

L'EVOLUTION DU MARCHE DES CONSOLES



Nathalie Léonis
Thomas Leroy
Alexia Routier

SUP 1
SUP 1
EXE 1

Hélène Sautel
Thomas Stoeffel
Mélanie Sittler

EXE 1
SUP 1
SUP 1

Sommaire

I. Ancienne génération de consoles

- A. Consoles portables : présentation, date de sortie et prix
- B. Consoles de salon : présentation, date de sortie et prix
- C. Interview

II. Nouvelles génération de consoles

- A. Consoles portables
 - 1. Présentation et dates de sortie
 - 2. Les prix
 - 3. Les cibles
 - 4. Les ventes
- B. Consoles de salon
 - 1. Présentation et dates de sortie
 - 2. Les prix
 - 3. Les cibles
 - 4. Les ventes

III. Les nouveaux marchés mis en place par les consoles

- A. Magasins et grandes enseignes
 - 1. Pixmania
 - 2. Micromania
- B. Campagnes de publicité
 - 1. Wii
 - 2. PS2
 - 3. Playstation 3

Conclusion

Annexes

Webographie

- I. **Ancienne génération de consoles**

Les jeux vidéo sur console ont fait leur apparition dans les années 1950 avec le plus connus des jeux : Pong. Bien que les jeux vidéo aient fait leur apparition en 1950, c'est en 1971 qu'ils touchèrent réellement le grand public, toujours avec le même jeu Pong.

L'ancienne génération connaîtra en tout vingt-huit consoles différentes, « portables » et « de salon » confondues, et s'en vendront plus de 600 millions à travers le monde. Comme l'indique leur nom, les consoles portables sont des consoles que l'on peut transporter où l'on

veut tout en jouant, tandis que les consoles de salon sont des consoles qui doivent être reliées à un écran et branchées sur le secteur afin de fonctionner et de pouvoir les utiliser.

Bien qu'aujourd'hui les capacités graphiques mais aussi motrices des nouvelles consoles montrent la différence entre la « Next-gen » et l'ancienne génération, tous les puristes ont dans leurs jeux et consoles préférées des biens datant de l'ancienne génération.

A. Consoles portables : présentation, date de sortie et prix

- **Microvision** : La Microvision est la toute première console portable de l'histoire, distribuée par la société Smith Engineering elle sort en 1979. Elle est équipée d'un écran LCD, malheureusement trop fragile, ce qui ternira sa réputation. La première année de sa distribution sera un réel succès, cependant, à cause de sa consommation en énergie trop élevée, de sa fragilité et de son nombre de jeux trop restreints, sa production sera stopée en 1981.
- **Epoch Game Pocket Computer** : Elle est la seconde console portable de l'histoire du jeu vidéo, et sort en 1984 au Japon. Malheureusement, la console ne se vend pas, et seuls 5 jeux seront développés dessus.
- **Gameboy** : Surement la plus mythique des consoles portables. C'est la première console portable sortie par le Japonais Nintendo, elle sort en 1989 et sera vendue à 15 millions d'exemplaire en France. Grâce à son nombre total de ventes, elle est la deuxième console la plus vendue de tous les temps, juste derrière la console de salon « Playstation 2 » de Sony. Son prix plutôt bas (100\$) permet par son écran monochrome est la source de cette réussite, mais les nombreux jeux à succès sortis dessus ont permis de continuer à vendre cette fabuleuse console portable. Elle fut par après déclinée sous deux formes : la Gameboy Pocket dont seule la taille changeait par rapport à la Game Boy, et la Game Boy Light, qui était une Game Boy Pocket rétro-éclairée.
- **Atari Lynx** : Elle est la seule console portable qu'ai sorti Atari. Elle sort en 1989 afin de concurrencer Nintendo et sa Gameboy. Sa spécificité : Elle est la première console à avoir un écran LCD en couleur. Son prix d'origine était de 199\$, soit 100\$ de plus

que la Gameboy, prix à payer pour avoir un écran couleur, des jeux en 3D, un écran inversable pour gaucher. Cependant, en 1990 la production de cette console est stoppée, battu par sa concurrente directe à cause de son manque d'autonomie, et son manque de jeux phares.

- **Game Gear :** La Game Gear sort en 1990, crée par Sega, elle a pour objectif de concurrencer la Game Boy de Nintendo. Cependant son objectif ne sera pas atteint car : elle coute le double de sa concurrente, avait une trop forte consommation en énergie et était composée de bugs permettant de finir les jeux en quelques parties sans y jouer totalement.
- **Virtual Boy :** C'est en 1995 que Nintendo sort sa nouvelle console portable. Cette console était le précurseur de la réalité virtuelle, et se jouait présente sous forme de casque. Malheureusement celui-ci était doté de pieds qui ne permettaient pas de le porter à la tête. Cette console fut donc un cuisant échec pour Nintendo, qui ne la sorti qu'au Japon.
- **Game Boy Color :** En 1998, et après l'échec de sa Virtual Boy, Nintendo sors un nouveau modèle de sa Game Boy, la Game Boy Color. Elle rencontre elle un très grand succès, et sera vendue à plus de 10 millions d'exemplaire en France. Son succès vient du fait qu'elle soit à peine plus grande que la Game Boy Pocket, et qu'elle présente un écran couleur plus grand que celui de la Game Boy.

B. Consoles de salon : présentation, date de sortie et prix

- **Odyssey :** L'Odyssey est la première console de l'histoire, vendue par Magnavox durant les années 70. Son prix de lancement aux USA était de 100\$, et elle se vendit à plus de 100 000 exemplaires dès les premières semaines de sa mise en vente au public. Elle arriva en France en 1974. Elle se vendit au total à environ 50 000 exemplaires en France, un beau succès pour la première console de l'histoire.

- **Fairchild Channel F** : Elle sort en 1976, mais malgré sa réussite sur le marché, seuls 21 jeux sortir dessus.
- **Atari 2600** : Elle sort en 1977 et est vendue à un prix de 200\$. La grande diversité dans ses jeux la rend célèbre, et elle se vend à plus de 200 000 exemplaires en France, ceci étant dû à l'innovation qu'elle apporte dans ses jeux, mais également à son très grand nombre de jeux.
- **Videopac** : La console est fabriquée par Magnavox en 1978, et concurrence l'Atari 2600. Très appréciée pour sa diversité de jeux, elle se vendra à 30 000 exemplaires en France, ce qui est un très bon résultat pour l'époque dans le monde des consoles de jeu vidéo.
- **Intellivision** : Mattel sort là sa première console en 1980, malgré le prix de lancement élevé (300\$) elle se vendra à 2 millions d'exemplaires.
- **Colecovision** : Cette console sort en 1982, et c'est là encore sa diversité qui permet de la vendre, 6 millions de consoles seront vendues. Elle sort en France en 1983 au prix de 1790 Francs. Très peu de ces consoles seront vendues en France étant donné qu'elle disparaît quelques mois après son arrivée en Europe, battue par la concurrence et le crack du jeu vidéo.
- **Vectrex** : Cette console est la seconde console produite par Smith Engineering, elle arrive en Europe en 1983. Après le semi échec de sa Microvision, Smith Engineering en connaîtra une autre avec la Vectrex à cause du crack du jeu vidéo de 1983, ce qui entraînera la fin de sa production en 1984.
- **NES** : En 1980 Nintendo sort sa NES, son premier grand succès dans le monde des consoles de salon qui lui taillera sa réputation. Elle fait son arrivée en France en 1985 et est vendue à près de 10 millions d'exemplaires pour un prix de 1490 Francs. C'est sur cette console que font leur apparition les grands héros de Nintendo, la grande diversité et la qualité des jeux fera de la NES un pilier des consoles de salon.

- **Sega Master System:** Sega sort en 1986 la console censée concurrencer la NES de Nintendo. Malgré le fait qu'elle soit plus avancée que la NES, elle se vendra moins que cette dernière, sûrement à cause des licences que Nintendo avait chez tous les concepteurs de ses jeux. Elle sera tout de même vendue à plus de 200 000 exemplaires, mais cela n'aura pas suffi à vaincre le nouveau géant des jeux vidéos : Nintendo.
- **Atari 7800 :** Atari fait son retour dans la concurrence pour conquérir le marché des consoles de salon en 1986 avec son Atari 7800, cependant elle n'eut pas l'effet escompté face aux géants Sega et Nintendo.
- **PC Engine :** La PC Engine sort en 1987 au Japon, et en 1990 en France. Elle est la première console de l'histoire à disposer d'un lecteur CD Rom. Elle sera vendue à environ 1 million d'exemplaires en France.
- **SNES :** En 1990 Nintendo sort la Super NES, évolution de sa première console de salon, elle arrive en France en 1992. Tout comme son prédécesseur, la SNES rencontre un énorme succès avec le retour des héros qui feront la gloire de Nintendo, et à nouveau un énorme choix de jeux. Ses capacités graphiques font d'ailleurs d'elle la meilleure console de son époque. Elle sera vendue à environ 5 millions d'exemplaires en France. Son prix de vente était de 1290 Francs. Avec un prix très abordable, une gamme de jeu très large, la Super Nintendo a donc été la leadeur de son époque, et reste aujourd'hui encore une console mythique.
- **Neo Geo :** La console sort également en 1990, et est vendue à un prix de 5000 Francs, pour des jeux allant de 1500 à 2000 Francs (le tout uniquement achetable en import). Seuls quelques milliers de consoles seront vendues en France, ceci étant dû au mode d'achat (l'import) mais également à son prix très élevé.
- **Megadrive :** La Sega Megadrive sort fin 1990 en Europe. En concurrence directe avec Nintendo et sa SNES, Sega parviendra tout de même à se faire une belle place sur le marché, notamment grâce à son héros « Sonic ». Quelques 2 millions d'exemplaires seront vendus en France, preuve de sa réussite, malgré le concurrent Nintendo.

- **3DO** : La console sort en 1993. Malgré qu'elle soit élue console de l'année, celle-ci se vend très peu, moins de 10 000 consoles vendues en France. Ceci peut être dû à son prix élevé, mais aussi à l'annonce de l'arrivée prochaine d'une console révolutionnaire : La Playstation.
- **Saturn** : C'est en 1995 que Sega fait son retour sur le marché des jeux vidéo avec sa console « Saturn ». Son prix de lancement est de 3299 Francs (environ 500€ aujourd'hui). Elle sera vendue à 1 millions d'exemplaires en France, les causes de ce « peu » de ventes pour une console si prometteuse étant l'arrivée de la « Playstation » et surtout, la non édition des meilleurs jeux japonais en Europe.
- **Playstation 1** : La première console tant attendue de Sony fait son arrivée en France en 1995. 5 millions de consoles seront vendues en France, et durant un temps, la Playstation sera la console la plus vendue à travers le monde jusqu'à l'arrivée de la PlayStation 2. Pratiquement chaque jeu PS1 connaîtra au minimum une suite, la console visait des consommateurs de tout âge avec tous types de jeux possibles, ce qui explique son grand nombre de ventes.
- **Nintendo 64** : La console de Nintendo sort en 1997 en France afin de concurrencer la PS1 de Sony. Quelques 2 millions d'exemplaires seront vendus en France, ce qui ne suffira pas à vaincre Sony. Bien qu'elle n'a pas rencontré le sujet escompté, la N64 reste quand même une console appréciée par les puristes de par ses jeux qui sont spécifiques à Nintendo (Mario, Pokémon, Golden Eye...).
- **Dreamcast** : Sega fait à nouveau son retour en 1999, afin de devancer la Playstation 2 de Sony. Son prix de lancement est de 1790 Francs. Elle sera vendue à environ 500 000 exemplaires en France. Alors qu'elle apportait des innovations (tel que l'internet), Sega rencontra un cuisant échec avec cette console. La raison n'étant pas le prix, ou les jeux, mais Sony. En effet, ces derniers annoncèrent avec deux ans d'avance la sortie de leur PlayStation2 afin de faire douter tout acheteur potentiel de la Dreamcast.

C. Interview

Interview de Monsieur Richard propriétaire d'un magasin de jeux vidéo à Strasbourg.

- 1) Depuis combien de temps êtes vous implanté en Alsace ?
 - Notre implantation en Alsace date du début des années 90 avec la popularisation des jeux vidéo.
- 2) Votre magasin à t-il toujours été rentable, pourquoi ?
 - Au début nous avons eu du mal car les jeux vidéo étaient principalement réserver aux jeunes adolescents et que leur prix ne les rendaient pas abordable pour tous.
- 3) Quelles étaient les premières consoles de jeux vidéo que vous vendiez ?
 - Au début nous vendions principalement des « Atari 7800 », des « Nintendo » et des « Gameboy ».
- 4) Quelles ont été avant l'arrivée des nouvelles consoles de jeux (PlayStation 2) vos meilleures ventes de consoles ?
 - Nos meilleures ventes de consoles étaient pour les consoles de salon la « PlayStation » et pour les consoles portable la « Gameboy ».
- 5) Les ventes de consoles de jeux vidéo ont-elles vraiment changé entre maintenant et les années 90 ?
 - Elles ont en effet énormément changé du fait de la démocratisation des jeux vidéo et de sa plus grande ouverture vers d'autre catégorie de personnes comme la gente féminine ou les personnes âgées.
- 6) Quelle était votre clientèle à vos débuts ?
 - Notre clientèle était quasiment composée uniquement de jeunes garçons de 12 à 22 ans car ils étaient les principales cibles des constructeurs de jeux vidéo.
- 7) Pour vous quelle a été la plus belle période pour les jeux vidéo ?
 - Je pense que la plus belle période que nous avons vécu sur le marché du jeu vidéo est la période du début des années 2000 avec notamment la Playstation 2 qui a très bien marché et qui avait des jeux très vendeurs.
- 8) Le marché des jeux vidéo est t-il totalement modifié avec les nouvelles consoles ?

- En effet, avec l'arrivée de consoles comme la « Wii » de Nintendo, le marché s'est ouvert à un plus grand nombre de personnes différentes et ce ne sont plus seulement les jeunes garçons qui viennent mais aussi des jeunes filles ou des personnes âgées.
- 9) Les jeux vidéo sont-ils un secteur important en Alsace ?
- Avec la population assez importante de l'Alsace je pense que les jeux vidéo peuvent devenir un secteur très important dans l'économie future.

II. **Nouvelle génération de consoles**

Depuis maintenant quelques années le nombre de consoles de jeux vendues, qu'elles soient portables ou de salons ne cesse d'augmenter. Ce secteur est en pleine expansion, partout dans le monde. En effet en 2007, 80 millions de consoles ont été vendues à travers le monde. L'année suivante ce chiffre a considérablement augmenté puisque 101 millions de consoles, toutes catégories confondues ont été vendues.

Dans cette partie nous allons nous attarder sur la nouvelle génération des consoles de jeux vidéo, à savoir la « Next gen ». Next gen est l'abréviation de l'expression anglaise "Next Generation". Ce terme désigne la nouvelle génération des consoles de jeux vidéo. On peut considérer qu'une console de jeux fait partie de la nouvelle génération de consoles lorsque sa puissance est d'environ 128 bits. Actuellement les consoles Next gen de salon sont La PlayStation 2, la PlayStation 3, la Xbox, la Xbox 360, la Game cube et la Wii. Cependant pour des questions pratiques nous avons choisi de nous intéresser principalement aux trois consoles les plus récentes à savoir la PlayStation 3, la Xbox 360 et la Wii.

D'autre part les consoles portables considérées comme faisant partie de la nouvelle génération sont : la Nintendo DS, la PSP de Sony ainsi que le N-Gage de Nokia. Nous nous concentrerons donc sur ces trois consoles portables qui sont les trois consoles portables les plus récentes.

A. Consoles portables

1. Présentation et dates de sorties

- **Sony PSP** : PSP est l'abréviation de PlayStation Portable.

La PSP est la première console de jeux portable lancée par Sony. Cette dernière fut commercialisée en 2004 tout comme la Nintendo DS. Si la console portable de Nintendo comporte de nombreuses fonctions novatrices, celle de Sony offre en plus de cela une qualité d'images impressionnante.



En effet une PSP permet non seulement de s'adonner aux plaisirs des jeux vidéos, mais elle permet aussi entre autres de regarder images et vidéos, d'écouter de la musique, de se connecter à internet...

En 2007 et 2008 sont sorties des versions améliorées de la PSP de 2004.

- **Nintendo DS** : console de jeu portable créée par Nintendo et lancée sur le marché en 2004 aux Etats Unis ainsi qu'au Japon. Il faudra attendre *2005 pour la voire commercialisée en Europe.*



La Nintendo DS comporte des fonctions novatrices telle que la présence de deux écrans dont un tactile ou encore d'un microphone. La nouveauté réside également dans le fait que le Wi-fi est

intégré à la console, ce qui permet de jouer en ligne. Toutes ces différentes fonctions sont relativement rares au moment de sont lancement.



En 2006, cette console est améliorée : est alors lancée sur le marché Nintendo DS lite.

lite

la
Nintendo DS

- **Nokia N-Gage** : Commercialisé en 2003 par la société Nokia, cet appareil est un téléphone portable. Cependant ses fonctionnalités sont semblables à celles d'une console de jeux dite portable.



Peu de temps après sa sortie, une nouvelle version du Nokia N-Gage, le N-Gage QD, est proposé aux consommateurs.

N-gage QD

2. Les prix

La console portable de Sony fut initialement vendue à 199€ en pack de base étant composé de la console, de son chargeur et de sa batterie. Les packs 2 et 4Go étant respectivement vendus au prix de 229 et 279€. Cependant, 3 ans après la sortie de la console, les prix sont réajustés. On passe par exemple de 199€ pour le pack basique à 169€ soit une baisse de 30€. Cela s'explique par le succès de la Nintendo DS proposée à un prix inférieur. En effet le pack Nintendo DS lite est actuellement proposé au prix de 149€, ce qui est un prix attractif.

Quant au N-Gage il est initialement vendu au prix de 300 euros sans abonnement. Cependant face à son succès mitigé, dès 2005 le constructeur finlandais qu'est Nokia baisse ses prix de moitié.

3. Les cibles

La PSP de Sony : Cette console portable cible en particulier les jeunes adultes. En effet la PSP de Sony est moins adapté aux jeunes enfants car cet appareil est relativement complexe d'utilisation. D'autre part les jeux pour PSP sont également plus adaptés aux jeunes gens plutôt qu'aux enfants. Exemples de jeux pour PSP :

La Nintendo DS : La cible est l'ensemble de la population.

Premièrement cette console tente de séduire les enfants et les adolescents avec une multitude de jeux leur étant destinés. Jeux tels que Mario kart, les sim's, guitare hero (orthographe jeu ?), autres exemples ?

Deuxièmement Nintendo souhaite toucher les adultes. C'est pourquoi des jeux dits « d'entraînements cérébraux » ont été créés. Pour promouvoir ces jeux une campagne dont l'égérie est Nicole Kidman a été lancée. Les adultes peuvent donc s'identifier à cette femme. Nintendo propose également un programme d'assistance culinaire, qui est aussi destiné aux adultes.

Enfin une Nintendo DS lite aux couleurs acidulé a été créée. Cette nouvelle Nintendo DS lite a clairement été conçue pour plaire aux jeunes femmes.

Ainsi cette console a réussi à toucher une population (séniors, femmes...) qui n'avait pas l'habitude de jouer à des jeux vidéo.



Le N-Gage de Nokia cible distinctement les hommes de 18 à 35 ans. En effet la campagne de lancement du téléphone leur était clairement destinée. En effet Nokia a lancé des campagnes dites de « street marketing » en exposant leurs campagnes publicitaires dans les lieux fréquentés par les jeunes urbains à savoir les bars, les cinémas, les magasins de jeux vidéos, etc.

4. Les ventes

Dans cette partie nous allons tenter de déterminer le poids économique des consoles de jeu vidéo portable. Pour ce faire nous nous intéresseront donc au nombre de ventes de chaque console, au chiffre d'affaire réalisé par les leaders de ce secteur, à savoir Sony, Nintendo et Nokia.

Le marché des consoles est un secteur qui se porte bien puisque en effet en 2005, ce marché pèse environ 35 milliard de dollars. Le marché européen pèse à lui seul 14,3 milliard de dollars. Mais quand n'est-il pour la France ?

Malgré la crise actuelle qui touche la France, le marché des consoles portables se porte étonnamment bien. Par exemple en 2007, 19% des foyers français sont équipés d'une console portable. De plus chaque année ce chiffre augmente, d'environ 2% par an.

D'autre part en France le nombre de consoles portables vendues augmente également chaque année. Nous nous intéresseront ici aux résultats de l'année 2008 :

Ainsi, en 2008, 2 millions d'exemplaires de la PSP de Sony ont été vendues. Ce chiffre est honorable, mais cependant la console portable de Nintendo à savoir la DS lite, a été distribuée à plus de 6 millions d'exemplaires durant la même année. A contrario avec le N-Gage n'a pas eu de franc succès. En 2008, le nombre de vente est minime.

Si Nintendo est leader sur le marché des consoles portable cela provient du fait que la marque a su créer une console portable adaptée à l'ensemble des individus. Deux facteurs peuvent expliquer que la PSP de Sony ait moins de succès auprès de la population française : Premièrement, la cible choisie par Sony est plus restreinte (puisqu'il tente de séduire majoritairement les jeunes hommes). De plus le prix d'une PSP est plus élevé que celui d'une Nintendo DS.

B. Consoles de salons

1. Présentation et dates de sorties

- **Microsoft Xbox 360** : Développée par Microsoft, la Xbox 360 est lancée au Japon, aux Etats-Unis et en Europe en 2005. Xbox 360 est l'évolution de la console de jeu vidéo appelée Xbox.



La

La Xbox 360 peut être considérée comme une console Next Gen car son disque dur de la version la plus évoluée de la console atteint les 120 Go. Il existe 3 Xbox 360, la Xbox 360

arcade qui est la moins évoluée, la Premium et la Xbox 360 Elite étant celle qui comporte le plus grand nombre d'options.

- **Sony PlayStation3** : Sortie en 2007 en Europe et commercialisée par Sony, la PlayStation 3



comporte de nombreuses innovations. En effet cette console est entre autre équipée d'un lecteur de disque Blu-ray, d'un navigateur internet, d'un disque dur, d'une connectivité Wi-fi, etc. La PlayStation 3 entre en concurrence directe avec la Xbox 360 de Microsoft et le Wii de Nintendo.

- **Nintendo Wii** : La Wii est la cinquième console créée par l'entreprise japonaise qu'est Nintendo. Lancée en 2006 dans la plupart des pays développés du monde entier, la Wii est caractérisée par une innovation importante. En effet cette console de jeux vidéo est équipée d'un système permettant la détection la position, la vitesse et l'orientation des mouvements dans l'espace.

Cette caractéristique n'a pour le moment encore jamais été reprise par les différents leaders du marché des consoles de jeu vidéo, ce qui offre un atout majeur à Nintendo.



2. Les prix

Nous allons premièrement nous intéresser à la Xbox 360. Ainsi à son lancement la Xbox 360 Arcade coutait 199€ cependant son prix a été réajuster en 2008, cette version est donc actuellement vendue pour 179€. La Xbox Premium était vendue pour 269€ puis le prix a baissé de 30 euros. Enfin la Xbox Elite coutait au départ 369€. Elle est actuellement proposée au prix de 299€. L'objectif de Microsoft est clair, doubler ses ventes afin de se démarquer de son concurrent : Sony.

En effet la PlayStation 3 de Sony est plus couteuse que ses concurrentes à savoir la Wii de Nintendo et Xbox 360 évoqué ci-dessus. Il s'agit actuellement de la console la plus chère de sa génération, puisqu'elle est vendue dans sa version la plus basique au prix de 399€.

Enfin parlons maintenant de la Wii. Cette console est vendue à 249€. Son prix est moins élevé car la Wii est uniquement dédiée au jeu, contrairement à ses concurrentes qui offrent plus d'options.

3. Les cibles

La Microsoft Xbox 360 est destinée à séduire le grand public aussi bien les joueurs confirmés que les joueurs occasionnels. Ainsi Microsoft propose des jeux adaptés à la majorité des individus pour satisfaire une grande partie de la population.

La console de **Sony** à savoir la **PlayStation3** a été conçu spécialement pour les connaisseurs, les vrais amateurs de jeu vidéo. En effet, elle comporte de nombreuses options et est relativement complexe à utiliser. De plus, son prix élevé peut freiner les moins passionnés.

La Wii de Nintendo cible l'ensemble de la population aussi bien les hommes que les femmes, les enfants que les adultes.

La Wii se veut être une console familiale avec des jeux non seulement spécialement destinés à l'ensemble de la famille mais aussi destinés à être utiliser ensemble. Comme par exemple, le jeu intitulé « Best of des Jeux en Famille » ou « Wii Sports ».



Cette console souhaite aussi toucher les individus désireux de pratiquer une activité physique ludique tout en restant à leur domicile. Ainsi l'accessoire Wii fit a été créer il permet de pratiquer des exercices physiques, ainsi que de simuler la pratique de certains sports.

Enfin avec sa Wii Nintendo désire séduire les jeunes hommes et les jeunes femmes avec des jeux leur étant plus adapté tels que « Mario Bros » ou encore « Call of Duty ».

4. Les ventes

Dans cette partie nous allons tenter de déterminer le poids économique des consoles de salon. Pour ce faire nous nous intéresseront donc au nombre de ventes de chaque console, au chiffre d'affaire réalisé par les leaders de ce secteur, à savoir Sony, Nintendo et Nokia.

Nous constatons, que les consoles de salon rencontrent un franc succès. En effet, les leaders du marché sont inévitablement la Xbox 360 de Microsoft, la Wii de Nintendo et la Playstation 3 de Playstation.

En conséquence, les ventes de consoles portables ainsi que des consoles de salons ne fait qu'augmenter au fil des années. On remarque aussi que la part de consoles de salon vendue est plus importante que celle des consoles portables.

III. Les nouveaux marchés mis en place par les consoles

A. Magasins et grandes enseignes

Aujourd'hui, il est courant et nous sommes habitués à la présence de consoles dans notre société. L'effet de mode est maintenant passé et la console c'est installé certainement de manière définitive et elle est donc actuellement un accessoire courant. Nous en trouvons donc dans des magasins qui ne vendent que des consoles et des jeux vidéo, ou bien dans de grandes enseignes de distribution ou non.

Nous allons donc voir quelques magasins, grandes enseignes qui vendent et mettent en disposition des consoles de jeux.

1. PIXmania



Pixmania, c'est une marque commerciale qui vient de groupe Fotovista, qui a son siège social en France. Fotovista est un groupe qui a été créé par les frères Rosenblum depuis 38 ans. Pixmania où l'on retrouve la vente de console est intégré dans le pôle loisirs numériques dans le groupe Fotovista aujourd'hui. Le pôle loisirs numériques comporte les produits high-tech, jeux vidéo et consoles, DVD, photos, électroménager. A travers ce pôle le groupe Fotovista démocratise sur internet et son ensemble de magasins et de ses points de retraits, la pratique des nouvelles technologies.

C'est en 2000 qu'apparaît Pixmania, avec comme PDG du groupe Fotovista Steve Rosenblum.

Pixmania est présent dans 27 pays en Europe, qui sont : France, Royaume Uni, Irlande, Portugal, Espagne, Suisse, Italie, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas, Allemagne, Danemark, République Tchèque, Pologne, Autriche, Slovénie, Hongrie, Slovaquie, Roumanie, Estonie, Lettonie, Lituanie, Suède, Norvège, Finlande, Grèce, Chypres, Croatie.

En France, là où est basé le groupe Fotovista, 8 magasins et points de retrait Pixmania existent. Ces magasins et ses retraits se trouvent à Paris XIII, Boulogne, Lille, Rennes, Lyon, Nice, Marseille et Toulouse. Il en existe 8 autres, dans 8 villes d'Europe. Les magasins ont dans leur réserve une quantité de produits et d'accessoires disponibles qui ne nécessite pas de commande préalablement car les stocks sont approvisionnés tous les jours. Néanmoins pour être que le produit que l'on souhaite soit disponible dans le magasin, il est possible d'aller vérifier la disponibilité de celui-ci le site internet de Pixmania.

On peut également passer directement par le site internet de Pixmania pour commander un produit ou un accessoire et être livré dans des délais très rapide (24/48h) dans les magasins et points de retrait qui existe en France. On retrouve dans le magasin les mêmes offres, prix et services que l'on nous propose sur le site de Pixmania, et on peut bénéficier de services dédiés comme être conseillé à l'achat de nos produits ou accessoires. Dans les magasins une équipe de spécialistes pourra répondre à toutes les questions que nous pouvons nous poser, et ainsi ils peuvent nous guider et nous conseiller par rapport à nos besoins.

Le site Pixmania.com réalise 1/3 de son chiffre d'affaire en France. Depuis 2000 le groupe Fotovista voit son chiffre d'affaire en constante évolution. Fin de l'année 2000 le chiffre d'affaire du groupe était de 78 millions d'euros, en mars 2006 celui-ci était de 474 millions d'euros et en janvier 2008 le chiffre d'affaire de Fotovista était de 714 millions d'euros. Le groupe Fotovista avait en 2008 un effectif de 1000 employés.

L'ensemble du groupe Fotovista ne vend pas seulement des consoles ou jeux vidéo, mais son pôle loisirs numériques qui comporte la vente des consoles augmentent ses ventes qui correspondent à l'augmentation du chiffre d'affaire global du groupe sur ces dernières années. On peut constater que les consoles de jeux sont de plus en plus présentes dans notre société, un grand nombre de foyer en possède une ou même plusieurs.

2. Micromania



La société Micromania apparue en 1983 a été fondée par Pierre Loridan, son siège social se trouve à Sophia Antipolis dans le département des Alpes-Maritimes. C'est une société qui est spécialisée dans la vente de jeux et consoles vidéo. La société a commencé par vendre les jeux vidéo et les consoles par correspondance. Le premier magasin Micromania a ouvert en 1989 au Forum des Halles. Le succès dès l'ouverture du premier magasin fut important, aucun magasin semblable n'existe avant l'ouverture de ce magasin Micromania. Suite à ce grand succès, des personnes venaient de toute l'Ile-de-France et aussi de province pour pouvoir venir dans le magasin. Donc l'enseigne a continué à ouvrir d'autres magasins atteignant le 100ème en 2002, le 200ème magasin en 2004, pour en posséder 235 actuellement dans toute la France, magasins portant le nom de l'enseigne, Micromania. Aujourd'hui le PDG de la société est Pierre Cuilleret depuis août 2005, il succède donc à Pierre Loridan.

Micromania est actuellement en France l'enseigne leader du marché des jeux vidéo et consoles. Elle possède 25% de part de marché en France. Si l'enseigne Micromania est actuellement le premier distributeur de jeux vidéo et de console en France c'est par une stratégie simple de leur part qu'ils tiennent depuis 20 ans, être orienté à 100% sur les jeux vidéo (ce qui comprend également les consoles). Leur stratégie qui n'a pas changé en 20 ans, leur a permis d'avoir une notoriété de spécialiste dans ce domaine, ce qui renforce la confiance que les consommateurs et acheteurs ont pour l'enseigne.

Afin de fidéliser, de conquérir et de faire part de la communication de l'enseigne, Micromania organise tous les ans le Micromania Games Shows. Cet événement consiste pendant 4 jours, de permettre aux joueurs de jeux vidéo de découvrir tous les hits de jeux vidéo et de nouvelles consoles de l'année en cours. Autrefois le Micromania Games Shows réservé aux meilleurs clients, maintenant même les personnes n'ayant pas la carte de fidélité peuvent accéder à cet événement en payant leur entrée, l'année l'entrée pour les personnes n'ayant pas la carte de fidélité était de 5€.

La société Micromania a réalisé en 2008 un chiffre d'affaire de 500 millions d'euros, soit sur l'ensemble de la France seulement le chiffre d'affaire de la société est de 125 millions d'euros. Micromania a son personnel qui varie entre 501 et 1000 employés.

B. Les campagnes de publicité

1. La Wii

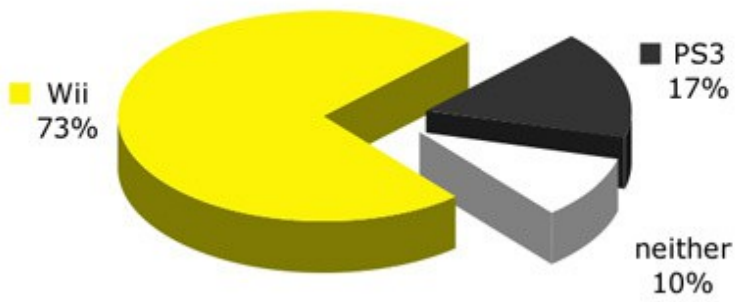
Nintendo souhaite faire entrer la Wii aussi bien dans les foyers des joueurs que chez les non joueurs.

Ainsi pour attirer le maximum de personnes susceptibles de jouer sur Wii, Nintendo mise sur une bonne campagne publicitaire et n'y va pas avec le dos de la cuillère. En effet le budget publicitaire pour la Wii s'élève à 200 millions de dollars, soit environ 156 millions d'euros. Cette somme est un record pour la firme puisqu'elle dépasse de 20% ce qu'elle a investi en publicité pour le lancement de la Gamecube en 2001. La firme va tenter de séduire un public plus mature avec des publicités dont 80% cibleront les adultes. En effet après avoir visionner les publicités consacrées à la Wii nous pouvons nous rendre compte que la plupart du temps des adultes sont mis en scène et non des enfants. La famille est également beaucoup mise à l'honneur.

La promotion de la console passe également par les magazines féminins. Il y a deux raisons à cela : les mères ont leur mot à dire sur les loisirs de leurs enfants et Nintendo souhaite viser un public féminin peu adepte des jeux où la violence règne.

La firme a cependant procéder à un matraquage publicitaire trop important (2 à 3 publicités toutes les 3 minutes) aux yeux de certaines personnes considérant que vu le succès obtenu, une telle fréquence de passage des publicités était exagéré.

Part réservée à la publicité pour la Wii :



2. La PS2 et sa campagne de publicité visant les femmes

Sony prépare une campagne de presse dédiée aux femmes, qui sont de plus en plus nombreuses à jouer.

Voici ci-dessous deux visuels de la campagne de publicité :



90 % des hommes dont la femme joue à la PS2 passent plus de temps avec leurs enfants

D'autres visuels proposent d'autres slogans accrocheurs :

- 97% des femmes qui jouent à la PS2 ont de moins gros mollets que celles qui jouent au rugby.
- 56% des femmes considèrent que la PS2 est un excellent moyen de s'entrainer pour les soldes.
- 89% des assureurs-auto sont prêts à faire des réductions aux femmes qui jouent à Gran Turismo sur PS2.
- 25% des femmes prétendent avoir la migraine pour jouer à la PS2
- Pour rester jeunes, 80% des femmes font plus confiance à la PS2 qu'à la chirurgie esthétique.

Cette campagne de publicité est apparue dans de prestigieux journaux féminins tels que :

- Elle
- DS
- Biba
- Cosmopolitan
- Jalouse
- Glamour

3. La Playstation 3

C'est le 17 mars 2007 que les premières images de la campagne TV pour la PS3 ont envahi les écrans.

La campagne de publicité a été réalisée pour ressembler à la PS3 c'est-à-dire divertissante, interactive et évolutive... tout simplement vivante. C'est ainsi que Sony définit au mieux sa console incomparable. En effet la Playstation 3 offre de nombreuses caractéristiques technologiques telles que le Blu-Ray permettant de profiter des jeux et des films en haute définition, un processeur Cell permettant les réactions de la console en temps réel, une capacité de stockage de 60 giga, l'accès à internet etc...

Ainsi vu toutes ces caractéristiques, « This is living » s'est imposé naturellement comme le leitmotiv de cette console ainsi que de la campagne.

TBWA, créateur de la campagne a donc imaginé une campagne construite comme une mosaïque autour de toutes les interprétations de « This is living » et ce que ce soit en presse, à la TV, sur le net, au cinéma, etc ...

Les spots TV mettent en scène différents personnages résidants dans un hôtel mystérieux. Il y a Bubba - le réceptionniste, le lieutenant Kovac - un ancien mercenaire, Bruce Leghorn - présentateur TV déchu, Cherry - future starlette, Plato - un footballeur de talent, Hot Dog et Lucia -un couple de criminels romantiques et Keiji - énigmatique personnage...Ils vivent tous leur propre destin au sein de cette hôtel et nous vivons avec eux en découvrant des éléments sur leur passé, en suivant leurs aventures, en écoutant leur définition de « This is living ».

La campagne TV a commencée par du teasing de 15 secondes. La révélation du spot de 90 secondes s'est fait le 22 mars à 20h30 sur toutes les chaînes puis une vague de 30 secondes a suivie pendant 10 jours. Le plan média TV avait prévu 20 chaînes pour diffuser 3 formats différents (15, 30 et 90 secondes) touchant 60 millions de contacts et 400 GRP.

De plus le site internet contient 6 films de 3 minutes chacun, uniquement disponible sur internet. Les films vantent les atouts et propriétés techniques de la console, ainsi que ses capacités de rendu et d'animation.

Une campagne cinéma a également été prévue à l'échelle internationale signée par TBWA Londres.



Conclusion :

En conclusion, nous remarquons que le marché des consoles et des jeux vidéo connaît une croissance régulière grâce à la combinaison de deux facteurs importants, l'un démographique, l'autre technologique. Chaque année, de plus en plus de jeunes qui sont en âge de jouer arrivent sur le marché. Ils quittent de plus en plus tôt les jouets traditionnels pour les jeux vidéo. Cependant, les nouvelles consoles sont de plus en plus performantes, de plus en plus graphiques et de ce fait séduisent un public de plus en plus large, allant des personnes âgées aux jeunes femmes.

Webographie

<http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39385490,00.htm>

www.pixmania.com

www.fotovista.com

www.damonx.com

www.micromania.fr

www.dyn-com.com

www.afjv.com

www.generation-nt.com

www.playfrance.com

http://www.afjv.com/press0609/060901_evolution_prix_consoles_jeux.htm