



La Xbox One parée pour le futur

Avec une Xbox One bourrée d'innovations, Microsoft se prépare à une « aventure de 10 ans ». Un vrai enjeu pour le marché du jeu vidéo et plus généralement l'entertainment. Jean-Claude Ghinozzi, directeur général de la division Retail Sales et Marketing France, RSM chez Microsoft France, fait le point sur le présent et l'avenir de la Xbox One.

Qu'apporte la Xbox One par rapports à ses devancières et concurrentes ?

La Xbox One dispose de nombreux atouts très différenciants. La console est évidemment beaucoup plus puissante (8 fois) et complète que sa devancière donc avec des jeux plus beaux, plus complets, plus grands et plus fluides, mais la différence se fera également sur tous les autres aspects. Poursuivant les efforts de la Xbox 360, la Xbox One offrira notamment une ergonomie inégalée afin de faciliter l'expérience avec par exemple Kinect 2 qui étend encore la convivialité et des menus très intuitifs. De même, le Xboxlive bénéficie des efforts que nous avons accomplis depuis de très longues années, même quand personne n'y croyait. Il se retrouve désormais au cœur de l'expérience. Par ailleurs, la Xbox One est certes une console de jeu, mais aussi une vraie passerelle vers une myriade de contenus de l'entertainment et l'environnement digital du consommateur. Le partenariat que nous avons monté avec Steven Spielberg pour la création d'une série live autour de Halo, disponible uniquement sur notre plateforme, est tout à fait symbolique de cette philosophie.

En quoi la Xbox One va-t-elle transformer la façon de concevoir des jeux ?

La Xbox One, via notamment le « cloud gaming » auquel nous croyons beaucoup, va révolutionner la façon d'« écrire » les jeux. La notion d'online et d'offline va s'estomper avec la possibilité d'avoir des mondes persistants pour tous ses jeux ou d'entrer dans les parties de joueurs amis à tout moment. Des jeux comme Forza 5 ou le Destiny

d'Activision Blizzard sont des exemples de ces nouvelles possibilités. De même, la puissance de calcul de la Xbox One va bien sûr améliorer les graphismes, la fluidité de l'expérience (en éliminant les temps de latence) ou la taille des jeux (avec par exemple des open world encore plus grands), mais surtout ouvrir de nouvelles perspectives d'intelligence artificielle. Enfin, il ne faut pas oublier que cette console



Sony DADC



a été conçue afin de faciliter la tâche aux développeurs afin qu'ils puissent consacrer leur talent à travailler sur de nouvelles écritures interactives. Les films et le cinéma vont notamment se rapprocher de plus en plus.

Quels partenariats avez-vous montés avec les éditeurs-tiers sur la Xbox One ?

Nous avons monté de nombreux partenariats avec les plus grands éditeurs. Ainsi, nous avons signé un accord de collaboration sur plusieurs années avec Electronic Arts. Il se concrétise par exemple par des modes exclusifs sur certains jeux comme Fifa 14 (le mode Fifa Ultimate Team) ou Battlefield 4 (Mappack en avant-première...), la possibilité d'avoir Fifa 14 intégré au lancement sur sa Xbox One ou d'avoir en exclusivité le très attendu Titanfall, mais aussi Peggle 2 ou Plant vs. Zombies Garden Warfare... Et tout n'a pas été dévoilé, loin de là. De même, nous avons monté des partenariats avec Activision Blizzard (sur Call Of Duty Ghosts notamment) et Capcom (autour de Dead Rising que nous éditons et distribuons). Les grandes franchises de jeu vidéo auront donc des bénéfices exclusifs sur Xbox One comme le mode Ultimate Team sur Fifa 14, le mode Blitz pour Call of Duty : Ghosts ou des contenus spécifiques pour Tom Clancy's The Division. Nous avons d'ailleurs intégré récemment un responsable des jeux éditeurs-tiers dans notre équipe française... Plus globalement, la Xbox One a été conçue afin que les développeurs puissent exprimer le plus facilement possible leur talent. Nous aidons par ailleurs les



Donnez à vos clients ce qu'ils veulent quand ils le veulent.

Aux cotés de vos clients tout autour du globe. Vous fournissez le contenu, nous le délivrons à vos clients!

Des solutions leaders sur le marché tout au long de la chaîne d'approvisionnement numérique

De nouvelles dimensions en termes de vitesse, de précision et d'efficacité

Auprès de toutes les plateformes, des canaux de distribution et tout au long du cycle de vie des contenus

Incluant les nouveaux médias émergents

Des services de livraison en direct au consommateur

www.sonydadc.com

Marché

JEU VIDEO



Forza 5

développeurs indépendants à proposer de nouveaux jeux de qualité sur Xbox One. Ce qui permet à la Xbox One de disposer d'un nombre énorme de jeux en développement tant physiques que digitaux.

Quelles cibles allez-vous viser avec cette console/media center ?

La cible est très large. Les gamers seront satisfaits puisque la Xbox offre des possibilités de jeux immenses et un potentiel de développement inégalé. Ils auront en plus une ludothèque tant physique que digitale énorme avec de nombreuses exclusivités. Mais comme la Xbox One n'est pas qu'une console de jeu, mais aussi la porte d'entrée intuitive à tout l'entertainment, la palette de consommateurs susceptibles d'être intéressés est très vaste. Surtout qu'avec le temps, de nouvelles fonctionnalités vont étoffer l'offre et séduire de nouvelles populations. Il ne faut en effet pas oublier que nous avons planifié la carrière de notre console sur 10 ans. Et comme on ne s'adresse pas à un gamer comme à un fan de série ou de sport, nous allons donc utiliser un plan de soutien au lancement qui s'adressera à une cible variée avec des messages différents.

Quels titres retrouvera-t-on au lancement de la Xbox One ?

Nous aurons de très nombreux titres d'excellente qualité et dans tous les genres. Chez Microsoft, on retrouvera Dead Rising 3, Crimson Dragon, Lococycle, Killer Instinct, Forza Motorsport 5, Zoo Tycoon, Powerstar Golf, et bien sûr Ryse : Son of Rome. Chez les éditeurs-tiers, nous aurons des titres d'Activision Blizzard (Call of Duty : Ghosts et Skylanders : Swap Force), Electronic Arts (Battlefield 4, Fifa 14, NBA

Live 14, Need for Speed : Rivals, Madden NFL 25 et Peggle 2), Majesco (Zumba Fitness : World Party), Take 2 (NBA 2K14), Ubisoft (Assassin's Creed IV Black Flag, Fighter Within, Just Dance 2014 et Watch Dogs), Warner (Lego Marvel Super Heroes)...

... Et à plus long terme ?

A plus long terme, la Xbox One disposera de très nombreux titres tant internes qu'externes comme Titanfall, Kinect Sports Rivals, Project Spark, Cobalt, Max : The Curse of Brotherhood, Fable Legends, Plant vs. Zombies : Garden Warfare...

Quelle est l'offre de packs et de bundles prévue au lancement ?

On trouvera le pack DayOne en précommande qui contiendra Fifa 14 en version dématérialisée, le pack standard au prix de 499 euros et le pack Call of Duty (529 euros).

... Et d'accessoires ?

L'offre d'accessoires sera complète. Microsoft proposera une manette sans fil, un micro/casque, un Kit Play & Charge et un pack Manette sans fil + kit Play & Charge. Côté accessoiristes tiers, on retrouvera par exemple chez Turtle Beach les casques Ear Force XO Seven et Ear Force XO Four, chez Polk le micro/casque Polk 4 Shot Xbox One et la barre de son Polk NI, chez Mad Catz l'Arcade FightStick Tournament Edition 2 et chez Thrustmaster le volant de course TX édition Ferrari 458 Italia.



Everything you need as a film professional is here, re-introduce yourself to cinando.com

Powered by the
Festival de Cannes

with the support of:



CINANDO
More than just a database