



LANCEMENT DANS LES MAGASINS MICROMANIA DE CONTENUS TELECHARGEABLES

Pour la première fois, les joueurs découvriront des rayons entièrement dédiés aux contenus téléchargeables et auront une véritable opportunité de revivre leurs jeux grâce à ces contenus vendus directement en magasins.

Paris, le 4 Avril 2011. Micromania, leader de la distribution de jeux vidéo, annonce la création d'un nouveau linéaire destiné aux contenus téléchargeables (DLC)... Dans chacun des 338 magasins du réseau MICROMANIA, des dizaines de contenus téléchargeables Xbox 360, dans un premier temps, seront vendus, dès aujourd'hui, pour permettre aux joueurs de prolonger la durée de vie de leurs jeux et ainsi découvrir de nouvelles expériences.

En tant que 1^{er} conseiller auprès des amateurs de jeux vidéo MICROMANIA se devait de pouvoir répondre à cette demande croissante du public. Les contenus téléchargeables intéressent de plus en plus de personnes, qui ressentent cependant un fort besoin de conseil.

En effet, depuis quelques semaines, MICROMANIA, en collaboration avec Xbox 360, teste en magasin ce linéaire et constate l'engouement pour ces contenus : *« Beaucoup de consommateurs qui ne connaissaient pas les contenus additionnels, et qui ont procédé à leur premier achat en magasin, se sont avérés très satisfaits par ce service et sa simplicité d'utilisation. Bon nombre d'entre eux découvrent ainsi une nouvelle façon de rejouer à leurs titres préférés »* explique Pierre CUILLERET – Président de MICROMANIA. Dès l'achat d'un contenu additionnel, le client reçoit directement en caisse ses codes d'activations, plus besoin de donner son numéro de carte de crédit sur internet !

Dans un premier temps ces linéaires de contenus téléchargeables concerneront les détenteurs de XBOX 360 qui joueront sur le XboxLive : *« Nous sommes très heureux de ce partenariat avec MICROMANIA et d'apporter ces DLC aux consommateurs français »* confie Jeremy DALE – Vice Président MICROSOFT EMEA.

Qu'est-ce qu'un DLC : il s'agit de « DownLoadable Content », c'est-à-dire d'un contenu téléchargeable pour un jeu. Le DLC permet de passer plus de temps sur le jeu.

Ce contenu additionnel se matérialise sous deux formes :

- Soit, il s'agit de « Add'on », du contenu additionnel qui permet de jouir de nouvelles missions, de nouvelles cartes, d'un nouveau mode de jeu, de nouveaux accessoires (véhicules, costumes, territoires, armes...)



- Soit, tout simplement de mini jeux d'arcade vendus à petit prix, non disponible en magasin en version boîte.

Au final ce contenu téléchargeable est un « supplément » qui permet aux joueurs d'augmenter et de prolonger le plaisir de jouer. Fidèle à une longue tradition d'innovations (Mégacarte, Mégacarte PINK, Jeux Indestructibles, Journées découvertes, etc.) MICROMANIA ouvre ses portes au téléchargement de contenus pour booster tous les jeux vidéo du marché et prolonger l'expérience de jeu. *« C'est une nouvelle étape importante dans le développement de notre stratégie multi-canal, appuyée sur notre programme de fidélité pour offrir un contenu de jeu passionnant à chaque client à tout moment, n'importe où et sur n'importe quel appareil »*, déclare Pierre CUILLERET –Président de MICROMANIA.

A propos de Micromania :

Micromania Leader de la distribution de jeux vidéo & 1er conseiller auprès des amateurs de jeux vidéo, a considérablement renforcé sa position de leader. De 208 magasins en 2005 lors de l'arrivée de Pierre CUILLERET à la présidence de MICROMANIA, le réseau compte aujourd'hui plus de 380 magasins, soit plus de 170 points de vente acquis ou créés en 6 ans. MICROMANIA est également le premier employeur dans l'univers du jeu vidéo en France avec plus de 1 400 collaborateurs. Depuis novembre 2008, MICROMANIA, n°1 Français, a rejoint le groupe GAMESTOP, leader mondial de la distribution de jeux vidéo qui compte pour sa part plus de 6 000 magasins dans le monde. Sur un marché porteur, MICROMANIA poursuit son développement avec plus de 25 nouveaux magasins par an. Cette passion pour le jeu vidéo, fait de MICROMANIA le premier interlocuteur et le meilleur conseiller auprès des clients du marché grâce notamment à des centaines de journées découvertes. MICROMANIA organise régulièrement des journées d'initiation et de lancement de jeux dans les magasins ce qui leur permet d'asseoir une forte crédibilité auprès des passionnés. Depuis 25 ans MICROMANIA est le 1er acteur français de la distribution à avoir œuvré dans le sens de l'élargissement du marché.



CONTACTS PRESSE :

CLEMENT VEDRINE – T. 01 47 10 08 36 / P. 06 69 55 16 26 – cvedrine@revolutionr.com