

Vers un « game over » des consoles ?

Si le jeu vidéo n'a pas encore cédé au streaming, selon Ubisoft, la prochaine génération de machines sera la dernière

Et si le marché de la console de jeu vidéo, ce segment si central de l'industrie du divertissement depuis trois décennies, venait à disparaître ? Yves Guillemot, le président d'Ubisoft, a pronostiqué sa mort à petit feu dans une déclaration très remarquée au magazine *Variety*, en amont de l'Electronic Entertainment Exposition (E3), le salon mondial du jeu vidéo qui se tenait du mardi 12 au jeudi 14 juin à Los Angeles : « Avec le temps, je pense que le streaming deviendra plus accessible à de nombreux joueurs et rendra facultatif d'avoir du gros matériel chez soi. Il y aura encore une génération de consoles, et après ça, nous utiliserons le streaming, tous. »

Après les lecteurs CD et les lecteurs Blu-Ray, relégués au placard face à l'essor des applications de streaming musical et vidéo comme Spotify ou Netflix, la console de jeu vidéo sera le prochain grand objet de consommation à rendre les armes devant la puissance de la dématérialisation et le passage de l'économie de la culture à un modèle de services, centré sur les abonnements plutôt que sur la vente de supports de stockage.

« Le streaming peut engendrer une "nouvelle démocratisation" du jeu vidéo »

EMMANUEL CARRÉ
porte-parole d'Ubisoft

De nombreux acteurs-phares du secteur s'y préparent déjà. A l'été 2017, Sony a inauguré le PS Now, un service de jeu en streaming par abonnement et Microsoft, le Xbox Game Pass, une offre de jeux en téléchargement illimité. Ils rendent ainsi pour la première fois le catalogue de leurs consoles accessible aux utilisateurs d'un ordinateur. Une pre-

mière, qui pourrait préfigurer d'une révolution industrielle bouleversant aussi bien la taille du marché que l'identité des sociétés locomotives.

« Les groupes qui vont conquérir le marché sont ceux ayant une envergure mondiale, aussi bien en termes de calcul à distance, de communauté que de contenu, pronostique Phil Spencer, président de la division Xbox de Microsoft. Le chinois Tencent dispose clairement de la communauté et du contenu, et je sais qu'ils travaillent sur le cloud. Google a déjà des ressources importantes en calcul à distance, à défaut d'une communauté de joueurs ou de contenu. Amazon est un autre de ces concurrents. Ce sont ces entreprises qui feront le futur du jeu vidéo. »

« Etre là où les joueurs sont »

Un tableau dans lequel Sony aurait également sa carte à jouer, et où Nintendo fait souvent figure de trublion. Les producteurs de contenu comme le français Ubisoft voient cette perspective d'un très bon œil. « Le streaming peut engendrer une "nouvelle démocratisation" du jeu vidéo, confirme Emmanuel Carré, porte-parole d'Ubisoft. Notre rôle est d'être là où les joueurs sont. »

Un rôle, et un intérêt bien compris. « C'est très rémunérateur, décrypte Thomas Grellier, directeur associé et cofondateur de l'Ecole de management des industries créatives (EMIC). Cela fait sauter beaucoup de verrous liés à la distribution physique, comme les coûts de fabrication et de distribution. Et cela permet de se passer des revendeurs, ce qui augmente immédiatement la marge de 30 à 40 %. »

Certains éditeurs se rêvent même déjà en fournisseurs de services. A l'E3, l'américain Electronic Arts a annoncé que ses superproductions futures seraient désormais accessibles en avant-première aux abonnés de son service, l'Origin Access Premium.

Cela suffira-t-il à faire du streaming le successeur définitif des bonnes vieilles consoles ? A voir. Contrairement à la musique et au cinéma, le jeu vidéo se déroule en temps réel, et exige par conséquent un flux Internet d'un débit et d'une stabilité bien plus élevés. « On est très tributaire du déploiement de la fibre, observe Hugues Ouvrard, directeur de Xbox France. Or il n'y a pas que les pays occidentaux dans le monde. Il faut arriver à trouver un équilibre entre les marchés que l'on peut désormais viser sans qu'il y ait besoin de consoles, grâce à la fibre, et les autres. Peut-être s'oriente-t-on vers un modèle hybride. »

« Je comprends bien pourquoi Yves Guillemot dit ça », sourit M. Spencer, lors d'un entretien avec plusieurs médias, dont Le

Monde. Et celui-ci de se dire « optimiste sur le fait que les gens auront du matériel chez eux pour faire tourner les jeux vidéo pendant des années encore ». D'ailleurs, le développement d'une PlayStation 5 est un secret de Polichinelle, même si Sony prend son temps. « Nous mettrons à profit les trois prochaines années pour préparer notre prochain coup », a évasivement prévenu John Kodera, président de la division PlayStation du géant de l'électronique japonais, lors d'une conférence avec les investisseurs en mai.

A l'E3, M. Spencer a officialisé que ses équipes travaillent sur la prochaine génération de consoles Xbox, sans envisager qu'elle soit forcément la dernière. « Ce que nous allons voir, ce sont des gens qui vont désormais profiter de la qualité à laquelle nous sommes habitués sur consoles sur d'autres périphériques. Mais cela ne signifie pas que jouer sur mon téléviseur avec une très bonne installation sonore, une super-fluidité et une qualité visuelle exceptionnelle va disparaître de sitôt, estime-t-il. Ce qui va arriver, c'est une diversification des supports sur lesquels les gens jouent. » ■

WILLIAM AUDUREAU