

## Interview

La patronne d'EasyJet veut développer son offre pour les hommes d'affaires en Suisse Page 14



## Médias

La future application «News» d'Apple crée déjà des tensions Page 15

**SMI**  
8867,32 -0,15%

**Euro Stoxx 50**  
3455,80 +0,16%

**Dollar/franc** 0,9205 ↓

**Euro/franc** 1,0433 ↓

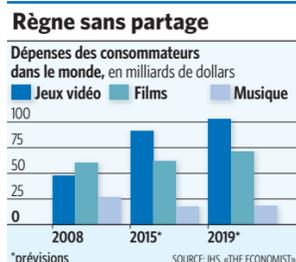
**Baril Brent/dollar** 62,68 ↓

**Once d'or/dollar** 1203 ↑

## Face aux consoles, les jeux deviennent tout-puissants

> **Foire L'E3, plus grand rendez-vous de l'industrie, a fermé ses portes jeudi soir**

> **En 2015, les rivalités se jouent surtout sur le front des logiciels**



console, la multinationale japonaise Sony était cette année «en position de force», selon Niels Weber. Le fondateur de l'association suisse Gaming Federation relève que «le discours chez Sony était tourné vers un élargissement de l'utilisation de la console via les films, la musique, etc.». Niveau jeux, Sony a annoncé plusieurs grosses sorties dont *Uncharted 4*, *Final Fantasy 7* et *Shenmue 3*. Particularité pour ce dernier titre, le groupe a lancé une campagne de financement participatif pour soutenir le jeu via la plateforme Kickstarter. En trois jours, Sony a récolté 3,3 millions de dollars alors qu'elle n'en attendait que 2 millions. Une forme de sondage géant? Oui, reconnaissait Jim Ryan, patron de Sony Europe, sur le site du magazine *Challenges*.

La console portable du japonais, la PS Vita, n'a fait qu'une brève apparition au salon. Et Sony a annoncé qu'il n'entendait plus développer de grands jeux pour la console. «Une confirmation que les téléphones portables et les tablettes ont définitivement tué les consoles portables», pointe Richard-Maxime Beaudoux.

### ■ Microsoft, le challenger ambitieux

Microsoft a pris une longueur d'avance dans la course à la réalité

ment de jeux tout au long de l'année, sauf Ubisoft qui ne sera présent que sur la fin 2015, explique-t-il. J'attends l'arrivée des éditeurs de second plan l'année prochaine, quand ils auront eu les moyens financiers de développer sur les nouvelles consoles...» Autre constat: il y a de moins en moins de jeux sortant uniquement sur une console, ces exclusivités ne sont généralement que des versions tests ou des contenus additionnels. Une tendance «qui s'est confirmée cette année», estime Richard-Maxime Beaudoux. Après trois jours de salon, tour d'horizon des nouveautés présentées par les trois acteurs principaux du secteur.

### ■ Sony met ses joueurs à contribution

Grâce à l'envolée des ventes de sa

Adrià Budry Carbó et Valère Gogniat

Zombies en tout genre, aventurières armées et plombiers moustachus ont retrouvé leurs pixels. L'E3 – pour Electronic Entertainment Expo –, plus grosse foire annuelle dédiée aux jeux vidéo, a fermé ses portes jeudi soir à Los Angeles.

L'occasion, comme chaque année, de voir rivaliser les trois géants du marché des consoles: Sony, Microsoft et Nintendo. Depuis la sortie de leurs dernières générations de machines l'an dernier (la PlayStation 4 de Sony et la Xbox One de Microsoft) et en 2012 (Wii U de Nintendo), les écarts se sont creusés. Sony se taille la part du lion avec 22,68 millions de consoles écoulées depuis son lancement dans le monde tandis que ses deux challengers sont confrontés à des débuts plus difficiles (12,63 millions de Xbox et 9,7 millions de Wii U).

Aucune sortie de nouvelles consoles n'étant prévue, «le champ de bataille de l'année 2015 s'est déplacé du matériel aux jeux», constate Richard-Maxime Beaudoux. Joint à Los Angeles, le spécialiste couvrant le secteur pour la banque londonienne Bryan, Garnier & Co relève la «très grosse concurrence» qui oppose encore les quatre plus grands studios du marché cette année: Activision Blizzard, Electronic Arts, Take Two Interactive et Ubisoft. «Chacun va lancer énormément

## En 2014, le marché s'est accru de 15% en Suisse

> **La nouvelle génération de consoles a soutenu le commerce de détail**

L'arrivée des consoles nouvelle génération signifie toujours un avant et un après sur le marché cyclique du jeu vidéo. L'année 2014 a été marquée par le lancement de la PlayStation 4 et de la Xbox One (la WiiU étant sortie en 2012). Consé-

quence: il s'est vendu 255 000 consoles de jeux vidéo en Suisse en 2014, en croissance de 60% par rapport à l'année précédente.

En comptant aussi les jeux, le marché s'est accru l'an dernier de 15% à 244 millions de francs, selon l'institut GfK.

Peter Züger, président de Swiss interactive entertainment association (SIEA), explique: «Le marché est en pleine croissance, ce qui se



Cette année, à l'E3, Microsoft et Sony ont mené le bal alors que Nintendo est resté en retrait. LOS ANGELES, 17 JUIN 2015

virtuelle en annonçant juste avant l'E3 son partenariat avec Oculus VR. Dès 2016, la start-up détenue par Facebook livrera avec chaque Xbox One un casque permettant au joueur de se plonger dans son jeu. Sony n'a, de son côté, pas donné d'information supplémentaire durant l'E3 sur Morpheus, son projet de réalité virtuelle.

Pour Niels Weber, Microsoft a effectué un virage stratégique durant le salon. «La Xbox One n'est plus vendue comme un Media Center. On est revenu aux fondamentaux pour ne plus parler que de jeux vidéo.» Quelques concessions aux

joueurs ont ainsi été effectuées, comme la rétrocompatibilité de la nouvelle Xbox One avec les jeux d'ancienne génération.

Microsoft garde sa place de challenger dans la guerre des consoles. Pour passer l'épaule, le géant américain mise beaucoup sur les sorties du nouveau Tomb Raider, en exclusivité temporaire, et Halo 5: Guardians qui ne sortira que sur Xbox.

### ■ Nintendo, le roi déchu

Nintendo a tant déçu durant l'E3 que son directeur a dû se fendre d'un tweet en forme d'excuse. Le nouveau Zelda, son jeu le plus at-

tendu, a dû être repoussé à 2016 et aucune information n'a été donnée quant à la future console NX. Cet appareil devrait pourtant faire oublier la Wii U, l'une des consoles les moins vendues de l'histoire.

Face à l'incertitude, Nintendo s'accroche à ses valeurs sûres: Mario, Zelda ou Pokémon. Il reviendra encore à ces franchises de maintenir le navire à flot ces prochaines années. Car c'est encore «Big N» qui bénéficie de la galerie de personnages la plus «bankable» du marché. Elle l'a d'ailleurs compris puisqu'elle exploite leur image à foison. Les produits dérivés permettent à la marque de se diversifier. Elle a vendu 10,5 millions de figurines en plastique Amiibo. En mars dernier, la firme s'est également décidée à décliner ses jeux sur smartphones et tablettes via DeNa, société japonaise spécialisée dans les jeux mobiles. Une nouvelle qui a relancé l'action Nintendo sur les marchés, cette dernière a gagné 56% depuis le début de l'année.

>>> Dans l'édition de lundi

Le salon de l'E3 à l'heure des casques de réalité virtuelle

[www.letemps.ch/multimedia](http://www.letemps.ch/multimedia)

## Pictet & Cie échappe à une requête de la justice américaine

> **Fraude** La justice genevoise refuse l'entraide judiciaire

La justice genevoise vient de refuser l'entraide à un tribunal de Floride dans une affaire opposant huit associés de la banque privée Pictet & Cie à un ancien client. Ce dernier leur réclame 108 millions de dollars de dommages, à titre personnel, suite à une fraude.

Un tel refus des autorités suisses est exceptionnel. Malgré les lenteurs administratives, les demandes d'entraide entre les deux pays s'effectuent généralement sans anicroches.

Pas cette fois. Dans une décision rendue le 6 mai et que *Le Temps* s'est procurée, la présidente du Tribunal civil de première instance, Maud Bättig, estime que la demande d'informations adressée par la Cour de Floride concernant la banque Pictet est «trop générale», «pas assez précise», et qu'elle s'apparente à une «pêche aux informations».

Ce refus genevois surprend outre-Atlantique. Nelson Tucker, spécialiste de l'entraide judiciaire internationale et auteur de quatre livres sur

le sujet, dit ne pas en comprendre les raisons. «Selon mon expérience, des demandes de ce type sont couramment acceptées par les autorités suisses. Je n'ai jamais vu une réponse comme celle-là», dit-il à propos de la décision de la juge Maud Bättig.

L'entraide était demandée par Jerry Ostry, un Américain de 58 ans dont l'argent a été volé par un gérant indépendant aujourd'hui sous les verrous, Brian Callahan. Il avait puisé 100 millions de dollars sur les comptes de ses clients, entre 2010 et 2012.

### 108 millions demandés

Jerry Ostry a perdu moins de 3 millions. Il exige que les huit associés de Pictet remboursent l'entier du dommage plus les intérêts, soit 108 millions de dollars. Sa requête visait notamment à obtenir la correspondance échangée entre l'escroc et la banque durant la fraude.

Il ressort du dossier que Pictet a laissé agir Brian Callahan jusqu'en 2012, alors qu'il avait été radié de la

liste des intermédiaires financiers autorisés, en 2009, par le régulateur américain suite à des soupçons de malversation.

Ce n'est pas la première fois que les autorités suisses interviennent en faveur de Pictet dans ce litige. En août 2014, l'Ambassadeur de Suisse aux Etats-Unis, Manuel Sager, avait écrit au juge chargé de l'affaire en l'enjoignant d'éviter «un conflit entre les lois des Etats-Unis et de la Suisse».

Le diplomate insistait sur le fait que toute livraison d'informations devait obligatoirement passer par la voie de l'entraide judiciaire. Or c'est justement une requête de ce type que la justice genevoise vient de refuser. La juge Maud Bättig n'a pas répondu à nos appels.

La banque Pictet conteste les «allegations» formulées à son encontre et se dit résolue à se «défendre vigoureusement devant les tribunaux compétents».

François Pilet

## La start-up horlogère HYT mise sur les régates de Russell Coutts

> **Sponsoring** La marque neuchâteloise veut élargir sa clientèle

HYT prend le large. Le jeu de mots est facile? Jugez plutôt. La toute jeune marque neuchâteloise va connaître sa première course nautique en tant que sponsor. En s'associant à la compétition de voile RC44, HYT franchit une nouvelle étape de son développement, affirme son directeur Vincent Perriard, avant de se rendre à Porto Cervo, en Sardaigne, ce week-end: «Cette démarche nous a semblé nécessaire car nous considérons qu'il est temps d'élargir la clientèle. Nous voulons nous faire voir d'un plus large public, dépasser le cercle des collectionneurs pour toucher tous les amateurs d'horlogerie.»

La marque, récompensée pour son innovation par le Grand Prix de l'horlogerie de Genève lors de sa première année d'existence en 2012, a écoulé l'an dernier 450 de ses montres mécaniques à l'affichage hybride, composé d'aiguilles et de fluides. Pour 2015, l'objectif est le même, en termes de nombre

de montres, sachant que son modèle H3, qui sera commercialisé à partir d'octobre prochain, sera vendu 280 000 francs mais limité à 25 exemplaires. «Le marché horloger en général est un peu compliqué, mais nous continuons d'ouvrir des points de vente», se réjouit Vincent Perriard, ancien cadre d'Audemars Piguet. Autre signe de confiance, HYT a augmenté ses prix. L'éventail de la marque s'étend désormais de 50 000 à 280 000 francs.

### «Les challenges chimiques»

Le rapport entre HYT et cette compétition de voiliers monocques de 44 pieds (13 mètres), qui vivra cette année sa neuvième édition? Les «challenges chimiques», soit «l'interaction entre les fluides et les matériaux high-tech», répond Vincent Perriard.

HYT rejoint toutefois les RC44 en cours de saison. Le partenariat a été annoncé en février mais la marque n'était pas encore visible lors de la

première étape, à Malte, en mars. Elle le sera ce week-end, en août en Suède, fin septembre au Portugal et en novembre aux îles Vierges britanniques, la seule étape non européenne.

Une limite géographique qui ne gêne pas vraiment HYT, sachant aussi que la compétition devrait se développer. «Notre modèle dédié au RC44 sera visible et vendu partout dans le monde», promet Vincent Perriard. Qui compte aussi sur le fondateur et ambassadeur de cette compétition pour gagner en notoriété.

RC, ce sont les initiales de Russell Coutts, le barreur et skipper néo-zélandais multiple vainqueur de la Coupe de l'America. «Le Messi de la voile» et ses régates doivent faire gagner une première bataille à HYT, conclut son patron: «Se faire remarquer par les détaillants», parmi la galaxie d'horlogers indépendants qui cherchent à se faire une place sur leurs présentoirs. Servan Peca