 ont été vendues en France et la PS3 a laissé très loin derrière la concurrente la plus proche. Au niveau mondial, les ventes ont dépassé les 80 millions d'exemplaires. La PlayStation 3 a évidemment été déclinée en « slim », en 2009, un modèle 32 % plus petit consommant 34 % d'énergie en moins. En septembre 2012, Sony lancera une ultime version, « Ultra Slim », à la taille encore affinée et au chargement des disques cette fois à clapet.

Juin 2004
Sortie de Singstar, accompagné de micros, qui rend le karaoke à la maison plus interactif que jamais.

Octobre 2004
Grand Theft Auto : San Andreas de Rockstar est l'un des jeux les plus ambitieux de la console, avec un terrain de jeu colossal incluant trois grandes villes. Avec plus de 20 millions de ventes, ce sera l'un des jeux les plus populaires de la console.

Septembre 2005
Sony Computer commercialise la PSP (PlayStation Portable), première console portable de la marque

Novembre 2004
Sortie de la PS two, nouvelle version de la console de taille plus réduite.

Novembre 2005
Lancement de Buzz!, un jeu de quiz qui exploite des buzzers à relier à la console.

Mars 2006
Fin de la production de la console.

Avril 2006
Dragon Quest VIII : L'Odyssée du Roi Maudit marque la première apparition de la saga culte de Square Enix en Europe. Un classique immédiat.

Novembre 2006
Sortie de la PS3 aux Etats-Unis, au Japon.

Novembre 2006
Le PlayStation Network ouvre ses portes, plate-forme de jeu en ligne et de distribution dématérialisée.

Mars 2007
Lancement en Europe de la PlayStation 3, modèle doté de 60 Go.

Eté 2007
Commercialisation de PlayTV, tuner et enregistreur pour enregistrer des programmes via la console.

Septembre 2007
Lancement de la manette DualShock 3, qui ajoute la vibration au modèle original Sixaxis.

Novembre 2007
Ubisoft lance Assassin's Creed.

Décembre 2007
Naughty Dog signe le premier Uncharted, Drake's Fortune.

Avril 2008
Parution de Grand Thef Auto IV, signé Rockstar Games.

Juin 2008
Sortie de Metal Gear Solid 4 : Guns of the Patriot, signé Kojima Productions.

Novembre 2008
Media Molecule signe LittleBigPlanet.

2004

2014

Février 2009
Sortie de Killzone 2 de Guerilla.

Mars 2009
Capcom lance Resident Evil 5.

Mai 2009
Le premier InFamous de Sucker Punch est publié.

Septembre 2009
Lancement de la PlayStation 3 Slim, dotée d'un disque dur de 160 Go.

Juin 2010
Lancement du PlayStation Plus, abonnement.

Septembre 2010
Commercialisation du PlayStation Move, combiné au PlayStation Eye et à la manette de navigation, dédié au motion gaming.

Septembre 2010
La PlayStation 3 est rendue compatible avec l'affichage 3D des films et jeux.

Novembre 2010
Call of Duty : Black Ops est publié par Activision Blizzard.

Novembre 2010
Gran Turismo 5, développé par Polyphony Digital, est lancé.

Mars 2010
God of War 3, signé SCE Santa Monica, premiers pas de la franchise sur PS3.

Février 2010
Sortie de Heavy Rain, signé Quantic Dream.

Mai 2010
Rockstar Games publie Red Dead Redemption.

Novembre 2011
Sortie de Call of Duty : Modern Warfare 3 d'Activision Blizzard.

Février 2012
Sony Computer lance la PS Vita, console portable de nouvelle génération avec sticks analogiques, écran OLED tactile...

Mars 2012
Journey, signé Thatgamecompany, est commercialisé sur le PSN.

Septembre 2012
Sortie de la PlayStation 3 Ultra Slim (12, 250 ou 500 Go).

Janvier 2013
Fin de la production de la console.

Juin 2013
The Last of Us de Naughty Dog est publié.

Septembre 2013
Rockstar Games publie Grand Theft Auto V.

Novembre 2013
Lancement de la PlayStation 4 aux Etats-Unis et en Europe.

Novembre 2013
Electronic Arts publie Fifa 14 sur PS4.

Février 2014
Lancement de la PlayStation 4 au Japon.

Mars 2014
Présentation du projet Morpheus, futur casque de réalité virtuelle pour la PS4.

Mars 2014
Sortie de Infamous Second Son (Sucker Punch).

Mai 2014
Ubisoft lance Watch Dogs.

Juillet 2014
Parution de The Last of Us Remastered (Naughty Dog).

Août 2014
La console atteint 10 millions de ventes.

Septembre 2014
Activision Blizzard publie Destiny, développé par Bungie Software.

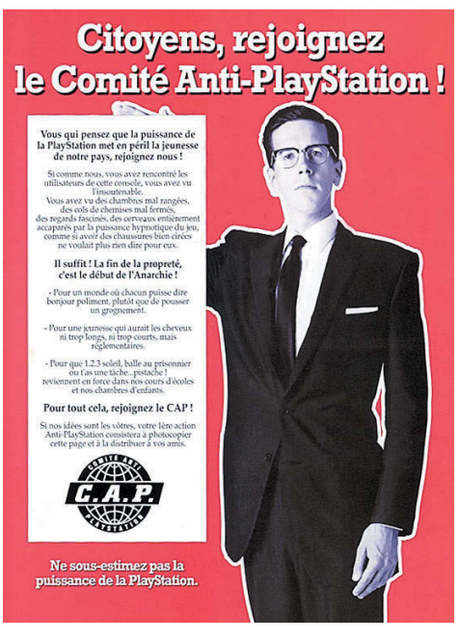
PlayStation 4

Si la PS3 a finalement été un succès, elle n'est pas parvenue à se hisser à la hauteur de la domination exercée par ses deux ainées en leur temps.
La concurrence s'est fait nettement plus sentir, en partie en raison d'une arrivée sur le marché tardive. Pour la PS4, Sony se devait de mettre tous les atouts de son côté en arrivant suffisamment tôt sur le marché. Elle est donc présentée dès février 2013 et sa commercialisation intervient le 15 novembre de la même année en Amérique du nord, puis le 29 novembre en Europe et en Australie.
Le Japon est servi le 22 février 2014. Autre obstacle à lever impérativement pour Sony : le prix.
Son positionnement trop élitiste au lancement a handicapé la PS3, la PS4 se doit donc de lever cette barrière et s'affiche à 399 dollars ou 399 euros, selon les territoires. Mais surtout Sony met en place une communication simple et efficace : la PS4, c'est une console de gamers ; le jeu vidéo est sa raison d'être (pour les caractéristiques techniques détaillées, voir page 20 à 23). Et la firme ne va pas hésiter sur ses investissements dans le monde, la campagne pour la PS4 étant sans conteste la plus massive jamais mise en place pour une console de jeux de la marque.
Les premiers résultats de vente sont impressionnants : alors que l'objectif annoncé était d'écouler cinq millions de pièces avant fin mars 2014 (fin de l'exercice fiscal), dès le 8 février, alors que la console n'est toujours pas commercialisée au Japon, 5,3 millions de machines ont déjà trouvé preneurs ! Et cela alors même que les ruptures de stock sont constatées sur plusieurs territoires, dont la France. A la Gamecom mi-août, la société annonce avoir franchi la barre symbolique des 10 millions de machines. En moins de neuf mois !

20 ANS

La révolution

Sony Computer Entertainment a fait rentrer le jeu vidéo dans une nouvelle ère en élargissant le public du média. Pour réussir, il fallait certes de bonnes consoles et de bons jeux, mais il fallait aussi une communication innovante, capable de sortir des sentiers battus empruntés par les concurrents déjà en place. Il fallait oser. Oser provoquer, oser innover pour forger une image forte, immédiatement identifiable, à la marque PlayStation. Et pour assurer son image hype et dans le vent. De l'annonce de la première PlayStation aux communications les plus récentes, Sony a joué son rôle de leader non seulement dans le jeu vidéo, mais plus largement dans la communication.



Comment se faire une bonne place vite et bien dans un paysage où l'on est totalement absent ? Voilà la question face à laquelle Sony s'est trouvé confronté en 1995 au moment de faire le saut dans le bain du jeu vidéo. L'angle choisi a été celui de l'humour et du contre-pied avec une campagne sur le thème « rejoignez le comité anti-PlayStation » dans laquelle un homme à l'allure pour le moins conservatrice mettait en garde contre « la puissance de la PlayStation » qui « met en péril la jeunesse de notre pays » ! Avec un slogan à ce point impactant, il s'agissait de jouer des clichés sur les jeux vidéo, répandus à l'époque notamment par des associations familiales peu portées vers le modernisme. Et pour faire monter encore un peu plus la pression, Sony déclina un autre slogan provocateur, anxiogène pour certains, mais surtout très prometteur pour la cible visée : « ne sous-estimez pas la puissance de la PlayStation ».

Le but de cette communication était bien de s'adresser aux jeunes adultes qui délaissaient le jeu vidéo trop enfantin, mais aussi aux plus jeunes qui découvraient eux-aussi que le jeu vidéo pouvait leur proposer des contenus plus transgressifs que ce qu'ils connaissaient. « N'achetez pas, c'est dangereux » pour que les consommateurs se ruent dans les rayons était un pari innovant, qu'aucune autre marque avait fait jusqu'alors. Surtout que cette campagne a été déclinée à très grande échelle, notamment en télévision, avec un investissement très massif. Quant aux sceptiques vis-à-vis de l'implication du groupe Sony dans l'univers du jeu vidéo, le créateur de la console Ken Kutaragi se plait à asséner un « La PlayStation est là et pour longtemps ! » explicite. L'histoire lui donnera raison !

David Lynch, l'audace

Pour la PlayStation 2, SCE se devait de relever un défi de taille : surprendre. La PlayStation première du nom était parvenue à s'imposer comme la nouvelle référence, à se bâtir une image de produit branché, un must-have pour jeune adultes et adolescents. Pour Sony, il n'était pas question d'aller vers la facilité en se reposant sur l'attente des consommateurs, il fallait surprendre à nouveau, quitte à provoquer. Alors que des rumeurs plus farfelues les unes que les autres se répandaient sur Internet (qui n'était pas encore totalement entré dans la vie de tous les jours de tous les Français), tel que « la PS2 est assez puissante pour guider des missiles (!), Sony s'adresse au célèbre et mystérieux réalisateur David Lynch, l'auteur de la célébrissime série Twin Peaks, mais aussi de films comme Elephant Man, Dune ou de publicités pour des marques de luxe comme Yves Saint-Laurent, Calvin Klein ou Dior. Celui-ci conçoit des spots dans lesquels on ne voit ni jeux, ni console, c'est le concept du « troisième monde ». Derrière ce

Les publicités réalisées par David Lynch pour la PlayStation 2 ont marqué l'histoire de la pub.

Marketing

Le Comité Anti-PlayStation, premier coup de génie de la communication PlayStation.

troisième monde, c'est le concept de communauté qui pointe son nez, une communauté de joueurs qui fait envie, parce qu'elle est mystérieuse et un peu effrayante. Avec Lynch et ses publicités totalement décalées, Sony joue sur le désir et le mystère. Eros et Thanatos en fond de décor. Plus que jamais, Sony fait le pari qu'une communication tournée vers les adultes sensibilisera les plus jeunes. Si ce n'est pas pour moi, alors je le veux… la transgressivité en levier marketing. Comme une apothéose de cette époque où les spots publicitaires savaient se montrer d'une créativité, d'une ambition, d'une démesure aujourd'hui largement disparues, Sony a organisé le 6 février 2003 une soirée à l'Olympia entièrement dévouée aux spots de pub de la marque PlayStation. Sorte de Nuit des Publivores mono-marque, cet événement « PubStation » permettait de découvrir les spots du monde entier. Ou comment porter encore plus haut le notion de communauté autour d'une marque en la starifiant… Ce soir-là, ce n'était pas une pop star en haut de l'affiche de la plus mythique salle de spectacle de France, c'était PlayStation ! Mais est-ce vraiment différent ?

Avec la PS2, Sony enfonce le clou : le jeu vidéo c'est pour les adultes, et surtout, le jeu vidéo, ça se dit PlayStation. En effet, à l'instar de marque comme Frigidaire ou Caddie, Carte Bleue ou Post-it, PlayStation est devenu un nom générique. Une consécration marketing que Sony avait déjà connue avec le Walkman, ce baladeur à cassettes de son invention. C'est l'époque où lorsqu'une marionnette des Guignols de l'Info (si possible un joueur de foot), joue aux jeux vidéo, il joue « à la PlayStation ». En moins de 10 ans, Sony a imposé plus qu'une marque à la mode. PlayStation est devenu synonyme d'une réalité de marché qui fait du jeu vidéo un loisir grand public solidement assis sur une communauté gamers, mais capable d'atteindre toutes - ou presque - les classes de la société.

Sponsoring et partenariat, l'autre face de la com

Pour s'imposer et parler à tous, la pub mass-média c'est bien, mais ce n'est pas suffisant. Il faut aussi aller à la rencontre des consommateurs. Pour cela, Sony a fait dès la PlayStation le choix de partenariats et du sponsoring. Mais plutôt que de se ruer sur ce qui marche et assure une visibilité très forte, mais à un coût prohibitif, le constructeur et éditeur a misé sur l'accompagnement à long terme. Le sport s'est imposé comme le vecteur évident de cette politique, véhiculant des valeurs positives en adéquation avec l'image PlayStation. Deux secteurs, qui correspondent aussi à des segments de marché importants des jeux sur PlayStation, sont investis : le foot et le sport automobile. Côté foot, ce sera l'AJ Auxerre, qui via son célèbre centre de formation et son attachant entraineur Guy Roux, véhicule une image positive qui suscite l'empathie. Côté sport auto, Sony va miser sur Prost Grand Prix, l'écurie toute jeune et encore vierge de résultats du célébrissime champion français ainsi que sur Sébastien Loeb alors que celui-ci n'est encore que Champion du monde junior. Autant dire que neuf titres de champion du monde plus tard, celui qui est depuis des années la star absolue des courses de rallyes s'est avéré un partenaire dont le choix fut plus que judicieux ! Un partenariat avec Henri Pescarollo a également été conclu pour les 24 heures du Mans. Fidèle à sa politique de soutien à des sportifs en devenir, Sony travaillera également avec Richard Gasquet au début des années 2000. Et puis, tout succès a sa part de réussite. En 1998, la France est le pays organisateur de la Coupe du Monde de Football. Les commentateurs et journaux sportifs sont plus prompts à parier sur une élimination rapide que sur une victoire finale… La suite est connue et PlayStation, qui est un des partenaires de l'équipe de France, récolte une visibilité formidable. Autre pari gagné, le soutien à l'aventurier Steeve Fossett en 2001 qui établit un nouveau record de la traversée de l'Atlantique à la voile (en quatre jours et 17 heures !) à bord d'un catamaran de près de 38 mètres de longueur baptisé… PlayStation ! Cette fois la marque est directement synonyme d'exploit et de démesure, que rêver de mieux ?
Enfin, au niveau européen, Sony à cette fois joué la communication la plus mass-market possible en étant partenaire depuis 15 ans de la Ligue des Champions de football, la plus grande compétition sportive annuelle qui génère les plus fortes audiences.

En 2014, PlayStation est partenaire de L'Insep (Institut National du Sport, de l'Expertise et de la Performance).

A la rencontre du consommateur

Mais pour toucher au plus près les consommateurs, rien de mieux que d'aller directement à leur rencontre. C'est ce qu'a fait Sony dès la première PlayStation, en organisant des tournées de stations de ski pendant l'hiver et des plages en été. Encore peu répandu, ce type de communication très différenciante qui permettait au public de prendre directement la console en main dans une atmosphère de vacances a été une manière efficace de sensibiliser le cœur de cible de la PlayStation, les 15-25 ans. En mettant en avant les jeux de glisse, Sony jouait du parallèle « réel/virtuel » et accréditait l'idée que sa console délivrait des images et des sensations proches de la réalité. Après une journée sur les pistes de ski, quoi de mieux que de rejouer les mêmes sensations une manette en main et d'avoir la promesse de pouvoir les retrouver chez soi tout au long de l'année ? Une fois de plus, Sony démontrait sa capacité à innover dans la communication, à surprendre, à créer de nouvelles façons de faire d'une marque un point de ralliement générationnel.

Familial, le jeu vidéo et PlayStation

Avec la PlayStation 3 et aujourd'hui la PlayStation 4, Sony a pris en compte une double évolution : celle des consommateurs, puisque le jeu vidéo est devenu un loisir de plus en plus partagé par toute la famille, et celle de la communication avec l'arrivée des réseaux sociaux. Sony lance la PS3 avec près d'un an et demi de retard sur la concurrence, et si en France sa domination n'est pas remise en cause, dans le monde, la situation est plus difficile. Le jeu vidéo est devenu un loisir de plus en plus grand public, la marque PlayStation a une image établie, une communauté qui la suit, les enjeux sont donc naturellement différents. De plus, la PlayStation 3 sortant à un prix relativement élevé, Sony s'est attaché à l'expliquer avec la présence d'un lecteur Blu-ray, nouveau format de disque alors assez élitiste et de ses qualités online notamment. Dès lors, la communication se devait d'être plus pédagogique que les précédentes fois. Les partenariats mis en place sont donc adaptés à l'époque avec Pierre et Vacances, l'UCPA, des accords avec les aéroports de Paris. Sony continue à aller à la rencontre des consommateurs, mais en s'adaptant. Le PlayStation Network, plate-forme de jeu en ligne et boutique digitale, lancé sur PlayStation 3 prend une importance centrale sur la nouvelle console et permet à Sony de renforcer encore le lien avec ses utilisateurs de consoles PlayStation. Lancé en 2006, We Are PlayStation est pour sa part un portail communautaire informant les joueurs sur les nouveautés et leur permettant de prendre la parole. Globalement, l'émergence, puis le succès des réseaux sociaux, tout comme la vulgarisation d'Internet dans les foyers, ont permis de toucher les consommateurs de façon nouvelle, mais cela a, dans le même temps, concentré les décisions et outils de communication. De plus, depuis la naissance il y a cinq ans du Paris Games Week, un salon qui constitue un pic de visibilité pour tout le jeu vidéo, Sony y réalise des investissements massifs pour s'assurer une présence spectaculaire. Le Paris Games Week s'annonce pour Sony comme un rendez-vous clé de sa communication de la fin de l'année autour de la nouvelle PlayStation 4. Sony compte y démontrer l'efficacité de son message central : c'est une console pensée par les développeurs pour les joueurs. Alors que la console connait un très grand succès et que le tout Internet favorise naturellement l'élaboration de messages ciblés en fonction du public, Sony s'est attaché au contraire à faire passer une idée d'apparence basique, mais en réalité difficile à manier : la PS4 est une console pensée par des développeurs pour des joueurs. Pas question de se disperser cette fois, l'accent est mis sur l'ADN de la PlayStation, même si elle propose bien d'autres atouts.

Sony à la rencontre de son public dans les stations de ski.

UEFA CHAMPIONS LEAGUE
PlayStation

Sébastien Loeb, neuf fois Champion du monde de rallye, est partenaire de PlayStation depuis ses débuts.

Philippe Cardon,
DG France et Benelux

« PlayStatio

l'un des principaux moteurs du jeu vidéo

Le directeur général de Sony Computer Entertainment pour la France et le Benelux ne laisse rien au hasard afin de poursuivre l'aventure de ces deux dernières décennies de PlayStation en dominant le marché du jeu vidéo domestique. Et avec une PS4 capable de plaire très tôt dans son cycle de vie aux deux bouts de la chaine, les gamers et le très grand public, et dont l'hyperconnectivité va être encore valorisée par la prochaine mise à jour, il se montre très enthousiaste pour l'avenir.

JDLI : Après 10 mois de commercialisation, la PlayStation 4 répond-elle toujours à vos attentes en termes de vente ?

Philippe Cardon : Incontestablement, les ventes de PlayStation 4 répondent à nos attentes. Le démarrage a été excellent, et la demande est toujours très forte sur l'ensemble des territoires. Nous avons annoncé au moment de la Gamescom, soit moins de neuf mois après la sortie, le chiffre de 10 millions de PS4 vendues dans le monde. Il avait fallu le double de temps à la PlayStation 3 pour atteindre ce seuil, ce qui illustre très bien le dynamisme de cette nouvelle console. Et nous parlons bien de sell out, c'est-à-dire de ventes aux consommateurs, et non aux magasins. La tendance est très encourageante.

Les chiffres de vente par territoires demeurent cependant un secret…

Il est vrai que Sony a pris le parti de ne pas communiquer sur les ventes et les parcs installés territoire par territoire. Mais nous avons tout de même révélé que le Royaume-Uni avait dépassé le million d'unités. Et au moins un autre pays européen devrait dépasser ce seuil d'ici quelques semaines, je vous laisse deviner lequel.

La France est un pays dans lequel les trois précédentes PlayStation ont connu un franc succès, s'octroyant une part de marché supérieure à la moyenne mondiale. Est-ce encore le cas avec la PS4 ?

Il est vrai que les joueurs français ont toujours réservé un accueil enthousiaste aux consoles PlayStation. Elles ont été l'un des principaux moteur du développement du marché du jeu vidéo ici sans doute encore plus que sur d'autres territoires. Avec la PS4, sans dévoiler les parts de marché des uns et des autres, je confirme que le phénomène continue. Et n'oublions pas que la part de marché en volume est une chose, mais ce qui intéresse notamment nos revendeurs, c'est la part de marché en valeur pour l'ensemble de l'écosystème d'une console. Sony a toujours pris soin de ne pas détruire inutilement de la valeur en opérant des baisses de prix trop tôt dans le cycle de vie. Je ne donnerais qu'un seul exemple : en ce mois de septembre, la PlayStation 3, après plus de sept ans de présence sur le marché, est toujours à un prix public conseillé de 199,99 euros pour la version 12 Go et à 269,99 ou 299,99 euros selon le pack pour la version 500 Go. Sony est l'acteur qui anime et fait grandir le marché du jeu vidéo, depuis bientôt 20 ans, et je souhaite continuer.

Quelles sont les raisons du succès de la PlayStation 4 ?

Comme toujours, il n'y a pas qu'une seule raison. Tout d'abord, la PS4 est incontestablement au bon prix. Ensuite, en étant hyper connectée, en favorisant les échanges entre joueurs, c'est-à-dire en ayant une dimension sociale appuyée, elle répond vraiment à une attente très

n

en France »

répandue chez les joueurs. Enfin, la communication a été claire, sans dispersion : c'est une console créée par les développeurs pour les joueurs. Et puis, je ne reviens pas sur tout ce que l'on sait déjà sur les qualités technologiques et esthétiques de la PlayStation 4.

Cette appétence pour une console hyper-connectée, comment se traduit-elle ?

On peut la mesurer au nombre de vidéos déjà présentes sur Twitch par exemple. Il y en a déjà plusieurs millions. D'ailleurs avec la mise à jour 2.0 attendue en novembre, les joueurs vont pouvoir expérimenter une nouvelle fonctionnalité, le mode share play, qui permettra de proposer à un ami qui ne possède par votre jeu, d'en prendre le controle, à distance, en streaming, par session de une heure. C'est une superbe façon pour un joueur de faire découvrir un jeu à quelqu'un de proche. Un autre indicateur de l'intérêt des consommateurs pour la connectivité de la PlayStation 4 est le taux

Fleur Pellerin, Philippe Cardon et Sébastien Loeb lors de la Paris Games Week 2013.

d'attache très élevé au PlayStation Plus. Sans révéler de secret, je peux vous dire qu'il est significativement au-dessus de 50%. In fine, je crois que la meilleure preuve de l'intérêt des joueurs pour la connectivité, ce sont les excellentes ventes de la PlayStation 4.

La communication depuis le lancement a été nettement tournée vers les gamers, mais savez-vous qui a acheté la console finalement ?
Les core gamers ont répondu présent, c'est un fait. Ils continuent à se tourner vers nous, qu'ils aient été jusqu'à maintenant fidèles à la marque PlayStation ou non. Mais si nous sommes parvenus à multiplier par deux le rythme des ventes par rapport à la PS3, c'est aussi parce que d'une part il y a une accélération du taux d'adoption par rapport aux consoles précédentes, mais aussi parce que la PS4 attire beaucoup de nouveaux entrants qui n'avaient jamais expérimenté le jeu sur console auparavant. Un jeu comme Watch_Dogs d'Ubisoft a clairement attiré de nouveaux joueurs. Je pense que bien d'autres titres sont ou seront un véritable déclencheur à l'achat d'une PS4 dans les semaines qui viennent. Je pense à Destiny, Fifa 15, GTA V, Little Big Planet 3, DriveClub, The Last of Us Remastered, Call of Duty Advanced Warfare et beaucoup d'autres. La version blanche de la console joue également son rôle pour séduire de nouveaux publics.

Pour la période de fin d'année, la communication va-t-elle évoluer ?
Nous allons aborder le premier « vrai » Noël de la PS4. En 2013, la console était là depuis moins d'un mois et malheureusement nous n'étions pas en mesure de délivrer l'ensemble des commandes. Pour cette année, nous restons concentrés sur notre core business, et nous allons mettre en avant le fait que la PS4 est la meilleure console de salon du marché. Cela passera par un soutien marketing massif pour nos jeux, ainsi que certains jeux éditeurs tiers. Vous allez également voir arriver des bundles, avec Far Cry 4, GTA V, LittleBigPlanet 3… Parallèlement, nous continuons à travailler la marque PlayStation, notamment à travers de nos partenariats sportifs. Mais je le répète : tout en nous adressant aux joueurs, nous parvenons aussi à mobiliser l'attention également du grand public, et à susciter son intérêt.

Le boîtier PlayStation TV disponible le 14 novembre en Europe.

Netflix est accessible depuis les PlayStation et PlayStation 4. Est-ce un argument que vous allez développer ?
Pouvoir accéder à Netflix via sa console est d'autant plus une excellente nouvelle pour nos clients que tous les fournisseurs d'accès Internet ne le proposent pas à l'heure actuelle. Donc pour recevoir Netflix sur son téléviseur, une PlayStation 3 ou 4 est une solution idéale. Le nombre d'abonnements à Netflix via nos consoles est un vrai succès, preuve que c'est un nouveau service très apprécié. Cependant sur cette fin d'année, nous concentrerons nos messages autour du gaming afin de ne pas brouiller le message autour de la PS4.

Cela ne risque pas d'être au détriment de votre service de VOD, Video Unlimited ?
Ce sont des services très distincts, dans les modes de consommations, puisque le service de Sony propose des achats à l'acte tandis que Netflix favorise l'abonnement. Et dans les contenus, je ne crois pas qu'ils soient en concurrence.

Quels sont les objectifs sur la PlayStation 3 cette année ?
Nous situons le potentiel de vente de la console à 300 000 pièces, peut-être un peu plus. La plupart des blockbusters sortent toujours sur PS3 et elle joue un rôle de centre multimédia apprécié.

Avec la PlayStation 4 est arrivé le PS +, qui permet de jouer en ligne, mais est payant. Comment ont réagi vos clients au fait de devoir payer pour accéder à des services et fonctionnalités qui étaient gratuits pour la PS3 ?
Si plus de la moitié des possesseurs de PS4 sont abonnés au PlayStation Plus, cela signifie que le PlayStation Plus est une offre intéressante pour les joueurs. Nous avons pris un risque en prenant la décision de rendre payante la possibilité de jouer en ligne. Mais d'une part nos tarifs restent très abordables et d'autre part le PlayStation Plus, c'est bien davantage que le mode multijoueurs. L'abonnement permet également d'accéder à plusieurs dizaines de jeux par an issus de l'immense ludothèque PlayStation, à 1 Go de stockage par console dans le cloud, de bénéficier de remises, d'accéder à des beta tests avant tout le monde… et comme un seul abonnement par compte PSN suffit, le joueur peut en profiter depuis sa PS4, mais aussi sa PS3 ou sa PS Vita, sans supplément de prix. Sur le fond, je crois que les consommateurs ont atteint une maturité qui leur permet de comprendre qu'il n'est pas possible, même pour une société comme Sony de faire vivre toute l'infrastructure nécessaire au jeu en ligne d'une communauté aussi importante que la communauté PlayStation de façon totalement gratuite. La contrepartie est que nous nous devons d'apporter un service irréprochable. Le mois dernier, nous avons ouvert l'accès gratuit au multijoueur sur PS4 pendant un week-end pour leur permettre de tester ce nouveau service.

La PS Vita connait-elle une seconde jeunesse avec l'arrivée de la PS4 ?
La PS Vita aura une nouvelle actualité dans les semaines qui viennent. Un bundle réunissant les deux consoles verra le jour. Prise séparément, la PS Vita est une formidable console portable, mais associée à la PS4 elle prend encore une autre dimension, notamment grâce au mode Remote Play qui en fait un second écran. Le joueur commence sa partie dans le salon, mais s'il doit libérer l'accès au téléviseur principal, il peut poursuivre sa partie sur sa PS Vita dans une autre pièce.

Ce qui est plus inattendu, c'est qu'un smartphone va également permettre de retrouver ses jeux PS4. Comment ?
Oui, la nouvelle gamme Xperia Z3 de Sony Mobile, composée de deux smartphones Xperia Z3, et Xperia Z3 Compact ainsi que la Tablet Z3 Compact autorise le Remote Play. Concrètement en utilisant le réseau WiFi domestique, on transforme son smartphone ou sa tablette en second écran comme une PS Vita.
De plus, pour que l'expérience de jeu soit la meilleure possible, on joue avec sa manette Dual Shock 4.

Une autre façon de jouer à un jeu PS4 sans être directement relié à la console sera la PlayStation TV…
Oui. Nous allons commercialiser ce petit boitier à peine plus grand qu'une carte de crédit appelé PlayStation TV le 14 novembre prochain, à moins de 100 euros. Il s'agit d'un appareil qui permet de déporter le signal de la PS4 via le WiFi domestique ou encore mieux en CPL pour jouer sur un autre téléviseur. N'oublions pas qu'un foyer sur deux est équipé de plus d'un téléviseur selon le CSA. Nous savons que la PlayStation 4 est généralement dans le salon, la PlayStation TV est donc très utile pour jouer dans une autre pièce. De plus, elle est équipée d'un port pour insérer les jeux PS Vita et ainsi y jouer sur grand écran. PlayStation TV permet également d'accéder au PSN. C'est un parfait complément de la console pour l'équipement du foyer.

Enfin, que pouvez-vous nous dire aujourd'hui de Project Morpheus, le casque de réalité virtuelle de Sony ?
Project Morpheus est une innovation technologique majeure qui a a été présentée récemment en Europe à la Gamescom de Cologne. La date de commercialisation et le prix demeurent inconnus. Cependant, je peux vous dire que le projet est très abouti, comme ont pu s'en rendre comptes toutes celles et tous ceux qui l'on essayé. Nous allons offrir aux joueurs une nouvelle expérience de jeu totalement unique et immersive.

7

www.pegi.info

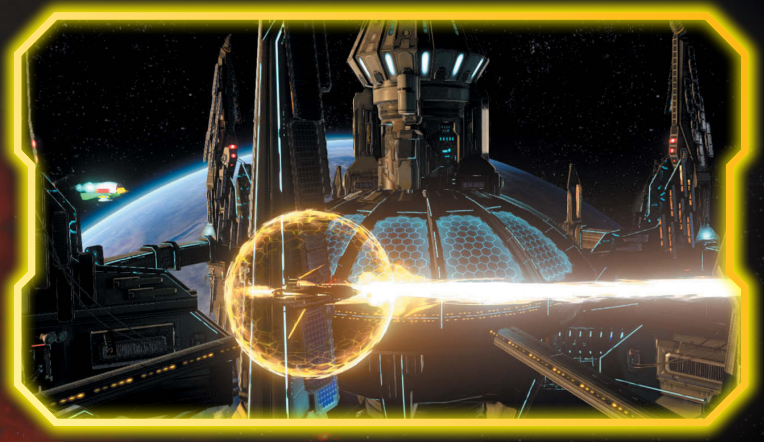
LEGO BATMAN 3: BEYOND GOTHAM software © 2014 TT Games Ltd. Produced by TT Games under license from the LEGO Group. LEGO, the LEGO logo, the Brick and the Knob configurations and the Minifigure are trademarks of the LEGO Group. © 2014 The LEGO Group. All of the same company. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners.

Batman and all related characters, and elements are trademarks of DC Comics © 2014. All Rights Reserved.

WB GAMES LOGO, WB SHIELD: ™ & © Warner Bros. Entertainment Inc. (s14)

warnerbros.fr

LES SUPER-HÉROS ET SUPER-VILAINS UNISSENT LEURS FORCES POUR RÉCUPÉRER LES ANNEAUX LANTERNES ET SAUVER LA TERRE DE L'EMPRISE DU DIABOLIQUE BRAINIAC !



PILOTEZ DES VAISSEAUX ET COMBATTEZ DANS L'ESPACE !

INCARNEZ PLUS DE 150 PERSONNAGES DE L'UNIVERS DC COMICS !

CHANGEZ DE TENUE ET DE CAPACITÉ AVEC LA NOUVELLE ROUE DE GADGETS BAT-TASTIQUE !

EXPLOREZ DES MONDES LANTERNES ET D'AUTRES LIEUX EMBLÉMATIQUES !

DISPONIBLE LE 12 NOVEMBRE 2014 SUR TOUTES LES PLATEFORMES

PS3 PlayStation 3 PSVITA PlayStation Vita PS4 PlayStation Network

ed. "PS", "PlayStation", "PS3", "PS3" and "PS" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS4" and "PSVITA" are both trademarks

DC COMICS™ TT games WB GAMES™

SONY PS4

Le jeu

Disponible en France depuis le 29 novembre 2013, la PlayStation 4 a déjà dépassé le cap des 10 millions de ventes à travers le monde, ce qui en fait le lancement le plus réussi de toutes les consoles de la marque. Plus puissante, plus connectée et plus interactive que jamais, la console de nouvelle génération de Sony est prête pour dessiner ce que sera le jeu vidéo de demain. Entre blockbusters hollywoodiens, productions de studios indépendants et hyperconnectivité, la PlayStation 4 embrasse le jeu video sous toutes ses formes.

La PlayStation 4 est une console de jeu, mais bien plus encore. Il aura fallu patienter près de sept années pour voir enfin arriver la relève de la PlayStation 3, avec une console qui se caractérise en premier lieu par un design qui encore une fois est un de ses points forts. Intégralement noire ou blanche, elle propose une forme asymétrique compacte et originale, un esthétisme qui est un vrai point différenciant… et s'intègre parfaitement dans n'importe quel salon ou home cinéma. En plus de ce look profilé et très compact (la taille de la machine est proche de la version ultra slim de la PS3), l'alimentation est incluse dans le châssis même de la console ; un simple et unique câble est nécessaire pour relier la machine au secteur secteur.

La puissance en chiffres

La PlayStation 4 est architecturée autour d'un processeur ADM Jaguar à huit cœurs à 1,6 GHz, avec 8 Go de mémoire GDDR5 et une puce graphique AMD Radeon de pointe dotée de 18 cœurs graphiques, ce qui en fait tout simplement la console de salon la plus puissante jamais conçue. Une machine qui repose sur une architecture assez proche d'un PC haut de gamme, la rendant plus facile à programmer que les précédentes générations et facilite amplement le travail des développeurs, qu'il s'agisse des grands studios ou des petites structures indépendantes. La machine gère nativement l'affichage en haute définition 1080p pour les jeux, mais aussi pour la diffusion des vidéos, qu'elles soient en provenance du Vidéo Store ou de disques Blu-ray. Via une mise à jour récente, la console est également capable désormais de lire les Blu-Ray 3D une fois connectée à un téléviseur compatible. La PlayStation 4 dispose par ailleurs d'une connectique fournie, avec deux ports USB 3.0 en façade, une sortie audio digitale optique, un port Ethernet Gigabit, une sortie vidéo HDMI 1.4, et pour le sans-fil, du WiFi 802.11n et du Bluetooth 2.1 (EDR). Côté unité de stockage, la console embarque un disque dur de 500 Go, un espace dédié au stockage des données et sauvegardes de jeux, des films et jeux dématérialisés achetés sur le PlayStation Store. Il s'agit d'un disque dur amovible, qui pourra donc par la suite être remplacé très aisément par une unité de stockage de plus grande capacité si le besoin s'en faisait sentir.

Une interface claire et ergonomique

L'interface de la PlayStation 4 donne immédiatement le ton dès la console allumée, avec une console très connectée et ouverte sur le

nouvelle génération

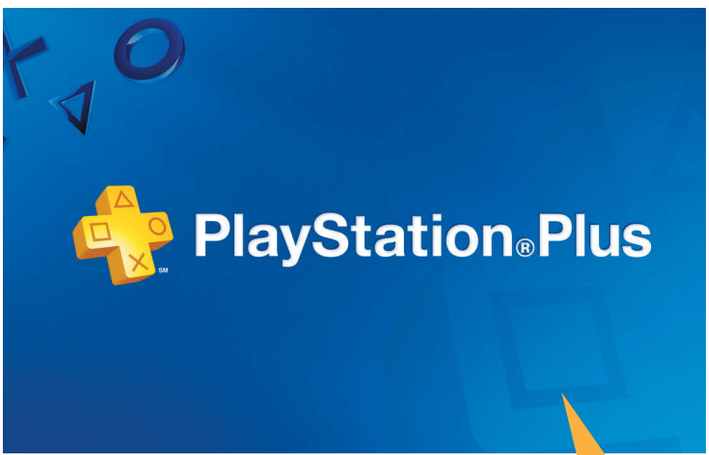
DualShock 4, la nouvelle génération de manettes

La PlayStation 4 est livrée avec une manette sans fil intégrant une batterie (chargement par câble micro-USB fourni, à relier à la console). Une quatrième génération de manette PlayStation qui marque une vraie évolution par rapport aux précédents modèles de la marque. Une rupture tout d'abord au niveau de l'aspect, la Dual Shock 4 embarquant en effet un pavé tactile cliquable avec deux points de contact. Idéal pour lancer des actions secondaires, naviguer dans les menus, émuler un clavier virtuel… en attendant de voir comment les développeurs décideront de le mettre à contribution à l'avenir ! Autre changement important sur la manette, la disparition de la touche Select, finalement peu usitée, qui laisse la place un bouton Share permettant de partager en quelques clics une séquence vidéo ou des captures de la partie du joueur, via les services Twitch, Ustream ou Facebook et prochainement YouTube avec la mise à jour 2.0. Une console connectée jusqu'au bout de la manette ! L'ergonomie générale de la manette a été revue pour une prise en main optimale, avec notamment des gâchettes plus confortables mais aussi des sticks analogiques redessinés, désormais concaves. Un voyant lumineux ou Light Bar fait également son apparition, permettant d'identifier immédiatement la manette de chaque joueur dans la pièce mais aussi de profiter de certaines informations relatives à la partie comme la santé de son personnage par exemple ou encore être repérée par la caméra. Enfin, une prise casque est présente sur la manette, ainsi qu'un haut-parleur qui peut diffuser certains sons des jeux au plus près du joueur (son d'une arme, voix d'un personnage…). La console est livrée avec une manette, la Dual Shock 4 est aussi commercialisée à l'unité en différentes couleurs : noir, bleu, rouge, blanche et camouflage.

Playstation 4

- **Processeur :** AMD Jaguar 8 cœurs 64 bits
- **Puce graphique :** AMD Radeon 1152 unités de calcul à 800 MHz (1,84 TFLOPS)
- **Mémoire :** 8 Go GDDR5 (Bus 176 Go/s)
- **Stockage & lecteur optique :** lecteur Blu-ray 3D 6x, lecteur DVD 8x, disque dur 500 Go amovible
- **Connectique :** 2 prises USB 3.0, 1 port HDMI, 1 port Analog-AV out, 1 sortie Digital Output (optique), 1 port Ethernet 10/100/1000, WiFi IEEE 802.11 b/g/n, Bluetooth 2.1 (EDR)
- **Dimensions :** 275 x 53 x 305 mm
- **Poids :** 2,8 Kg
- **Coloris :** noir ou blanc

399 €



PlayStation Plus, Where the Players are

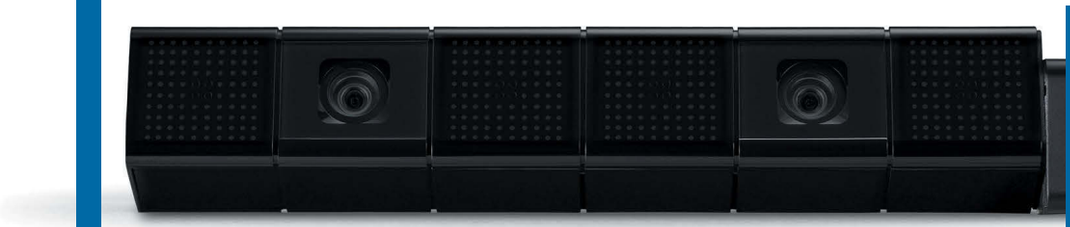
Sony a fait le choix de proposer aux joueurs un service extrêmement complet, le PlayStation Plus. Pour un abonnement modique (6,99 euros / mois, 14,99 euros / trimestre, ou 49,99 euros / an), le joueur a accès au mode multijoueurs en ligne, et à bien davantage. Tous les mois, il bénéficie gratuitement de deux jeux pour sa PlayStation 4, mais aussi de deux jeux pour sa PlayStation 3 et deux jeux pour sa PS Vita. Car avec un seul abonnement, le joueur peut bénéficier de tous les avantages du PlayStation Plus sur ses trois consoles. En plus des jeux gratuits, le PlayStation Plus fait bénéficier de remises et de promotions sur les nouveaux jeux ou les DLC. Il offre également jusqu'à 3 Go de sauvegarde dans le Cloud. L'abonnement, surtout dans sa version annuelle, est rapidement amorti ! De nombreuses fonctionnalités sociales sont par ailleurs accessibles gratuitement sur PlayStation 4 via le PSN comme le téléchargement de jeux (blockbusters, jeux indépendants, extensions et démos jouables), de films via Video Unlimited (location ou vente) mais aussi de musique (Music Unlimited), sans oublier la possibilité de communiquer avec sa liste de contacts par messages ou tchat vidéo via la caméra.

Nouvelles fonctions en approche

Prévue pour cet automne, la mise à jour 2.0 du système de la PlayStation 4 apportera d'importantes nouvelles fonctions à la console. Avec tout d'abord l'apparition du Share Play, qui va permettre à un joueur abonné au PlayStation Plus d'inviter un de ses amis à rejoindre sa partie… même si cet ami ne dispose pas d'un exemplaire du jeu ! Cette importante mise à jour 2.0 de la console verra aussi l'arrivée de l'application YouTube, facilitant le postage de vidéos de jeux sur le site. La possibilité de personnaliser l'interface de la console, tout comme la PS Vita, avec l'arrivée de thèmes à télécharger est également prévue à cette occasion.

Remote Play

La PlayStation 4 ne permet pas de jouer uniquement sur le téléviseur auquel elle est connectée. Avec la PlayStation TV, un boitier discret commercialisé le 14 novembre, il devient possible de déporter le signal sur un autre téléviseur du foyer, grâce au réseau internet du domicile. La console est dans le salon mais on peut jouer dans la chambre, c'est aussi simple que cela. Mais cette fonction, baptisée Remote Play, permet également de se servir de la PS Vita, de son téléphone ou de sa tablette de la gamme Xperia Z3 de Sony mobile comme écran de substitution.



Camera PlayStation 4

La caméra pour la PS4 est vendue séparément 60 euros environ. Elle est équipée de deux capteurs de 1280 x 800 pixels avec un angle de 85° (offrant une distance minimale de capture de 30 cm) et d'un microphone quatre voies intégrées. L'accessoire permet de prendre le contrôle de la console par la voix, de filmer le joueur durant les séquences de jeu qu'il rend publiques ou poste en ligne, de lancer un tchat vidéo avec ses amis mais aussi de pratiquer des jeux spécialement pensés pour comme Just Dance d'Ubisoft par exemple.

monde. Si l'on retrouve la logique d'affichage et de navigation horizontale parmi les icônes déjà vue sur PS3 et PS Vita, l'interface de la PlayStation 4 se compose désormais de deux niveaux pour mieux hiérarchiser les fonctions (les contenus et l'actualité immédiatement accessibles puis les fonctions avancées et l'accès au store sur le niveau supérieur auquel on accède en appuyant vers le haut sur la manette). Dès l'allumage, la console se connecte en ligne et déploie les nouveautés du réseau PlayStation, les dernières activités du joueur mais aussi les succès obtenus par ses amis, les titres du moment qu'ils pratiquent, pour une interface toujours en mouvement et jamais statique.
La dimension sociale est au cœur de la PlayStation 4, les joueurs étant continuellement connectés à leurs amis et la console encourageant les échanges de séquences entières ou captures de jeux via les réseaux sociaux, Twitch et Ustream. L'expérience connectée de la PlayStation 4 va encore plus loin puisqu'elle propose de multiples passerelles avec la PS Vita (comme jouer à distance sur la console portable aux jeux PS4) ainsi que PlayStation App, une application gratuite pour smartphones et tablettes qui permet de gérer son compte PSN mais aussi prendre le contrôle à distance de la console de salon, d'utiliser un clavier virtuel ou encore de profiter d'un second écran pour certains jeux. Sony

Un écosystème avec la PS Vita

Déjà présent sur PS3, la liaison entre la nouvelle console de salon et la PS Vita passe à une nouvelle dimension. Via le Remote Play, il est possible de jouer sur l'écran de la portable et à distance à un jeu de la PlayStation 4 de l'utilisateur. La PS Vita permet ainsi de déporter l'image de la console de salon dans le creux de la main, quelle que soit la distance entre les deux machines, mais aussi d'utiliser son affichage comme second écran pour une partie en cours sur la console de salon (affichage de cartes, données supplémentaires sur la partie…). Cross-buy (achat d'un jeu sur une des consoles PlayStation pour en profiter ensuite aussi sur les deux autres), Cross-save (commencer une partie sur PS4 et la poursuivre sur PS Vita ou PS3) mais aussi Cross-controller (utiliser la PS Vita comme une manette de jeu pour la console de salon) sont également au programme.

Les accessoires

Plusieurs accessoires sont proposés par Sony pour la PlayStation 4. Notamment la PlayStation Camera (59 euros) qui permet des interactions avec certains jeux mais aussi le tchat vidéo avec d'autres utilisateurs, un socle pour positionner la console à la verticale (20 euros), une station de chargement pour deux manettes simultanément (30 euros) et bien sûr les manettes DualShock 4 supplémentaires (59 euros).

vient par ailleurs d'annoncer que la gamme de smartphones et tablettes Xperia Z3 sera la première à proposer du Remote Play, soit la possibilité de jouer aux titres PlayStation 4 à distance, tout en utilisant la manette Dual Shock 4 pour un confort de jeu optimal. Plus que jamais, l'expérience PlayStation ne se cantonne plus au salon mais suit le joueur partout où il se trouve.

PS Vita et PS TV

pour changer

Le couple console-téléviseur que l'on croyait inséparable, deviendra-t-il obsolète ? Avec la fonction Remote Play, Sony permet d'utiliser sa PlayStation 4 sur un second écran. La PS Vita, un téléphone ou une tablette de la gamme Z3 de Sony Mobile, mais aussi un autre téléviseur de la maison, grâce au PS TV, vont pouvoir recevoir le signal de la console en streaming. Désormais, avec une console, il devient possible de jouer dans toute la maison !

Le savoir-faire de Sony sur le marché des appareils mobiles ne date pas d'aujourd'hui. Quand en 2004 le Japonais annonce sa première console portable, la PSP, il a déjà fait ses preuves avec le célèbre Walk-Man lancé en 1979. Près de 10 ans après la première PlayStation qui a véritablement révolutionné le jeu vidéo à la maison, voici donc qu'il s'attaque à la chasse gardée d'un autre Japonais, Nintendo avec une machine qui annonce tout de suite la couleur : elle sera une PlayStation Portable (PSP) ce qui signifie des qualités graphiques et des fonctions multimédia sans commune mesure avec ce qui existe. C'est au tour de la console portable de devenir un objet de désir pour jeune adulte, et non plus un jouet technologique pour enfant. Elle permet de visualiser des photos, des vidéos, d'écouter de la musique, de jouer à des jeux du niveau de ce qui se fait à l'époque sur PlayStation 2… et en plus elle est évolutive, Sony apportant régulièrement des mises à jour pour corriger des failles ou ajouter des fonctions. Car évidemment la PSP est une console connecté, en WiFi. Sans réussir à détrôner sa concurrente dans le domaine des consoles portables, la PSP va se vendre à plus de 80 millions d'exemplaires dans le monde, en plusieurs versions successives. Et elle va surtout réussir à imposer l'idée qu'une console portable peut être connectée à Internet et s'intégrer à un univers global, en cohérence avec la console de salon de l'époque. Comme les PlayStation de salon, la PSP subit des évolutions, technologiques et esthétiques au fil du temps. La dernière version, baptisée PSP Street, est commercialisée en novembre 2011en Europe à 99 euros prix conseillé.

La PS Vita, autonome et complémentaire

Mais c'est avec la PS Vita, sortie le 22 février 2012 en Europe, que Sony donne toute la mesure de ce que doit être une console portable haut de gamme. D'abord proposée avec un écran Oled, ensuite remplacé par une technologie LCD pour des raisons de coûts, la PS Vita est « un système de divertissement portable » hautement technologique. Deux sticks analogiques, détection de mouvement grâce à la technologie Sixaxis, écran cinq pouces tactile et pavé arrière tactile, deux appareils photos pour des expériences de réalité augmentée… rien n'a été négligé. Mais c'est surtout la panoplie de fonctions connectées qui permet à la PS Vita de tenir une double place : console multimédia autonome, et complément de luxe pour la PlayStation 4. La console permet évidemment le jeu en réseau via le Remote play pour s'en servir de second écran et jouer avec sa console de salon. Le cross controller enrichit l'expérience de jeu sur PS4 et le cross play permet d'affronter avec sa Vita des joueurs jouant sur PS3

d'écran

La PlayStation 3 conserve toute sa place

Construite avec des technologies d'avant-garde comme le support Blu-ray et le processeur Cell, marquant l'arrivée du PlayStation Network et bien sûr le passage aux graphismes en haute définition ou encore la présence du disque dur de série, la PlayStation 3 arrive sur le marché en Europe début 2007, quelques mois après ses concurrentes directes. En quelques années, la puissante machine s'est imposée comme une console incontournable de la septième génération avec plus de cinq millions de machines vendues en France. La console a marqué les esprits par ses titres exclusifs (Gran Turismo, Infamous, Uncharted, The Last of Us…) mais aussi grâce un soutien massif de tous les éditeurs de jeux, de sagas comme Assassin's Creed, Call of Duty, Fifa ou Grand Theft Auto ayant rencontré des succès colossaux sur la console. Depuis son lancement, la PlayStation 3 a connu deux grandes évolutions, le modèle imposant des débuts (dit « fat », doté d'un disque dur de 80 Go) laissant la place en 2009 à une nouvelle déclinaison plus svelte, compacte et économique. A la rentrée 2012, Sony Computer propose une révision de la console avec le modèle Ultra Slim qui affiche à nouveau une réduction du poids et de la taille de la machine, ainsi qu'un chargement des jeux par le dessus. Au fil des années, la PlayStation 3 a accueilli des accessoires marquants comme le PS Move, qui a permis d'ouvrir la console à une nouvelle façon de contrôler le jeu. Outre la lecture des films Blu-ray y compris en 3D, la PlayStation 3 s'est également imposée comme un lecteur universel de fichiers vidéo, en faisant un véritable media center pour la maison. Ce que l'arrivée récente de Netflix sur la console a encore renforcé. Avec un tel parc installé, la PlayStation 3 a encore une jolie carrière devant elle, notamment en s'adressant à une audience étendue aux plus jeunes ou au très grand public. Loin de délaisser la console au profit de la nouvelle génération, Sony Computer entend en effet vendre cette année 300 000 exemplaires d'une PlayStation 3 toujours soutenue par les éditeurs de jeux. La console s'inscrit également dans le programme PlayStation Plus permettant de profiter de jeux offerts chaque mois et permet de profiter de fonctionnalités cross-play, cross-buy ou cross-save de titres également praticables sur PS4 ou PS Vita. Avec des titres comme Assassin's Creed Rogue, Fifa 15, Call of Duty Advanced Warfare, FarCry 4, Destiny, mais aussi Skylanders Trap Team, Disney Infinity ou Minecraft : la fin d'année sera chargée sur la vaillante PlayStation 3 !

Le PlayStation TV, l'accessoire qu'il faut avoir

Il se présente sous la forme d'un petit boitier noir, discret et élégant, vendu dès le 14 novembre pour moins de 100 euros. On le connecte au téléviseur sur lequel on compter jouer et au réseau domestique auquel est relié la PS4, on relie la manette Dualshock 4, et le tour est joué. Ainsi, le téléviseur principal peut être utilisé pour tout autre chose. Idéalement, on reliera la PS TV et la PS4 via le CPL ou un câble, pour assurer le meilleur débit possible. La PS TV permet également de jouer à certains jeux Vita ou PSP sur le téléviseur, rendant ainsi l'expérience de jeu totalement inédite. Et évidemment, on peut l'utiliser pour visionner un film loué ou acheté sur le PlayStation Store ou désormais, sur Netflix.

ou PS4… les fonctions qui permettent à la console portable d'interagir et de compléter la console de salon ne manquent pas. D'ailleurs, Sony devrait proposer pour la fin de l'année, un bundle avec la PS Vita-PS4. Sa connectivité en fait évidemment un appareil capable de surfer sur le Web et de retrouver ses réseaux sociaux. Tout est en place pour que les très bonnes ventes de PlayStation 4 agissent comme un booster pour la PS Vita. La version la plus récente, la PS Vita série 2000, 20 % plus fine et 15 % plus légère que la précédente, embarquant 1 Go de mémoire et avec une batterie permettant de jouer pendant six heures, est disponible depuis le 13 juin 2014.

JEUX ET CONTENUS EXCLUSIFS

Le meilleur endroit pour jouer…

Sony l'a souligné dès la première présentation de la PlayStation 4 par Mark Cerny, développeur de jeux accompli (Marble Madness, Crash Bandicoot…) et l'un des architectes de la console : il s'agit avant tout d'une pure console de jeu, conçue et pensée en accord avec les plus grands studios de développement pour proposer le nec plus ultra du jeu vidéo. Depuis son lancement, la PlayStation 4 a développé son catalogue de jeux exclusifs, avec des titres au lancement comme Killzone Shadow Fall, Knack puis Infamous Second Son, The Last of Us Remastered, version améliorée et complète d'un des titres les plus marquants de la PS3 ou encore le récent Infamous First Light.

Dans les prochains mois, la PlayStation 4 accueillera d'autres titres exclusivement disponibles sur la plate-forme comme Driveclub, LittleBigPlanet 3, Singstar Ultimate Party, la superproduction The Order 1886 de Ready At Dawn, Bloodborne de From Software ou encore le jeu d'aventure horrifique Until Dawn, sans oublier bien sûr Uncharted 4 le jeu de Naughty Dog. Depuis sa sortie, la PlayStation 4 s'est également imposée comme une plate-forme incontournable auprès des éditeurs tiers et, après un lancement accompagné de titres emblématiques comme FIFA 14 (Electronic Arts), Assassin's Creed IV Black Flag (Ubisoft), Call of Duty Ghosts (Activision Blizzard), Battlefield 4 (Electronic Arts) puis Tomb Raider Definitive Edition (Square Enix), Watch_Dogs (Ubisoft), Diablo 3 Reaper of Souls Ultimate Edition (Activision Blizzard) ou encore Destiny (Activision Blizzard), la PlayStation 4 est aujourd'hui supportée par la majorité des éditeurs et studios de développement, d'Electronic Arts à Activision Blizzard, en passant par Ubisoft, Konami et Take Two. D'autant que la PlayStation 4 profite souvent de contenus supplémentaires et exclusifs, qui permettent de profiter plus longtemps des jeux (contenus additionnels dans Watch_Dogs, Destiny ou Shadow of Mordor, possibilité d'inviter des amis à jouer à Far Cry 4 en coopération même s'ils ne possèdent pas le jeu…)… La scène des jeux indépendants, aujourd'hui devenue un pan incontournable de l'industrie du jeu vidéo, fait partie intégrante de l'ADN de la PlayStation 4, qui est aujourd'hui l'une des plates-formes les plus actives dans le domaine, accueillant des références comme Minecraft, Hotline Miami, Oddworld New'n Tasty, Transistor, Outlast, Towerfall Ascension, Surgeon Simulator Anniversary Edition… ou les prochains titres de Double Fine Productions (Grim Fandango), de Wild Sheep, le nouveau studio de Michel Ancel (Rayman) avec l'étonnant Wild qui est annoncé exclusivement sur PlayStation 4, tout comme Volume signé par le créateur de Thomas Was Alone, Alienation de Housemarque (Resogun) ou encore The Vanishing of Ethan Carter. Autant de jeux disponibles soit en versions physiques ou sous forme dématérialisée via l'achat de cartes à points PlayStation Network.

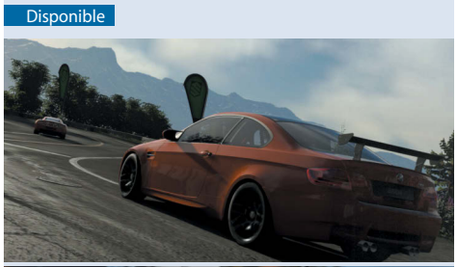
PlayStation Now, encore plus de jeux grâce au cloud

Développé par la société spécialisée Gaikai, propriété du groupe Sony, PlayStation Now est le service de jeu en streaming qui va permettre d'accéder à distance à des jeux des anciennes consoles PlayStation (PS3, PS2 et la première PlayStation). Le service sera accessible via la PlayStation 4 mais aussi la PS Vita, la PS3, la PlayStation TV et certains modèles de téléviseurs Sony. Il sera possible de louer les jeux pour une durée de quelques heures ou de choisir un accès à plus long terme aux titres de son choix. Les sauvegardes des jeux se font dans le cloud. Aux Etats-Unis, PlayStation Now comprend des titres comme Final Fantasy XIII, Killzone 3 ou Guacamelee, parmi plus d'une centaine de jeux prévus au catalogue. PlayStation Now est prévu en Europe pour 2015, avec un accès beta dans un premier temps en Angleterre dans le courant de l'année.

DriveClub (Sony Computer Entertainment)

Développé par Evolution Studios (MotorStorm), DriveClub est une simulation automobile taillée pour la nouvelle génération de consoles. En plus d'une réalisation qui exploite la puissance de la PlayStation 4 pour afficher des graphismes photo-réalistes (les pistes sont inspirées de lieux authentiques), ce jeu de course qui permet de se retrouver derrière le volant de voitures parmi les plus prestigieuses se veut aussi très connecté et social. Comme son nom l'indique, DriveClub encourage en effet les joueurs à créer ou rejoindre des équipes en ligne pour participer à des défis spécifiques mais aussi choisir personnaliser les bolides du groupe pour en faciliter l'identification. Un mode solo, qui propose au joueur une carrière l'emmenant à travers le monde est également présent. Une application pour mobiles, My DriveClub, permet de rester connecté avec les autres membres de son groupe, de regarder les courses en direct ou encore d'envoyer des défis à d'autres joueurs.

Disponible



The Last Of Us Remastered

(Sony Computer Entertainment)

Le jeu le plus marquant de 2013 sur PlayStation 3 est adapté sur la console nouvelle génération dans une version améliorée et dotée de tous ses contenus additionnels. Le périple de Joel et Ellie dans un monde post-apocalyptique miné par une terrible épidémie transformant les humains en monstres terrifiants prend ici une nouvelle dimension. Avec ses graphismes boostés en 1080p, cette version fait vivre une expérience intense digne des plus grands blockbusters hollywoodiens. L'édition Remastered de The Last of Us inclut sur le disque l'extension Left Behind, qui propose un chapitre additionnel très important, ainsi que de multiples packs dédiés au multijoueur.

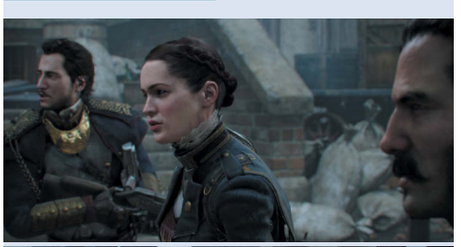
Disponible

The Order 1886

(Sony Computer Entertainment)

Un blockbuster qui présente une vision alternative de l'Histoire. Dans une ville de Londres à l'ère victorienne, l'homme exploite des technologies avancées pour combattre une race mutante belliqueuse. Les Chevaliers de la Table Ronde ont formé une fraternité, l'Ordre, pour combattre cette menace grâce à l'Eau Noire, une matière mystérieuse soignant les blessures et augmentant les capacités des combattants. Alors qu'une rebellion éclate, les membres de l'Ordre se retrouvent plus seuls que jamais et doivent faire face sur différents fronts au cœur de Londres. Jeu d'action à la troisième personne, The Order 1886 mise sur une ambiance toute cinématographique, les développeurs ayant utilisé la motion capture pour créer les personnages, tandis que la mise en scène se veut directement inspirée par le septième art. L'un des hits attendus pour le début 2015.

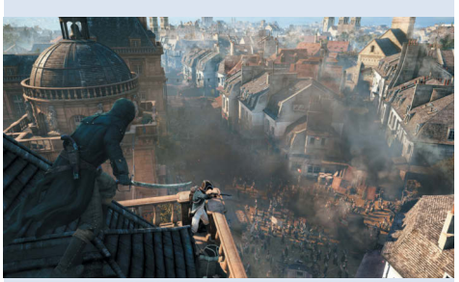
Sortie : Le 20 février 2015

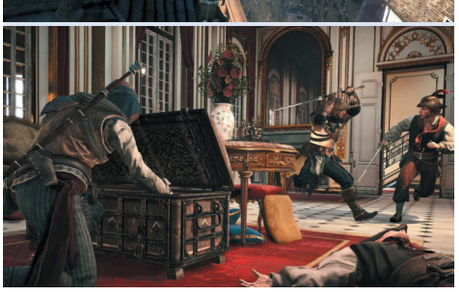


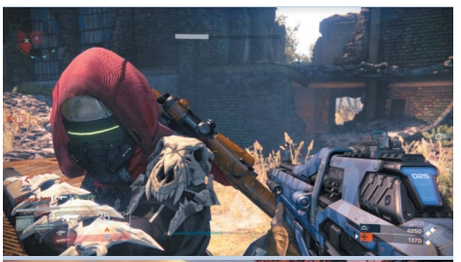
Assassin's Creed Unity (Ubisoft)

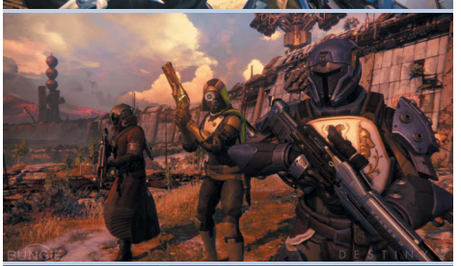
Depuis des années, on espérait que la saga historique d'Ubisoft se pencherait sur Paris et la Révolution Française… Eh bien ça y est ! Assassin's Creed Unity va permettre aux joueurs d'incarner Arno, un assassin en devenir dans la capitale française qui se lance dans une vendetta personnelle et va se retrouver mêlé aux événements de cette période capitale de l'histoire. Premier volet de la saga exclusivement pensé pour la nouvelle génération de consoles, le titre propose des graphismes tout simplement splendides avec une représentation du Paris d'époque impressionnante de réalisme avec ses mouvements de foules de milliers de personnages simultanément. Monuments, ruelles, catacombes et bien sûr les toits vont constituer le terrain de jeu d'Arno. La coopération jusqu'à quatre fait son apparition avec Unity et devient même un des pilliers du jeu avec des missions spécialement conçues pour être pratiquées en équipe. Puissance de la PlayStation 4 oblige, le personnage pénètre dans les bâtiments (dont une cathédrale de Notre Dame à l'échelle 1/1 !) sans temps de chargement. Un aspect infiltration est également plus développé dans ce volet qui devrait imposer un nouveau standard dans la saga.

Sortie : Le 13 novembre









Destiny (Activision Blizzard)

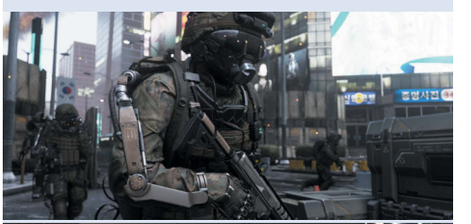
Très ambitieux, Destiny propose une expérience de jeu riche, entre jeu d'action en vue subjective, jeu de rôle et même jeu massivement multijoueurs puisque s'il est possible de jouer seul, l'expérience invite aussi au combat à plusieurs dans un monde vaste et continuellement connecté. Un seul but, devenir une légende auprès des autres joueurs ! Des années après une guerre sans merci contre une race extra-terrestre, les derniers combattants ou Gardiens explorent les ruines du système solaire et affrontent les forces ennemies. Sur consoles PlayStation, les joueurs profitent de contenus supplémentaires disponibles en exclusivité dès le lancement.

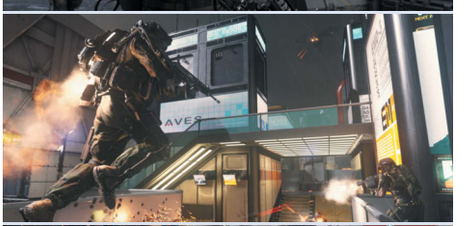
Disponible

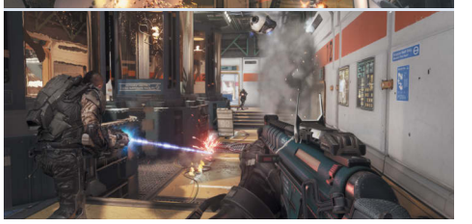
Call of Duty : Advanced Warfare (Activision Blizzard)

En développement depuis trois ans chez Sledgehammer Games (co-développeurs de Modern Warfare 3), Call of Duty Advanced Warfare entend projeter la célébrissime série dans une nouvelle dimension avec un scénario prenant place quelques années dans un futur réaliste et soigneusement documenté. Alors que les armées régulières ont laissé la place à des sociétés militaires privées, le monde s'enfonce dans un conflit d'ampleur dans lequel l'homme d'affaires Jonathan Irons (incarné par Kevin Spacey) joue un rôle clé. Plus cinématographique que jamais, le jeu profite d'une nouvelle dynamique avec des combattants améliorés, dotés d'exosquelettes qui galvanisent leurs capacités physiques et mouvements ainsi que des armes du futur. Mode solo digne d'un film à grand budget et multiples modes multijoueurs sont bien sûr au programme de ce premier Call of Duty spécialement pensé pour la nouvelle génération de consoles.

Sortie : Le 4 novembre







CONTENU EXCLUSIF
Jouez en coop avec des amis qui ne possèdent pas le jeu
FARCRY 4
RÉVEILLE TON INSTINCT
18 NOVEMBRE 2014
18
www.pegi.info
UBISOFT
PS4
Également disponible sur PS3
© 2014 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Far Cry, Ubisoft and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the US and/or other countries. Based on Crytek's original Far Cry directed by Cevat Yerli. Powered by Crytek's technology "CryEngine."
"PlayStation", "PS3", "PS4" and are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc.

Grand Theft Auto V
(Rockstar)

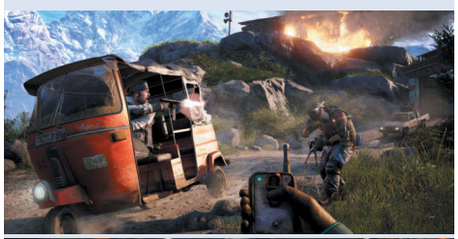
Succès colossal sur PS3 à sa sortie en 2013, Grand Theft Auto V arrive enfin dans une version PlayStation 4 spécialement conçue pour tirer partie des capacités de la nouvelle console. Le fameux jeu d'action en monde ouvert va accueillir de multiples nouveautés en passant à la nouvelle génération, Rockstar annonçant évidemment une résolution graphique accrue ainsi qu'une plus grande profondeur de champs, mais aussi de nouveaux contenus comme des activités supplémentaires, de nouvelles armes et véhicules, une faune plus riche mais aussi une circulation plus dense. La gestion des dégâts ainsi que le rendu des conditions climatiques devraient également bénéficier des capacités de la PlayStation 4. Côté musique, les développeurs annoncent également une centaine de nouvelles chansons et de nouveaux mixes de DJ. Grand Theft Auto Online profite également de ce passage à la nouvelle génération pour s'étoffer, avec la possibilité d'accueillir désormais jusqu'à 30 joueurs dans la partie. Les possesseur de console de précédente génération pourront conserver leur personnages et progression de Grand Theft Auto Online sur cette nouvelle version.

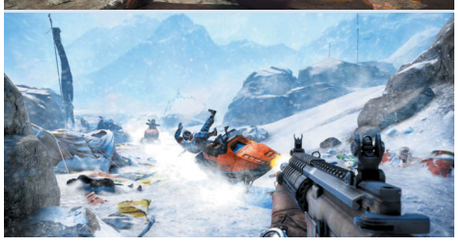
Sortie : Le 18 novembre

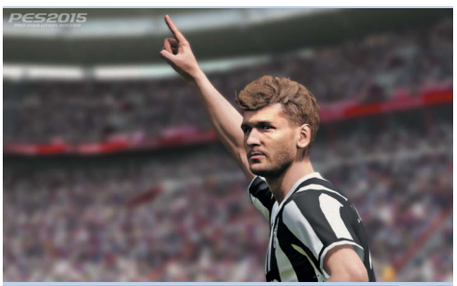
Far Cry 4 (Ubisoft)

Devenue un valeur sûre dans le domaine du jeu d'action en vue subjective, la saga Far Cry revient dans un quatrième opus explosif. Après les îles tropicales de Far Cry 3, le jeu prend place cette fois en Himalaya, dans la région (fictive) de Kyrat. Alors qu'il vient respecter les dernières volontés de sa mère, Ajay Ghale réalise que sa famille est à l'origine de la faction rebelle qui s'oppose au tyran Pagan Mine et ses armées de mercenaires. Un nouvel ennemi qui pourrait bien avoir un charisme digne de l'inoubliable Vaas du précédent opus ! Monde ouvert gigantesque, dizaines de missions principales et annexes, véhicules à piloter mais aussi animaux réagissant aux circonstances (vive les éléphants !). La version PlayStation 4 proposera en exclusivité « Les clés de Kyrat », un système permettant au joueur d'inviter des amis dans sa partie pour une durée limitée, même si ceux-ci ne disposent pas du jeu !

Sortie : Le 18 novembre



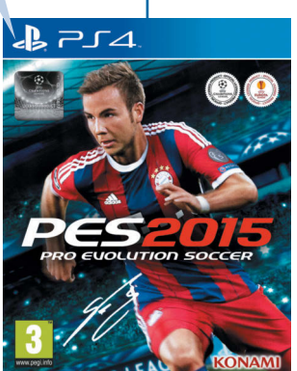




PES 2015 (Konami)

La nouvelle édition de Pro Evolution Soccer entend proposer un niveau de réalisme jamais vu dans la série à ce jour. PES 2015 profite en effet pour la première fois des capacités de la PlayStation 4 pour proposer sur le terrain des joueurs au comportement le plus proche possible des sportifs authentiques, avec un millier de footballers fidèlement reproduits ici. PES profite également de la console nouvelle génération pour déployer des effets de lumière changeant au fil des matchs ainsi que des ambiances sonores toujours plus proches de celles d'un vrai stade au cours d'un match. Konami annonce par ailleurs des contrôles plus réactifs des joueurs ainsi qu'une intelligence artificielle que le moteur de jeu ajuste constamment sur l'ensemble du terrain. Avec PES 2015 sur PlayStation 4, de nouveaux modes de jeu sont également proposés comme myClub, refonte en profondeur du mode Master League en Ligne. Konami annonce par ailleurs des mises à jour hebdomadaires des données pour ajuster en permanence les transferts et formations d'équipe des ligues anglaises, françaises, italiennes, espagnoles et brésiliennes.

Le 13 novembre



AFTERGLOW®

NOUVEAUX CASQUES

LE MEILLEUR SON AU MEILLEUR PRIX

KRAL™

SANS-FIL
POUR **PS4®**

KARGA™

CONÇU POUR
XBOX ONE™

DISTRIBUÉ PAR

sodifa
by SODIFA

@PDPGaming

PERFORMANCE DESIGNED PRODUCTS®

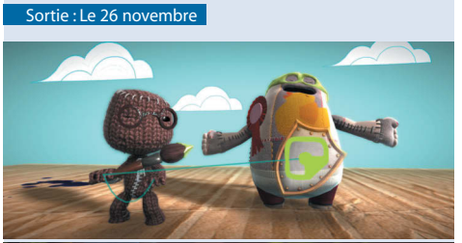
©2014 Performance Designed Products, LLC. Performance Designed Products, PDP, Afterglow, Kral, Karga et leur logos respectifs sont des marques déposées appartenant à Performance Designed Products, LLC. PS4 est une marque déposée de Sony Computer Entertainment. Ce produit n'est pas conçu, fabriqué, financé ou visé par Sony. Tous droits réservés. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leur détenteurs respectifs.

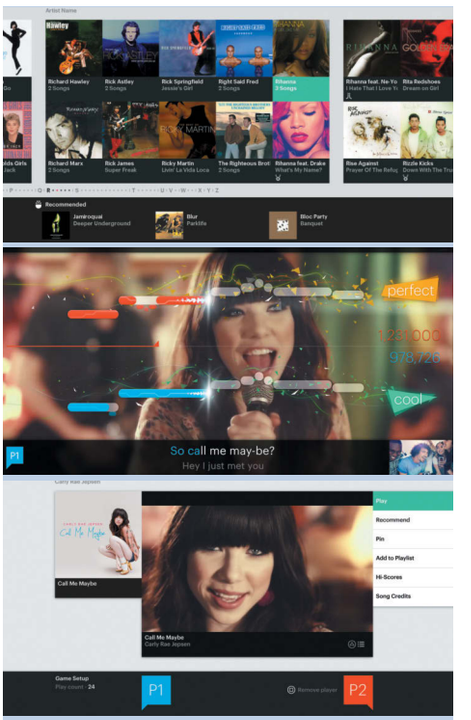
120 Rue Jean Jaurès
Levallois Perret - 92300 – France
Tél. +33 147 562 033

LittleBigPlanet 3 (Sony Computer)

Jeu de plate-forme et de création apparu sur PS3, LittleBigPlanet compte parmi ces titres qui vont profiter au mieux des différentes nouveautés de la PlayStation 4. On retrouve le personnage de Sackboy explorant une nouvelle planète, Bunkum, menacée par un terrible sorcier. Trois personnages se joignent à l'aventure, totalement personnalisables et dotés de pouvoirs qui leur sont propres, enrichissant les mécaniques de gameplay de la série. De quoi se lancer à quatre simultanément dans l'aventure ! Les développeurs de Sumo Digital annoncent des graphismes en 1080p et des textures à la résolution multipliée par quatre. La dimension créative et le partage des niveaux entre joueurs sont évidemment optimisés grâce aux fonctions connectées avancées de la console. Touche share et pavé tactile de la manette sont ainsi mis à contribution pour l'élaboration et le partage des créations du joueur. LittleBigPlanet 3 est par ailleurs compatible avec les niveaux créés par les joueurs pour les deux précédents volets. Ce qui permet d'accéder d'emblée à plus de 8,5 millions de niveaux signés par la communauté !

Sortie : Le 26 novembre





Singstar Ultimate Party (Sony Computer)

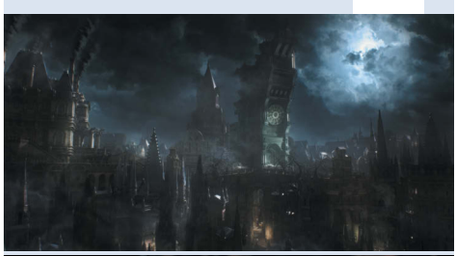
Il y a 10 ans, le premier Singstar sortait sur PlayStation 2 ! Avec deux micros, il permettait de profiter d'un Karaoké très performant à la maison. En arrivant aujourd'hui sur PlayStation 4, le titre profite de multiples améliorations comme la possibilité pour les joueurs d'utiliser leur smartphone (iOS, Android) comme micro via une application dédiée ou encore de profiter d'une dimension plus sociale (se faire de nouveaux amis, noter leurs performances, partage des meilleurs moments sur les réseaux sociaux…). Utilisation de la caméra PlayStation Eye pour lier l'image au son, personnalisation de l'interface du jeu sont quelques-unes des fonctions du jeu, qui ouvre accès au Singstore, permettant d'acheter de nouvelles chansons. Le disque original comprendra 30 tubes (Coldplay, Lionel Richie, Pet Shop Boys, Pharrell Williams…).

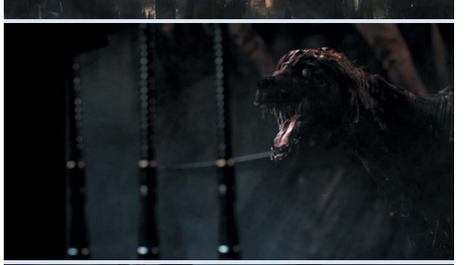
Sortie : Le 29 octobre

Bloodborne (Sony Computer)

From Software, le studio japonais à qui l'on doit les hits Demon's Souls et les deux Dark Souls signe un prochain titre exclusif à la PlayStation 4 avec le très attendu Bloodborne. Après les univers médiévaux fantastiques de ses précédents jeux, le studio explore de nouvelles ambiances puisque Bloodborne prend place dans une ville gothique, digne d'un film d'épouvante, envahie de démons et autres monstres terrifiants. Une réalisation impressionnante qui tire parti des capacités de la PS4 en affichant ruelles, catacombres et autres lieux aussi splendides qu'inquiétants. Comme les précédents jeux du studio, Bloodborne repose sur une ingénieuse combinaison entre action frénétique et jeu de rôle, sans oublier un soupçon de stratégie pour espérer voir le bout de l'aventure.

Sortie : Le 6 février 2015





KONAMI

ELU
MEILLEUR JEU DE SPORT
DE LA GAMESCOM 2014

PES PRODUCTIONS

PES2015

PRO EVOLUTION SOCCER

LE TERRAIN NOUS APPARTIENT

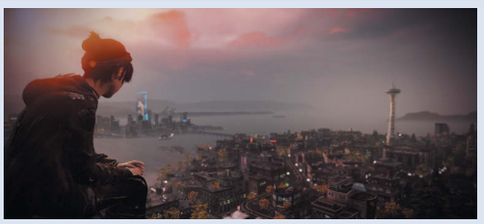
PS4™

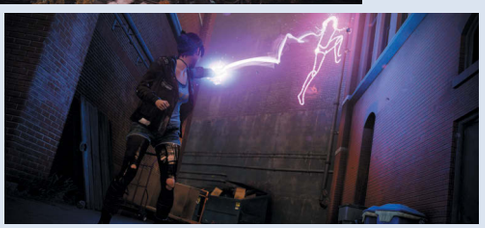
Official Licensed Product of UEFA CHAMPIONS LEAGUE™. Official Licensed Product of UEFA EUROPA LEAGUE™. All names, logos and trophies of UEFA are the property, registered trademarks and/or logos of UEFA and are used herein with the permission of UEFA. No reproduction allowed without the prior written approval of UEFA. adidas, the 3-Stripe trade mark, adipure, Predator, Climacool, Nitrocharge and adizero are registered trade marks of the adidas Group, used with permission. All other copyrights or trademarks are the property of their respective owners and are used under license. "PS4" and "PS3" are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS4" is a trademark of the same company. "Blu-ray Disc™" and "Blu-ray™" are trademarks of the Blu-ray Disc Association. All Rights Reserved. Trademarks are property of their respective owners. ©2014 Konami Digital Entertainment.

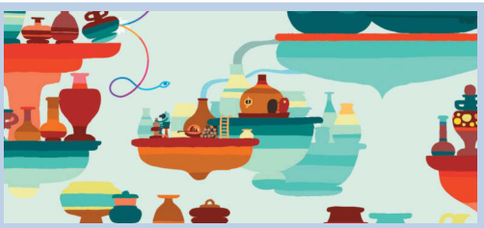
Infamous : First Light (Sony Computer)

Après Infamous Second Son, l'univers d'un des jeux exclusifs les plus remarqués sur PlayStation 4 accueille une extension « stand alone », ne nécessitant donc pas le jeu original pour être jouée. On retrouve l'univers d'Infamous, où des surhumains dotés de super-pouvoirs sont pourchassés par le Departement de la Protection Unifiée. Après Delsin Rowe, le joueur incarne ici Abgail « Fetch » Walker, une jeune héroïne, pour explorer ce monde ouvert comprenant la ville de Seattle. En suivant Fetch à la recherche de son frère, le joueur découvre les événements prenant place avant le jeu original.

Disponible







Hohokum (Sony Computer)

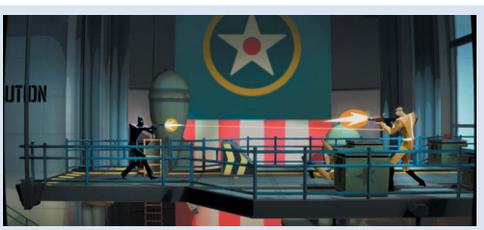
Avec son ambiance visuelle unique, Hohokum ne passe pas inaperçu ! Fruit de la collaboration entre le studio anglais Honeyslug et l'artiste Richard Hogg, ce jeu très coloré propose de prendre le contrôle d'une étrange créature aux faux-airs de serpent, explorant de multiples niveaux orchestrés par un accompagnement musical unique. Lancé dans le jeu sans tutoriel, le joueur bâtit sa propre expérimentation du gameplay pour une expérience marquante, oscillant entre gameplay rétro et authentique création artistique interactive.

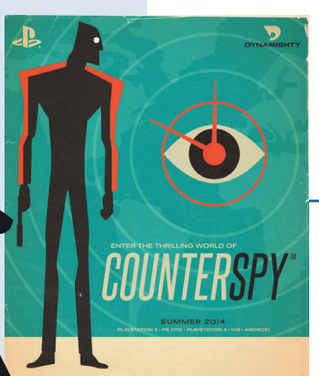
Disponible, PSN uniquement

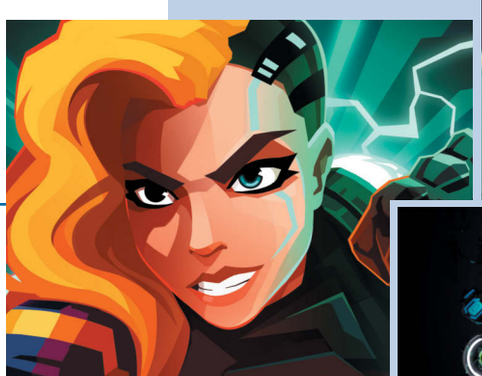
CounterSpy (Sony Computer)

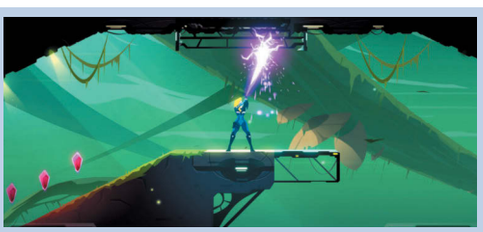
Une ambiance guerre froide des années 50/60 parfaitement traduite dans les graphismes du jeu, une agence d'espions qui veille sur la paix mondiale, un jeu qui combine action et infiltration avec une pincée de sabotage : CounterSpy entend nous faire revivre l'âge d'or de l'espionnage qui a tant inspiré le septième art ! Pour éviter le pire, les membres de l'agence Counter remplissent diverses missions au cours desquelles il faut savoir faire preuve d'autant de discrétion que d'agilité au tir, dans une action à défilé horizontal. Le studio Dynamighty, qui signe le jeu, a été fondé par des anciens de LucasArts et Pixar.

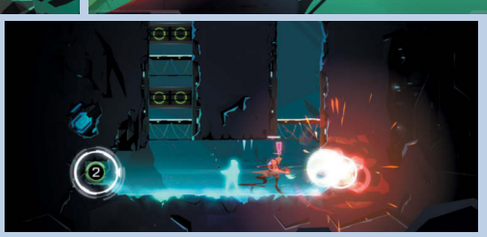
Disponible, PSN uniquement, cross-buy PS4, PS3, PS Vita











Velocity 2X (Sony Computer)

La grande nouveauté de Velocity 2X est de proposer, au sein d'un même jeu, deux types de gameplays différents : plate-forme et shoot-em up. Des genres classiques, à la saveur toute rétro, mais qui profitent ici d'un coup de jeune graphique avec une réalisation enlevée et une aventure au rythme soutenu, alternant les deux phases de jeu… et combats contre des boss. A l'instar du premier Velocity, paru en 2012 sur PS3, cette suite nous plonge dans une ambiance science-fiction dans laquelle le joueur incarne une combattante transformée en machine de guerre. Une fois l'aventure terminée, un DLC intitulé Dual Core permet de découvrir une dizaine de niveaux supplémentaires.

Disponible, PSN uniquement, cross-buy PS4 et PS Vita

PS VITA™

Nouvelle PS Vita

Plus légère

Jouez à vos jeux PS4 sur votre PS Vita*

Plus fine

Plus d'autonomie

"PS" and "PlayStation" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Also, "PS VITA" is a trademark of the same company.

* Jouez à vos jeux PS4 sur votre PS Vita : être muni d'une PS4, d'un jeu PS4, d'une connexion wifi et d'un compte PSN

PS VITA™

INCLUS 30 HITS DONT | PHARRELL WILLIAMS | ELLIE GOULDING | ONE DIRECTION

12™
www.pegi.info

singstar™

ULTIMATE Party

"PS3" and "PlayStation" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Europe. "PS4" is a trademark of the same company. SingStar™ Ultimate Party ©2014 Sony Computer Entertainment Europe. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by London Studio. SingStar is a trademark or a registered trademark of Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved. *Téléchargement de l'application connexion Wi-Fi et smartphone compatible iOS ou Android requis. Les utilisateurs doivent être âgés de 13 ans ou plus, et les utilisateurs de moins de 18 ans doivent recevoir l'accord de leurs parents.

Plus rien ne vous empêchera de chanter !

UTILISE TON SMARTPHONE COMME MICRO*

EXCLUSIVITÉ PlayStation®

DISPONIBLE LE 29.10.2014

PlayStation™