

Xbox 360

Prix en baisse



François Ruault

Microsoft baisse le prix de la Xbox 360 à partir du 14 mars sur les territoires européens. La version Arcade passe à 199 euros, la Premium à 269 euros et le modèle Elite à 369 euros. Soit une baisse de 80 euros. « *Nous sommes désormais 200 euros moins chers que la PlayStation 3 et avons 200 jeux de plus à notre catalogue* », a souligné lors de la conférence de presse François Ruault, Directeur de la Division grand public France. « *Sur un cycle de sept ans, je pense que nous avons exploité un an et demi après la sortie de la console environ 20% de son potentiel sur le marché. Nous entrons aujourd'hui dans la deuxième phase de la vie de la console où nous souhaitons élargir notre audience en profitant de notre année d'avance sur la concurrence* ». A 199 euros, la console de Microsoft est désormais la moins chère des machines de nouvelle génération, avec une Wii positionnée à 249 euros et une PS3 à 399 euros. « *Cette baisse intervient plus tôt que prévu, on a plutôt l'habitude de procéder à ce genre d'opération au*



moment de la rentrée mais nous souhaitons envoyer un message fort à destination des consommateurs pour les inciter à passer au jeu en haute définition dès maintenant. La sortie prochaine d'un bit comme Grand Theft Auto IV, qui disposera de contenu exclusif à la Xbox 360, devrait aussi motiver les joueurs à passer à la nouvelle génération ». Un bundle avec un jeu « très attendu » est également annoncé pour ce printemps, « à un prix attrayant ». Pour accompagner ce repositionnement de la console, Microsoft va lancer une campagne marketing. « *Globalement, nous souhaitons désaisonnaliser et lisser tout au long de l'année la communication autour de la marque Xbox 360* », explique Vincent Gaunet, Directeur commercial de la Division grand public. « *Autour de la baisse de prix, nous allons communiquer en deux temps. Du 14 mars au 2 avril, nos partenaires de la distribution vont mettre en avant le nouveau prix de la console. Ensuite, en avril, Microsoft met en place un second dispositif. Nous allons communiquer en affichage, en presse, en radio...* ». Selon Microsoft, le parc installé de Xbox 360 en France s'élevait à 600 000 machines à fin décembre 2007.

Gameloft vient sur l'iPhone



Le succès de ventes de iPhone amène Gameloft, leader mondial du jeux sur téléphone portables à s'adapter et à développer pour 2008 des jeux pour le téléphone portable d'Apple. « *L'iPhone ouvre une nouvelle ère du jeu mobile ; c'est exactement ce que nous espérons* », a dit Michel Guillemot, président de Gameloft. « *L'iPhone a tout simplement changé la façon dont les consommateurs perçoivent et interagissent avec leur téléphone [...] Grâce aux investissements réalisés depuis des années avec nos studios de développements internes, les meilleurs au monde, nous allons pouvoir intégrer facilement ces nouveaux développements, et offrir des jeux qui sont autant innovants qu'appréciables à jouer.* » Le contexte n'est pourtant pas excellent pour les éditeurs de jeux sur téléphones mobiles. Les ventes stagnent part la faute d'une demande atone. Le lancement prochain du service N-Gage de Nokia pourrait être l'occasion pour le marché de se relancer.

Midway perd 90 millions de dollars

Avec un quatrième trimestre fiscal (septembre-décembre) qui a creusé le trou de 29,7 millions, les pertes annuelles de Midway se sont élevées à 97,4 millions. Résultat, la société a dû emprunter 90 millions de dollars auprès de National Amusements. Midway a réalisé un CA de 157,2 millions de dollars, en repli de huit millions par rapport à 2006.



édito

CeBIT, c'est vert !

L'écologie est en passe de devenir l'argument ultime des fabricants de hi-tech et d'électronique grand public. On ne parle (presque) plus de caractéristiques techniques, de puissance ou de vitesse, on parle économie d'énergie, matériaux recyclables et lutte contre toutes les formes de pollution. Est-on vraiment entré dans l'ère de la production responsable, ou s'agit-il avant tout de trouver de nouveaux arguments marketing pour parler à des consommateurs sensibilisés aux problèmes d'environnement ? A voir comment la plupart des fabricants mettaient en avant les qualités écologiques de leurs produits sur le CeBIT de Hanovre, il est difficile d'occulter qu'il s'agit avant tout de « com ». Un nouvel axe qui devrait s'avérer « durable » tant l'écologie d'une part (voir taxes sur les véhicules polluants) et les économies d'énergie de l'autre sont au centre des préoccupations des consommateurs.

Sébastien Anxolabéhère

