

lucarne

Un fait divers banal révèle une réalité insoupçonnée...



Tokyo Games Shows

Cela fait quatre ans que j'arpente les allées du T.G.S. Le Tokyo Games Show. La première fois, en 2007, c'était comme si un rêve de gamin se réalisait. Après tout, j'entrais dans l'enceinte du plus gros salon de jeux vidéo du monde. De l'Asie. Ou du Japon, en tout cas.

Enfin bref, peu importe.

Disons, un grand salon.

Quatre ans déjà, et désormais j'erre presque blasé de toutes ces babes court vêtues qui tentent de capter mon attention... non, je déconne, je ne suis pas blasé, bien entendu.

Mais quelque part, la dernière édition du TGS, en septembre 2010, m'a laissé sur ma faim. Un arrière-goût étrange. Comme des olives vertes dans une pizza (qui me font gerber à coup sûr).

Mon compagnon d'aventures, Steven, avait lui aussi l'air désorienté : cette dernière édition le laissait coi. Etait-ce le manque de visiteurs, ce jeudi matin d'ouverture, qui nous perturbait ? Etait-ce la faute de la pluie, notre compagne depuis le petit matin à notre départ de la gare de Tokyo, qui transfigurait l'atmosphère ? Etions-nous encore nous-mêmes après cette rencontre fortuite avec le héros d'Assassin's Creed, dans le wagon qui nous emmenait à notre destination ?

Le pauvre, visiblement extenué de ses péripéties, s'était assoupi sur la banquette, d'où notre hésitation à l'accoster



pour lui demander un autographe. On ne sait jamais, sur un malentendu, clac! Trois couteaux dans la gorge...

Quelque chose ne sonnait pas clair dans cette histoire, et quand c'est le cas, à SANQUA, on prend du... REcul ! – Bravo pour les deux lecteurs qui suivent, au fond.

Vieux comme... Duke Nukem.

Oh la belle transition inter-articles que voilà... Oui, le TGS est né la même année que Duke, en 1996, à Tokyo. La première édition était bien entendu d'une taille plus réduite que toutes les dernières, avec seulement 17000 m² de surface exposable. Un chiffre à étalonner avec les 54000 m² des éditions récentes.

Ce premier salon ne durait que trois jours, dont deux étaient réservés « aux invitations », soit des jours business très « select » comme on dit chez les gens qui filtrent sévère à l'entrée mais qui souhaitent quand même passer pour respectables.

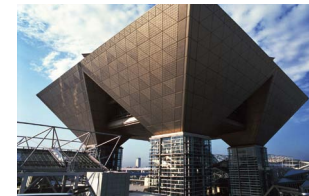
Dès sa deuxième édition, le salon marquait son rythme de croisière, avec deux shows par an : un au printemps, l'autre en automne. Cette fois-ci, un jour business seulement, et deux jours pour le grand public : un format qui durera. A noter que les dates étaient particulièrement bien choisies pour profiter des fameux « sakura », pile dans la bonne saison. De 1996 à 2001, le show garde cette fréquence, avant de passer à un salon unique par an en 2002. Je vous vois froncer des sourcils... pourquoi un tel revirement de calendrier ?

Le salon avait pourtant rapidement connu du succès : en l'espace de quatre éditions, il enregistre presque 50% de fréquentation en plus qu'au début, tout en triplant sa surface d'exposition en passant du Tokyo Big Sight de ses débuts à la Makuhari Messe près de Tokyo Disneyland (qui se trouve en fait LOIN de Tokyo, comme notre Marne-la-vallée national, en quelque sorte).

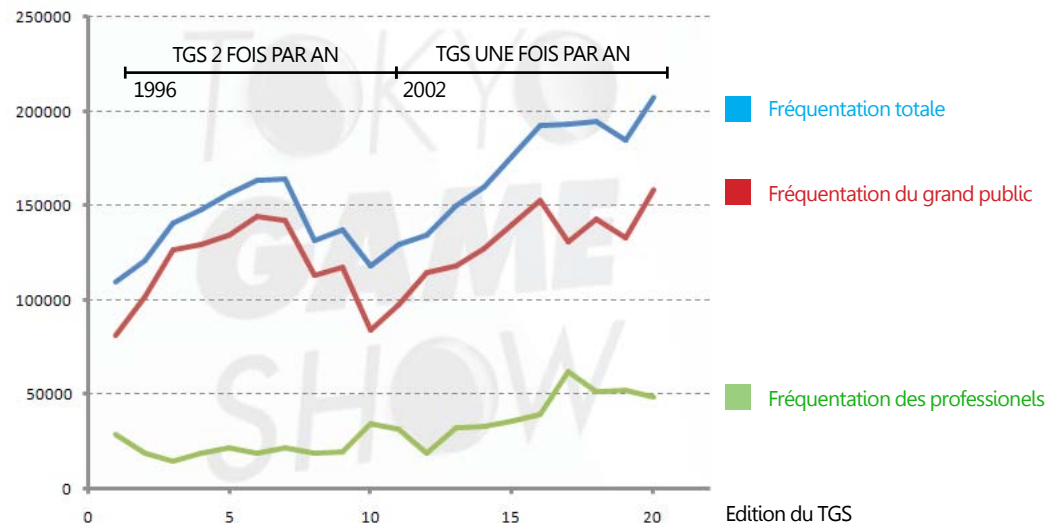
TOKYO CENTRE



TOKYO BIG SIGHT (1996-97)



MAKUHARI MESSE (1997-2010)



N'oublions pas que le salon n'est pas uniquement réservé aux professionnels. En termes de chiffres, c'est un événement qui vit surtout par les visites du grand public, qui sont, elles, payantes. Si la fréquentation des « hommes d'affaires »

(pff...) ou des « grands journalistes » (pff...) est relativement stable d'une année à l'autre, l'évènement perd subitement de la popularité auprès du grand public, après avoir atteint un pic en 1999, pour se retrouver quasiment, en 2001, au même

niveau qu'en 1996 en termes de fréquentation. Ouais, ça la fout mal... Plusieurs facteurs sont certainement à l'origine de cette baisse de fréquentation: le nombre d'exposants diminue fortement entre 1999 et 2001, de 82 à 53 pour les shows au printemps. Peu de surprises au niveau des jeux en démonstration : ils sont eux aussi à la baisse, en passant de 420 titres au printemps 1999 à 309 titres au printemps 2001. Et puis, on est entre deux générations. Les consoles comme la PS1 ont déjà connu leur heure de gloire, et la fièvre tombe alors que la nouvelle génération n'est pas tout à fait encore sortie...

En tout cas, le salon d'octobre 2001 marque la fin de ce rythme très soutenu, avec une audience bien moins forte que prévue : à peine 130 000 visiteurs, alors que les organisateurs en attendaient plus de 150 000.

Finalement, c'était peut-être la meilleure chose à faire, puisque dans la décennie qui suit, le TGS reprend, dans son format annuel, du poil de la bête, et dépasse son record historique d'audience dès 2005, avant d'aligner d'année en année une progression continue (sauf en 2009, normal, c'était la crise), pour finalement atteindre son plus gros chiffre en 2010, avec plus de 207 000 visiteurs (alors que les organisateurs n'en espéraient que 180 000). Franchement, un joli come-back, bravo. Merci aux babes et à leurs mini-jupes qui ont certainement contribué à ce retour en force !

Ceci dit, ce plus gros chiffre est surtout à mettre en corrélation avec la progression des entrées du grand public. En



effet, les professionnels sont en train de s'éloigner du salon. En 2007, ils étaient plus de 62000, mais en 2010, moins de 49000. Il ne faut donc pas s'étonner si les allées de l'édition 2010 m'ont semblé peu encombrées au premier abord. C'était effectivement moins bousculé que d'habitude...

Mais ne réduisons pas tout à une simple histoire de fréquentation.

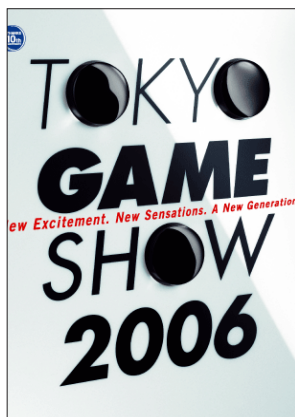
Le salon était vraisemblablement plus « vide » qu'avant.

Je me suis amusé à comparer qui exposait au TGS d'année en année, de 2000 à 2010, histoire de voir s'il y avait des tendances... vous savez que j'aime les chiffres.

Mais surtout ceux qui veulent dire quelque chose, on est d'accord. Les décimales de Pi, par exemple, rien à péter. M'enfin, si vous voulez vraiment les retenir, un petit tuyau au passage, ça peut toujours vous servir à épater la galerie dans votre prochain dîner mondain, ou survivre sans calculatrice après la fin du monde. Il vous suffit de retenir la phrase suivante :

« Que j'aime à faire apprendre un nombre utile aux sages ! Immortel Archimède, artiste, ingénieur, qui de ton jugement peut priser la valeur ? Pour moi ton problème eut de sérieux avantages. »

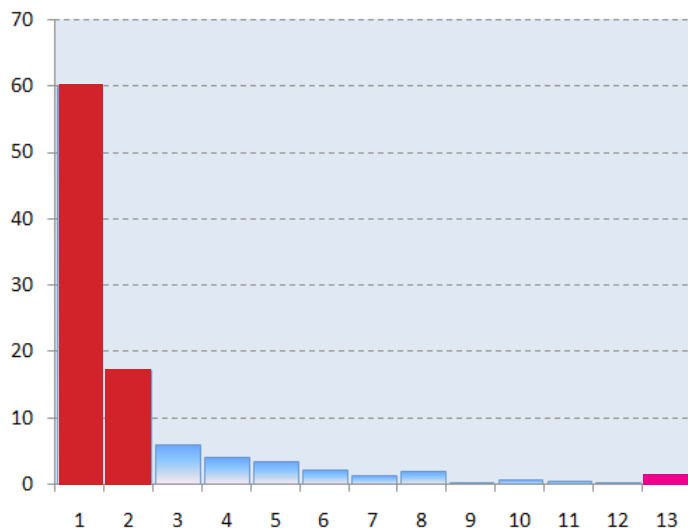
Comptez le nombre de lettres de chaque mot, et vous tombez sur les décimales de Pi si vous placez la virgule après le 3.
3.14159265358979323846264338379.



Voilà la plupart des posters qui ont servi à la promotion du TGS au cours des années. Vous remarquerez que la mascotte disparaît soudain dès le passage à l'édition annuelle (elle reste malgré tout présente à chaque salon, même en 2010). Bien qu'ils fassent un joli effort pour renouveler le style chaque année, celui de 2010 reçoit la palme du plus laid de l'histoire du show. Médaille d'argent: automne 2001, avec son style BD pourrave.

LA DURE REALITE DES CHIFFRES

Pourcentage de présence des exposants par rapport à leur nombre de participations aux 13 derniers TGS



77%
NE REVIENNENT
PAS AU TGS
OU UNE SEULE FOIS

1.5%
N'ONT
JAMAIS
MANQUE UN TGS

CAPCOM®
KONAMI
TECMO
Microsoft®
SONY

Mais revenons à nos chiffres significatifs du TGS... ceux relatifs aux exposants.

Ces chiffres, donc, étaient... parlants. Sur un total de 344 exposants inscrits à la « General Area » du TGS chaque année, c'est-à-dire la surface consacrée au business de jeux sur consoles / portables (téléphones compris), très peu sont des récidivistes. Peu de « réguliers » en quelque sorte.

60% d'entre eux ne sont venus qu'une fois au TGS en dix ans, sans y revenir par la suite. Si l'on compte ceux qui ne sont venus qu'une ou deux fois dans la même période, on arrive à 77%, ça fait mal. J'ignore si c'est un phénomène fréquent parmi tous les salons de jeu vidéo, mais quelque part, ce chiffre est inquiétant : cela signifie que la plupart des exposants ne s'y retrouvent pas et ne voient pas de valeur à repasser à la caisse pour être présent au salon d'année en année. D'autres chiffres représentatifs : celui des exposants qui n'étaient pas sûrs de revenir l'année suivante (sondage produit à la fin de chaque TGS) : 2007 : 37.7 % - 2008 : 42.9 % - 2009 : 48.3 %.

Les organisateurs du salon devraient peut-être se poser des questions du pourquoi ils sont sur une pente qu'elle est savonneuse, comme dirait l'autre !

Qui sont ces « fuyards » ? Ils sont souvent composés de petites sociétés qui n'ont pas vraiment de profil très connu au niveau international, et qui passent sans doute complètement inaperçues dans ce salon qui fait surtout la belle part aux gros de l'industrie japonaise.

1998

A l'opposé du spectre se trouvent ceux qui n'ont jamais loupé un seul TGS en 10 ans. Ils ne représentent que... 1.5% des exposants, mais en surface couverte, bien plus, évidemment...

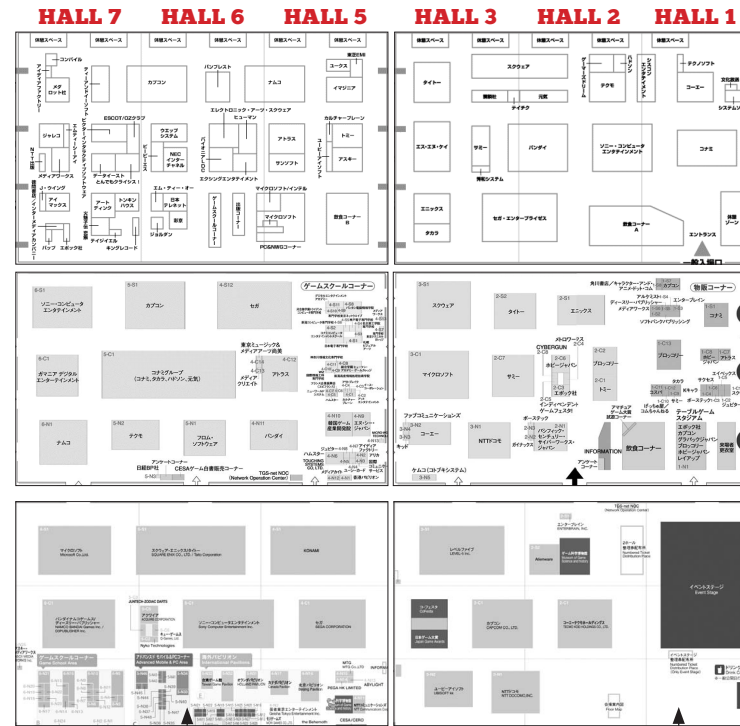
Il s'agit de Capcom, Konami, Microsoft, Sony et Tecmo. Tecmo est un peu le canard noir de la bande des 5, vu que c'est le seul de taille relativement modeste. Mais il faut croire qu'ils en veulent, chez Tecmo ! Souvent relégués près des chiottes dans le salon, ils se distinguent par des babes fort bien choisies et des costumes qui vont bien avec. Quel talent !

Sans surprise, les éditeurs européens ou ricains sont sous-représentés au TGS. On trouve bien un EA de temps en temps, ou un Ubi Soft qui s'est perdu en route, mais ça s'arrête là. La presse étrangère, elle, bien que relativement nombreuse, est quand même minoritaire : 507 reporters sur 1918 au total du premier jour de l'expo en 2009, c'est-à-dire tout juste un quart. Et ça comprend tous les pays d'Asie, pas uniquement les ricains ou les européens.

Le TGS est donc vraiment un évènement du jeu vidéo essentiellement japonais, et la plupart des jeux étrangers se retrouvent mis en avant par les constructeurs eux-mêmes (Sony, Microsoft) à la place des éditeurs, qui n'ont pas pignon sur rue. Notons au passage que Nintendo ne participe jamais au TGS, sous prétexte que « il n'y a que les gens des environs de Tokyo qui s'y rendent », alors qu'en vérité la société a de mauvaises relations avec le reste de l'industrie et préfère s'isoler. Ils ont d'ailleurs organisé leurs propres évènements par le passé, comme en 2004 et 2006, les « Nintendo World ».

2002

2009



Un mix de stands petits, moyens et grands.

L'explosion des grandes surfaces.

L'appel du vide.

Le marché aux puces pour faire croire que c'est pas vide

Un gros vide qu'on n'a pas réussi à cacher

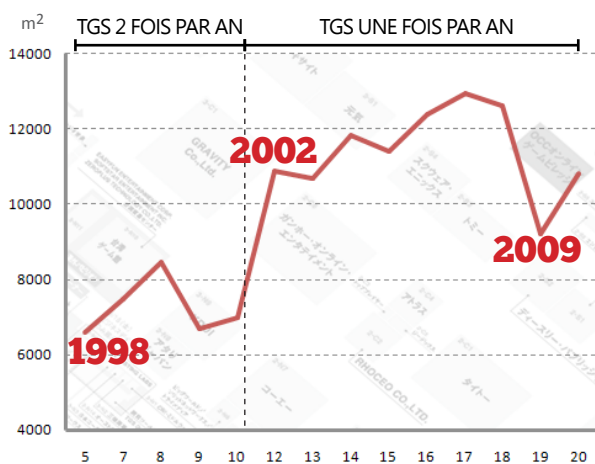
Résumons. La plupart des exposants sont des sociétés japonaises, et la plupart d'entre eux ne reviennent pas régulièrement, exception faite de quelques grosses firmes. Cela ne répond toujours pas vraiment à cette hypothèse d'un salon 2010 relativement « vide ». Que s'est-il donc passé au cours des dernières années ? Est-ce que le salon 2010 est véritablement démuné ?

En observant les plans du TGS, d'année en année, ainsi que les surfaces réservées à chacun des exposants, la situation s'éclaircit d'elle-même.

Les premiers plans, de 1998 à 2001, montrent l'état du salon avant son passage à un rythme annuel. Les surfaces des exposants principaux étaient relativement limitées, mais en augmentation de 1998 au printemps 2000, avant de chuter par baisse de fréquentation et baisse d'intérêt des acteurs du milieu. Les premières éditions n'hésitaient pas à mélanger les petits stands près des plus gros. Et, au final, la fragmentation des stands ne favorisait pas une bonne utilisation de l'espace.

Le passage à l'édition annuelle marque une transformation en termes d'allocation des surfaces. Les gros exposants se

Estimation du total des grandes surfaces louées (>200 m²) par édition du TGS



Estimation basée sur le calcul approximatif de la taille des surfaces de chaque stand par rapport à la taille totale du hall.

mettent alors à acheter plus d'espace, à mettre les petits plats dans les grands, et la taille des stands augmente considérablement. Tecmo, qui était auparavant habitué à des stands de lilliputiens, deux fois par an, peut désormais investir le même budget dans un stand un peu plus large. Un salon moins souvent, peut-être, mais plus efficace. C'est aussi la première fois qu'on voit un méga-stand apparaître, sous l'ombrelle du « Konami group », qui regroupe Genki, Hudson, Takara et bien entendu Konami dans un même espace. Ce genre de regroupement entre sociétés différentes n'est d'ailleurs pas inhabituel, on verra par exemple Atlus et

Takara partager un stand en 2003, Bandai et Banpresto faire de même en 2000...

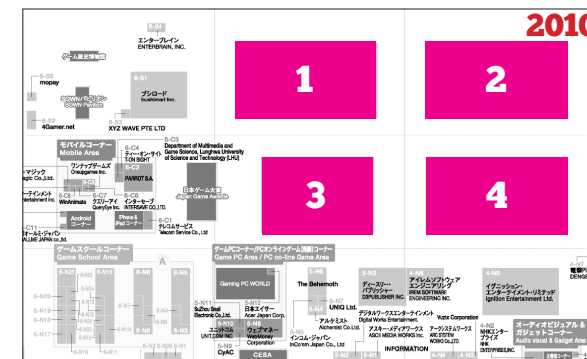
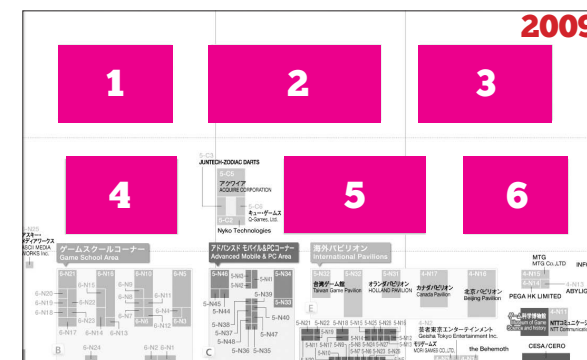
A partir de l'édition 2002, l'espace loué par les éditeurs est clairement à la hausse d'année en année, avec des petites variations ici ou là. On atteint un pic en 2007, avant de stagner en 2008 et marquer une brusque chute en 2009, crise économique oblige. En 2009, le salon voit sa pire année en termes de location d'espace : seuls les gros sont présents, mais la plupart des éditeurs de taille moyenne font l'impasse et déclarent forfait. D3 Publisher, Hudson, Marvelous, From Software, Taito, SNK Playmore sont hors-jeu.

L'année 2010 n'est guère meilleure. Les surfaces louées progressent par rapport à 2009 mais restent au niveau de celles de 2002 (la honte!). Là encore, seuls les gros du milieu font office de présence. Ca se voit dans la répartition des surfaces : principalement quelques gros stands, et très peu de stands de taille moyenne ou petite... restent juste les stands « fourre-tout » où l'on présente 30 jeux sur 10 m², mais je ne compte même pas ça comme étant de la visibilité... c'est du gaspillage.

La disposition des stands n'est sans doute pas étrangère à cette impression de vacuité.

En 2009, même si le grand hall secondaire (regroupant les halls 1, 2 et 3) était à moitié vide, la première impression du salon venait de l'entrée dans le hall principal (regroupant les halls 4, 5 et 6). Dans ce hall, en 2009, on ne trouvait

Disposition des gros stands dans le hall principal en 2009 et 2010



pas moins de 6 stands géants qui permettaient de passer beaucoup de temps sans s'ennuyer. En 2010, le hall principal n'héberge que 4 stands géants, et une multitude de petits éditeurs sans grand intérêt. C'est la première fois, dans l'histoire du TGS, qu'une telle disposition est adoptée. Dans toutes mes précédentes visites, le hall principal accueillait

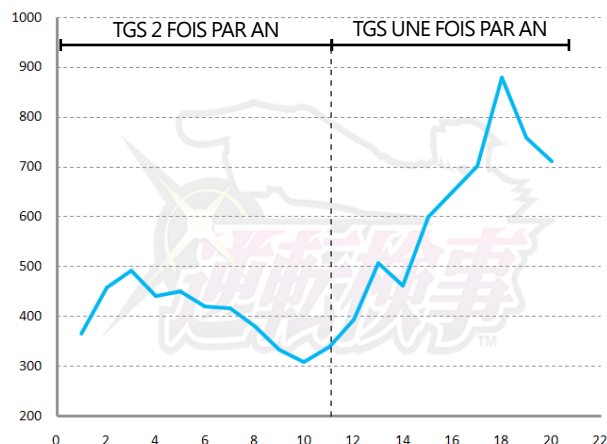
systématiquement 6, 7 ou 8 acteurs majeurs. Conclusion : en 2010, on finit par marcher beaucoup entre le hall principal et le hall secondaire pour voir juste ce qu'il faut de jeux. On perd du temps, on voit moins de titres par rapport aux années précédentes, et on se fatigue. Rétrospectivement, je me rappelle effectivement que ce TGS est sans doute celui où j'ai le plus marché.

Mais ce n'est pas uniquement une affaire de perception. Dans les faits, ce TGS affiche tout simplement moins de jeux que les 2 précédents auxquels je me suis rendu. En 2008, près de 900 jeux se disputaient les faveurs du public. En 2009, ce chiffre chutait, à cause de l'absence remarquable de nombreux éditeurs, à 758.

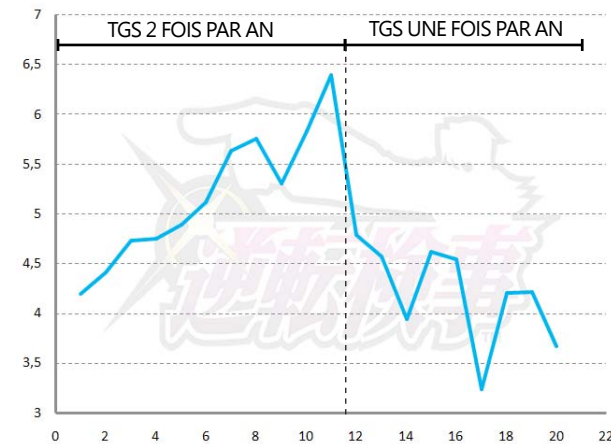
En 2010, ce chiffre continue à baisser, contre toute attente ! On se retrouve avec 712 jeux, un chiffre comparable à celui de 2007 (702 titres), qui marque une nette tendance au recul après quasiment 10 années de croissance continue. Ce recul marqué est aussi décelable au niveau des éditeurs. Dans la section « General Area » du TGS, c'est-à-dire les surfaces réservées aux sociétés qui font du jeu vidéo ou du business autour du jeu vidéo, composée majoritairement d'éditeurs pour consoles, PC ou mobiles, la baisse de fréquentation est déjà en marche depuis 2005.

De 83 acteurs en 2005, on descend progressivement à 63 en 2008, principalement par la perte de représentation des très petites sociétés (que je ne comptais pas dans le calcul des surfaces plus tôt). En 2009, c'est l'hécatombe avec la retraite

Nombre de jeux présentés au TGS par édition



Rapport du nombre de jeux présentés par exposant, par édition



des acteurs de moyenne taille en sus des autres : seules 42 sociétés s'alignent dans l'arène principale. Et malgré une très légère fluctuation vers le haut en 2010, avec 46 sociétés au même endroit, il ne faut pas se leurrer : c'est le chiffre le plus bas en termes de représentation depuis plus de 10 ans. Le secteur japonais du jeu vidéo serait-il véritablement dans une impasse durable, pour que le budget marketing de la plupart des éditeurs soit réduit à ce point ?

D'autre part, il y a progressivement moins de jeux qui sont montrés au TGS, par rapport au nombre d'exposants. Le graphe en question met en évidence que même si le nombre d'exposants total (toutes zones comprises) a tendance à augmenter depuis le passage du TGS à une édition annuelle, il y a proportionnellement moins de jeux dévoilés.

Cela peut s'expliquer de plusieurs façons. On pourrait imaginer que les consoles comme la PS3 et la Xbox 360 demandent davantage d'investissement en termes de développement que la PS2 à son époque, et dès lors, moins de jeux se trouvent publiés depuis les quelques dernières années,

puisque les ressources des éditeurs sont relativement fixes. Cet argument ne tient pas vraiment, vu que dès 2002, la tendance à la chute de jeux présentés par exposant est déjà marquée, bien que la PS2 soit déjà bien implantée.

L'autre possibilité est celle du « défaut de représentation ». Puisque le rendez-vous du TGS est devenu annuel, cela a peut-être contribué à pousser les prix de location des espaces vers le haut (puisque l'espace est techniquement limité), ce qui diminue l'espace disponible pour les « petits » exposants, qui ne peuvent alors que se focaliser sur 1 ou 2 jeux à promouvoir. Même si ce n'est foncièrement pas à exclure, cette hypothèse n'est pas tout à fait crédible, vu que des pans entiers d'espaces louables sont restés complètement inutilisés en 2009 et 2010. Il n'y a aucun intérêt pour les organisateurs du salon de ne pas tenter de négocier le prix de la location de ces espaces vides pour mieux les remplir : au final, ils perdent de l'argent.

L'autre explication, plus sensée, réside peut-être dans le fait que le TGS n'est plus vraiment aussi centré sur le jeu

vidéo qu'auparavant. De nombreux stands sont désormais consacrés au middleware, aux outils de développement, etc... ce qu'on appelle les « business solutions ». Cet aspect était quasiment inexistant dans les premières itérations du TGS.

Plus que le jeu, le salon s'affaire autour de tout l'écosystème qui en vit autour.

Comme le TGS est aussi, avant tout, un salon grand public, deux autres phénomènes prennent de l'importance : l'aspect commercial, avec les espaces de ventes de « goodies » dérivés des jeux, sans oublier la mise en avant de toutes ces universités qui proposent des formations pour entrer dans le domaine du jeu vidéo professionnel. Et là, c'est une véritable explosion dans l'offre. On est passé d'à peine 7 universités représentées en automne 2001 à 26 dans l'édition 2009. Il y a une vraie concurrence entre les différentes écoles japonaises, puisqu'on parle de gros sous à chaque nouvel inscrit. Le « retour sur investissement » est largement plus tangible pour ce genre de stands, qui bénéficient d'un pool de plus de cent mille visiteurs, la plupart jeunes, qui sont parfois intéressés par le jeu vidéo pour en faire leur profession plus tard.

Si le TGS n'est pas vraiment un salon pour professionnels, et s'il est d'autre part très centré sur le marché japonais, vous comprendrez aisément pourquoi les grandes annonces liées au jeu vidéo ne se font pas au TGS. Tenez, au point de vue hardware, la plupart des annonces importantes, même celles des groupes japonais, n'ont jamais été faites au TGS. La Dreamcast de Sega ? Révélée le 21 mai 1998,

juste quelques jours avant l'e3. La PS2 de Sony ? Annoncée officiellement à l'e3 1999. La « Revolution » de Nintendo ? Annoncée elle aussi à l'e3 2005, bien qu'Iwata gardera secret le coup des contrôleurs de mouvement, seul détail mis à jour lors du TGS 2005 dans la Keynote de Nintendo. La PS3, de Sony, la Xbox 360, de Microsoft, font aussi leurs premières marches à l'e3. Les annonces du Kinect et du Move ne font pas exception : elles aussi sortent sous le beau soleil de l'e3, en 2010.

La suite, vous la devinez : le TGS restera vraisemblablement un grand rendez-vous pour le public, mais continuera à perdre de l'importance au niveau mondial dans les années qui viennent. D'une part, le marché japonais n'est plus suffisant pour les éditeurs nippons qui cherchent à atteindre une taille critique. D'autre part, vis-à-vis des acteurs extérieurs, les éditeurs étrangers n'ont pas besoin du Japon pour prospérer et grossir. Le Japon n'est plus le centre du monde du jeu vidéo qu'il était sans doute dans les années 80 et d'une certaine manière encore dans les années 90. A tout casser, l'archipel se restreindra juste à un gros « hub » de développement de jeux.

Capcom, par exemple, a bien compris que sa survie tenait à sa capacité à vendre un max de ses titres à l'étranger, et pas seulement au Japon. Oui, dans les faits, les derniers jeux pondus dans cette lignée (comme Resident Evil 5) n'étaient pas bien terribles, mais dans l'idée, leur stratégie est la bonne. Rien n'empêche un jeu d'être très japonais dans l'esprit et de se vendre très bien partout ailleurs (Bayonetta,

avec 1.35 million d'unités écoulées, montre l'exemple). C'est d'ailleurs ce que le représentant de Microsoft disait lors de la keynote de 2008, en s'adressant aux développeurs japonais : selon lui, la Xbox était la meilleure plateforme pour que leurs jeux se vendent à l'étranger. Il positionnait clairement la console comme une voie de distribution vers des marchés que les japonais avaient du mal à appréhender. Que cela soit vrai ou non, peu importe, mais le message est clair, et dans la lignée de ce que j'avancé plus haut : les éditeurs japonais ont besoin de vendre leurs jeux à l'extérieur pour espérer survivre, et les constructeurs sont à l'écoute de ce besoin. Le succès critique d'un titre au TGS ne signifie plus grand-chose. Il faut aussi qu'il se fasse remarquer à l'e3 et à la Gamescom de nos jours.

2009 et 2010 sont des années charnières pour le TGS : les visiteurs professionnels semblent ne plus accorder beaucoup d'importance au show, les stands sont moins nombreux et moins remplis qu'avant. En parallèle, la fréquentation du grand public explose les records.

Il n'en fallait pas plus que le comité du TGS reconsidère le format pour 2011 : un retour à un jour unique pour le business, et deux jours pour le grand public. Alors que je mettais une dernière touche à cet article, la nouvelle est tombée : le format de 2 jours pros, 2 jours pour le grand public restera finalement d'actualité en 2011. La 3DS et la PSP2 leur donnent un sursis supplémentaire, mais l'avenir du salon à moyen terme manque de visibilité.

TOKYO
GAME SHOW
2010





Le stand d'El Shaddai se voyait de loin, avec ses mélanges clair-obscur qui lui donnaient presque un aspect de discothèque branchouille. Les hôtesse avaient un costume tout à fait approprié (hum).

L'édition 2010.

Après avoir longuement disserté sur l'évolution des TGS au cours des dernières années, je vous sens déçus : « quoi, pas une seule photo de babes dans un article qui traite tu TGS ? De qui se moque-t-on ?! ». Ne vous inquiétez pas, j'allais y venir... dans le cadre du TGS 2010. Pour clore cet article, quoi de plus approprié en effet que de nous pencher un peu plus près sur ce qui a fait l'actualité ludique de ce dernier TGS ?

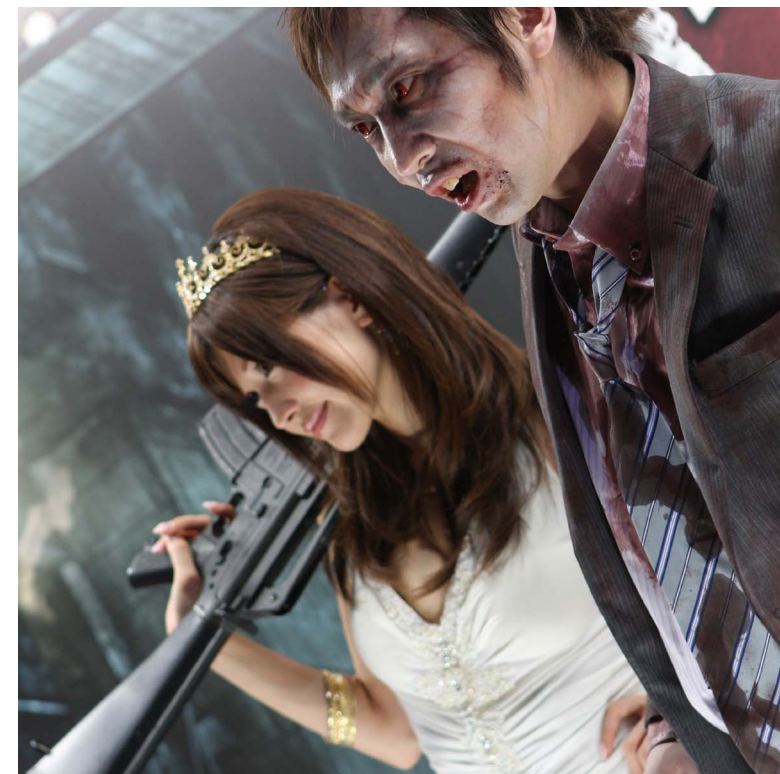
Une première surprise, sur le stand d'Ignition Entertainment, un éditeur britannique qui emploie pourtant pour leur dernier jeu, Takeyasu Sawaki, un ancien de Capcom ayant déjà œuvré sur Devil May Cry et Okami. Le jeu en question, c'est El Shaddai, inspiré librement du livre d'Enoch, qui ne fait généralement pas partie des écritures saintes (excepté pour quelques groupuscules juifs ou chrétiens). Le jeu raconte donc l'aventure d'Enoch partant à la recherche de 7 anges qui pourront l'aider à sauver le monde d'une fin certaine. Visuellement, c'est très original et coloré, vu que cela se passe dans un monde imaginaire, hors du temps. Le héros est un sujet de moquerie en lui-même, vu que c'est un mec relativement bien bâti qui porte pourtant une espèce d'armure faite pour femmes (avec protège-seins). Le trailer d'El Shaddai a d'ailleurs été à l'origine d'un mème de l'internet au Japon, puisqu'il incluait la phrase suivante : « Tu es sûr que tu as assez d'armure ? » (en japonais, le mot n'est pas vraiment « armure » mais « équipement »). Cette phrase est devenue très populaire une fois le trailer dévoilé, et a gagné le premier prix dans les Net Buzzword Awards 2010 au Japon.

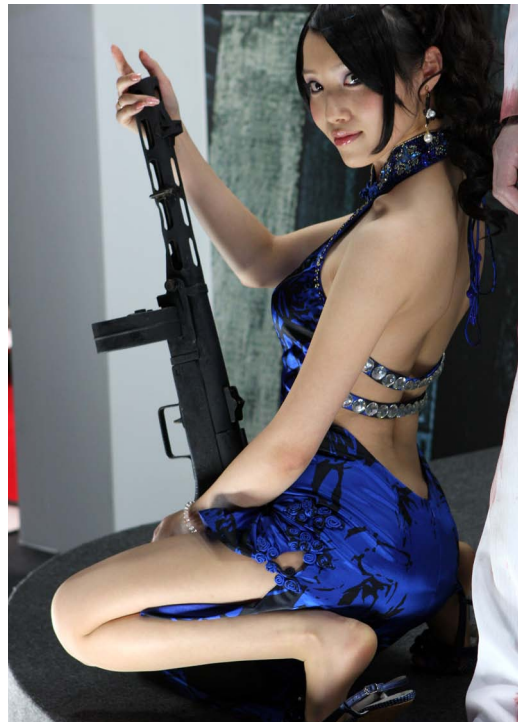
Ne me demandez pas pourquoi... Sinon, le jeu est un mélange de plusieurs genres : le side scroller, le combat à la troisième personne, en vue rapprochée, avec des phases d'exploration où la caméra semble arbitrairement choisir différents angles de vue. Difficile de se faire une idée très claire du jeu, mais la sortie est de toute façon pour bientôt -printemps 2011, fin avril au Japon- pour Xbox 360 et PS3.

Du côté de Sega, Vanquish de Platinum Games était largement mis en scène, vu qu'il sortait effectivement sous peu. Après Bayonetta, du même studio, ce nouveau jeu était moins convaincant, il faut dire. Tout respirait le déjà-vu : les armures, les visuels du monde, le système de combat qui se rapproche extrêmement de Gears of War. Bref, une fois ma session d'essai terminée, je n'ai guère eu envie de le faire chez moi à sa sortie. Tant pis.

Sega avait cependant un autre jeu à gros succès sur leur stand, avec la suite de la série des Valkyria Chronicles. Le troisième épisode était alors sur le point de sortir (en janvier 2011 au Japon) sur PSP. Après le très bon premier épisode sur PS3 et sa suite, très honorable sur PSP, ce troisième s'annonce tout aussi bon, mais moins « léger » que le deuxième en termes d'ambiance. Par manque de temps, je n'ai pas encore pu m'y mettre, mais c'est sur ma liste de jeux à essayer cette année.

Toujours chez Sega, Nagoshi était venu présenter le nouvel épisode de la série connue sous le nom de « Yakuza » en Occident, « Yakuza of the end ». Le pitch est complètement invraisemblable. Les gens se transforment en zombies et





s'attaquent aux humains restant dans la ville. Et on appelle les super Yakuza à la rescousse pour sauver l'humanité... super... Ca sent le jeu vite fait mal fait, qui reprend le même moteur qu'avant sans trop rien changer. A la rigueur, le jeu peut être marrant si l'on est bourré, et si l'on remarque les clins d'œil ici ou là, mais ça s'arrêtera là. Même les babes qui servaient à mettre en avant le jeu étaient largement moins bonnes que celles invitées pour Yakuza 4 dans l'une des précédentes éditions du TGS. Tout se perd !



La PSP avait droit à son espèce de Yakuza portable, mais avec d'autres personnages que ceux de la série, plus jeunes. Puisqu'il n'y avait pas grand-chose d'autre à faire, et que les babes étaient fort jolies pour ce titre, je me suis laissé entraîner devant les bornes jouables pour un petit essai. Comme les contrôles de la PSP ne sont pas très pratiques à la base, c'était moyennement jouable, mais le jeu avait un petit côté marrant : quand vous matez vos ennemis au corps à corps, ceux-ci finissent par se prosterner devant vous pour vous reconnaître comme chef.

La valise de Capcom était bien remplie, mais surtout pleine de merde. Pardon, mais c'est malheureusement vrai. Allez, vite fait, y'avait le nouvel épisode de Monster Hunter sur PSP, le 3ème, qui prenait à lui seul la moitié de la surface de Capcom. Ils avaient recréé, pour l'occasion, un des décors du jeu, ambiance « bains publics japonais » : en testant le jeu, vous pouviez mettre vos pieds dans de l'eau chaude. Les babes de ce coin-là n'étaient pas bien terribles, mais faisaient très « hôtesse d'onsen », ce qui avait malgré tout

son charme. En tout cas, chapeau pour le boulot sur le stand lui-même, c'était quand même impressionnant.

Dead Rising 2 était aussi jouable. Il fallait poireauter d'abord à l'extérieur, pendant bien 20-30 minutes, puis à l'intérieur, encore 20 minutes, dans une salle décorée d'affiches de films de zombies avec un écran passant en boucle des trailers de films sur le même thème à venir. Mine de rien, c'est vraiment un genre en pleine explosion. C'est bien, mais le thème devient vraiment un poil lassant, à force d'être servi à toutes les sauces. Une fois l'attente terminée, les gens de Capcom nous font rentrer dans une salle relativement sombre, où les bornes de démonstration se trouvent. A tout casser 15 minutes sur le jeu. Comme il est sorti depuis le TGS, nul besoin d'épiloguer là-dessus, mais c'était vraiment de la redite du premier, sans grande originalité. Pour faire sortir les gens, après 15 minutes un faux zombie sort à travers un faux mur et essaye de faire peur à l'assemblée... effet raté, cela va sans dire.

Citons aussi un nouveau DMC, avec un Dante « relooké pour plaire aux d'jeun's », style bad-boy année 2010. Pas de changement côté principe de jeu. Je m'endors.

Un truc marrant me réveille. Asura's Wrath, en vidéo uniquement, s'avère être un jeu de combat mi-bouddhiste mi-n'importe quoi où votre héros est un demi-dieu quasi immortel qui se bat comme des ennemis nombreux ou énormes (dans le trailer une divinité essaye de vous écraser en pressant son index géant sur vous : le truc qui fait 1 km de large). Complètement exagéré, dans la lignée d'un DBZ, enfin de quoi trépider d'impatience !





Vous préférez quoi ? Les prudes de Sony avec leurs babes couvertes de la tête aux pieds, agitant péniblement leurs mains sur les softs du Move, ou les babes de Microsoft, jambettes à l'air, shorts courts, chemises ouvertes, gesticulant dans tous les sens ? Ne cherchez pas, la réponse est dans la question.



Sony mettait le paquet sur la 3D cette année, avec de nombreuses bornes permettant de tester les jeux avec les lunettes. Nous n'avons eu la chance de n'essayer que l'un d'entre eux, Motorstorm 4, si je ne m'abuse. Même si l'effet 3D était bien présent, c'est plutôt moyen. Il y avait comme toujours cette impression de fausse 3D plate avec simplement des trucs qui apparaissent légèrement en relief, comme sursautant. Bref, si l'objectif était de nous convaincre d'acheter des écrans chers pour jouer à des jeux PS3 en 3D, ce fut décidément raté. Une autre application de la capacité 3D de la console était mise en avant avec le viewer de photos 3D, sur un autre stand. Et là, c'était déjà un poil plus convaincant, sur les clichés professionnels en tout cas. Certains paysages avaient une mise en scène qui donnait un effet plutôt réussi. Les photos plus classiques, par contre, souffraient toujours du même défaut: l'impression d'avoir plusieurs couches plates à des distances différentes. Bon, c'est le début de ce genre de

technologie grand public, il ne faut pas en espérer grand-chose pour l'instant, mais dans 5-10 ans ça vaudra sans doute le coup.

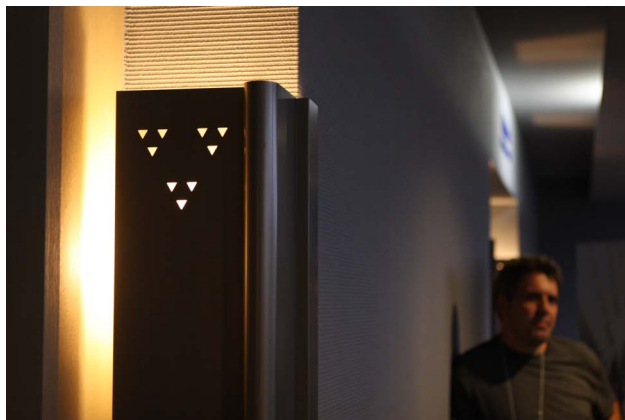
Pour Sony, ce TGS c'était aussi l'occasion de montrer le Move à tout le monde. Le pauvre avait du mal à exister face à un Kinect omniprésent sur le stand de Microsoft, mais ils avaient quand même mis les gros moyens en face, avec un stand de deux étages, partitionné en petites chambres, pour essayer le Move sur plein de jeux différents. Il fallait s'inscrire à l'avance pour avoir un slot et essayer le jeu de son choix, sans attente. Un bon système à la Disneyland que j'aimerais voir plus souvent au lieu du « *poireauter 1 heure pour jouer 5 minutes* ». Le jeu de combat en vue subjective « the Fight » utilisant le Move était presque convaincant si l'on faisait abstraction du gros lag entre les mouvements du joueur et ceux du perso à l'écran. Pour ma part, je me suis laissé tenter

par le jeu de course de caddy casse-gueule en ville, où le Move servait entre autres à positionner son personnage pour éviter les obstacles sur le parcours. La qualité de la reconnaissance du Move ne m'a pas bluffé. C'est sans doute un poil meilleur que le système de la Wii, mais pas bien plus. Les mouvements ne sont pas toujours interprétés comme il faut, et le lag est toujours grave présent. Seul avantage, la compatibilité avec certains jeux populaires comme Resident Evil 5, par simple update du firmware de la console. Mais RE5 étant la vieille bouse que tout le monde connaît... quel intérêt à vouloir le refaire ?

Sony montrait aussi GT5 et sa course de savonnettes, Little Big Planet 2 qui décidément ne m'intéressait pas plus que ça, et une ribambelle d'autres titres peu remarquables. Leur stand possédait aussi un écran géant où ils projetaient bon nombre de trailers de jeux à venir. Ils en profitaient pour

faire un topo sur le jeu PSP créé en collaboration avec les filles du girls' band AKB48 (des gamines qui se trémoussent sur de la musique pourrie en montrant leurs fesses, bienvenue au Japon) qui s'est d'ailleurs très bien vendu depuis sa sortie. Comme quoi, vendre de la merde, c'est possible, et ce n'est même pas dur, il suffit parfois de mettre des stars connues dedans. Chose plus intéressante, Trico, The Last Guardian avait droit à un nouveau trailer, toujours aussi réussi. Ueda était en personne sur les lieux pour présenter son jeu dans une conférence à part, pour la presse uniquement. Nous nous y sommes rendus en espérant en apprendre plus sur le jeu ou en voir davantage, mais ce n'était pas le cas. Par contre, Ueda annonça alors la disponibilité prochaine de Ico et Shadow of the Colossus pour PS3 (un pack deux en un), profitant des améliorations techniques possibles par la console. Du HD, avec du filtrage de textures en plus. Miam, en attendant de pouvoir jouer à Trico, ça sera sûrement un bon moyen de passer le temps.

Ueda était disponible pour une session de Q&A, et c'est là qu'on se rend compte qu'il y a un putain de fossé entre l'intellectuel des « super journalistes » et ceux des créateurs. Alors que plein de gens auraient pu poser des questions sur le développement, les inspirations, la vision du monde du Ueda, des questions de bas-étage fusent de tous côtés : « est-ce que la version PS3 de Ico / Shadow of the Colossus sera en format 4/3 ou 16/9 ? ». Ou encore : « quel box-art allez-vous utiliser pour cette réédition ? ». Dites les gars, ça valait vraiment le coup de se déplacer à Tokyo pour demander ça. Bravo ! On a quand même appris



La salle où se tenait la conférence privée de Fumito Ueda au sujet de TRICO était marquée du signe de la Triforce ! Ueda avait en tout l'air fatigué de répondre aux questions stupides de journalistes peu malins plus intéressés par des détails techniques insipides que par le personnage lui-même. L'expression "donner du lard au cochon" prenait tout son sens ici.



qu'au départ, Ueda souhaitait avoir une fille comme héros principal au lieu d'un petit garçon, mais qu'il avait changé d'avis en cours de développement, pour deux raisons. D'une part, il trouvait que c'était irréaliste d'avoir une petite fille très athlétique, capable de grimper et se balancer dans tous les sens (oh la vilaine remarque sexiste !), et d'autre part, la montrer sous certaines postures, en train de grimper par exemple, était plus ou moins malvenu... imaginez, si jamais on y voyait une petite culotte qui dépasse, ça risquerait de choquer l'audience... une remarque amusante dans une industrie où l'on en est arrivé à modeler la physique des tétons (hein Tecmo) pour plaire aux joueurs.

D'ailleurs, Ueda est un mec apparemment très réservé, peu enclin à s'exprimer en public – ses réponses étaient la plupart du temps laconiques, et évasives. En tout cas, ne serait-ce que d'un point de vue technologique, les méthodes d'animation développées pour l'animal dans Trico sont assez exceptionnelles, largement plus poussées que pour un Nintendo, par exemple. Oui, la comparaison est foireuse, mais je n'avais rien d'autre sous la main, désolé.

Revenons donc à Microsoft en attendant. Le géant ricain qui n'a pas beaucoup de chance au Japon a bien entendu mis l'accent sur le Kinect. Ils avaient même fait venir Kunoda (le chef du projet Kinect) pour faire une démonstration avec les visiteurs. Malheureusement, du point de vue soft, il n'y avait pas grand-chose à voir à part un Kinect Adventures bien nul (oui, j'assume) et Kinect Sports. D'autres stands avaient des jeux un peu plus évolués pour Kinect, mais j'y reviendrai.



Ceci étant dit, voir des japonaises en short s'agiter devant un jeu pourri pour Kinect, je dois admettre qu'il y a pire, comme spectacle. Pour ce qui est de la Xbox sans truc, pas grand-chose en nouveauté: un Fable III pour mieux vous faire bailler (ouais, suis pas fan), un autre Halo en veux-tu en voilà (Riche... ou Reach ?), Monster Hunter Frontier Online (la conversion d'un titre PC dépassé)... finalement, le plus intéressant c'était encore la Keynote de Microsoft le premier jour.

Et c'était pas vraiment fameux non plus, pour vous donner une idée du niveau. Les participants avaient droit à un discours d'autosatisfaction de la part des pontes de Microsoft, montrant que le nombre de jeux japonais écoulés sur Xbox360 à travers le monde dépassait de plus de deux fois ceux écoulés sur Xbox 1. Avant de crier victoire sur les toits, une brève petite comparaison s'impose. La Xbox s'est vendue à 24 millions d'exemplaires dans le monde. Et la



Xbox 360 s'est déjà vendue à plus de 50 millions d'unités. Dites-moi les gars, vous ne prenez pas un petit peu pour des cons ? Le rapport de jeux japonais vendus par console est donc à peu près le même ! Toujours se méfier du bullshit du marketing...

Ensuite, on nous explique que sur le XBLA, 5 des 6 meilleurs jeux jamais vendus sont japonais. Vous avez vu la liste ? Street Fighter 2, Marvel Vs Capcom 2, Bomberman Live, Street Fighter 2 HD remix et Castlevania Symphony of the Night. Hum. D'une part, tous ces titres sont soutenus par de gros éditeurs friqués (Capcom, Konami, Hudson), d'autre part ce sont tous, sans exception, de vieux jeux qui sont simplement portés sous une forme d'émulation sur Xbox. C'est quoi le message que vous voulez donner à l'assemblée ? « Ne vous faites pas chier à faire des jeux originaux, ça sert à rien ! La preuve, nos cons de joueurs rachètent 15 fois le même jeu ! »

Avant les super annonces de titres exclusifs (pff) nous avons eu droit à une démonstration en temps réel de Metal Gear Solid Rising pour Xbox 360, où l'on contrôle un Raiden

coupant des pastèques avec son sabre. Sans déconner. Ils voulaient en fait montrer la technologie développée pour le jeu, qui consiste à pouvoir couper un objet dans tous les sens, laissant alors place aux entrailles de l'objet en morceau – de manière cohérente au niveau des textures. C'est balaise en un sens, mais c'est pas vraiment 100% nouveau : Wii Sports Plus avait déjà un mini-jeu qui proposait la même chose. J'imagine que pour Rising ça sera mieux fait. Pas grand-chose d'impressionnant au demeurant, on ne sait pas trop quoi attendre de ce jeu d'action dans le monde de MGS.

Les super exclus de Microsoft, vous les attendiez, les voilà : Fire pro wrestling, un jeu de catch avec les avatars de la machine. Bof. Radiant Silvergun, une conversion d'un vieux shoot'em up de la Dreamcast (très bon semble-t-il), bref, du pas-nouveau. Haunt, un jeu qui vous fait visiter un manoir hanté, en utilisant le Kinect. Project Draco de Grounding Inc, vous met apparemment dans la peau d'un pilote de dragon (ça me fait penser à Panzer Dragoon, voire Dragon Strike), et nous n'avons eu droit qu'à une vidéo pré-calculée. Ce truc utilisera le Kinect comme moyen de contrôle. Faut voir, pour le coup, ça serait peut-être une bonne utilisation de la technologie. Enfin, un Suda51 survitaminé est entré en scène pour présenter son dernier titre, Codename D, en collaboration avec Shinji Mikami (les deux étaient déjà derrière Killer7). Le pitch : vous êtes enfermés dans un parc d'attraction maléfique bourré de créatures bizarres cherchant à vous faire la peau. A vous de survivre. Là encore, le trailer n'était qu'un simple teaser... sous forme de promotion du Kinect, puisque ce jeu est développé pour. Vous l'aurez compris, Microsoft n'avait



Suda 51, toujours en pleine forme.



Un bien joli profil, mademoiselle...



Kojima, en train d'essayer de vendre sa came en attendant Rising.



pas grand-chose à montrer, ni même de quoi vous faire saliver pour l'année qui suit. Ça pue vraiment le « casual » à plein nez avec ce Kinect, et ça sent la fin de génération de consoles de salon. Notons au passage que Suda 51 et Mikami travaillent aussi avec Yamaoka (le musicien de *Silent Hill*) sur « *Shadow of the Damned* », où vous incarnez un chasseur de démons. Faut-il s'attendre à un cross-over entre un *Silent Hill* et un *Resident Evil* ? C'est en tout cas ce que le trailer suggère...

Finissons un peu le tour des stands avec Konami, qui avait bien deux-trois trucs à montrer. Comme *Castlevania : Lord of Shadows*, depuis sorti. Le premier niveau était alors jouable. Comme je l'ai déjà mentionné sur le forum de SANQUA, le jeu final n'est pas très convaincant : même s'il est parfois superbe, il manque de rythme, rame trop sa mère (25 images par seconde voire moins, vous déconnez !), et n'a plus grand-chose à voir avec le jeu original. Je veux bien qu'un reboot soit différent de la version qui l'inspire, mais d'ici à en faire un jeu d'action dont les mécanismes sont complètement dénaturés, c'est sans doute aller trop loin.

Mr. Kojima était bien présent, mais n'avait rien à dire ni à montrer. C'est le genre de personne passe-partout pour combler le vide, semble-t-il. Ah si, il essayait de promouvoir un CD de chansons interprétées par le doubleur de *Solid Snake* dans sa version japonaise.... ou un truc du genre. Je n'ai pas eu le courage de rester écouter ce genre de choses, pardonnez-moi si les détails m'échappent. Konami disposait aussi de *Dance Revolution*, sans doute la meilleure « app »

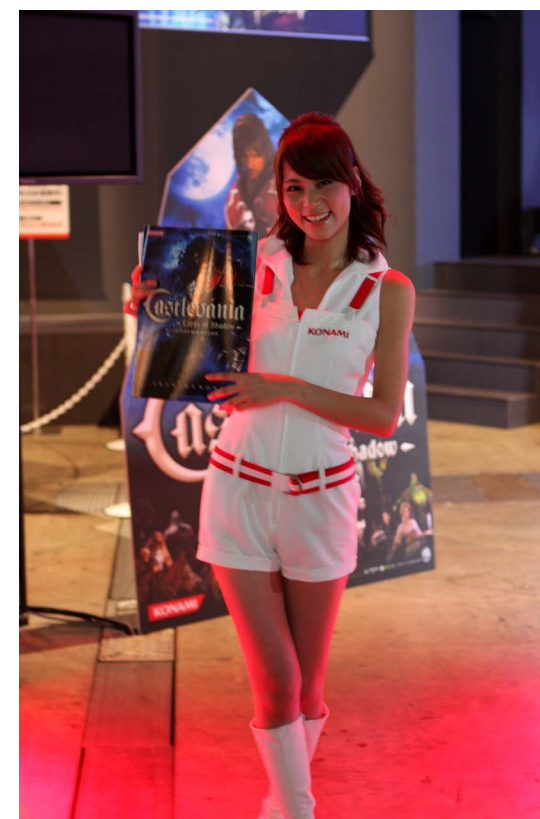
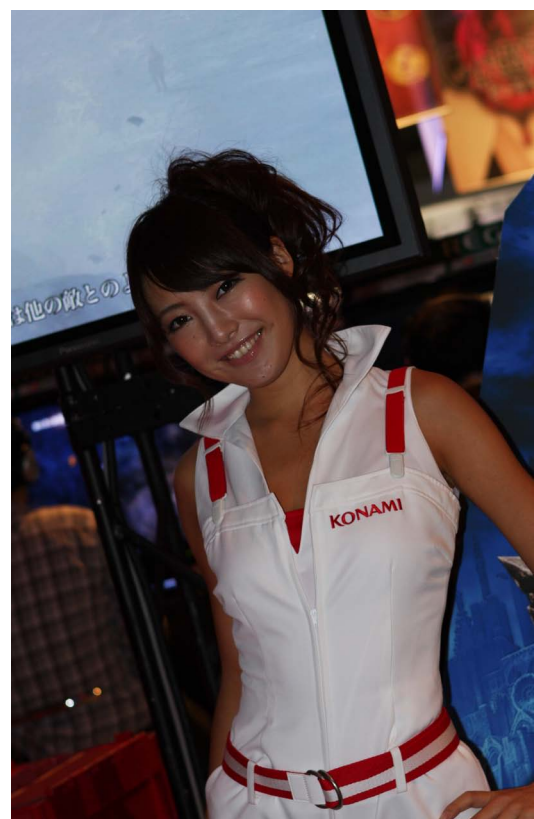
pour le Kinect à ce jour, où vous devez reproduire les mouvements de danse à l'écran. Pas de quoi se rouler par terre, mais très agréable à regarder quand ce sont des babes de Konami qui se prêtent au jeu. Finalement, le jeu le plus marrant du salon était sur ce stand. UFC 210, le jeu de lutte genre kick-boxing. Très prenant à plusieurs. Rires à foison garantis. Nous y sommes retournés plusieurs fois.

Sans vouloir être exhaustif, Ni no Kuni, le dernier jeu de Level 5 en partenariat avec le studio Ghibli, était lui aussi jouable sur PS3. Rien de plus qu'un RPG très classique (voire même simpliste), mais la réalisation a un certain charme. S'il n'y a vraiment rien d'autre à se mettre sous la dent, c'est à considérer...

C'est sur cette note un peu fataliste que nous finirons. Ce TGS 2010 manquait vraiment de piment. Difficile de trouver un titre qui sorte du lot, un truc incontournable. Parmi les jeux à venir, se cachent peut-être de bonnes surprises (Asura's Wrath, qui sait?), mais peu d'entre eux étaient jouables.

Alors que le développement de jeux sur la génération actuelle est désormais mature, la crise au niveau du contenu n'est pas encore terminée. Trop peu de bonnes idées, trop peu de concepts innovants, trop peu de choses qui font envie.

Restent les babes, qui servent finalement à redonner un peu de vie à cette morne plaine qu'est devenu le TGS.







Capcom a beau faire beaucoup de jeux pourris, de suites abusées, et peu inspirées, je ne manque cependant jamais de passer par leur stand. Que voulez-vous, malgré tous leurs défauts, il savent bien se faire pardonner...







Cette année l'aspect mercantile du TGS prenait une nouvelle ampleur. Beaucoup plus d'espaces de vente (il fallait bien combler le vide des stands!) et donc une bonne fournée de goodies, ma foi, tous très jolis. Je ne suis pas revenu les mains vides.







Comme je le mentionnais dans l'article, les stands présentant les formations universitaires axées autour du jeu vidéo étaient nombreux. S'il ne me fallait qu'une seule raison pour retourner me faire chier à l'école, je dois dire que celle-là, ci-dessus, serait amplement suffisante.