

Le point économique sur les consoles de jeux vidéo - 1/3

A l'heure où la Xbox, la Playstation 2 et la Game Cube se livrent une lutte acharnée pour la domination du monde des consoles de jeu, il m'a été demandé dans le cadre de mes études de faire un point sur le système de concurrence dans ce monde...

- Type de Système Concurrentiel

Le système de la console de jeux est un système en impasse concurrentiel, en effet les sources de différenciation entre les consoles sont limitées et la taille de l'avantage concurrentiel est fort.

Les sources de différenciation sont peu nombreuses. Le nombre de titres proposés est sensiblement le même, Playstation étant toutefois en tête en raison sa plus grande ancienneté, et sont souvent les mêmes. La X-Box et la Playstation proposent un lecteur dvd-CD que la Game Cube n'a pas. Cette dernière mise avant tout sur l'aspect ludique. La X-Box est quant à elle très proche d'un PC : elle possède un disque dur, une carte ethernet, un OS (une sorte de Windows CE). Les jeux plantent et on peut télécharger des patches (des mises à jour pour les jeux) Il suffit d'y ajouter un clavier, une souris, un écran et on se retrouve face à un véritable PC !

Certes chaque console a ses propres caractéristiques techniques même si elles sont toutes, à la base, des 128 bits. La vitesse des différents processeurs varie : la X-Box tourne à 733 mhz tandis que la Game Cube est à 405 mhz et la Playstation 2 à 295 mhz. Le design varie aussi : la X-Box et la Playstation 2 se rejoignent à ce niveau car elles sont toutes deux des lecteurs de disques. Elles ont donc "évoluées" à partir d'un format de platine. La Game Cube, elle, possède un design réellement original (la console est de plus en plus petite que ses deux concurrents) permis par le format (cartouche) des jeux.

La taille de l'avantage concurrentiel est fort car le nombre d'entrants est très limité. Depuis la disparition de Sega en tant que constructeur de consoles, Nintendo et Sony sont les deux géants de la console restants, le premier ayant une expérience plus longue que le second. Microsoft a essayé de pénétrer ce marché en 2002. S'il n'avait pas eu l'expérience accumulée dans les ordinateurs, il n'aurait certainement pas pu entrer le marché. La lutte entre ces 3 compagnies est avant tout fondée sur les prix. Aucune réelle marque de différenciation n'a été trouvée par aucune des firmes, et pourtant de par son succès durable Sony et sa Playstation 2 arrive en tête assez nettement : sa part de marché élevée lui procure un avantage décisif. L'industrie de jeux vidéos vit un de son meilleur boom avec l'arrivée des trois consoles sur les trois principaux territoires mondiaux (Japon, usa, Europe). L'institut de prévision britannique Informa Media Group estime que le marché mondial de la console de jeux vidéo atteindra les 22 milliards de \$ de chiffre, soit une progression de 12% par rapport à l'année 2001. L'industrie des consoles des jeux vidéos ne s'est jamais portée aussi bien et la guerre des prix que les fabricants de consoles se livrent depuis un certain moment bat son plein. Du coup, d'ici la fin de l'année 2002, 70, 4 millions de consoles devraient être commercialisées au total dans le monde. La PlayStation 2, sans surprise, est destinée à dominer largement le marché avec 48, 4 millions de machines écoulées, ce qui représente une part de marché de 69% ! Nintendo pourrait quant à lui écouler 15, 1 millions de GameCube d'ici fin 2002, ce qui lui ferait une part de marché de 21 %. Enfin, selon img, Microsoft ne comptabiliserait que 6, 9 millions de Xbox à cette époque, soit seulement 10% de part de marché. La Xbox récolte son faible score par le faible succès au Japon et en Europe, mais par contre elle affiche d'excellents résultats aux usa.

Informa Media Group prévoit de très petites hausses dans les prochaines années jusqu'au lancement de la prochaine génération de console pour les années 2005 et 2006. Une annonce a été faite par Sony que sa PS3 devrait sortir en 2005 et sera 1000 fois plus) et une annonce a été faite par Microsoft que sa Xbox 2 sortirait en 2006.

Le point économique sur les consoles de jeux vidéo - 2/3

- Les Facteurs Clés de Succès :

Quand un constructeur lance une nouvelle console, c'est qu'il en attend des retours financiers, ainsi que des retours en terme d'image, afin de pouvoir préparer la génération suivante. Les technologies évoluant sans cesse, les coûts en recherche et développement sont de plus en plus importants. De même, les coûts de production doivent être rapidement amortis afin de rentabiliser au plus vite les investissements. Ceci fait qu'un échec peut être fatal à une société et si l'on se souvient de la Saturn, sa cuisante défaillance a failli mettre un terme à la fabuleuse aventure de Sega. Les recettes en matière de stratégie marketing d'échec suivent une dynamique assez simple. Bien entendu, on ne prémédite pas l'échec d'une console mais il n'est pas très difficile de cerner ce qui peut conduire à un massacre annoncé et quasiment inévitable. Il suffit pour cela de réunir plusieurs facteurs qui concourent à la chute d'une console. Pour cerner ce qui est caractéristique d'une stratégie d'échec, voici les différents critères que l'on peut retenir :

1. Un choix technologique décalé par rapport aux tendances du marché.
2. Un choix de jeux restreint, ou des jeux peu intéressants. La cause : un manque d'éditeurs ou une sous-exploitation de la console.
3. Une communication inexistante ou mal ciblée.
4. Un prix de vente en totale inadéquation avec la réalité du marché, et surtout avec les caractéristiques de la console.
5. Étonnement, la nationalité de la console. En se penchant sur la 3DO (de 3DO Company) et la Jaguar (de Atari), deux consoles américaines, il est facile de constater que les éditeurs japonais n'ont pas répondu présent et de ce fait, ont perdu les grands jeux que l'on connaît sur les consoles japonaises.

A l'inverse, les éléments qui assurent le succès d'une console découlent automatiquement de cette analyse :

1. Avoir des éditeurs solides. Négliger les éditeurs est malheureusement de nos jours impossible. Ceci va de pair avec la nationalité d'une console car les derniers exemples nous montrent que les américains, de part un certain nationalisme exacerbé, préfèrent éviter d'avoir recours aux éditeurs japonais. Toutefois, Microsoft semble bien l'avoir compris puisqu'il est parvenu à attirer à lui les meilleurs tels que Capcom ou Konami, et même Squaresoft réfléchi à un portage des futurs Final Fantasy sur la X-Box.

Concernant Nintendo, les développeurs tiers répondent à nouveau présent à l'appelle de Nintendo, ce qui n'avait pas été le cas lors de l'échec de la N64. En effet Capcom, Namco, Enix, Sega pour ne citer qu'eux vont de nouveau lancer des jeux sur la Game Cube et le retour de l'enfant prodigue Squaresoft s'annonce comme un gros atout pour Nintendo. Les grands jeux arrivent, tels les nouveaux Resident Evil, Final Fantasy ou encore Tales of Phantasia. C'est avec ce type de jeux à forts potentiels que Nintendo sera satisfaite à la fois les joueurs japonais mais également le nouveau marché des 20-30 ans.

2. La communication est de nos jours un élément marketing incontournable. Tous les constructeurs l'ont compris, et Sony le premier. La PS2 est sortie le 24 novembre 2000 en France en faisant largement parler d'elle. En effet, dans l'histoire des jeux vidéos, aucune console n'avait besoin d'être réservée avant sa sortie si on voulait se l'acheter. La PS2 a innové dans ce secteur avec le slogan "Beaucoup la veulent mais peu en auront". De plus, elle a fait parler d'elle par rapport à son prix : 2990 frs à sa sortie !!!!! Jamais une console n'avait été aussi chère. On a pu assister à une bataille pour la PS2 : 50000 réservations (les réservations ont été limitées...) et 20000 consoles en libre-vente. En fin de compte, on a pu assister à de vrais bagarres pour la console 128 bits de Sony (la champ de bataille du Virgin Megastore a fait le tour du Monde).

Sony a fait bien plus que développer une simple console avec la PlayStation. Avec près de 80 millions de PS2

Le point économique sur les consoles de jeux vidéo - 3/3

vendues de part le monde, Sony a acquis une image de marque extrêmement forte auprès du consommateur, et probablement plus convaincant que les meilleurs jeux disponibles chez la concurrence. Sans aucune perle rare vidéo-ludique à sa sortie, la PS2 s'est malgré tout vendue à presque 1 million d'exemplaire en un week-end au Japon. La marque PlayStation véhicule une telle image qu'elle vaut de l'or ! PlayStation est "tendance", c'est "in", à la mode, touche tous les âges, et finalement est presque un état d'esprit plus qu'une marque ! Comme à l'époque de l'hégémonie de Nintendo avec ses consoles 8 et 16 bits, lorsqu'on désignait une console de jeux au Japon par le seul nom Nintendo, désormais le standard est PlayStation ! Et puis il y a ce fameux nouveau vivier de joueurs révélés par Sony, les 20-30 ans, qui suivent désormais aveuglément la marque qui a réussi à les conquérir. Sony a acquis une confiance de la part des joueurs, la même confiance que Nintendo a perdu à l'époque de la N64.

Et plus le temps passe plus la situation s'aggrave, car les consommateurs faisant confiance à Sony, incitent les développeurs à développer sur ce standard, et plus il y a de développeurs dévoués à la cause de Sony, plus il y a de jeux, et plus il y a de jeux, plus il y aura de joueurs avides de se procurer la dernière de Sony (voire le schéma ci-dessous). La boucle est bouclée, la stratégie Sony lui a permis de se positionner en leader incontesté.

Mais attention, une mauvaise communication peut fausser l'image d'une société. Ainsi, on peut considérer que Nintendo a vainement tenté de prouver que sa console était destinée à tous les publics alors que dans les faits, les jeux sont en majorité destinés aux enfants.

3. Un prix de vente de l'ensemble console/jeux, qui respectent les attentes des consommateurs. Une console peut tout à fait sortir à prix supérieur à 300 euro si son évolution technologique le justifie. La Playstation 2 intégrant un lecteur dvd pour les films, en plus du rôle de console 128 bits surpuissante, le prix de 450 euro au lancement n'était pas tellement excessif au vu de supports comparables sur le marché. De même, les jeux ne peuvent plus être vendus à plus de 60 euro (ce qui est déjà énorme). Avec le piratage, les éditeurs doivent prendre conscience du fait que le manque à gagner sera de plus en plus important avec la généralisation de la vente de graveurs. Et c'est là que se joue actuellement l'avenir des jeux vidéo. Le piratage prenant de l'ampleur, les joueurs sont vite excédés de devoir déboursier 300 à 500 F pour un jeu dont ils font assez rapidement le tour. Quand on voit que certains éditeurs peu scrupuleux sortent de titres mal finis pour répondre à des impératifs commerciaux, on est en droit de se poser des questions. Partant du principe que ce sont les jeux qui font vendre une console, le tout constitue un engrenage qui suit le cheminement suivant :

Peu de jeux intéressants ==> Peu de consoles vendues ==> Peu de rentabilité pour le constructeur et aussi pour les éditeurs de jeu ==> Peu de publicité et encore moins de jeux intéressants ==> Le cycle repart du début

Et lorsque l'on sait qu'un jeu coûte des millions d'investissement, un éditeur ne peut se permettre de développer sur une console très peu présente sur le marché.

Un élément intéressant pourrait toutefois modifier ce schéma : les consoles lisant les films dvd. Dans ce cas de figure, une console pourra quand même avoir du succès dans la mesure où elle proposera une plate-forme jeux et un lecteur dvd d'entrée de gamme qui pourrait séduire les consommateurs non désireux de trop investir dans une platine dvd plus chère. Il ne fait donc aucun doute que les consoles de jeux seront dans un avenir très proche des concurrentes des platines dvd et seul subsiste le doute de la qualité des lecteurs intégrés aux consoles. En ce qui concerne la Playstation 2, le lecteur est plus que correct d'un point de vue technique. Néanmoins, il me paraît peu envisageable qu'une console propose les mêmes options qu'une véritable platine dvd (entrées et sorties multiples, fonctionnalités, télécommande IR,...) et de ce fait, les puristes se dirigeront toujours vers une platine dvd en complément d'une éventuelle console, toujours dédiée au jeu.