Projet2:Mise en page 1 12/09/2008 12:06 Page 1

JDLi
4,50€
Le Journal Des Loisirs Interactifs N°134 / 17 septembre 2008
www.jdli.com

LOGITECH
Touch

Apple Expo
REMIX'08

LOGITECH

LOGITECH® QUICKCAM® VISION PRO FOR MAC
DÉFINITION ET CLARTÉ D'IMAGE PARFAITES

- OPTIQUE CARL ZEISS (CLARTÉ D'IMAGES PARFAITES)
- MISE AU POINT AUTOMATIQUE
- CAPTEUR 2 MÉGAPIXELS
- TECHNOLOGIE RIGHTLIGHT™ 2
- MICROPHONE INTÉGRÉ

LOGITECH® V550 NANO CORDLESS LASER MOUSE FOR NOTEBOOKS
UNE LIBERTÉ DE MOUVEMENT SANS ÉGALE

- SUPPORT CLIP-AND-GO
- DURÉE DE VIE 18 MOIS (PILES)
- NANO-RÉCEPTEUR
- DÉFILEMENT ULTRA-RAPIDE
- CONNEXION SANS FIL 2,4 GHZ

UNIVERS MAC

CORDLESS DESKTOP® S 530 MAC®
CONÇU POUR MACINTOSH

- CLAVIER SANS FIL ULTRA-PLAT
- CONTRÔLES D'ACCÈS DIRECT DÉDIÉS À ITUNES ET IPHOTO
- SOURIS LASER
- MINI-RÉCEPTEUR USB
- GESTION INTELLIGENTE DE L'ÉNERGIE/VEILLE

LOGITECH® Z-5
HAUT-PARLEURS STÉRÉO OMNIDIRECTIONNELS

- ACOUSTIQUE OMNIDIRECTIONNELLE
- TÉLÉCOMMANDE STYLÉE
- COMPATIBILITÉ AVEC MAC ET PC

Apple Expo
REMIX '08

Touch

LOGITECH® PURE-FI ANYTIME™
RÉVEIL HAUTE QUALITÉ POUR IPOD/IPHONE

- COMMANDES RÉTROÉCLAIRÉES ACTIVÉES PAR MOUVEMENT
- DOUBLE ALARME AVEC FONCTION DE RÉPÉTITION
- AFFICHAGE À FORT CONTRASTE FACILE À LIRE

UNIVERS IPOD

LOGITECH® PURE-FI EXPRESS PLUS
HAUT-PARLEUR OMNIDIRECTIONNEL POUR IPOD/IPHONE

- PORTABLE
- HORLOGE AVEC RÉVEIL
- TÉLÉCOMMANDE SANS FIL

LOGITECH® PURE-FI DREAM™
UN SON INCROYABLE POUR UN STYLE EFFICACE

- SON DE HAUTE QUALITÉ
- COMMANDES RÉTROÉCLAIRÉES ACTIVÉES PAR MOUVEMENT
- ÉCRAN AVEC RÉDUCTION AUTOMATIQUE DE LA LUMINOSITÉ
- TÉLÉCOMMANDE RÉTROÉCLAIRÉE
- RADIO NUMÉRIQUE AM/FM

VENEZ MIXER VOTRE MUSIQUE AVEC LOGITECH ET PIONEER

RENDEZ-VOUS SUR LA TERRASSE HALL 5
PARIS PORTE DE VERSAILLES

POUR EN SAVOIR PLUS, **VISITEZ WWW.LOGITECH.COM**
VENEZ NOUS RENDRE VISITE SUR **LE STAND LOGITECH D13**
DU 17 AU 20 SEPTEMBRE 2008

EA renonce à Take 2

John Riccitiello, Président de EA.

L'affaire a débuté en février 2008, Electronic Arts voulait racheter Take Two, l'éditeur de GTA. Elle vient de s'achever sans avoir abouti. Concrètement, alors que la première tentative de EA était hostile et jugée insuffisante par les managers de Take Two, elle avait été suivie de discussions « amicales ». Mais celles-ci n'ont pas davantage abouti. Les raisons de l'échec de ce rapprochement semblent être multiples. Take Two a toujours trouvé l'offre d'EA trop basse et le succès de GTA IV, aujourd'hui annoncé à plus de 10 millions d'exemplaires vendus dans le monde, a boosté la valorisation de Take. Autre raison, EA n'avait pas la possibilité de retenir les concepteurs de jeu. Le risque était donc de retrouver une coquille vide. Enfin, EA estime que son catalogue actuel peut tout à fait pallier l'absence de GTA.

EA va-t-il jeter son dévolu sur un autre éditeur ? Comme nous l'avons souvent dit, la concentration n'est certainement pas terminée sur le secteur. Rétrogradé d'une place dans le classement des éditeurs du fait du rapprochement entre Vivendi et Blizzard, EA ne peut courir le risque de voir de lui échapper d'autres indépendants.

édito

Géants

Google est sur le point de se lancer dans la téléphonie avec son propre système d'exploitation, Bouygues Telecom se tourne vers la fourniture d'accès Internet, Sony met en avant les qualités multimédia de sa console de jeu… Tout le monde semble à l'heure actuelle appuyer sur l'accélérateur pour prendre position dans un monde des télécommunications et de la télévision qui est en train de dessiner son futur. Peu d'entreprises auront la taille critique pour permettant d'agir à grande échelle et le ticket d'entrée va devenir de plus en plus élevé, pour la téléphonie, la fourniture d'Internet ou de la télévision. Ce sont des batailles à coup d'investissements colossaux qui s'annoncent. Le contenu proposé sera plus que jamais un facteur différenciant majeur. Le jeu vidéo y trouvera sa place.

Sébastien Anxolabéhère

Bouygues, nouveau FAI

Alors que la tendance (et surtout les contraintes du marché) seraient plutôt à la concentration, voilà qu'un nouvel acteur arrive sur le marché de la fourniture d'accès à Internet. Et ce n'est pas n'importe qui : Bouygues Telecom qui proposera à partir du 20 octobre la Bbox. Réseau WiFi et flux Mpeg 4 seront au rendez-vous selon Bouygues. Le tarif de l'offre triple play (Internet + téléphone + TV) est à 29,90 euros et l'accès à Internet simple à 19,90 euros : des tarifs pratiqués par d'autres FAI comme Free. L'innovation réside plutôt une nouvelle offre à 39,90 euros qui inclut trois heures de communication vers les mobiles quel que soit l'opérateur. Les abonnés à un forfait téléphonie de Bouygues Telecom auront le droit à trois supplémentaires s'ils s'abonnent avant le 17 janvier.

Le décodeur TV contient 120 go de disque dur.

GTA 4 : Et de dix !

Take Two Interactive vient d'annoncer que Grand Theft Auto 4 a passé le cap des dix millions d'exemplaires vendus dans le monde aux consommateurs le 16 août dernier. Publié sur PlayStation 3 et Xbox 360 en avril dernier en occident, le titre sera commercialisé au Japon le 30 octobre prochain. Une adaptation du jeu sur PC arrive par ailleurs en novembre. Et l'actualité autour de licence ne s'arrête pas là puisque des niveaux supplémentaires pour le jeu seront proposés en téléchargement aux possesseurs de Xbox 360. La série fera également sa première apparition prochainement sur Nintendo DS avec GTA : Chinatown Wars.

Ensemble Studios : game over

Halo Wars, un jeu de stratégie dans l'univers de Halo, prévu pour 2009 sur Xbox 360.

Microsoft vient d'annoncer la fermeture prochaine de l'un de ses principaux studios de développement de jeux, Ensemble Studios, à qui l'on doit notamment la série Age of Empires (plus de 20 millions de jeux vendus). Le studio texan fermera ses portes en 2009, lorsque le jeu Halo Wars sera terminé. Voilà qui mettra un point final à l'histoire du studio qui composait le fleuron de Microsoft dans le domaine du développement de jeux PC. Après Bungie (Halo), Microsoft continue à se délester de ses studios de développement de jeux à une époque où les éditeurs cherchent au contraire à consolider leurs capacités de production. Dans une interview donnée au magazine Edge, Shane Kim, Corporate Vice President chez Microsoft, a justifié cette fermeture en expliquant que les « investissements en développement allaient être faits ailleurs ». Microsoft conserve la propriété de la marque Age of Empires. « Nous croyons en l'avenir de cette franchise », a-t-il précisé.

Je ne suis pas seulement ultrarapide. J'ai aussi une endurance à toute épreuve.

NOUVELLE TECHNOLOGIE PROCESSEUR INTEL® CENTRINO® 2

Avec 50% de gains de performances en multitâche[1] et ses nouvelles fonctions d'économie d'énergie pour allonger l'autonomie, c'est la meilleure technologie d'Intel pour PC portables.

Renseignez-vous sur intel.fr/greatcomputing

LE MEILLEUR DE L'INFORMATIQUE COMMENCE AVEC INTEL CENTRINO 2 INSIDE*

intel Centrino® 2 inside™

* inside : à l'intérieur.

[1] Comparatif réalisé sous Photoshop* Lightroom*, entre des PC portables dotés, les uns, de la technologie processeur Intel® Centrino® 2 et, les autres, de la première génération de la technologie processeur Intel Centrino double cœur, la fréquence d'horloge étant équivalente par ailleurs. Les performances effectives peuvent varier. Consultez www.intel.com/go/consumerbenchmarks (en anglais) à ce sujet. Pour savoir pourquoi les PC portables dotés de la technologie processeur Intel® Centrino 2 sont les plus performants, consulter la page http://www.intel.com/performance/ (en anglais). © 2008, Intel Corporation. Tous droits réservés. Intel, le logo Intel, Centrino et Centrino Inside sont des marques d'Intel Corporation, déposées ou enregistrées aux États-Unis et dans d'autres pays.

SOMMAIRE sommaire

JDLI n°134 - 17 septembre 2008

Ce numéro du JDLI contient un habillage LEGO BATMAN.

12 Warner

Martin Tremblay, Président de Warner Bros Interactive Entertainment, nous en dit plus sur les ambitions de la célèbre major sur le marché du jeu vidéo. Entre licences confiées à des partenaires externes et montée en puissance de la capacité de développement, le patron de la filiale jeux de Warner nous détaille sa stratégie.

16 Samsung

Rencontre avec Kevin Lee, Vice President Display Division de Samsung. Le patron de la division TV du fabricant nous dévoile sa vision du marché et de son avenir.

18 Sega

Précurseur sur les consoles de nouvelle génération, Sega n'en développe pas moins son catalogue dans les registres des jeux casual et familiaux. James Rebours, Directeur général Europe du Sud, nous détaille l'actualité de l'éditeur japonais.

20 IFA 2008

L'IFA est devenu le salon européen incontournable de l'électronique grand public. La grande tendance cette année est la course des fabricants à l'écran slim.

Marché

8 : News

12 : Interview : Warner Bros Interactive Entertainment
Martin Tremblay, Président

16 : Interview : Samsung
Kevin Lee, Vice President, Display Division

18 : Interview : Sega
James Rebours, Directeur général Europe du Sud

20 : Focus : IFA 2008
Les tendances du grand salon européen de l'électronique grand public

Salon

32 : News

36 : Focus : PlayTV
Le système d'enregistrement TNT de la PlayStation 3

Mobilité

38 : News

Guides

44 : Hardware

46 : Jeux

48 : Logiciels multimédia

Journal des Loisirs Interactifs

66/72 rue Marceau
93 100 Montreuil-sous-Bois
Tél. : 01 41 58 58 20
Fax : 01 48 58 55 34

Directeur de la publication
Michel Besnier

Directeur général
Laurent Guerder

Rédaction
Directeur des Rédactions
Stéphane Kauffmann
01 41 58 58 25
skauff@microscoop.com
Rédacteur en chef
Sébastien Anxolabéhère
01 41 58 58 26
sanxo@microscoop.com
Chef de rubrique software
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27
phellio@microscoop.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microscoop.com
Journalistes
Driss Abdi, Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, Marie-Sylvie Maufus

Publicité
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscoop.com
Directeur de clientèle
Mamy Ramanamisata : 01 41 58 59 21
mamyr@microscoop.com
Directrice de clientèle
Valérie Millon : 01 41 58 59 22
valerie@microscoop.com

Maquette
Directeur artistique
Guillaume Desnoyers
guillaume@microscoop.com
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Responsable diffusion :
Chrystèle Bono : 01 41 58 58 20
cbono@microscoop.com

Site Web : www.jdli.com
Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par Microscoop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social : 66/72 rue Marceau - 93100 Montreuil sous Bois.
Principaux actionnaires : Stéphane Kauffmann et Laurent Guerder.
Imprimé par Iapca
83 490 Le Muy
ISSN : 1633 - 7123
Dépôt Légal : A parution

Prix de l'abonnement :
22 numéros pour 1 an pour la France Métropolitaine : 79 euros
Prix de l'abonnement pour l'étranger : nous consulter.

L'envoi de tout texte, photo ou document implique l'acceptation par l'auteur de leur libre publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif.
Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

HAIL TO THE CHIMP

LE SEUL PARTY GAME POUR XBOX 360® ET PS3™

LE ROYAUME DES ANIMAUX A PERDU SON ROI...
ET LA PLACE EST À PRENDRE... !

OCTOBRE 2008

3+

XBOX 360
XBOX LIVE
PLAYSTATION 3

WIDELOAD

WWW.HAILTOTHECHIMP.COM
WWW.GRRNEWS.COM

EGP : Une demi-année en demi-teinte

Les TV LCD devraient représenter plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'Electronique Grand Public en France en 2008.

L'Electronique Grand Public a connu un premier semestre en stagnation et les prévisions annuelles de GfK ne sont pas meilleures. Certes le marché des téléviseurs continue de croitre (+7 %), avec une montée en gamme vers des diagonales plus importantes (30 % des ventes sont supérieures à 37 pouces, le prix moyen se situe à 800 euros), mais le marché du DVD continue sa chute tandis que celui du Blu-ray est loin de décoller comme espéré. Parmi les secteurs en croissance, on trouve le home cinema et les accessoires alors que l'électronique embarquée et le MP3 reculent. Au niveau européen, GfK note une grande diversité entre les pays : si l'Allemagne a connu un excellent premier semestre avec + 20 %, suivi d'un groupe rassemblant la Hollande, la Suisse et l'Autriche (+13), les autres pays sont stables ou légèrement déclinant (France, Grande-Bretagne, Suède) et même en fort recul (Espagne, Belgique).

EGP France (hors consoles)
Ventilation du chiffre d'affaires - Prévisions 2008

TV LCD	51 %
TV Plasma :	8 %
TV CRT	1 %
Lecteurs DVD	3 %
Enregistreurs DVD	4%
Caméscopes	3%
Hi-Fi	7 %
MP3 et MP4	5 %
GPS	8 %
Antres	10 %

Atari ouvre un studio !

David Gardner et Phil Harrison poursuivent la mise en place de la stratégie définie lors de leur arrivée aux postes de direction d'Atari. Et cela se traduit par l'ouverture d'un nouveau studio, dont la direction a été confiée à une personnalité du secteur puisqu'il s'agit de Paulina Bozek, qui fut notamment productrice et directrice de la franchise SingStar chez Sony Computer Entertainment. Ce studio, qui répondra au nom commercial d'Atari, sera basé dans la banlieue londonienne et se consacrera au développement de jeux en ligne. *« Ce nouveau studio privilégiera l'innovation et le développement de jeux et de services grand public sur toutes les plates-formes exploitant les capacités on line, y compris les PC et les consoles de jeux »*, annonce Atari.

Paulina Bozek

C'est à Londres qu'Atari ouvre un nouveau studio dédié aux jeux en ligne

Infogrames et Bandai créent une société-mixte

Namco Bandai représente une part plus que significative (notamment avec la série des Dragon Ball Z) du business de distribution d'Infogrames en Europe. Débuté en 2001, cet accord qui ne portait pas sur l'intégralité du catalogue Namco Bandai, était conclue « au cas par cas ». Un grand pas vient d'être franchi puisque Infogrames entertainment et Namco Bandai Games Europe annoncent s'apprêter à créer une « société-mixte » (ou joint-venture en anglais) pour la distribution en Europe. *« Aux termes de cet accord, Namco Bandai prendrait une participation de 34 % dans les activités de distribution d'Infogrames en Europe et en Asie, la participation restante étant conservée par Infogrames »*, précise le communiqué. L'accord court jusqu'en juin 2012. Au 30 juin et pendant un an, *« Namco Bandai disposera d'une option d'achat portant sur les 66 % de la nouvelle société détenus par Infogrames. »* Autrement dit, Infogrames sera alors obligé de vendre sur la base d'une société dont l'évaluation sera comprise entre 60 et 190 millions d'euros.

Un catalogue exclusif

Logiquement, cette nouvelle société aura en exclusivité la distribution de l'intégralité du catalogue Infogrames et du catalogue Namco Bandai pour les zones Europe et Asie, telles que définies par Infogrames, c'est-à-dire essentiellement sans le Japon. Les Etats-Unis, où Namco Bandai se distribue par lui-même est évidemment exclu de l'accord. Par ailleurs, l'entité nouvelle n'aura peut-être pas en charge la distribution de quelques jeux pour lesquels les accords sont scellés depuis longtemps. David Gardner, Directeur Général Exécutif d'Infogrames qualifie cet accord de développement important du renouveau d'Infogrames et estime qu'il *« donnera à Infogrames un portefeuille de produits garantis et renforcés »*. Outre Dragon Ball Z, Infogrames distribue d'ores déjà Naruto, Ace Combat,Tamagoshi, Familly Trainer… Rapidement, des licences comme Soul Calibur, Tekken, pourraient les rejoindre. Par ailleurs, Infogrames compte bien que la structure soit suffisamment attrayante pour que d'autres éditeurs lui confient la distribution de jeux. Après l'annonce de l'ouverture d'un studio de développement à Londres hier, Infogrames-Atari continue donc de mettre en place sa nouvelle organisation. On ne connait pas encore les noms des personnes qui dirigeront cette nouvelle structure.

Le jeu, c'est du sérieux

Le serious gaming a le vent en poupe. Cette nouvelle activité, qui consiste à utiliser les technologies (animation 3D, Flash…) et les principes du jeu vidéo (l'immersion, l'interactivité) dans un but professionnel « sérieux » pour l'apprentissage, la formation, la communication, mais également la simulation médicale ou militaire fera l'objet de rencontres européennes le 3 décembre à Lyon. Mais en amont de cette quatrième édition du Serious Games Sessions Europe 2008, se tiendra le 25 septembre à Paris une matinée dédiée à la présentation de l'utilisation des serious games en entreprise. Daesing, Interaction Multimédia et Net Division, dévoileront leurs solutions. L'accès à cette demi-journée est gratuit. L'organisateur est Lyon Infocité.

Le prix de la Xbox 360 baisse… ailleurs

Microsoft a officialisé hier la diminution du prix de la Xbox 360 aux Etats-Unis. Le modèle Arcade sera dorénavant facturé 199 dollars, un tarif confirmant la rumeur qui circulait début août et qui fait d'elle la console next-gen la moins chère du marché outre-Atlantique. Les versions Core et Elite passent quant à elles à 299 dollars et 399 dollars respectivement. Microsoft semble en tout cas beaucoup miser sur cette nouvelle grille tarifaire, comme en atteste les propos de Don Mattrick, Vice-Président de la division des loisirs interactifs : *« La majorité des consommateurs décident d'acheter des consoles une fois que les prix atteignent ces niveaux »*.

Micromania premier... employeur

Tandis que les rumeurs autour d'un rachat de Micromania continuent à aller bon train, l'enseigne poursuit son expansion. Avec 327 magasins en France, le leader français de la distribution de jeux vidéo est presque logiquement le premier employeur français du jeu vidéo. Ils étaient 980 collaborateurs fin 2007, leur nombre est passé à 1300 fin juillet 2008. Un chiffre qui devrait encore évoluer, une quarantaine de postes étant encore à pourvoir… Pierre Cuilleret, Président du groupe a commenté *« La très forte croissance de Micromania nous amène à recruter chaque année plus de 220 nouveaux collaborateurs. Offrant de nombreuses opportunités de promotion interne (128 en 2007), elle fait ainsi de Micromania une véritable méritocratie : 100 % de l'encadrement du réseau est issu des magasins »*. De plus, face à l'évolution du marché et notamment de la clientèle, le nombre de femmes conseillères de vente a été multiplié par trois entre 2007 et 2008.

Toys'R Us affiche ses ambitions

Gilles Mollard

Gilles Mollard, directeur de Toys'R Us en France, a tenu un point de presse jeudi 4 septembre 2008 au cours duquel il a exposé les ambitions de l'enseigne pour les années qui viennent. De 38 points de vente actuellement, Toys'R Us France compte passer à 50 dans trois ans et 60 dans cinq ans, soit un rythme annuel d'environ trois ouvertures. Une croissance qualifiée de « mesurée et durable ». Le chiffre d'affaires, actuellement de 401 millions d'euros, devrait progresser parallèlement pour atteindre 500 et 600 millions (hors-taxes). Ces nouveaux points de vente seront créés sur le modèle actuel, soit 2 600 m². Multispécialistes du jouet et leader de ce marché en France, Toys'R Us voit évidemment dans le jeu vidéo, hardware et software, un levier de croissance important. *« Le marché du jouet est un marché par nature très saisonnier. Le jeu vidéo fait partie des loisirs qui nous assurent un bon niveau d'activité tout au long de l'année »*, nous a déclaré un porte-parole de l'enseigne. Toys'R Us compte aujourd'hui 1 560 magasins dans 35 pays dont 845 aux Etats-Unis et réalise un chiffre d'affaires de 13,4 milliards de dollars.

Game Connection 2008

Lyon sera cette année encore la capitale du jeu vidéo début novembre. En effet, Connection Event organise la septième édition de son salon Game Connection. Lyon Game, Fog Studios, Epic Games, Intel, Universally Speaking et Flying Fish Works sont les principaux soutiens officiels à apporter leur appui à la Game Connection Europe 2008. Pierre Carde, Directeur de la Game Connection, a depuis le début conçu l'événement comme une convention d'affaires qui met en contact des entreprises prestataires, des fournisseurs de technologies, des développeurs et des éditeurs. Connection Events est aussi co-organisateur des éditions françaises de la Game Developers Conference. Les dernières éditions ont eu lieu à Paris le 23 et 24 juin 2008 et à Lyon le 3 et 4 décembre 2007.

FIFA 09

l'atout next-gen

Après l'excellente surprise que fut Fifa 08, Electronic Arts prépare le lancement de la nouvelle édition de sa simulation de football. L'objectif de l'éditeur américain est aujourd'hui de confirmer une tendance qui a vu la marque gagner en popularité auprès des joueurs. par Patrick Hellio

Fifa 09 sera publié le 2 octobre prochain sur PC, Xbox 360, PlayStation 3, PlayStation 2, PSP, Nintendo DS et Wii. *« En termes d'images, la tendance s'est inversée l'année dernière entre Fifa et son concurrent direct »*, estime Antoine Cohet, Chef de produits chez Electronic Arts. *« Fifa a vraiment marqué des points, en particulier sur les consoles de nouvelle génération où nous avons proposé un titre spécifiquement conçu pour les nouvelles machines, qui a nécessité plus de deux ans et demi de développement »*. Sur le marché très lucratif de la simulation de football, la série Fifa de l'éditeur américain est en concurrence directe avec Pro Evolution Soccer de Konami. Depuis plusieurs années, le Japonais a assis sa domination (notamment en France) sur PlayStation 2, la plate-forme reine en la matière. Aujourd'hui, Electronic Arts compte profiter du passage de génération de machines pour gagner des points. *« Fifa 08 a bénéficié d'un très bon buzz auprès des critiques et des joueurs. L'excellente qualité des versions next-gen a eu un impact sur les ventes de toute la gamme »*. L'éditeur annonce donc un total de 750 000 jeux Fifa 08 vendus sell-out à date, soit une progression de 37 % de ses ventes sur ce segment. *« Nous avons progressé sur un marché qui, lui, n'a pas augmenté »*, souligne Antoine Cohet. *« A fin mars, Fifa 08 représentait 42,91% de parts de marché sur ce segment, selon GfK »*.

Formule enrichie

« Avec Fifa 09, nous apportons de multiples perfectionnements au jeu, comme un temps de réaction amélioré, des collisions mieux gérées ou encore des gardiens au comportement revu. La vitesse de jeu aussi été un petit peu accélérée et l'intelligence artificielle est désormais complètement customisable ». L'éditeur a par ailleurs profité de la Games Convention de Leipzig pour annoncer un nouveau service pour Fifa, intitulé Saison Live Adidas. Celui-ci consiste en une mise à jour hebdomadaire de la base de données. *« Le joueur pourra choisir de mettre à jour gratuitement pendant l'année une ligue de son choix. Pour en ajouter d'autres, nous proposerons des tarifs dégressifs »*. Cette option sera proposée sur les versions PS3, Xbox 360 et PC. Dernière grande nouveauté de cette édition, celle-ci permettra désormais de jouer en ligne à des parties de 10 joueurs contre 10 sur le même terrain. *« Nous faisons d'ailleurs le focus sur cette fonction dans les spots TV »*, précise Antoine Cohet. La version Wii adopte quant à elle cette année la possibilité de jouer à huit contre huit. Enfin, si la version PC se rapprochait de l'opus PS2 l'année dernière, elle devrait désormais davantage tendre cers les moutures next-gen.

EA évangélise

« Nous voulions faire nos preuves l'année dernière. Maintenant que c'est fait et que nous sommes sûrs de la qualité du titre, nous allons continuer à inciter au maximum le public à l'essayer », explique le Chef de produits. Outre une importante campagne en TV, presse, Internet et radio, l'éditeur s'est rapproché de quatre clubs (Olympique de Marseille, Olympique Lyonnais, PSG et Girondins de Bordeaux) pour créer des tournois de supporters mais aussi de la Fnac où des rencontres sont également organisées (sur la version PS 3 cette année) afin de mettre le titre entre les mains des joueurs. De nombreuses démonstrations en magasins sont prévues et la démo jouable est disponible en téléchargement. *« Notre stratégie est notamment d'aller chercher les amateurs de sport »*. Le 24 septembre, l'éditeur organisera un événement commun NBA Live et Fifa au Trocadéro, sous la forme d'un tournoi où les joueurs pourront rencontrer Tony Parker ou Karim Benzema, sous contrats avec l'éditeur. Dans le prochain numéro, nous ferons le point sur PES 2009, attendu pour fin octobre.

Warner soigne ses licences

En 2007, le groupe américain Warner signifiait son intention de prendre de l'ampleur dans l'industrie du jeu vidéo en développant une structure dédiée au sein de Warner Bros Home Vidéo. Après avoir confié ses licences aux éditeurs de jeux en place, le groupe américain s'est porté acquéreur de studios de développement avec la volonté de se lancer dans la production. Le JDLI a rencontré le québécois Martin Tremblay, Président de Warner Bros Interactive Entertainement, qui nous dévoile le positionnement de cet éditeur de jeux pas comme les autres. par Patrick Hellio

Entretien avec
Martin Tremblay
Président de Warner Bros Interactive Entertainement

JDLI : Quelles sont les ambitions du groupe Warner dans le secteur du jeu vidéo ?
Martin Tremblay : Warner souhaite prendre une place importante dans cette industrie. Le principal objectif de la filiale jeux vidéo du groupe est de s'assurer que les licences maison sont correctement adaptées et valorisées sous forme de jeu vidéo. Dans cette optique, nous pouvons choisir de développer nous-mêmes l'adaptation en question via nos studios ou bien de confier le jeu à un développeur voire à un éditeur externe. Nous prévoyons d'investir d'importants budgets de développement et de marketing pour donner toute leur ampleur à nos jeux. L'objectif de Warner est en effet d'être dans le top 5 des éditeurs de jeux d'ici les cinq prochaines années. C'est un but que nous ne pourrons atteindre qu'en proposant exclusivement des titres de qualité, ce qui passe en toute logique par divers partenariats. Nous voulons faire le meilleur choix pour chaque jeu : si nous n'avons pas le développeur qui peut tirer le meilleur d'une licence, nous la confions à un partenaire externe.

La croissance de Warner Bros Interactive va-t-elle continuer à passer par l'achat de studios de développement ?
Pour durablement établir nos franchises dans le jeu vidéo, il faut créer des titres de qualité. Et pour cela, soit on s'associe à des partenaires de renom qui ont les bonnes capacités, soit on développe sa propre capacité de création. Nous allons continuer à travailler avec des partenaires extérieurs mais, de par mon background personnel, je crois beaucoup au développement en interne. C'est vraiment de cette manière que l'on peut au mieux

Lego Batman

Wanted

“ L’objectif de Warner est d’être dans le top 5 des éditeurs de jeux d’ici les cinq prochaines années. ”

Martin Tremblay, l’expérience du développement

Nommé Président de Warner Bros Interactive Entertainment fin avril dernier, le québécois Martin Tremblay connaît bien le monde du développement. On l’a d’abord connu chez Ubisoft Montréal au poste de Président et COO, au moment où le groupe a lancé des titres comme Prince of Persia, Splinter Cell et Rainbow Six. En 2006, il a rejoint le groupe Vivendi où il a occupé le poste de Présent Worlwide des Studios, supervisant les lancements de FEAR, Scarface ou encore World of Conflict.

contrôler la qualité des jeux. On va donc en effet être attentifs aux opportunités d’acquisition de développeurs, mais en gardant à l’esprit que c’est en fonction de nos propriétés intellectuelles et des genres de jeu qui y correspondent le mieux que nous définirons les studios que nous pourrons décider d’acquérir. C’est ce que nous avons fait par exemple en nous portant acquéreurs du studio Traveller’s Tales, qui est l’un des meilleurs pour ce qui concerne la production de jeux grand public.

À terme, Warner pourrait-il également se porter acquéreur d’éditeurs de jeu vidéo ?
Nous avons déjà procédé à ce genre d’investissement, car je rappelle que le groupe Warner possède près de 20% d’Eidos. Nous observons les mouvements du marché et n’écartons pas l’idée d’une acquisition d’éditeur, même si ce n’est pas une option que nous préconisons actuellement. Il faut aussi souligner que par le statut de Warner de propriétaire de licences, nous avons des relations un peu particulières avec les autres éditeurs. Nous ne les considérons pas comme des concurrents frontaux, car nous pouvons leur confier nos propriétés intellectuelles. C’est une relation qui n’existe évidemment pas entre deux majors du jeu vidéo comme Activision Blizzard et Electronic Arts, alors que nous travaillons indifféremment avec eux deux.

Comment définiriez-vous la stratégie éditoriale de Warner ?
Nous souhaitons nous positionner sur la plupart des segments de marché. La branche jeu vidéo de Warner est encore récente mais nous avons d’ores et déjà un catalogue qui aborde différents publics. Project Origin s’adresse aux core gamers, un jeu comme Lego Batman parle à la fois au grand public et aux gamers. Nous allons également développer une offre de titres « casual » à l’image de Guinness World Records. Ces titres donnent une bonne idée de la manière dont nous allons faire évoluer notre catalogue à l’avenir, en touchant un peu à tous les genres.

Les Chimpanzés de l’Espace (en distribution chez WBIE)

Quelle moyenne comptez-vous établir entre les licences Warner existantes et vos propres propriétés intellectuelles dans votre catalogue ?
La qualité des marques et licences est l’un des facteurs capitaux pour se distinguer dans le jeu vidéo. Gérer et exploiter des licences, c’est justement le métier du groupe Warner. Contrairement à d’autres éditeurs qui doivent absolument créer des propriétés intellectuelles qui leur appartiennent, le groupe en dispose déjà d’un certain nombre et comme je le disais, notre rôle est avant tout de nous assurer de leur bonne adaptation en jeu vidéo. Nous allons également créer des franchises inédites pour le jeu vidéo, à l’image de Project Origin mais cela ne va pas constituer notre priorité dans l’immédiat. Je pense que nous allons consacrer 80 % de nos projets à des marques issues du groupe Warner, tandis que nous pourrons prendre davantage de risques avec les 20 % restant, soit en termes de genres de jeux que d’univers. Actuellement,

Project Origin

nous identifions les licences Warner qui ont le meilleur potentiel pour être adaptées en jeu vidéo. En nous demandant notamment si les franchises les plus importantes de Warner sont-elles bien établies dans le jeu vidéo. Par exemple, Batman est-il aujourd'hui assez bien représenté en jeu vidéo ? Je pense que nous pouvons encore travailler sur la visibilité de cette licence dans le jeu vidéo…

Avez-vous d'autres exemples de licences Warner qui vont être adaptées en jeu vidéo ?
Nous venons d'annoncer plusieurs titres comme Watchmen, qui sera l'adaptation du prochain film de super héros de Zack Snyder (« 300 »). Le jeu est prévu pour 2009 sur PS3, Xbox 360 et PC. Ce sera une initiative nouvelle pour nous en termes de distribution puisque le jeu sera uniquement disponible en téléchargement. Il bénéficiera une durée de vie de huit heures environ et sera proposé sous forme de deux épisodes de quatre heures. Le premier sera publié au moment de la sortie du film en salles et le second à la sortie en vidéo. L'année prochaine, nous publierons également l'adaptation du film Wanted, sorti en salles cet été et qui a enregistré d'excellents scores au box office, sur les consoles de salon et PC.

Toutes les licences Warner peuvent-elles être adaptées en jeu vidéo ?
Nous sommes très proches des studios Warner, qu'il s'agisse des équipes de production cinéma ou télévision : nous nous rencontrons toutes les semaines pour examiner les prochaines licences à venir et les opportunités qu'elles pourront présenter à être adaptées en jeu vidéo. Il faut savoir tout de même que le cycle de production d'un film est beaucoup plus court que celui d'un jeu vidéo. On parle en général aujourd'hui de huit à dix mois pour un film. Autant dire que lorsque le feu vert est donné à la production d'un nouveau long-métrage, cela nous laisse bien peu de temps pour réaliser un jeu vidéo sur la franchise. En revanche, Warner dispose de propriétés intellectuelles dont on sait à l'avance qu'un film sera proposé dans un certain temps, ce qui nous laisse plus de latitude pour lancer la production d'un jeu vidéo.

Comment définiriez-vous le rôle de la division jeux vidéo au sein de Warner ?
Nous sommes l'entité qui va permettre de développer l'aspect entertainment à l'intérieur du groupe. Le jeu vidéo est clairement le médium de divertissement par excellence de nos jours et il est tout à fait naturel pour Warner de disposer d'une filiale dédiée. Cela représente une manière complémentaire d'exploiter les propriétés intellectuelles dont dispose l'ensemble du groupe. Jusqu'à récemment, Warner avait toujours travaillé le jeu vidéo via le licensing mais le groupe affirme aujourd'hui sa volonté de jouer un rôle direct dans cette industrie. Encore une fois, notre grande priorité est de veiller à ce que l'exploitation des licences du groupe dans le cadre du jeu vidéo soit concluante, que ce soit par le biais de notre production interne ou en travaillant avec des partenaires.

Warner : prochaines sorties

Lego Batman	Toutes plates-formes	9 octobre
Les Chimpanzés de l'Espace	Xbox 360, PS2, DS, Wii	16 octobre
Guinness World Records	Wii, DS	23 octobre
Funpark	PS2, DS, Wii	13 novembre
Project Origin	PS3, Xbox 360, PC	Fin d'année
Wanted	PC et consoles	2009
Watchmen	PC, PS3, Xbox 360	2009

Toshiba recommande Windows Vista® Home Premium.

PRISONNIERS DE LA BASSE DÉFINITION ?

LIBÉREZ VOS ÉMOTIONS

AVEC LE QUAD CORE DE TOSHIBA, REGARDEZ VOS DVD EN HAUTE DÉFINITION !

Pour vous, nous avons imaginé l'inimaginable :

Le nouveau PC Portable Toshiba Qosmio G50-112 doté du processeur Intel® Centrino™ 2 et de l'upscaling Toshiba, est le premier à convertir en temps réel vos films DVD en haute définition pour vous offrir des images plus nettes, plus pures, plus belles.

TOSHIBA

Leading Innovation*

Centrino, Centrino Logo, Core Inside, Pentium, Intel, Intel Logo, Intel Core, Intel Inside, et Intel Inside Logo sont des marques déposées ou enregistrées d'Intel Corporation ou de ses filiales, aux États-Unis et dans d'autres pays. Microsoft et Windows sont soit des marques déposées, soit des marques de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou d'autres pays.

* TOSHIBA, à la pointe de l'innovation.

www.pc.toshiba.fr

ATELIER AVEC VUE - 01 49 05 99

jdli_230x300.indd 1 12/09/08 10:19:56

Samsung

Entretien avec
Kevin Lee
Vice President, Display Division

TV, les recettes du leader

Lors de l'IFA, le JDLI a eu l'opportunité de rencontrer le patron de la division TV du numéro un mondial sur ce secteur. Kevin Lee a bien voulu répondre à nos questions pour mieux comprendre ce marché compliqué, et surtout nous parler de son avenir. par Stéphane Kauffmann

JDLI : La chute des prix incontrôlée ne risque-t-elle pas de compromettre à terme l'innovation et la rentabilité ?
Kevin Lee : Il y a un marché du prix où la concurrence est féroce et conduit à une spirale de baisse des tarifs. Pour contrer ce phénomène, il faut ajouter de la valeur aux téléviseurs et la plupart des grands fabricants ont désormais aussi une stratégie haut de gamme. Le consommateur est prêt à payer pour l'innovation et surtout pour de nouvelles fonctions dont il a réellement besoin. Ainsi, nous allons proposer dès ce second semestre des modèles orientés multimédia qui permettent de se connecter au Web et de lire le contenu d'un ordinateur. Le contenu représente d'ailleurs une autre possibilité pour créer de la valeur ajoutée et nous allons lancer des téléviseurs qui en disposent dès leur sortie du carton à l'aide de mémoire embarquée.

Monter en taille permet aussi de créer de la valeur mais le salon n'est pas extensible.
C'est vrai mais actuellement nous ne sommes pas encore arrivés à la limite. Il reste à accrocher le téléviseur au mur et à le rendre le plus fin possible. À l'IFA, nous avons présenté un téléviseur dont l'épaisseur est réduite à un pouce seulement. En combinant les deux facteurs, il est encore possible de monter en taille sans nécessiter plus de recul et le téléviseur ressemblera à une peinture accrochée au mur, avec aussi de nouvelles fonctions comme celle de cadre photo.

Le LCD est arrivé à maturité, que peut-on faire de plus ? Quid des nouvelles technologies ?
Il est vrai que le LCD et le plasma sont désormais matures, avec une excellente qualité et surtout un très bon rapport taille/prix. Les efforts vont désormais se concentrer sur l'agrandissement des tailles et sur la réduction de l'épaisseur. Le consommateur apprécie grandement la finesse qui réduit l'encombrement et veut aussi toujours plus grand. Ces deux technologies sont actuellement les mieux placées pour cela. L'avenir sera peut être l'Oled mais le prix des dalles est encore beaucoup trop élevé pour en faire un produit de grande consommation. Il faudra sans doute encore attendre plusieurs années pour que l'Oled puisse rivaliser avec le LCD.

Il semble qu'il y ait un retour au plasma dans les grandes tailles.
Effectivement. Le plasma a également beaucoup évolué et représente à ce jour la meilleure solution pour les très grandes tailles, notamment en termes de prix. Difficile en revanche de prédire l'évolution à long terme, car le LCD progresse également très vite sur ce segment. Plus qu'une question de qualité d'image aujourd'hui excellente sur les deux technologies, c'est le coût de production qui déterminera leur avenir.

Est-ce que la réduction de la consommation électrique est pour vous un axe prioritaire ?
Samsung est leader sur toute la thématique de l'environnement. Nous travaillons d'arrache-pied pour réduire au maximum la consommation de nos téléviseurs par des technologies innovantes, mais nous sommes tout autant attentifs au respect de l'environnement à la production. Ainsi nous

“ Le consommateur est prêt à payer pour l’innovation et surtout pour de nouvelles fonctions dont il a réellement besoin . ”

évitons tous les procédés polluants à l’image de notre Crystal Gloss. En plus d’être séduisante, cette technique d’injection de la couleur évite la peinture avec des aérosols.

Comment voyez-vous évoluer le marché des téléviseurs ces prochaines années ?
2008 est une année très importante car pour la première fois, il se vendra plus de téléviseurs plats qu’à tube. Et la demande va continuer à croître très rapidement. Pour les marchés déjà très équipés, c’est l’arrivée plus ou moins rapide de la diffusion numérique en haute définition qui va conditionner la demande. Il y a même des pays comme les États-Unis ou le pic a déjà été atteint pour le volume, mais sur lesquels le revenu augmente car désormais le consommateur passe à la haute qualité. À l’inverse sur les marchés émergeants, les volumes de vente sont en croissance exponentielle. Il faut bien comprendre que le marché global du téléviseur n’augmente guère de plus de 3 % par an. Nous assistons simplement à un glissement du tube vers le plat, ce qui génère de la valeur.

En matière de design, comment faîtes-vous pour anticiper les tendances qui ensuite sont généralement adoptées par tous ?
Dès 2000, notre CEO, Monsieur Lee, a annoncé que le design sera le facteur le plus important pour réussir sur ce marché. Et il a fait du design une priorité absolue. Ainsi Samsung a investi très tôt, notamment en embauchant de nombreux designers. Ensuite, cette division a beaucoup travaillé pour comprendre ce que les consommateurs attendaient à ce niveau et ce n’est qu’en 2005 que nous avons lancé notre concept design. Il n’y a donc pas de secret, il faut juste des moyens, les bonnes personnes et du temps. Nous sommes en avance car nous avons commencé plus tôt et investi beaucoup.

Le son est vraiment le parent pauvre de l’écran plat et particulièrement chez Samsung. Allez-vous changer cela ?
Le son pose un problème car pour qu’il soit bon, il lui faut de l’espace et c’est évidemment en contradiction avec la première attente du consommateur qui est d’avoir un téléviseur toujours plus fin. Il est néanmoins possible de réaliser des systèmes intégrés très petits et qui sonnent bien mais le coût est tel que plus personne n’achèterait le téléviseur. La meilleure solution est donc de proposer à ceux qui le veulent des solutions externes et c’est ce que nous faisons.

On reparle depuis peu du téléviseur connecté au Web capable d’y puiser directement le contenu et Samsung va le proposer. Est-ce un axe de développement important ?
En fait, les premières expériences en la matière ont eu lieu trop tôt. Le contenu par le Web n’était pas encore entré dans les mœurs, la manipulation trop compliquée et les infrastructures peu adaptées, notamment avec des débits trop lents. Aujourd’hui, toutes les conditions sont réunies à la fois en termes de demande consommateur et de capacité technologique. Les téléviseurs sont désormais très grands et en haute définition, ce qui leur permet d’afficher confortablement de multiples informations en provenance du Web. Il faut juste faire attention à l’ergonomie car pour que le public adhère, l’interface doit être celle du monde de la télévision et c’est ce que nous lançons sous peu. La simplicité sera l’élément crucial pour que la demande ne soit pas éphémère. Au-delà du Web, le téléviseur va s’intégrer au réseau domestique de la maison et notamment proposer la diffusion des contenus de l’ordinateur où les consommateurs stockent de plus en plus leurs photos, vidéos et musiques. Là encore, les expériences passées ont échoué par manque de simplicité et de convivialité. Aujourd’hui, notamment avec le standard DLNA, il est possible de rendre cela à la portée de tous.

Comment se passent en interne les relations entre Samsung fabricant de dalles et Samsung fabricant de téléviseurs ?
Nous achetons nos dalles mais nous collaborons également très étroitement pour le développement. En fait, dans de nombreux cas, nous développons en commun pour aboutir au meilleur téléviseur possible. Cela nous donne un grand avantage par rapport aux constructeurs qui achètent leurs dalles en externe.

Quelle est la position de Samsung sur le marché des téléviseurs en Europe et dans le Monde ?
Au global, nous sommes numéro un avec 15 à 20 % de parts de marché. Sur le LCD, nous avons plus de 20 %. Nous allons continuer à accroître nos parts de marché car notre position n’est pas seulement due à nos ventes mais aussi au fait que nous sommes leaders en termes de développement, d’innovation et d’industrialisation. Nous sommes à la pointe pour tout ce qui touche au téléviseur et c’est ce qui compte en définitive, 1 n’est jamais qu’un chiffre.

Sega valorise ses marques en fin d'année

Précurseur sur les consoles de nouvelle génération, l'éditeur japonais n'en développe pas moins son catalogue dans les registres des jeux casual et familiaux. Entre la signature avec le studio japonais Platinum Games, le retour en force de Sonic ou la nouvelle version de Football Manager, James Rebours, Directeur général Europe du Sud, nous dit tout sur l'actualité de la firme au hérisson bleu. par Patrick Hellio

Entretien avec

James Rebours

Directeur général Europe du Sud

JDLI : Quels seront les temps forts de la fin d'année chez Sega ?
James Rebours : La fin d'année commence relativement tôt pour nous car nous lançons des titres très importants dès la rentrée. Notamment en ce qui concerne la Nintendo DS, console sur laquelle nous allons publier Sonic Chronicles : La Confrérie des Ténèbres, un jeu de rôle dans l'univers de Sonic mais aussi Dinosaur King. Il s'agit également d'un jeu de rôle, dans lequel le joueur ressuscite des créatures préhistoriques qu'il fait s'affronter, avec un principe de jeu qui rappelle celui des Pokémon. Le jeu est basé sur une licence populaire au Japon, née dans les salles d'arcade et qui a ensuite été adaptée sous forme de dessins animés, dont la diffusion vient de commencer sur France 3. Toujours sur septembre, nous publierons Yakuza 2 sur PlayStation 2.Valkyria Chronicles sur PlayStation 3, qui est un jeu de rôle/stratégie très « gamer », genre particulièrement ciblé mais qui profite d'une vraie demande arrive en novembre. Toujours ce même mois, nous publions la nouvelle version de Football Manager sur PC qui va profiter cette année, entre autres, d'une nouvelle approche graphique pour le rendre plus grand public. Un nouveau moteur graphique en 3D est proposé, qui rend le jeu plus facile d'accès, plus intuitif. L'objectif est cette année d'élargir encore le public de ce titre, qui se vend généralement à entre 60 et 75 000 exemplaires par an sur PC. Nous venons également de nous positionner sur le segment des jeux musicaux avec Samba de Amigo sur Wii. Nintendo soutient ce genre de jeu et va participer à la promotion du titre en TV via une campagne massive. Nos objectifs lifetime sur ce titre sont d'environ 70 à 80 000 exemplaires en France. Enfin, l'un de nos principaux titres de fin d'année sera Sonic Unleashed, qui marquera le retour de Sonic sur les consoles de salon mi-novembre. Ce titre va profiter d'un très important dispositif marketing, avec là encore un accent sur le TV et le trade marketing. On devrait mettre en place entre 200 et 230 000 pièces du titre.

Que représente aujourd'hui Sonic pour Sega ?
Il s'agit de la franchise la plus connue de Sega mais aussi celle qui se vend le mieux. Les jeux Sonic ont également la capacité à bien performer quelle que soit la machine sur laquelle ils sont proposés. C'est aussi une marque qui aborde différentes typologies de jeux. Nous estimons que ce nouveau titre va vraiment marquer le renouveau de la marque sur les nouvelles consoles, mais aussi sur Wii et PlayStation 2. Sonic a été créé à une époque où les constructeurs, dont Sega, inventaient des mascottes pour aider à vendre leurs consoles. Aujourd'hui, on observe de plus en plus d'éditeurs qui cherchent à se créer une mascotte. C'est important en termes d'image car en général, la mascotte finit toujours par devenir l'emblème de la culture d'entreprise. Vitesse, rapidité, attitude plutôt "cool", sont autant de traits de Sonic qui doivent bien correspondre à Sega.

Quelle est la stratégie éditoriale actuelle de Sega ?
Sega dispose de nombreuses propriétés intellectuelles, dont certaines méritent d'être remises au goût du jour. Cela sera par exemple le cas début 2009 avec House of the Dead : Overkill, en exclusivité sur Wii, qui reste fidèle au principe de cette série de jeux de tir mais qui affiche tout de même un profond renouvellement sur le plan graphique, avec un côté décalé qui correspond pleinement à une population de joueurs qui ont 30 ans et plus. Golden Axe : Beast Riders, prévu pour octobre, marquera également le retour d'une franchise historique de Sega. Et bien entendu, à côté de cela, Sega travaille également à la construction de nouvelles franchises comme Alpha Protocol, Stormrise ou Aliens.

House of the Dead : Overkill

Empire: Total War

Quelle est la politique du groupe en ce qui concerne les studios de développement ?
En interne, nous avons particulièrement renforcé les effectifs de Sports Interactive (Football Manager) et de The Creative Assembly (Empire : Total War, prévu pour février 2009). Nous avons par ailleurs choisi de développer des collaborations avec des studios externes qui ont une forte expérience dans leurs domaines respectifs, à l'image de Gearbox, spécialiste du jeu d'action en vue subjective (Brothers in Arms, Borderlands, ndlr), qui travaille sur Aliens: Colonial Marines pour 2009 ou Obsidian Entertainment, qui a fait ses preuves dans le domaine du jeu de rôle (Neverwinter Nights 2, Knights of the Old Republic 2, ndlr), qui développe Alpha Protocol, prévu pour l'été 2009. Nous pouvons aussi confier une marque telle Sonic à un studio externe, comme nous l'avons fait avec Sonic Chronicles qui a été mis au point par Bioware, l'un des studios les plus réputés dans le domaine du jeu de rôle (qui appartient depuis fin 2007 à Electronic Arts, ndlr). Collaborer avec des studios de cette envergure nous permet par ailleurs d'adresser les communautés de joueurs qui sont sensibles à ces créatifs, ce qui permet de valoriser Sonic auprès des amateurs de jeux de rôle.

Sega a récemment signé avec le label Platinum Games. Dans quel contexte s'inscrit ce partenariat ?
Si nous soignons nos licences historiques, cela ne nous empêche pas de prendre des risques, c'est même l'une des caractéristiques essentielles de Sega. L'un des grands paris que nous faisons aujourd'hui consiste en ce partenariat d'édition avec le studio japonais Platinum Games. Il s'agit d'une toute nouvelle structure certes, mais qui emploie des développeurs de renom dont une bonne partie vient de l'ex-studio Clover de Capcom. On part du principe qu'un bon studio de développement tient avant tout de l'alchimie entre les différents talents individuels. Les équipes souhaitent en effet profiter aujourd'hui de leur statut d'indépendants pour s'offrir plus de liberté de création. Sega a signé quatre titres avec le studio, dont le positionnement est très orienté gamers : MadWorld sur Wii, Bayonetta sur Xbox 360 et PS3, Infinite Line sur Nintendo DS et un quatrième titre développé par le créateur de Resident Evil. Les premiers retours de la presse spécialisée sont très positifs autour des deux premiers titres.

Quelles sont selon vous les particularités de Sega sur le marché actuel ?
Nous sommes tout d'abord le seul éditeur de jeux, hors Nintendo, à être aussi présent simultanément sur les trois principaux marchés du jeu vidéo en termes de consommation et de développement : Japon, Europe et Etats-Unis où nous avons des parts de marché équivalentes. Sega a cette capacité à répondre à des goûts mondiaux en produisant des jeux dans chacune de ces régions qui peuvent rencontrer le succès dans les deux autres. Notre stratégie a toujours été très orientée vers les consoles de nouvelle génération mais nous sommes aussi l'un des éditeurs les plus aptes à faire des choix en termes d'exclusivité pour dédier un titre spécifique à une console. Si notre catalogue comprend des titres largement multiplates-formes comme les licences Marvel par exemple (Hulk, Iron Man, ndlr), nous proposons aussi huit jeux exclusifs à la Wii et neuf à la Nintendo DS au cours de l'année calendaire 2008, ce qui doit faire de nous l'éditeur ayant le plus fort ratio de jeux exclusifs Wii et DS par rapport à l'ensemble de notre catalogue. C'est-à-dire que les développements de ces titres sont orientés pour correspondre à un besoin et une manière de jouer.

Comment vous positionnez-vous sur le marché français ?
De source GfK, nous sommes sixième éditeur sur la semaine 34. L'ensemble de nos ventes cumulées de l'année calendaire (jusqu'à la semaine 34), nous donnent une part de marché de 5 % dans l'Hexagone. Le marché français est le second en Europe pour Sega, après l'Angleterre. Si l'on devait noter une particularité du marché français, je dirais que nous avons tendance à surperformer sur les machines Nintendo, notamment sur des titres orientés gamers comme par exemple la série des jeux Bleach.

MadWorld

Comment se présente aujourd'hui la structure française ?
Nous sommes une quinzaine de personnes, réparties classiquement entre les activités de vente, de marketing et les finances. Nous avons densifié le pôle relations presse puisque Franck Sébastien est désormais secondé par Alexandra Fiore, qui se charge plus particulièrement des médias grand public. Sega développe aujourd'hui de nombreux jeux à destination du grand public, il nous faut donc toucher des médias plus généralistes à l'image de la presse féminine. Nous poussons également depuis deux ans le poste de Trade marketing, en la personne d'Olivier Perron, afin de travailler sur une plus grande visibilité au niveau des points de vente, mais aussi sur l'aspect relation avec la communauté des joueurs Sega. En effet, même si Sega n'est plus aujourd'hui constructeur de consoles, on compte une base conséquente de fans de la marque. Un public que nous souhaitons fidéliser et même élargir.

A combien estimez-vous ces fans de la marque et comment communiquez-vous vers eux ?
Nous estimons à entre 2 000 et 5 000 le nombre de personnes en France qui connaissent vraiment parfaitement la marque et l'histoire de Sega et développent même quasiment un réflexe pavlovien par rapport à la marque ! Au-delà de cette niche de fans, j'estime que nous pouvons aujourd'hui travailler entre 20 et 30 000 personnes sensibles à ce que la marque Sega représente. Nous développons donc nos outils sur Internet, le blog, le Wap, ainsi que des outils dématérialisés pour la distribution. Nous travaillons actuellement sur la création d'un Sega Club qui va viser à fidéliser les joueurs en leur permettant de recevoir des goodies exclusives en achetant des jeux de la marque.

IFA 2008

Le spectacle est dans l

L'IFA est devenu le salon européen incontournable de l'électronique grand public. Cette année, la principale nouveauté de l'événement ne nous intéresse guère puisqu'il s'agit de l'arrivée de l'électroménager. Du coup, les petits constructeurs, notamment asiatiques, ont dû déménager dans des tentes sur le feu parking sud. Il est peu probable qu'ils en soient ravis et cela étend le salon en superficie comme en distance à parcourir. Côté produits, peu d'innovations réelles et un maître mot pour les téléviseurs : le slim.

L'IFA se sont plus de 120 000 m² de stands, dont 13 000 sont réservés au blanc. Le gigantisme a sévi également du côté des exposants avec des stands de plus en plus grands, dédiés pour l'essentiel au grand public. Car l'IFA, c'est avant tout un salon pour les consommateurs qui affluent en masse. C'est la formule allemande qui fait aussi qu'un tel salon puisse exister et il faut bien reconnaitre qu'en France, rien de comparable n'existe ni de près ni de loin. Pour autant, le salon déclare avoir accueilli plus de visiteurs professionnels que l'année précédente, 120 000 contre 90 000. De même, les organisateurs déclarent que le volume de transactions conclues a augmenté d'environ 10 %. Il est difficile pour nous d'estimer le succès auprès des acheteurs français, car le déroulement du salon par-dessus un week-end a pour effet que la presse y va les premiers jours en raison des conférences la veille de l'ouverture et du fait qu'il faut informer le plus vite possible, alors que les professionnels préfèrent la suite avec moins de monde à partir du lundi. Sans être expert en salons, de notre point de vue égoïste, une ou deux journées professionnelles et presse nous permettraient de travailler plus efficacement. Il semble cependant que la majeure partie de la distribution française ait fait le déplacement.

le hall

Plus ou moins pro

Les exposants décident au final de l'importance qu'ils accordent à la presse et aux visiteurs professionnels. Il y a ceux qui cherchent avant tout à impressionner le grand public comme Sony. Il est vrai que le plus beau stand du salon donnait dans la démesure avec 6 000 m² de mise en scène pure. En revanche, l'accueil presse était cantonné dans un coin et avait le plus grand mal à répondre à toutes les sollicitations. De même, nous avons attendu vainement une demi-heure qu'un chef produit nous fasse le tour du stand. Ensuite, il y a ceux qui soignent vraiment les acheteurs comme Philips, avec une partie du hall à l'abri des regards et du grand public mais qui n'est pas accessible aux journalistes. De gros malabars dignes du VIP Room à Saint Tropez dissuadent toute velléité. Au moins, il y avait des tours de stand organisé pour la presse, enfin pour ceux qui aiment suivre un parapluie rouge et perdre du temps à écouter ce qui ne les intéresse pas. A l'autre extrémité de l'organisation, il y avait le hall Hama qui se contentait d'un couloir de passage grand public avec l'essentiel du stand réservé aux professionnels et à la presse. C'est sans doute le groupe Harman qui gère au mieux la dualité du salon. Son hall immense a été utilisé intelligemment pour bâtir une mezzanine géante sur laquelle sont accueillis dans le luxe le plus absolu les professionnels et les journalistes qui peuvent aussi y voir les nouveautés de près.

Dans la continuité

Sinon, il faut bien l'avouer, l'IFA 2008 n'a pas été un grand cru en termes d'innovations. C'est un salon dans la continuité vers le toujours plus sans réelle nouveauté, hormis quelques exceptions réjouissantes comme le vidéoprojecteur à Led. La tendance pour les téléviseurs se résume en deux mots : plus fin. Chaque constructeur nous a affirmé avec le plus grand sérieux que son téléviseur était le plus slim du marché ! S'il est vrai que l'idée d'accrocher un poster au mur séduit de plus en plus la clientèle et que la prouesse technologique est à saluer, l'histoire à raconter ne relève pas du conte de fées non plus. Dans la même veine, les nouveaux chiffres magiques en TV, ce sont les centaines de Hz. Il y avait le premier téléviseur 200 Hz un peu partout mais c'est LG qui gagne avec 600, excusez du peu ! Les tests nous diront si la surenchère sert autre chose que le marketing. Sinon, il semble que le téléviseur va enfin se connecter au Web et au PC, ce qu'il essaie de faire depuis longtemps. En parallèle, on assiste à la démocratisation prévue du Blu-ray et à la confirmation d'une tendance réjouissante : un retour à la qualité audio. Par ailleurs, le GPS était présent en force alors que la photo sera à la Photokina à Cologne.

Régime minceur

La mode cette année est à la minceur et tous les constructeurs proposent sur leur stand des téléviseurs LCD extra-plats. Si bon nombre d'entre eux relèvent du prototype comme les téléviseurs OLED, des produits commerciaux seront disponibles d'ici la fin de l'année en technologie LCD et plasma. Chaque constructeur y va de son superlatif en annonçant le téléviseur le plus fin du monde, évidemment. Ainsi Sharp annonce pour sa nouvelle gamme XS1 2,3 cm d'épaisseur seulement. Une telle prouesse est réalisable grâce à l'adoption d'une technologie LED bien plus compacte pour le rétro-éclairage. Autre avantage de cette technologie, une modulation locale du rétro-éclairage permet au téléviseur d'atteindre un contraste de 1 000 000 :1. Il s'agit de modèles haut de gamme et les premiers échantillons devraient être disponibles début 2009 en 52 et 65 pouces. Pour une version 42 pouces il faudra attendre, aucun prix n'a encore été avancé. A noter que pour la partie audio, Sharp n'a pas fait appel à un débutant puisque c'est Pioneer qui signera la barre de haut-parleurs au bas de l'écran. L'une des conséquences de cette course à la minceur est le grand retour cette année du téléviseur à éléments séparés. Avec des écrans dont l'épaisseur n'excède pas un pouce, les constructeurs ont recours à un boîtier déporté regroupant le tuner et la connectique. Certains le font même sans fil. L'IFA était aussi l'occasion d'admirer la nouvelle mouture du téléviseur Scarlet chez LG en version slim. Avec moins de 4,5 cm d'épaisseur, le look de l'engin au dos rouge est très réussi. En plus, il est disponible dès aujourd'hui et on le trouve à partir de 42 pouces de diagonale. Le contraste est annoncé à 50 000 :1 et c'est bien entendu du Full-HD. D'ailleurs c'est une constante, il n'y a presque plus de téléviseurs HD-Ready. En revanche, ce qui est plus discutable, c'est l'absence de tuner TNT HD qui ne permettra pas au Scarlet de prétendre au label HD-TV. Samsung n'était pas en reste en dévoilant sur son stand un téléviseur LCD (le plus fin du monde, là aussi) de seulement un pouce d'épaisseur, soit 2,54 cm. C'est plus que chez Sharp, mais l'écran Samsung a le bon goût de tout intégrer. Il n'y a donc pas de boîtier externe. Pour le reste, le contraste est de 50 000 :1 et on annonce une commercialisation des 52 pouces pour début 2009. Il n'empêche que la palme de la minceur revient à Sony avec le ZX1. Disponible dès 40 pouces de diagonale, il ne dépasse pas un centimètre d'épaisseur. La technologie LED a permis cette prouesse tout en garantissant un contraste vraiment fabuleux et un rendu des couleurs exceptionnel. Là aussi, le tuner et les connecteurs sont déportés dans un boîtier externe. La transmission des images entre les deux modules se fait sans fil grâce à une technologie radio propriétaire. Le prix annoncé est de 5 000 euros.

Philips Aurea II

Philips offre à son exceptionnelle série de téléviseurs Aurea un petit coup de lifting. Rappelons que le cadre autour de la dalle projette de la lumière en fonction du contenu à l'écran. L'information principale est néanmoins sa disponibilité dès 37 pouces. Les spécifications ont été revues à la hausse. Le contraste passe de 8 000:1 à 30 000:1, la rémanence chute à 2 ms. On profite d'une prise HDMI en plus et de la compatibilité réseau DLNA pour lire le contenu d'un PC. Côté écologie, la consommation en veille passe de 0,8 W à 0,15 W, une donnée que nous ne manquerons pas de vérifier. Pour le reste, le look reste très proche de la version actuelle.

Sony flashé à 200

Chez Sony aussi, on croit au 200Hz. Pour preuve les téléviseurs de la série Z4500 qui sont (bien entendu) les premiers LCD 200 Hz au monde. Comme pour le 600 Hz chez LG, il s'agit d'une solution d'interpolations d'images. Pour l'instant, on ne sait pas quand ce sera en vente, mais on peut se consoler avec la nouvelle série X4500 qui n'est « que » 100 Hz. Le look est fantastique et moins extravagant que la série X3500 précédente. De plus, on profite de la technologie Bravia Engine 2 Pro. Sony annonce un contraste de 50 000 :1 en 40 pouces et 1 000 000 :1 en 46 pouces et plus, tout cela grâce à un rétro-éclairage Led bien entendu. Cela ressemble furieusement au Samsung 950 et il n'est pas impossible que les dalles soient identiques.

Grundig et le son

Grundig se lance dans le projecteur sonore façon Yamaha mais intégré au téléviseur avec sa nouvelle série Vision9. C'est une très bonne idée car s'il y a bien un point qui mérite d'être amélioré c'est le son, généralement déplorable sur les téléviseurs. Grâce à une barre de 16 haut-parleurs situés sous la dalle, Grundig recrée artificiellement un rendu 5.1 virtuel. Ces écrans seront déclinés de 37 à 52 pouces, en Full-HD évidemment. A l'écoute, le bénéfice ne nous est pas apparu flagrant mais il faudra vérifier dans de meilleures conditions que celles du salon.

Samsung en beauté et en finesse

La nouvelle série 8 de chez Samsung s'annonce très prometteuse. Disponible de 40 à 52 pouces, elle intègre une dalle Full-HD. La finesse est de 44,5 mm tout compris. Le tuner est bien entendu TNT HD. Samsung pousse aussi le concept de la télévision communicante un peu plus loin en proposant un système infoLive permettant de suivre l'actu et les tendances boursières grâce à un flux RSS. Les prix de vente sont plutôt sur le haut de la tranche avec pas loin de 2 000 euros pour le 40 pouces, mais l'initiative de Samsung d'intégrer un contenu Internet dédié et facile d'accès semble intéressante. L'écran sera aussi compatible DLNA pour lire le contenu du PC. La série 9 quant à elle intègre un rétro-éclairage Led pour des performances encore plus élevées. On parle d'un contraste de 1 000 000 :1. Elle reprend dans un cadre noir laqué toutes les innovations apportées par la série 8 et ne sera disponible qu'en 46 et 52 pouces. Le 46 pouces devrait se négocier à 3 000 euros environ. A noter aussi que Samsung décline son concept Crystal Gloss à couleur injecté, en d'autres tons que le rouge avec du bleu et du gris. Enfin, Samsung montrait aussi un premier téléviseur 200 Hz. A voir si ce n'est qu'une surenchère de plus.

EP4378_KENSINGTON_LMID-230x300mm_01.qxd 22/08/08 8:57 Page 1

Agence : .../en Personne - RCS B 408 684 389 - Crédits photos : Corbis

Antivol Kensington pour portable. Vous y êtes attaché, attachez-le.

Imaginez... Vous partez 2 minutes et quand vous revenez... plus d'ordi ! Vos photos, votre musique, vos cours, tous vos dossiers... Envolés ! Avec l'antivol Kensington, plus de stress. Verrou de sécurité, câble acier auto-enroulé : vous êtes sûr de retrouver votre portable là où vous l'avez laissé. Plus d'infos et plein de cadeaux attachants à gagner sur **www.attachetonportable.com**

Kensington®

N°1 mondial des câbles antivols pour ordinateurs

ComboSaver®

Toshiba met son grain de CELL

Toshiba a profité de l'IFA pour présenter sa nouvelle série de téléviseurs Regza ZF dont la particularité est d'intégrer un processeur CELL issu de la PlayStation 3 pour réaliser le traitement de l'image. C'est une solution radicale mais on nous a rassuré, toute la puce CELL n'est pas activée, ce qui devrait limiter la consommation. Du coup, le traitement d'image est à l'honneur. En plus d'une dalle 100 Hz, le contraste dynamique est poussé à 30 000 :1. Côté design, Toshiba a remis au goût du jour son cadre à bord fin (moins 20 mm) et c'est très réussi. La sortie du premier échantillon basé sur cette technologie révolutionnaire est prévue pour début 2009 en 40 pouces. Un 46 pouces est également annoncé. Autre nouveauté, Toshiba s'intéresse aux téléviseurs d'appoint avec lecteur DVD intégré. Disponibles en 19 et 22 pouces, les TV de la série DV55X seront déclinées en blanc et en noir pour des prix avoisinant les 400 à 450 euros. Les spécifications sont honnêtes pour ce type d'application, avec 1000 :1 de contraste statique. La disponibilité devrait être immédiate.

L'IFA se met au vert

La mode est à la protection de l'environnement, et ce n'est pas un mal. Alors les constructeurs s'y mettent vraiment. D'autant que bientôt, un bonus/malus écologique risque chez nous de frapper les produits électroniques grand public. De ce fait, beaucoup de constructeurs proposent des innovations liées à la consommation électrique. Du plus petit constructeur au plus grand, chacun y va de sa proposition technique avec une démonstration à la clef. Sur le stand JVC, la série DS9 offre un mode éco effectivement efficace mais qui n'est pas sans conséquence sur la qualité d'image. A noter que JVC va plus loin en réduisant la taille de ses emballages grâce à une construction slim. C'est en effet un argument écologique dans la mesure où on en met 42 cartons de plus par container par rapport à des téléviseurs conventionnels. Du coup, on réduit l'impact écologique du transport, un argument qui se tient. Sur le stand Samsung, même combat, on essaye de réduire la consommation en tirant cette fois partie d'un rétro-éclairage Led plus efficace et qui permet d'avoir une réduction locale lorsque l'image comporte une bonne partie de noir. C'est bien vu et pour une fois, protection de l'environnement rime avec confort visuel. Samsung va également plus loin que la consommation en travaillant sur des méthodes de construction plus respectueuses de l'environnement. Ainsi, le procédé de fabrication des cadres crystal gloss n'utilise pas de solvant pour ajouter une touche de couleur aux plastiques. Cette nouvelle méthode d'injection de pigment se veut plus écologique. Bien sûr, tous les produits de la gamme sont garantis sans mercure. LG a mis en avant un procédé d'adaptation de l'image en fonction de la lumière ambiante. C'est un système qui est déjà connu sur les appareils de la marque sous le nom de « Intelligent eye ». Désormais, il faudra le nommer « Intelligent sensor » car en plus du rétro-éclairage, le système adapte le rendu des couleurs et le contraste aux conditions lumineuses ambiantes. Ce procédé équipera désormais l'ensemble de la gamme LG. Sharp a également repris son excellent capteur de lumière ambiante sur toute la gamme. Chez Loewe, on travaille également sur le sujet avec l'adaptation de la consommation au contenu de l'image. Bref, c'est une bonne chose. D'une façon générale, le passage progressif du tube fluorescent à la technologie LED devrait permettre de gagner encore 30 % de consommation sur les téléviseurs et ce sans perte visuelle.

Loewe, une référence

Loewe définit un nouveau style avec son système référence et c'est du grand art. Le téléviseur affiche 6 cm d'épaisseur. C'est beaucoup comparé aux autres mais le design en galet du dos de l'appareil offre une finesse visuelle remarquable. Le « Reference » intègre ce que la marque fait de meilleur en matière de télévision. Il s'agit d'une dalle 52 pouces 100 Hz Full-HD et l'appareil devrait être équipé d'un enregistreur intégré. Pour le reste, le constructeur prévoit une mise à jour de son excellente gamme Connect avec toujours un design blanc de toute beauté qui semble plaire à la clientèle luxe de la marque.

GabariPub JDLI:gabariPub 11/09/2008 13:18 Page 1

SBR-1000

Toute l'intensité du Cinéma
dans votre salon !

Blu-ray Disc™

199€ TTC*

- Lecteur Blu-Ray Disc version 1.1 Deep Color
- Full HD 1080p / HD Ready 1080i / 24p-60Hz
- DVD UPSCALER 720p / 1080i / 1080p
- Port HDMI version 1.3 / YUV / RGB
- Gestion du PiP (Picture in Picture)
- Compatible : BD / DVD / VCD / CD / CD-R(RW) / DVD+R(RW) / WMA / JPEG

HDMI 1.3 · 24P · DVD · DOLBY DIGITAL · DOLBY DIGITAL+PLUS · DOLBY TRUEHD · dts

*(prix public conseillé)

www. sigmatek.fr

SiGMATek® HDIVISION

Les TV plasma - Les TV plasma - Les TV plasma -

Le plasma revient

Il n'y a pas que le LCD dans la vie. L'IFA 2008 a été riche en nouveautés sur le plan du plasma avec des téléviseurs extra-slim et de nombreuses innovations. Commençons par un des spécialistes du genre : le coréen LG. Il sort deux nouveaux plasmas dans une nouvelle série PG7000 assez haut de gamme. Disponibles en 50 et 60 pouces pour l'instant, ces écrans disposent d'une technologie de pointe baptisée 600 Hz. L'idée est de ne plus afficher les films en 50 trames par seconde, mais d'en afficher 600 en calculant 12 images intermédiaires à partir de l'image d'origine. On nous promet une plus grande fluidité dans les mouvements et beaucoup moins de rémanence. Cette surenchère nous paraît toutefois un peu suspecte du point de vue de l'intérêt réel.

Neo-plasma, le fin du fin

Chez Panasonic, on travaille beaucoup sur la technologie plasma car le fabricant est leader sur le segment. Grâce à l'adoption de nouveaux scintillateurs, les dalles de la marque affichent une finesse insolente. Le modèle présenté à l'IFA est un 50 pouces Full-HD de moins de 2,54 cm d'épaisseur (un pouce). Avec un tel record, le plasma chasse sur les terres du LCD quand on sait que Samsung est par exemple à 2,5 cm et Sharp à environ 2,3 cm. Pour simplifier le design de l'appareil, Panasonic a eu recours à une architecture en éléments séparés. Un boîtier externe regroupe les connecteurs et les tuners. La connexion entre la dalle et le boîtier est sans fil grâce à une technologie radiofréquence maison. A noter que sur son stand, Panasonic disposait d'une dalle Quad HD de 150 pouces de diagonale d'une résolution de 2160 x 4096 pixels. Bref, on le voit, l'avenir du plasma semble assuré et c'est une excellente nouvelle pour tous les amateurs de home cinéma. D'ailleurs chez Panasonic, on est tellement content des ventes de la série Z800 que l'on songe à décliner ce modèle dans des diagonales supérieures. C'est vrai qu'il s'agit là d'une série d'écrans plasma Full-HD d'exception. Ces téléviseurs seront donc désormais disponibles en 58 et 65 pouces, pour un prix de vente respectif de 6 000 et 8 000 euros environ. Les spécifications laissent rêveur avec un contraste natif à 30 000 :1 alors que le dynamique est carrément à 1 000 000 :1. On aura droit à un traitement d'image Vreal 3. Bref, du grand art, qui se paye malheureusement au prix fort.

L'Oled, pour bientôt

L' Oled a amorcé son grand retour sur le salon. Rappelons que l'avantage principal est une finesse record. La technologie que l'on ne finit plus d'attendre va finir par arriver dans les salons, sans doute pour Noël. C'est du moins le cas du XEL-1 de Sony. Le contraste est excellent (on nous promet 1 000 000 :1), et la finesse de la dalle impressionnante. Mais voilà, si l'écran n'est pas HD, sa diagonale n'est que de 11 pouces et son prix est d'environ 2 000 euros. On pouvait également admirer un proto Oled de 27 pouces, uniquement là pour épater la galerie car aucune date de commercialisation n'est prévue. Samsung a été plus généreux en proposant sur son stand un 14 pouces et un 31 pouces vraiment impressionnants de finesse. Les angles de vision sont excellents. Quelle que soit la position, on voit tout aussi bien. Le prix n'est pas encore connu et aucune date de distribution n'a été annoncée. Interrogé sur le sujet, Samsung nous répond que pour l'instant, c'est une technologie qui est encore difficilement viable d'un point de vue économique car le coût par pouce de diagonale avoisine les 150 euros, rien que pour la dalle.

GabariPub JDLI:gabariPub 11/09/2008 14:37 Page 2

Découvrez la différence.

Un design pliable unique.

www.microsoft.com/france/hardware

GabariPub JDLI:gabariPub 11/09/2008 14:37 Page 3

Microsoft®

Arc mouse

Découvrez la différence.

Designée pour
plus de confort

Pliable pour
plus de mobilité

Aucun compromis entre design et performance !

Sans fil 2.4GHz
Mini-récepteur
Technologie Laser Haute définition
Compatible Windows XP & Vista et Mac

Un plan marketing fort
pour favoriser le trafic en magasins

	SEPTEMBRE			OCTOBRE
	09	16	19	15
Blogs et communauté Hardware				
Evénement bloggeurs				
Presse				
Evénement presse international				
Evénement presse local				
Communiqués de presse				
Publicité 1DLI magazine				
Plan média				
Online				
Création d'un mini site dédié				
En magasin				
PLV Libre Touché				
Catalogue				

Plus de 1 million de contacts !

PLV Design
Plusieurs salons

GabariPub JDLI:gabariPub 11/09/2008 14:36 Page 1

Microsoft

Découvrez la différence.

La souris qui vous accompagne partout.

www.microsoft.com/france/hardware

L'avenir du **vidéo-projecteur** sera LED

Sur le stand DLP, il y avait une démonstration de ce que sera la projection de demain et qui pourrait bien convaincre les plus réticents à transformer leur salon en salle de cinéma. Rappelons que DLP est une technologie de projection par micro-miroirs qui a la particularité de délivrer une profondeur de noir inégalée. Les puces DLP sont fabriquées par Texas Instruments qui les vend aux fabricants de projecteurs. Dans une salle home cinéma de taille déjà très respectable, DLP présentait le premier vidéoprojecteur DLP à Led pour le cinéma à la maison. Une Led est une diode électroluminescente qui a la particularité de consommer peu et d'offrir un spectre de couleurs largement supérieur à une lampe traditionnelle. Il n'y a donc plus de lampe dans le projecteur qui est ainsi libéré de la contrainte qui freinait de nombreux acquéreurs potentiels, car son remplacement au bout de quelques milliers d'heures coûte cher, parfois la moitié du projecteur. Les Led ne se changeront pas et leur durée de vie sera celle de l'appareil. Autre avantage, un dégagement de chaleur bien moindre ce qui pourra aboutir à des projecteurs totalement silencieux. Par ailleurs, la fidélité chromatique est exceptionnelle. Le seul bémol vient de la luminosité jusqu'à présent trop faible pour un usage dans le salon. Le prototype présenté règle le problème avec une luminosité de 900 lumens qui s'approche de celle des modèles à lampe. Et le résultat s'avère franchement bluffant. La qualité en Full-HD est excellente avec un taux de contraste hallucinant et surtout des couleurs incroyables. Difficile de juger la luminosité dans le noir absolu mais a priori, cela devrait suffire même pour une pièce dans la pénombre. Texas Instrument a finalisé le système qui pourra prochainement être livré aux fabricants mais il faudra sans doute encore attendre un an ou deux avant de voir les premiers modèles en rayon.

Optoma

a rétréci le projecteur

Optoma présentait le premier vidéoprojecteur de la taille d'un smartphone qui sera en vente dès novembre au prix de 300 euros. Il ne pèse que 115 grammes et est capable de projeter une image d'un taille A4 dans un environnement éclairé et même jusqu'à un diamètre d'un mètre dans le noir. Alimenté par batterie, son autonomie est de deux heures avec une recharge très simple par port USB. L'entrée est en composite vidéo. La technologie est à Led d'origine Texas Instrument en DLP. Les applications sont aussi nombreuses que variées depuis la présentation jusqu'à la vidéo en cours de récréation. Optoma présentait aussi une nouvelle version de son projecteur Full-HD entrée de gamme. Le HD800LX LV en propose effectivement beaucoup pour 1 800 euros avec une luminosité très forte à 20 000 lumens et une mise à l'échelle meilleure que le prédécesseur, le tout en technologie DLP réputée pour une profondeur de noir irréprochable.

Mitsubishi

projette le noir

Mitsubishi renouvelle sa gamme de vidéoprojecteurs Full-HD déjà excellente au demeurant. Nouveau vaisseau amiral dans une nouvelle coque, le HC700 est un peu plus imposant mais offre un rendu jamais atteint en LCD, dixit le constructeur japonais. Il est vrai que la démonstration dans le home cinéma du salon était impressionnante. En utilisant pourtant toujours une puce tri-LCD de précédente génération, la profondeur de noir délivrée est tout simplement parfaite. Mitsubishi a réussi cet exploit grâce à de nouveaux filtres et une iris développée pour l'occasion appelée Diamond Black. Le fabricant annonce un taux de contraste record à 72 000 :1 et une luminosité de 1000 lumens. En parallèle, l'émission sonore a encore été réduite pour atteindre 17 dB ce qui est quasiment inaudible. Le prix sera de 3 500 euros. Le HC6500 dispose aussi de la nouvelle coque et de la réduction du bruit mais devra se contenter du taux de contraste à 15 000 :1 du précédent modèle HC6000. Bonne nouvelle, le prix baisse à 2 500 euros. Et en entrée de gamme Full-HD, le HC5500 offre pour 1 500 euros un nouveau traitement vidéo HQV qui devrait aboutir à une mise à l'échelle bien plus performante du contenu en basse résolution que celle dont était capable le prédécesseur HC4900.

Sony
enfin prolifique

A l'IFA, Sony annonce enfin une gamme complète de lecteurs Blu-ray. Il y a ainsi trois nouveaux modèles de lecteurs avec un haut de gamme à 1 500 euros, le S5000ES qui en dehors d'être gros et lourd devrait selon Sony procurer l'expérience home cinéma ultime avec une image retravaillée et un son du même acabit grâce notamment à un mécanisme de lecture parfaitement stable. Sony propose aussi des lecteurs à des prix plus raisonnables, les S350 et S550 proposés à respectivement 300 et 400 euros. On peut enfin parler de démocratisation, d'autant qu'ils disposent de tout ce qui est nécessaire et du BD-Live aussi. Le 550 aura en plus la possibilité de stocker le contenu du Web sur le Go de mémoire intégré. En audio, seul le 550 gère le DTS Master Audio et offre en plus une sortie 7.1 analogique décodée. On voit bien là que les fabricants ont du mal à segmenter le marché des lecteurs de Blu-ray avec une image et un son numériques déjà parfaits par définition. Ils ont donc recours à des différenciations peu convaincantes ou en l'occurrence inacceptables, comme de priver le 350 d'un format audio HD. La différenciation par la sortie analogique audio, qui peut ou non être utile selon l'installation, est déjà plus sensée. Sony a également annoncée une chaîne home cinéma Blu-ray 5.1 très design avec des satellites d'une finesse extrême. La BDV-IT 1000 sera disponible en novembre à 2 000 euros.

Panasonic
enregistre sur Blu-ray

Panasonic a présenté à l'IFA le premier lecteur/enregistreur Blu-ray de salon, le DMR-BW500. Lancé début novembre dès que la TNT haute définition sera diffusée en France, ce centre de loisir numérique tout-en-un devrait enfin alimenter dignement tout téléviseur plat en contenu haute définition. En effet, ce lecteur/enregistreur numérique sera doté un double tuner TNT HD qui permettra de recevoir les 18 chaînes gratuites de la télévision numérique terrestre ainsi que les trois qui seront en haute définition, à savoir TF1, France 2 et M6. Le BW500 pourra aussi les enregistrer sur son disque dur avec la possibilité de regarder une autre émission en même temps voire d'en enregistrer deux et d'en regarder une autre si le téléviseur est aussi équipé d'un tuner idoine. Et la qualité sera la meilleure possible puisque l'enregistrement gardera le signal d'origine. Pour archiver une émission, le BW500 permet également de la graver sur Blu-ray vidéo. C'est évidemment une grande première en Europe, même si les supports sont encore très onéreux. Panasonic commercialisera d'ailleurs en même temps les disques vierges compatibles qui coûteront 10 euros pour un Blu-ray enregistrable de 25 Go, 20 euros pour 50 Go et en réinscriptible 15 euros pour 25 Go et 30 euros pour 50 Go. Les possibilités ne s'arrêtent pas là puisque le BW500 est également capable d'enregistrer de la vidéo HD au format AVCD et des photos en JPEG depuis une carte mémoire SD ou une clef USB et ce sur le disque dur ou sur un Blu-ray, ce qui résout enfin la problématique de diffusion des caméscopes HD. L'appareil fait évidemment aussi office de lecteur DVD/Blu-ray. Et en la matière, Panasonic produit la meilleure image qui soit d'autant que le BW500 sera doté de la dernière technologie. La sortie vidéo se fera évidemment en 24p et la platine est compatible avec tous les bonus interactif, y compris le BD-Live qui permet de recevoir du contenu par Internet. De même, tous les formats HD sont gérés jusqu'au 7.1. Il y a toutefois un tout petit détail à considérer, ce lecteur/enregistreur ultime devrait coûter la bagatelle de 1 800 euros. Panasonic renouvelle également ses deux lecteurs Blu-ray au demeurant déjà excellents. Les DMP-BD 55 et 35 remplacent donc les 50 et 350. Ce qui distingue les nouveaux modèles, c'est surtout une nouvelle évolution du processeur maison Chroma Plus. Rappelons que Panasonic est un des rares constructeurs sinon le seul à développer son propre traitement de l'image avec à la clef il est vrai un rendu plus naturel que les autres platines dont l'image est très souvent un peu chirurgicale. Les deux lecteurs sont désormais compatible BD Live pour le contenu interactif en provenance du Web. De même, tous les formats audio HD sont gérés jusqu'au 7.1. La seule chose qui différencie le BD55, c'est la sortie analogique audio 7.1 décodée et dotée en amont d'un convertisseur analogique haut de gamme. Ce modèle n'aura donc d'intérêt que pour ceux qui disposent d'une chaîne home cinéma dépourvue d'entrée numérique HDMI.

Toshiba rénove le DVD

Après l'arrêt du HD-DVD, Toshiba devait trouver une nouvelle approche de la haute définition qui aurait pu être simplement le passage au Blu-ray. Mais sans doute vexé par la défaite, le géant japonais boude pour l'heure cette technologie. Cela risque tout de même de le marginaliser quelque peu alors que tous les acteurs du support vidéo présentaient au minimum un lecteur Blu-ray, y compris les spécialistes de la haute fidélité. Toshiba ne pouvait pas en rester là et a donc trouvé un nouveau créneau, celui de l'amélioration des sources existantes. Et pour le DVD cela se traduit par la technologie XDE. Le premier lecteur à en être doté sort sous peu et se nomme XDE 500. Il coûte 150 euros, mais une offre de remboursement a lieu au lancement d'un montant de 50 euros. Sa particularité est de permettre à l'utilisateur d'activer ou non des fonctions d'amélioration de l'image. Par ailleurs, il met le contenu à l'échelle pour les téléviseurs HD et ce jusqu'au 1080p en 24 images par seconde. Le résultat varie grandement en fonction de la source et du diffuseur. C'est pour cela qu'il faut réellement jouer sur l'activation des fonctions. Il est vrai que sur certains téléviseurs LCD et des films en particulier, l'amélioration est spectaculaire. Si la source est déjà très nette, le résultat s'avère moins probant, tout comme sur un plasma ou un vidéo-projecteur. Il n'en demeure pas moins que pour tous ceux qui ne passent pas au Blu-ray et ceux qui veulent diffuser leur bibliothèque DVD sur leur nouveau téléviseur HD avec une bonne qualité sans se ruiner, c'est une bonne solution.

LG mise sur le DivX

LG annonce une nouvelle platine Blu-ray qui se distingue de la concurrence par sa capacité à lire du DivX HD. Et elle ne le fait pas qu'à partir d'un DVD gravé mais aussi et plus simplement par son port USB en façade. Il suffit donc de copier la vidéo à ce format sur une clef USB depuis le PC et de la connecter au lecteur Blu-ray. Sinon, le lecteur dispose également de la compatibilité BD Live et donc d'une prise réseau pour la relier à Internet et y puiser le contenu interactif qui sera proposé un jour par les éditeurs vidéo (peut-être). Son prix de 400 euros paraît très raisonnable au regard des fonctionnalités. LG continue aussi à développer sa gamme de chaînes audio et home cinéma avec pour principal originalité un design vraiment soigné. Nouvellement présenté à l'IFA, l'ensemble DVD HT335 est un 2.1 avec donc deux enceintes satellites et un caisson de basses. Le fabricant vante son système de virtualisation du son dont l'effet sera évidemment limité mais quoi qu'il en soit, les foyers sont de moins en moins nombreux à accepter les câbles et les enceintes arrière. LG s'appuie comme pour les téléviseurs sur son partenariat avec Mark Lewinson pour la qualité sonore, mais ce sera sans doute par le design très réussi et l'aspect futuriste des réglages tactiles que la chaîne pourra convaincre. D'autant qu'à 350 euros, l'addition n'est pas trop salée. Le géant coréen est également très actif dans le domaine de la vidéo-projection. Le nouveau projecteur Full-HD home cinéma AF115 intègre la technologie très performante Sony SXRD et ce à un prix très contenu de 2 500 euros.

Yamaha vers la HD

Yamaha renouvelle une bonne partie de sa gamme home cinéma. Ainsi, les amplificateurs audio-vidéo reçoivent du renfort en haut de gamme. Le RX-V3900 dispose non seulement de sept canaux à 200 Watts mais propose aussi cinq prises HDMI en entrée et une en sortie. A signaler qu'une entrée se situe en façade, ce qui est pratique pour connecter un caméscope HD. Tous les formats audio HD sont évidement décodés et comme d'habitude chez Yamaha, un DSP très puissant permet d'adapter le son à ses préférences. L'amplificateur est également capable de se connecter au réseau et de diffuser la musique contenue sur un PC ou un serveur grâce à la compatibilité DLNA. Sinon, une prise USB permet également de lire du contenu audio par ce biais. Il en coûtera tout de même 1 800 euros. Le RX-V1900 suffira à la majorité des utilisateurs avec ses sept fois 180 Watts mais il n'offre pas de capacités réseau. Son prix devrait se situer aux alentours de 1 300 euros. Yamaha sort également un lecteur Blu-ray plutôt haut de gamme puisqu'il devrait être vendu à plus de 1 000 euros. Pour le prix, il ne sera pas compatible BD Live, une généralité pour les modèles des fabricants Hi-Fi en retard par rapport aux géants de l'électronique grand public sur ce plan. Le BD-S2900 dispose d'un lecteur de cartes mémoire SD et gère tous les formats ainsi que l'upscaling 1080p. Cela ne le distingue cependant guère des modèles plus grand public bien moins chers. A voir si la mise à l'échelle et le traitement vidéo peuvent justifier un tel écart.

Denon multiplie

Denon a mis à jour l'intégralité de sa gamme d'amplificateurs audio/vidéo en adoptant tout d'abord deux couleurs, avec le silver premium ou le noir déjà disponible sur la précédente génération. En entrée de gamme, l'AVR-1509 (400 euros) est un modèle 5.1 qui bénéficie d'une nouvelle alimentation huit ampères, du système de calibrage Audissey dynamique et de deux entrées HDMI. So grand frère l'AVR-1709 reprend les mêmes caractéristiques en lui ajoutant sept canaux d'amplification (500 euros). L'AVR-1909 (700 euros) est le premier modèle de la gamme capable de gérer les nouveaux formats audio HD (Dolby True HD et DTS Master Audio). Outre ses trois entrées HDMI, il a également la particularité d'offrir la mise à l'échelle en 1080p de n'importe quelle source vidéo qu'elle soit numérique ou analogique. Le constructeur lance également trois lecteurs de Blu-ray mais à des prix exclusifs du moins pour le DVD-3800BD qui vaudra 2 000 euros mais propose à ce prix un traitement d'image de compétition. En revanche, il faudra se passer du BD-Live. Le HD Transport se passe lui du traitement et propose uniquement une sortie HDMI pour tous ceux qui laisseront l'amplificateur se charger du reste. Presque populaire, le DVD-1800BD est proposé à 800 euros, sans BD-Live aussi.

Harman dans le style

Le groupe Harman a montré à l'IFA que le son haut de gamme ne rime pas forcément avec laideur. Ainsi les enceintes Infinity dont la particularité est d'utiliser des haut-parleurs à membrane plane montrent que le design et même la compacité peuvent rimer avec qualité sonore ultime. Réalisées pour le quarantième anniversaire de la marque, les enceintes Prélude 40 intègrent tout le savoir-faire du fabricant. Ce sont deux colonnes certes hautes mais aussi très fines grâce notamment au système de basse orienté vers le côté. Le son restitué impressionne par une pureté exceptionnelle, tout en ayant beaucoup d'ampleur. Le prix sera sans doute aussi impressionnant et il n'a d'ailleurs pas encore été annoncé. Chez Harman/Kardon, le haut de gamme est également à l'honneur avec notamment un simple amplificateur stéréo qui se paie au kilo. Le HK990 s'inscrit bien dans le mouvement d'un retour à la Hi-Fi et il faudra s'y prendre à plusieurs pour déplacer ce colosse à 1 500 euros. Les amplificateurs audio-vidéo haut de gamme AVR 755 et 655 se verront eux dotés dès janvier du système Dolby Volume qui ajuste automatiquement le niveau sonore quelle que soit la source choisie. La chaîne MS100 suit l'autre grande tendance, celle des petites chaînes stéréo design avec dock iPod. Elle sera disponible en octobre pour 600 euros. Enfin, les enceintes multimédia 2.0 GLA-55 sont pour le moins originales avec leur forme baroque qui imite un crystal géant. Il faudra juste voir ou plutôt écouter si pour 600 euros, le son est à la hauteur de l'investissement. Autre marque du groupe, JBL innove aussi avec des enceintes bibliothèque pour le moins originales. Les Control Now se présentent sous forme d'un angle arrondi de 90°. Cette présentation originale permet d'y loger deux enceintes médium/basse et un tweeter avec une excellente diffusion spatiale. Par ailleurs, la forme permet une grande liberté de placement et il est possible d'en mettre deux bout à bout pour une diffusion plus large. Cela peut aller jusqu'à l'anneau de quatre modules à pendre au plafond pour une diffusion à 360°. Le prix unitaire sera de 230 euros.

Onkyo démocratise l'audio HD

Onkyo avait signé un retour en force avec ses amplificateurs audio/vidéo de la série XX5 qui avaient été les premiers à démocratiser les formats audio HD disponibles sur les Blu-ray et ce en direct par le HDMI avec le support du Dolby True HD et du DTS Master Audio. Le succès fut d'ailleurs tel que le fabricant avait du mal à satisfaire les demandes. Onkyo renouvelle cette année toute la gamme qui passe au chiffre six. Le plus remarquable sera sans doute le rapport équipements/prix. C'est à prendre au conditionnel car les tarifs n'ont pas encore été définitivement arrêtés. Le TX-SR606 va donc remplacer le 605 qui avait été la star des amplificateurs en 2007. Il dispose désormais de quatre entrées HDMI au lieu de deux et d'une mise à l'échelle plus qualitative jusqu'au 1080i. Le prix devrait se situe autour de 650 euros. Le 706 y ajoute l'upscaling en 1080p et la certification THX pour un prix sans doute voisin des 900 euros. Onkyo présente aussi son premier lecteur Blu-ray qui est annoncé à 600 euros mais qui ne gère pas le BD Live. Pour la musique, le fabricant japonais surfe sur la vague des mini-chaînes haut de gamme avec la CS-725 qui coûtera sans doute près de 600 euros. Son look qui rappelle la Hi-Fi d'antan est vraiment très réussi. Plus novatrice, la chaîne CS-925 est dédiée au son numérique avec un disque dur qui se propose d'enregistrer à partir de multiples sources et notamment depuis tout support de stockage USB.

JDLI134-P20-31-IFA 2008-BAT:JDLI 12/09/2008 09:39 Page 31

Garmin modernise sa navigation

Garmin a de fortes ambitions en Europe et multiplie les modèles, mais les fonctions de navigation étaient en retard sur ce qui se pratique généralement. La nouvelle gamme rattrape et va même jusqu'à compiler tout ce qui se fait sur le marché. Garmin déclare avoir attendu pour disposer de nouvelles puces capables de traiter le tout sans ralentissements. Ainsi, le Nüvi 765 en offre beaucoup pour 400 euros. Il dispose d'un classique écran 4,3 pouces mais l'affichage se fait désormais en 3D pour les monuments marquants. Les échangeurs se maîtrisent aisément grâce à l'assistant de changement de files et les panneaux routiers sont enfin de la partie. Le Bluetooth est stéréo et gère le profil A2DP. La version 755T moins chère se passe du Bluetooth et ne fait pas office de lecteur MP3. Le Nüvi 550 Allround se contente d'un écran 3,5 pouces au même prix mais compense par son aptitude outdoor et ses applications multiples. Etanche et résistant à la poussière, il peut s'utiliser en bateau, en deux roues motorisé ou non ainsi qu'en randonnée. Il est d'ailleurs capable d'accueillir les cartes marines et topographiques du fabricant. Pour la bicyclette et la moto, des fixations spéciales sont prévues. Pour ce type d'usage, son autonomie a également été augmentée pour atteindre huit heures. Fort logiquement, l'utilisateur aura le choix du parcours en fonction de son moyen de locomotion.

Navigon démocratise la navigation assistée

Premier fruit de la collaboration avec ViaMichelin, désormais tous les GPS de la marque disposeront des points d'intérêt des Guides Rouge et Vert. Moyennant finance, le guide complet pourra être téléchargé sur le système de navigation. Par ailleurs, le fabricant allemand décline ses fonctions haut de gamme sur des modèles plus voire très abordables. Ainsi le 7210 est un classique 4,3 pouces à la face avant parfaitement plane avec l'écran qui se fond dans le bord noir pour un look vraiment réussi et tout en finesse. Pour 350 euros, il inclut l'Europe entière, le Bluetooth, l'info trafic par TMC, la représentation en 3D, l'assistant de changement de files, la vue détaillée des échangeurs, et le tout en version pro. Il est le premier à proposer également l'avertisseur de virages dangereux. Le 2200 offre la même chose sans les virages en 3,5 pouces mais pour la France seulement, au prix très serré de 150 euros. Ainsi, le consommateur soucieux de son budget aura tout de même accès à tous les raffinements possibles pour la navigation.

Moov vers le haut

Mio Digi Walker

Après avoir renouvelé sa gamme de GPS autonomes par le bas, Mio annonce le haut de gamme avec le Moov 570 qui affiche une diagonale d'écran de 4,7 pouces et intègrant toutes les fonctions avancées. La carte couvre l'Europe de l'ouest, l'info trafic par TMC est de la partie et le GPS fait office de kit mains-libres en Bluetooth. Le C728 va même jusqu'au sept pouces et intègre un tuner TNT pour recevoir la télévision.

Logitech illumine le clavier

Quelques semaines seulement après avoir annoncé le Cordless Desktop Wave Pro, Logitech présente sa toute dernière innovation en matière de claviers avec l'Illuminated Keyboard. Ce modèle filaire doit évidemment son nom à ses touches dont seuls les caractères sont rétro-éclairées. Illuminé, Logitech l'a également été pour le design tout en sobriété. Le clavier adopte un cadre translucide et affiche une épaisseur de seulement 9,3 mm. Il ne fait pas pour autant l'impasse sur l'essentiel. On retrouve ainsi les principaux raccourcis et contrôles multimédia. Logitech promet comme toujours un confort de frappe sans égal, grâce notamment à sa technologie maison PerfectStroke et au revêtement Soft-touch. L'Illuminated est attendu pour le mois d'octobre à un prix voisin des 60 euros. Le constructeur a également annoncé l'arrivée du DiNovo Keyboard for Notebooks pour le mois prochain. Cette version optimisée pour les ordinateurs portables utilise la technologie sans fil 2,4 GHz et sera équipée d'une batterie affichant une autonomie record de trois ans. Côté design, le DiNovo Keyboard for Notebooks devrait rester proche de ce qui a fait le succès des modèles précédents, le noir laqué et la finesse notamment.

Telefunken réinvente l'album photo

Les cadres photo numériques se succèdent et finissent tous par se ressembler. Néanmoins, avec le So Family, Telefunken risque bien de changer la donne. Doté d'un écran de huit pouces, il bénéficie d'une résolution suffisamment élevée pour faire honneur à toutes les photos. Mais Telefunken va encore plus loin en soignant tout particulièrement l'interface graphique. Simple d'emploi, le cadre se pilote à l'aide de trois boutons seulement et il s'adresse ainsi aux utilisateurs qui ne sont pas particulièrement férus de technologie. Le constructeur s'est d'ailleurs associé au site kizoa.fr pour le développement du So Family qui bénéficie également de services intéressants. Ainsi, le cadre photo est équipé d'une prise téléphonique et d'une mémoire interne de 128 Mo pour télécharger facilement des photos à partir du site. On pourra également copier des photos à partir de n'importe quelle carte mémoire grâce au lecteur qui couvre tous les formats actuels. Le So Family peut aller chercher les diaporamas sur le site de Kizoa de deux manières. La première consiste à se connecter manuellement grâce à l'interface très intuitive. Il en coûtera alors 0,34 euro par minute. Pour un usage plus intensif, il est possible de souscrire un abonnement mensuel de huit euros ou dégressif pendant un an. Dans ce cas, les coûts de connexion sont inclus et le cadre va chercher automatiquement les photos. Enfin, le So Family intègre une batterie afin de le prendre en main et de regarder les images à l'instar d'un vrai album photo. Le cadre photo numérique So Family sera disponible au mois d'octobre au prix de 200 euros.

Auralog : marketing massif

L'éditeur français spécialiste du logiciel d'apprentissage de langues étrangères lance actuellement une campagne marketing massive pour soutenir les titres de la gamme Tell Me More. *« Nous investissons un budget de trois millions d'euros environ pour communiquer très fortement sur la marque en TV et en presse »*, explique Cécile Loyer, Marketing manager B to C chez Auralog. Un spot TV va être diffusé en chaînes hertziennes et un partenariat a été signé avec Canal +. *« Nous sommes sur un segment de marché logiciel qui baisse de 15 à 20 % chaque année. En tant que leader avec 49 % de parts de marché en France en 2007, nous estimons que c'est à nous de prendre la parole pour relancer ce marché sur PC »*. Un tel investissement peut sonner comme le « quitte ou double » pour l'éditeur. *« Soit nous allions continuer à voir le business s'effondrer, soit nous prenions des initiatives drastiques pour élargir le public de cette catégorie de logiciels »*. Les objectifs d'Auralog sont de multiplier par trois les ventes du logiciel Tell Me More. *« À terme, si nous parvenons à élargir notre clientèle, nous pensons pouvoir atteindre 160 000 exemplaires vendus par an d'ici 2010 »*. Rappelons en effet que le marché du logiciel multimédia est malade depuis des années et que le genre du logiciel PC d'apprentissage de langue subit de plus les coups de butoir des titres du genre proposés sur Nintendo DS ou encore des méthodes en ligne. *« Cette campagne de promotion met en valeur l'aspect oral de la méthode. Tell Me More permet de désinhiber les personnes pas forcément à l'aise avec l'expression orale »*. L'éditeur vient de réimplanter 15 000 exemplaires de Tell Me More (la dernière version, parue en septembre 2007). Une version spéciale euronews sera publiée en octobre (voire guide multimédia). Les logiciels Auralog sont distribués en France par Avanquest.

Iomega
trouve le chaînon manquant

Les disques durs multimédia permettent de diffuser très facilement le contenu multimédia directement sur un téléviseur. Mais l'évolutivité du produit reste assez restreinte. Iomega propose donc une alternative intéressante, le ScreenPlay TV Link. Il s'agit d'un boîtier à connecter au téléviseur et qui dispose d'une prise USB Host. Il suffit alors de brancher un périphérique de stockage USB. Il est ainsi possible de stocker le contenu multimédia sur plusieurs disques durs ou clefs USB. De plus, le produit est très compact puisqu'il ne mesure que 8,3 x 7,8 x 2 cm et pèse moins de 115 g. *« Utiliser le ScreenPlay TV Link pour faire le lien entre le monde informatique des fichiers média numériques, de l'univers du home cinéma et de la télévision fait évoluer naturellement la pièce de vie familiale et constitue une nouvelle option formidable dans le domaine du divertissement à domicile. »* explique Frédéric-Olivier Laurent, Chef des Produits ScreenPlay chez Iomega. Le ScreenPlay TV Link est d'ores et déjà disponible au prix de 79,90 euros.

Lego Batman
briques à Bat

Warner Bros Interactive Entertainment publiera le 9 octobre les sept versions de Lego Batman. *« Il s'agit du plus important lancement à ce jour pour WBIE, avec de loin la plus forte mise en place et le plan marketing le plus massif »*, avance Olivier Perbet, Responsable marketing France au sein de la branche jeu vidéo du groupe américain Warner. L'éditeur annonce en effet une implantation de 200 000 exemplaires sur le marché français et une campagne marketing *« d'environ un million d'euros »*. L'objectif : reconduire le succès remporté par les derniers jeux vidéo basés sur l'univers des jouets Lego et sur une licence populaire. *« 500 000 exemplaires des jeux Lego Star Wars ont été vendus en France »*, rappelle Olivier Perbet. *« Pour 14 millions de ventes au niveau mondial »*. Ces performances sont liées à la popularité tant des fameux jouets que de la licence des films de George Lucas. Avec Lego Batman, WBIE s'adresse à nouveau à un public assez large. *« Notre cœur de cible se trouve chez les six à 14 ans. Batman est dans le top 3 des super-héros les plus populaires auprès des six à neuf ans. Mais l'univers de Batman peut aussi tout à fait parler aux joueurs plus âgés »*.

2008, l'année Batman chez Warner

Outre un respect scrupuleux des licences adaptées, les jeux Lego développés par le studio Traveller's Tales (propriété de Warner depuis fin 2007) se démarquent par une jouabilité très accessible. Deux personnes peuvent évoluer simultanément, incarnant respectivement le justicier masqué et son fidèle acolyte Robin. Au fil des différents niveaux de ce jeu d'action non violent (on ne peut que démonter des assemblages de briques finalement), il s'agira d'aider l'homme chauve-souris à remettre sous les verrous ses éternels ennemis . *« 2008 est l'année Batman pour le groupe Warner »*, souligne Olivier Perbet. *« Le Blu-ray de Batman Begins a été publié, Le Chevalier Noir est sorti en salles et ce jeu s'inscrit dans cette actualité »*. L'éditeur annonce un important dispositif marketing pour soutenir le lancement du jeu, incluant de la visibilité en TV (hertzienne, cabsat), en presse et sur Internet. Des opérations sont également prévues en magasins. Ce genre de titre peut être considéré comme un « long seller » et l'éditeur procédera probablement à des opérations promotionnelles au moment de la sortie du film Le Chevalier Noir en DVD en février 2009. Lego Batman sera commercialisé à un prix agressif, 50 euros pour les versions next-gen, 25 euros environ pour le jeu sur PlayStation 2.

Skullcandy
Du Métal dans le crâne

Skullcandy a dévoilé une nouvelle ligne de casques audio en partenariat avec le célèbre groupe de heavy métal Metallica. Le Metallica Hesh est équipé de haut-parleurs de 50 mm qui sont intégrés dans des écouteurs habillés de cuir. Plus petit, le Metallica Lowrider embarque des haut-parleurs de 40 mm qui sont intégrés dans des écouteurs rotatifs à 90° pour les DJ. Les arceaux sont également repliables afin de réduire l'encombrement pendant les déplacements. Enfin, tout acheteur d'un casque Skullcandy Metallica Hesh ou Metallica Lowrider se verra remettre un code secret afin de télécharger gratuitement le dernier album du groupe. Une initiative vraiment intéressante dont l'Europe sera une nouvelle fois privée faute de droits. Il serait pourtant bien temps que les majors soutiennent de telles opérations. Quoi qu'il en soit, les casques Skullcandy Metallica Hesh et Metallica Lowrider sont disponibles aux prix de 70 et 40 euros. Skullcandy a également annoncé vouloir développer ce type de partenariat et d'autres artistes suivront couvrir la plupart des genres musicaux.

Hercules
en laqué piano

Évolution logique de la gamme de systèmes 2.1 du constructeur, Hercules annonce son nouveau système audio multimédia, le XPS 2.1 50. Cette nouvelle référence offre un design très actuel, avec notamment une finition noire laquée très épurée et des satellites aux lignes élancées. L'ensemble délivre une puissance totale de 32 watts, soit 8 watts pour chacun des deux haut-parleurs large bande et 16 watts pour le caisson de grave. Hercules a conservé la structure en bois en raison de ses qualités acoustiques. La prise casque et le contrôle du volume sont accessibles depuis le satellite droit. L'Hercules XPS 2.1 50 est disponible dès à présent au prix de 49,90 euros.

Son venu d'ailleurs

Pour son nouveau kit d'enceintes 2.0, Altec Lansing a choisi de faire dans l'esthétique futuriste comme on peut en juger sur la photo. Les FX-3022 se présentent sous la forme de deux cônes qui prendront place sur le bureau. La base la plus large renferme le haut-parleur chargé de restituer les graves, tandis que les mediums et aigus seront traités par un haut-parleur placé dans la partie haute. Sur l'une des enceintes, on trouve les boutons permettant de régler le volume et le grave/aigu ainsi que la connexion de type jack 3,5mm vers le PC ou un baladeur. Les FX-3022 seront commercialisées dans le courant du mois d'octobre au prix de 129,99 euros.

ATI démocratise la 3D

Après être revenu sur le devant de la scène avec ses Radeon HD 4850 et 4870, ATI, la marque graphique d'AMD propose aujourd'hui deux modèles plus abordables. Les deux cartes reprennent l'architecture de leurs grandes sœurs avec 64 groupes de cinq unités scalaires pour les calculs. Côté mémoire, ATI mise sur la DDR3 pour remplacer la GDDR3. L'idée est de réduire les coûts tout en gardant une bande passante mémoire constante. La 4670 se place en face de la 9500 GT de Nvidia sur le plan tarifaire tout en étant plus performante (un peu moins de 70 euros). La 4650 se différencie par des fréquences plus faibles, on passe de 750 à 600 MHz pour le GPU, et de 1 GHz à 500 MHz pour la mémoire. AMD devrait également lancer avant la fin du mois de septembre une Radeon 4550 qui disposera d'une sortie HDMI et qui visera plus particulièrement les PC de salon.

Creative : petit mais costaud

Le son de qualité connaît une renaissance salutaire après des années dédiées à l'image. Et comme le PC est de plus en plus au centre du son, Creative a investi lourdement pour proposer des enceintes multimédia haut de gamme qui ne rougissent pas en voyant l'appellation Hi-Fi. Dernière production en date, l'ensemble 2.1 GigaWorks T3. Derrière ce nom anodin se cache un système audio très sophistiqué qui n'est pas sans rappeler une certaine marque de quatre lettres dont le nom commence par un B. En effet, les satellites en métal sont lilliputiens et très design avec leurs pieds effilés. Un caisson de basse conséquent garantit une enveloppe sonore qui descend bas et une télécommande filaire ronde et stylée confirme les prétentions haut de gamme. A l'écoute, cet ensemble tout de même onéreux à 200 euros surprend par un son équilibré qui ne privilégie pas un registre et qui surtout ne néglige pas les médiums alors qu'habituellement c'est le point faible de ce type de réalisation.

Epson Projos à gogo

Le géant nippon Epson de la vidéo-projection renouvelle sa gamme. L'EH-TW420 est un vidéoprojecteur qui dispose d'une matrice tri-LCD 1280 x 720. Le point fort de ce modèle est certainement sa forte luminosité. Annoncée pour 2 000 lumens, la lampe pourra éclairer sans mal un écran dans une salle non obscurcie. Positionné à 800 euros, ce modèle HD-Ready est une alternative économique aux projecteurs home cinéma Full-HD, notamment pour le jeu vidéo. L'EH-TW3800 n'a rien à envier aux meilleurs de sa catégorie en 1080p. Là encore, le constructeur mise sur une forte luminosité de 2 000 lumens pour un taux de contraste déjà sympathique de 20 000 :1. On nous promet des noirs profonds grâce à la technologie Deep Black et un traitement vidéo HQV. Cerise sur le gâteau, le ventilateur limitera sa complainte sonore à 22 dB et tout cela à 2 149 euros. Comme on garde toujours le meilleur pour la fin, Epson propose aussi l'EH TW 5000, vidéoprojecteur haut de gamme pour le home cinéma. Taux de contraste de 75 000 :1, luminosité de 1600 lumens, Full-HD, zoom puissant 2,1x et traitement vidéo 12 bits. Le prix sera de 2 999 euros.

Nouvelle franchise colorée chez THQ

L'éditeur américain publiera De Blob sur Wii le 26 septembre prochain. *« Ce jeu au concept coloré et musical surfe sur les attentes des possesseurs de la console de salon de Nintendo »*, estime Yasmine Chidiac, Chef de produits jeux kids et familiaux chez THQ France. *« Les joueurs entre huit et 14 ans sont notre cœur de cible sur ce titre »*. Le joueur prend le contrôle de Blob, un personnage qui a la capacité de changer de couleur afin de repeindre la ville de Chroma City. Celle-ci a été envahie par les soldats d'une corporation qui a interdit toute couleur. Sur une musique funky qui s'adapte à l'action, il s'agira de redonner des couleurs à la ville en bondissant ou en étirant le personnage à la forme modelable. *« Il s'agit d'une toute nouvelle franchise pour THQ que nous souhaitons installer sur la durée »*, soutient Yasmine Chidiac. *« Nous mettons en place un important dispositif TV de trois semaines en chaînes hertziennes et cabsat, d'un budget de 400 000 euros brut. Un sponsoring de Gulli est notamment au programme. De nombreux outils de PLV sont également au programme, dont des personnages gonflables et nous allons procéder à des opérations de street marketing avec distribution de goodies De Blob comme des comic books, des figurines et des stickers »*. L'éditeur annonce une implantation de 80 000 exemplaires pour le jour de lancement. On peut d'ores et déjà parier qu'en cas de succès, De Blob pourrait bien aller colorer d'autres consoles de jeu…

BUILT®
LAPTOP BACKPACK

Le gilet pare-balle
de votre ordinateur portable

- Convient à tous les portables du 12 au 17"
- Fait d'un néoprène protecteur, léger et micro-aéré
- 3 compartiments, dont une poche pratique au niveau des côtes
- Extérieur résistant à l'eau
- 2 tailles pour convenir au plus grand nombre : Medium et Large, avec une lanière ajustable au niveau du sternum

XTRIUM | Distributeur Exclusif Built New York
Tél : 01 48 54 91 - www.xtrium.com

Pub_BackPack.indd 1 15/09/2008 11:22:46

Play TV

Qui va occuper la place si convoitée sous le téléviseur de demain ? Une super-box opérateur connectée qui diffuse de la VOD et du contenu mis sur le Web ou un centre de loisir multimédia qui reçoit aussi la télévision ? En fait, Sony y verrait bien sa PlayStation 3. Certes, c'est une console de jeu haute définition mais c'est aussi un lecteur Blu-ray, une platine multimédia qui diffuse les contenus du PC, un navigateur Internet et un diffuseur de contenus numériques audio, vidéo et photo à stocker sur son disque dur depuis un périphérique USB. Et depuis que Sony a annoncé son accord avec Canal pour la VOD sur PSP, on se doute bien que la PS3 suivra. Il ne lui manquait que la télévision, lacune désormais comblée avec PlayTV, un tuner TNT qui permet de recevoir les 18 chaînes gratuites de la télévision numérique terrestre via la console de jeu. Il est également compatible avec les chaînes TNT haute définition (HD) dont la diffusion devrait débuter fin octobre (si Dieu, le CSA et les chaînes le veulent bien…). Play TV permet aussi d'enregistrer les chaînes de la TNT sur le disque dur de la console qui se transforme ainsi en enregistreur numérique. Grâce au double tuner, il est même possible d'enregistrer une émission et d'en regarder une autre en même temps. Physiquement, la chose se présente sous la forme d'un tout petit boîtier à brancher sur la console qui l'alimente aussi en courant. Il peut d'ailleurs se cacher derrière la console pour plus de discrétion. Le tout se pilote à l'aide de la manette ou de la télécommande optionnelle.

Un jeu d'enfant

Sony a réalisé un gros travail sur l'interface qui s'avère vraiment très intuitive. Le menu se présente sous la forme d'icônes avec un code couleur très pratique une fois mémorisé. Le bleu correspond au direct, le rouge à la programmation, le vert à la vidéothèque et enfin le bleu pétrole au guide des programmes. Ce dernier permet de consulter les émissions à venir sur toutes les chaînes. Pour chacune, un bandeau se superpose à l'image pour donner des informations telles que l'état d'avancement de la diffusion, le programme suivant et le résumé. Le zapping est très rapide et s'accompagne d'un effet de transition vraiment réussi. Sony a compris une chose, c'est que dans

La TNT sur PS3

Avec PlayTV, Sony dote la PlayStation 3 d'une pièce maîtresse pour confirmer sa position au cœur du salon. Très pratique, PlayTV permet de recevoir et d'enregistrer toutes les chaînes de la TNT non seulement à la maison, mais aussi dans le monde entier. par Driss Abdi

le salon l'interface doit être télévisuelle et non informatique. À tout instant, l'utilisateur peut accéder à une aide contextuelle très simple qui va jusqu'à résumer les fonctions des commandes sur la manette pour ceux qui ne l'utilisent pas pour jouer. Et plus malin encore, Sony est en train de doter tous ses appareils électroniques d'une interface similaire à celle de la PS3, téléviseurs en tête. Une convergence avec soi-même mais très réussie et dont l'effet marketing sera sans doute autrement plus efficace que les traditionnels liens privilégiés entre appareils d'une même marque. Cela donnera aussi à la PS3 un statut salon pour contrecarrer l'effet gamer qui pourrait freiner les amateurs de home cinéma. Gageons que Sony ne se privera pas de mettre l'ensemble en scène dans les magasins.

La PS3 devient magnétoscope

PlayTV ne se contente pas de transformer la PS3 en tuner TNT HD, c'est également un magnétoscope numérique avec toutes les fonctionnalités qu'on est en droit d'attendre, à savoir l'enregistrement bien sûr mais aussi le contrôle du direct. Il suffit d'appuyer sur le bouton pause à n'importe quel moment, une deuxième pression reprend la lecture et l'avance rapide permet de revenir au direct. De même, il est possible de revoir une action par le retour en arrière. Grâce au guide, la programmation est automatique, il suffit de sélectionner le programme à enregistrer.

Les enregistrements sont rangés dans la vidéothèque. À l'interruption d'une diffusion, la lecture reprend automatiquement à l'endroit où l'on s'était arrêté et les fonctions d'avance et de retour rapide sont bien entendu accessibles à tout moment, à l'instar de n'importe quel magnétoscope. Là encore, on peut saluer l'exploit car pour une première, le spécialiste du jeu fait mieux que la plupart des enregistreurs EGP du marché. Si le prix du module PlayTV peut paraître élevé à 100 euros, il faut souligner qu'un décodeur/enregistreur à disque dur HD sera plus onéreux. Avec le tapage médiatique qui sera fait autour de la TNT HD à la fin de cette année et le nombre de fabricants qui se lanceront dans le décodeur, Sony aura une belle carte à jouer.

La télé où je veux

PlayTV s'utilise aussi en dehors de la maison. En effet, toutes les fonctionnalités que nous venons de présenter sont également disponibles sur la console portable PSP. Une aubaine pour ceux qui veulent pouvoir regarder leurs programmes favoris partout, du moment qu'il est possible de se relier à Internet sans fil par le WiFi, par exemple dans un hôtel. La PSP se connecte à distance et on retrouve alors sur la console portable l'interface calquée sur la PS3 avec exactement les mêmes fonctions identiques, soit regarder la TV en direct, programmer un enregistrement ou en visionner un déjà effectué. Il est même possible d'allumer et d'éteindre la console à distance. Rappelons également que la PSP dispose d'une sortie TV. Si aucune connexion WiFi n'est disponible, les enregistrements peuvent également se transférer sur la PSP par un câble USB pour être visionnés ultérieurement. Bref, la PSP s'impose comme une extension naturelle de la PS3 en mobilité. La console portable de Sony a d'ailleurs connu une actualité très chargée ces derniers mois, avec d'une part l'intégration du module de recherche Google et d'autre part l'arrivée de la VOD avec CanalPlay. En revanche, les jeux nouveaux ne sont pas légion.

Hercules

La pause eCafé

Les Netbooks ont le vent en poupe et certains constructeurs que l'on n'attendait pas forcément sur ce segment y vont de leur modèle. C'est notamment le cas de Hercules qui vient de dévoiler l'eCafé, un netbook sur lequel peu d'informations ont filtré malgré un lancement prévu pour le 24 septembre. Selon Hercules, le mot d'ordre sera la convivialité et la facilité d'utilisation. Pour cela, le constructeur se base sur son expérience en WiFi et sur son expertise en ergonomie logicielle. Ainsi, l'interface sera entièrement personnalisable et un portail dédié sera lancé pour l'occasion avec de nombreux conseils pour exploiter au mieux les possibilités. Le eCafé d'Hercules sera proposé au prix de 300 euros, ce qui laisse présager des caractéristiques similaires aux modèles actuellement proposés par les ténors du secteur.

Nikon D90, le reflex vidéo

Avec le D90, Nikon vient de présenter le remplaçant du vieillissant D80 en milieu de gamme reflex. Le capteur passe à 12,3 millions de pixels et intègre un système de nettoyage automatique. L'autofocus est géré par un système en 11 points. Nikon a également intégré la technologie à la mode sur les compacts, à savoir la détection des visages. Niveau vitesse, le reflex affiche une cadence de 4,5 images/s, ce qui le place devant son premier concurrent direct chez Canon, l'EOS 450D. On retrouve également la fonction Live vView (visée direct à l'écran). Mais la plus grande surprise vient de la fonction D-Movie qui permet d'enregistrer des films vidéo de cinq minutes au format Motion-JPEG. En effet, d'après le constructeur japonais, le large capteur d'image de l'appareil et sa sensibilité élevée permettent d'obtenir "une qualité d'image exceptionnelle". Le Nikon D90 monte en résolution vidéo jusqu'à 1280 x 720p en 24 images/s. Il est proposé au prix de 949 euros nu ou en kit avec un objectif 18-105 mm f/3.5–5.6G ED VR pour 1 149 euros.

Cartouches utiles chez Big Ben

Big Ben Interactive lance une gamme de logiciels originaux sur Nintendo DS avec un guide de voyage, Petit Futé Travel & Play (disponible), un guide de décoration avec Déco Tendances (fin novembre) ou encore un guide de bricolage avec Brico Utile (mi-novembre). Ces trois titres ont été développés par le studio parisien Neko Entertainment. Petit Futé Travel & Play permet de préparer ses déplacements avec des fiches détaillées pour 200 destinations à travers le monde. Un convertisseur de devises et un traducteur d'expressions utiles en 42 langues également inclus. Pour sa part, Déco Tendances évitera à l'utilisateur de faire des fautes de goût en proposant des fiches pratiques pour chaque pièce de la maison, une roue de couleurs pour associer les teintes et autres outils pratiques. Enfin, Brico Utile reprend la même formule, avec des fiches explicatives autour de différents thèmes (pose au sol, au plafond…), une calculatrice pour estimer la quantité de matériel nécessaire, le tout illustré par des photos en situation. Pour communiquer sur ces titres, l'éditeur annonce des opérations menées avec les partenaires de jeux concernés (comme les magasins 4Murs pour Déco Tendances). De la publicité dans la presse masculine ou féminine selon les titres est également prévue.

anz_0908_AV_FR_230x300_rz01 9015008 11:57 Uhr Seite 1

Le CPL devolo à 200 Mbits/s pour un réseau local Ultra rapide sans câble et sans souci !

dLAN® 200 AVeasy Starter Kit

Votre réseau jusqu'à 200 Mbits/s pour Internet, la TV HD, ...

dLAN® 200 AVplus Starter Kit

Votre réseau jusqu'à 200 Mbits/s même avec des multiprises !

dLAN® 200 AV Wireless G Starter Kit

Votre réseau jusqu'à 200 Mbits/s et le WiFi partout à 100% !

Points de vente :

Fnac, DARTY, Boulanger, CARREFOUR,...

Canon

Compacts plus compacts

Canon réactualise sa gamme PowerShot avec le lancement de trois appareils photo numériques ultra-compacts. Successeurs respectifs des PowerShot A580, A720 IS et SX100 IS, les modèles A1000 IS, A2000 IS et SX110 IS sont environ 25 % plus petits que leurs prédécesseurs. Le PowerShot SX110 IS (299 euros) dispose d'un capteur 9 Mpixels associé à un zoom optique 10x (équivalent 36-360 mm en 24x36) avec stabilisateur. Il intègre le système de détection de visages avec suivi du sujet. Son écran LCD affiche une diagonale de trois pouces. Les PowerShot A1000 IS (199 euros) et A2000 IS (249 euros) dispose d'un capteur 10 Mpixels associé à un zoom 4x pour l'A1000 IS et 6x pour l'A2000 IS. On retrouve bien entendu les mêmes fonctions de détection que pour le SX110 IS. A noter que l'écran LCD diffère sur le modèle A1000 IS puisqu'il affiche une diagonale de 2,5 pouces contre trois pouces pour l'A2000 IS. Par ailleurs, Canon propose une nouvelle série avec le E1 qui est tout particulièrement destiné au public féminin. Cet APN dispose d'un capteur de 10 Mpixels avec zoom 4x mais arbore un design typiquement féminin associé à des couleurs supposées féminines (blanc, rose ou bleu pastel). Il sera disponible au prix de 199 euros.

Samsung croque l'iPhone

Le segment des téléphones mobiles tactiles connait une croissance fulgurante au point de s'attribuer 10 % des ventes au mois de juillet dernier selon GfK. C'est dans ce contexte que Samsung a annoncé le Player Addict, un smartphone doté d'un grand écran tactile dont les caractéristiques surpassent sans peine la star d'Apple. Destiné aux amateurs d'innovations technologiques, il bénéficie notamment des connexions HSDPA et WiFi ainsi que d'un GPS accompagné du logiciel de navigation Route 66 et d'un appareil photo 5 Mpixels avec flash, autofocus et reconnaissance des visages. Le baladeur n'est pas en reste avec la lecture des MP3, un tuner radio et surtout le support des formats DivX et Xvid. Le Player Addict devient ainsi un véritable baladeur vidéo, d'autant qu'il embarque un grand écran de 3,2 pouces. Si le système d'exploitation est assuré par Windows Mobile 6.1, Samsung a développé sa propre interface très intuitive et intégralement pilotable du doigt sans recourir au stylet. Deux versions sont commercialisées avec un modèle noir doté d'une mémoire interne de 16 Go en exclusivité chez SFR, et un modèle argenté de 8 Go chez les autres opérateurs. Le Player Addict est également proposé nu au prix de 650 euros. A l'occasion de ce lancement, Samsung a prévu les choses en grand avec un espace de démonstration à la Défense début septembre, plus de 600 Smart habillées au couleur du Player Style et des campagnes d'affichage, à la télévision, dans la presse et sur le Web.

Chrono Trigger enfin en France

On connaît principalement l'éditeur Square Enix pour sa fructueuse série Final Fantasy, mais le Japonais a aussi parfois su explorer le genre du jeu de rôle par le biais d'autres univers qui ont profondément marqué les joueurs. Chrono Trigger, sorti sur Super Nes en 1995 en est l'un d'eux et l'éditeur a aujourd'hui la bonne idée d'en annoncer une adaptation sur Nintendo DS. Rappelons que le jeu met en scène les escapades d'un jeune héros à travers le temps afin de tout simplement sauver l'univers d'une force maléfique qui vise à sa destruction. Un scénario original pour un titre qui reste encore aujourd'hui considéré comme une des grandes références dans le domaine du jeu de rôle. A l'occasion de cette adaptation sur portable, le jeu accueillera quelques nouveautés comme un donjon inédit, un « mode de jeu en communication sans fil » et bien entendu l'exploitation du double écran et du stylet. Le jeu sera distribué par Koch Media début 2009.

Bundles PSP

Sony Computer vient de confirmer la sortie de deux bundles PSP pour la fin d'année, regroupant une console modèle 2000 et un jeu. Un premier, prévu pour le 19 septembre, regroupera une console silver et le jeu Star Wars : Le Pouvoir de la Force, au prix conseillé de 189,99 euros. Le 9 octobre, un autre coffret sortira, regroupant cette fois le jeu Lego Batman et une console blanche, le tout au prix de 179,99 euros.

Olympus
La photo en moufles

Pas de vacances chez Olympus qui attaque la rentrée avec une fournée de nouveaux modèles ! Dans le domaine du compact haut de gamme, la vedette est le µ1060, dix mégapixels qui dispose d'un zoom 7x avec stabilisation (37-260 mm équivalents) et d'un écran trois pouces plein soleil. Tout est fait pour faciliter l'utilisation avec un automatisme de sélection des scènes et la détection d'un maximum de seize visages. Très fin, il sera proposé à 299 euros. Son petit frère µ 1040 se contente d'un zoom 3x (38-114 mm), d'une stabilisation électronique et d'un écran 2,7 pouces mais il bénéficie d'automatismes similaires pour 199 euros. Du côté des appareils étanches qui connaissent un grand succès, Olympus présente le µ 1050 SW qui offre la résistance aux chutes jusqu'à 1,5 m de haut, à l'eau jusqu'à trois mètres de profondeur et au froid jusqu'à -10 °C. Esthétiquement très civilisé, ce modèle offre la fonction "TAP" pour pouvoir être utilisé même avec des moufles ou plus généralement dans des situations difficiles. De petits tapes sur l'écran ou les côtés suffisent pour accéder aux principales fonctions !

Pour le reste, c'est un dix mégapixels doté d'un classique zoom 3x (38-114 mm) et d'un écran 2,7 pouces. Son tarif sera de 299 euros. Dans le domaine des compacts très abordables de la série FE, trois modèles huit mégapixels viennent compléter la gamme. Le FE-20 est un modèle très simple doté d'un zoom 3x (38-114 mm); plus élégant le FE-360 est très similaire mais avec la détection des visages tandis que le FE-370 est équipé d'un zoom 5x avec stabilisation (36-180 mm) et de la détection automatique des scènes, des visages et des sourires. Tous utilisent des cartes mémoire xD mais un adaptateur MicroSD est fourni. Ces trois modèles d'Olympus FE seront disponibles en plusieurs coloris pour un prix public conseillé de 129 euros pour le FE-20, 149 euros pour le FE-360 et 199 euros pour le FE-370.

Casio
Un peu de make-up ?

Casio annonce le lancement de deux nouveaux Exilim, le Zoom EX-Z300 et EX-Z85. Le premier adopte un capteur 10,1 Mpixels avec un zoom 4x (28-112 mm en équivalent). Ce modèle intègre la technologie Exilim Engine 3.0 propre au constructeur qui permet par exemple de prendre des photos de nuit sans qu'il soit nécessaire d'avoir un trépied, de détecter les éventuels contrejours et adapter la balance en fonction. On peut ajouter la possibilité de retouche directement à partir de l'appareil photo grâce au bouton Make-up. La stabilisation est assurée au niveau du capteur. Le Zoom EX-Z300 autorise également l'enregistrement de vidéo en HD (1280 x 720 pixels). L'écran LCD affiche une diagonale de 3 pouces. Quant au EX-Z85, il dispose d'un capteur 9,1 Mpixels avec un zoom plus modeste de 3x et un écran LCD de 2,6 pouces. Il est disponible dans huit coloris différents (argent, noir, rose, rose vif, bleu, vert, marron et orange). Les prix sont de 249 euros pour le EX-Z300 et de 149 euros pour le EX-Z85.

Asus renouvelle de fond en comble

Asus profite de l'arrivée de la nouvelle plate-forme Centrino 2 d'Intel pour lancer une gamme complète d'ordinateurs portables qui intègrent la fonctionnalité Express Gate pour démarrer le système en moins de dix secondes. L'utilisateur peut ainsi accéder instantanément à Internet, aux photos et vidéos stockées sur le disque dur et même communiquer à l'aide des logiciels Skype ou Microsoft Live Messenger. Bien entendu, il est également possible de lancer le système d'exploitation habituel à tout moment. De l'ultra mobilité aux puissantes applications multimédia, les U6V, F8V, M50V, M51V, M70V et V1V couvriront tous les usages. Tous ces modèles sont d'ores et déjà disponibles à des prix qui vont de 940 euros à 1 470 euros.

De la vie dans la pomme

EA Mobile annonce la sortie en septembre d'une version de Spore à destination des iPhone et iPod Touch de Apple. La simulation de vie signée Will Wright (Les Sims) est pour l'occasion renommée Spore Origins et voit sa jouabilité basée sur le système de repérage de mouvements de la machine d'Apple. Le titre proposera 35 niveaux différents, reprenant le principe du jeu original permettant de suivre l'évolution d'une civilisation sur des millions d'années. Les créatures créées pourront bien entendu être totalement personnalisées.

« L'iPhone et l'iPod Touch sont d'excellentes plates-formes pour un jeu comme Spore Origins », soutient Travis Boatman, Vice-président de EA Mobile. L'éditeur américain est en effet particulièrement actif sur cette plateforme puisqu'il a annoncé de nombreux prochains jeux dessus comme Tiger Woods PGA Tour 09, Need for Speed Undercover, Sim City, Monopoly Monde ou encore Les Sims 3.

Un héros emblématique
John Rambo

Action

23 septembre

John Rambo, alias Sylvester Stallone, vétéran du Vietnam et guerrier absolu, revient pour sa quatrième mission. Ce nouvel épisode de la saga dont les trois premiers opus ont totalisé 11 millions d'entrées en France est un incroyable voyage au bout l'enfer au coeur de la Birmanie en proie à une guerre civile. Les scènes d'action sont particulièrement spectaculaires et d'une violence redoutable qui peuvent heurter les âmes sensibles. Le film a trouvé son public et a totalisé 850 000 spectateurs. Et après 20 ans d'absence, le héros n'est toujours pas fatigué !

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Pour ce retour en force de Stallone, l'éditeur fait une campagne TV massive sur TF1, M6, Canal + et 13ème rue et une campagne radio sur Skyrock. Des bannières sur les sites Internet et des pages de pub dans la presse sont aussi au programme de la promotion.

Editeur **Metropolitan Film & Vidéo**
Distributeur **Seven 7**
Prix public conseillé 19,99€ (édition simple)
29,99€ (édition collector)

Traque sur Internet
Intraçable

Thriller

23 septembre

Chargée de traquer des fraudeurs et des pédophiles sur internet, l'agent du FBI Jennifer Marsh découvre qu'un criminel invite sur son site les internautes à participer à l'exécution de ses victimes. Spécialiste du thriller, Gregory Hoblit (La Faille, Fréquence interdite) signe un film horrifique où il dénonce les dérives d'internet. Diane Lane (Jumper, Hollywoodland, Infidèle) campe avec efficacité son personnage de cyberpolicier.

MISE EN PLACE
40 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
La promotion s'articule autour d'une campagne marketing viral et communautaire via un piège qui sera largement diffusée sur Internet en rapport avec le sujet du film. Des bannières sont également présentes sur les sites cinéphiles et masculins. Une campagne jeux vidéo sous la forme d'insertion de panneaux 2D et 3D annonce la sortie du DVD dans des jeux PC et Xbox 360. Enfin des pages de pub dans la presse cinéma et masculine complètent le dispositif.

Editeur **Universal Pictures Vidéo**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo**
Prix public conseillé 19,99€

Bienvenue dans l'apocalypse
Jericho, Saison 1

Série TV

25 septembre

Une catastrophe nucléaire plonge les habitants d'une petite ville du Kansas dans le chaos, tel est le thème de cette série d'anticipation qui a déchaîné les passions aux États-Unis lorsque la chaîne CBS a décidé de ne pas la prolonger. En France, Jericho a réalisé des scores d'audience équivalents à l'autre grande série des samedis soirs de M6, Smallville, avec près de 2,5 millions de spectateurs en novembre 2007. Une sortie DVD attendue par tous les fans qui vont revivre les peurs des habitants de la ville de Jericho.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Campagne média ciblée avec plus de 100 spots sur M6, NT1 et W9 complétés par une visibilité sur les sites internet touchant les 15-35 ans et une campagne SMS. Par ailleurs, plus de 50 000 leaflets sont insérés dans les DVD de Californication saison 1, Oz saison 5 et Les 4400 saison 4.

Editeur **Paramount Home Entertainment**
Distributeur **Paramount Home Entertainment**
Prix public conseillé 19,99€ (coffret 6 DVD)

AUTOpromo JDT230x300:Mise en page 1 15/09/2008 11:55 Page 1

Au sommmaire du prochain

Sortie le 20 octobre prochain

Le Journal des télécoms
Le mensuel des convergences IT

Marché Services

Les outils de mobilité et d'administration et de sécurisation des flottes mobiles

Le déploiement croissant du mail et des applications mobiles professionnelles amène de pair la problématique de la gestion de flottes de terminaux et de leur sécurité, pour lesquelles de nombreux outils sont développés. Tour d'horizon des principales solutions disponibles.

Pratique

La VoIP sur WiFi : optimisez votre déploiement

Comment éviter les erreurs lors d'un déploiement d'une solution de VoIP sur WiFi ? Combien de bornes WiFi sont-elles nécessaires ? Quelles sont les règles de sécurité à respecter ? Quels terminaux choisir ? Comment adopter une bonne politique de qualité de service ? Toutes les clés pour réussir un projet de déploiement.

Focus Salon Cartes & ID 2008 La carte SIM, pierre angulaire de la téléphonie mobile ?

Les quelques millimètres de silicium de la carte SIM sont aujourd'hui le cœur de la téléphonie mobile. Capable d'identifier, de facturer, de tracer, de prouver, la carte SIM développe de nouveaux usages comme le paiement, le stockage, le multimédia… Autant de nouveautés - et bien d'autres – qui seront présentes au Salon Cartes & ID 2008.

Evènement

IP Convergence 2008 : le rendez-vous télécom de l'automne

Rendez-vous incontournable des acteurs de la mobilité, de l'IP et du Machine to Machine, le salon IP Convergence aborde sa 2ème édition sous cette formule totalement convergente. Un événement qui s'annonce particulièrement riche en applications nouvelles, nouveaux produits, rencontres et débats, dont certaines animées par le Journal des Télécoms... Demandez le programme !

Marché

Les Netbooks, espèce en voie d'apparition !

Passés de l'ombre à la lumière, les Ultra Mobile PC, également appelés Netbooks, ont envahi en quelques mois les catalogues des spécialistes de l'informatique, mais également ceux des opérateurs et de leurs distributeurs. Mini prix, mini taille, accès à l'Internet mobile via la 3G+ ; les netbooks redéfinissent les frontières entre télécoms et informatique et donnent une nouvelle ouverture à la distribution high-tech.

JDLI134-P44-45-Guide Hard-BAT:JDLI 12/09/2008 12:11 Page 44

Creative Zen Mozaic

Baladeur

Après le Zen X-Fi, la famille Zen de Creative s'agrandit encore avec le Mozaic. Comme son nom l'indique, son design tranche avec la production actuelle et malgré la finesse de sa coque, la prise en main est très agréable grâce aux bords arrondis et à une croix de navigation bien pratique. Plus compact que son grand frère, il est néanmoins doté d'un écran confortable pour sa taille. Si ce dernier est riche en couleur, il pêche néanmoins par les reflets qui gênent la lecture au soleil et par sa résolution. Ainsi, les photos détaillées perdent de leur superbe et les pixels sont visibles. Cela donne néanmoins un bon aperçu des clichés. De plus, les vidéos doivent être redimensionnées ce qui limite d'autant l'utilité de la fonction vidéo. En fait, c'est surtout en audio musique que le Mozaic excelle. Les filtres permettent de retrouver un titre très facilement et comme souvent chez Creative, les écouteurs fournis sont satisfaisants avec un son agréable et équilibré. Un tuner FM avec 32 stations programmables est également intégré et l'autonomie s'avère correcte.

Caractéristiques
Mémoire 4 Go, écran 1,8 pouces, radio FM, dictaphone, formats pris en charge : MP3, WMA (DRM 9 et 10), WAV, Audible, JPEG, AVI transcodé, 77 x 38 x 12 mm, 44 g

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Creative Labs France, tél : 01 55 21 33 50

90€

Sony Play TV

Tuner TNT pour PS3

Avec PlayTV, Sony dote la PlayStation 3 d'une pièce maîtresse pour confirmer sa position au cœur du salon. Très pratique, le petit boitier noir permet de recevoir et d'enregistrer toutes les chaînes de la TNT et de la TNT HD. L'installation est un jeu d'enfant avec un seul câble USB à relier à la console. Le boitier PlayTV peut ensuite être caché derrière un meuble car tout passe par la PS3. L'interface est à la fois jolie et très intuitive, le menu se présente sous la forme d'icônes avec un code couleur très pratique une fois mémorisé. On retrouve toutes les fonctionnalités d'un tuner TNT avec enregistreur, à savoir le guide électronique des programmes ou encore le time shifting pour faire une pause pendant un programme en direct et le reprendre là où on l'a laissé. Le zapping est très rapide et s'accompagne d'un effet de transition en douceur vraiment réussi. Sony joue aussi avec les synergies de ses consoles et toutes les fonctionnalités PlayTV sont accessibles à l'aide d'une PSP connectée à Internet en WiFi.

Caractéristiques
Tuner TNT et TNT HD pour PS3, double tuner, guide électronique des programmes, pause sur le direct, compatible avec PSP

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	SCEE 92, tél. : 01 44 40 71 90

100€

Acer 89306 Gemstone Blue

Ordinateur portable

Acer est sans aucun doute le constructeur le plus actif sur le front des nouvelles tailles d'écran. Ce modèle 18 pouces permet de travailler avec un maximum de confort en affichant deux documents côte à côte. De plus, la résolution Full-HD et son format 16: 9 sont parfaitement adaptés à la lecture des films par le lecteur Blu-ray intégré. De plus et pour que le spectacle soit total, le système sonore est composé de cinq haut-parleurs avec un caisson de basses et certifié Dolby Home Theater. Le nouveau design est réussi et la finition est soignée. Le clavier est agréable et épaulé par une console tactile Cinedash qui pilote le lecteur multimédia et règle le volume. La connectique est complète et une vraie télécommande est fournie pour profiter du tuner TNT intégré. Haut de gamme oblige, le 8930G offre des performances à la hauteur grâce à un processeur très puissant et un disque dur véloce qui offre une énorme capacité de stockage. L'autonomie est correcte pour un modèle de cette taille et seul le prix peut faire hésiter.

Caractéristiques
Processeur Intel Core 2 Duo P8600 (2,4 GHz), mémoire 4 Go, écran 18,4 pouces (1920 x 1080), puce graphique Nvidia GeForce 9700 GT 512 Mo, disque dur 640 Go, graveur lecteur Blu-ray/graveur DVD±R/RW, WiFi n, webcam 0,3 Mpixels

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Acer, tél. : 01 48 63 51 00

1 700€

Mio Moov 370

GPS autonome

La gamme Moov s'élargit d'un modèle milieu de gamme, le 370. Comme tous les modèles de la série, il intègre la technologie InstantFixII de SiRF. Elle calcule immédiatement l'emplacement des satellites lors de la mise sous tension de l'appareil, ce qui réduit à seulement cinq secondes le délai de premier positionnement et permet au conducteur d'être guidé dès qu'il est prêt à prendre le volant. Doté d'un écran de 4,3 pouces, le Moov 370 reste néanmoins compact. Le logiciel intégré reprend largement l'aspect de ceux de Navman, société récemment acquise. L'ergonomie a été retravaillée et entrer une destination s'avère très intuitif. La vitesse de calcul se situe dans la moyenne. On regrette toujours l'absence de réels panneaux routiers même si les informations sont toutes données en version texte. Le GPS est équipé d'une carte des radars et signale le dépassement de la vitesse autorisée.

Caractéristiques
Écran tactile 4,3 pouces, cartographie Europe, fixation par bras articulé à ventouse, POI, carte des radars, technologie InstantFixII

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Mio Tech, www.mio-tech.be

219€

Logitech Squeezebox Boom

Web-radio

Logitech décline son système de musique sans fil en lançant une Squeezebox dotée de deux enceintes intégrées, ce qui en fait une Web-radio mais capable de s'insérer dans un réseau multi-room. Ainsi la télécommande couleur WiFi Duet peut également la piloter. Le fabricant a particulièrement soigné la qualité sonore et il faut reconnaître qu'elle est exceptionnelle par rapport à l'encombrement, largement au-dessus de toutes les autres radios de cuisine. La connexion WiFi et le pilotage se font très aisément grâce à une ergonomie soignée et au grand affichage très explicite. La Boom diffuse aussi le contenu des ordinateurs connectés au réseau. L'offre en radios est franchement exhaustive et si un jour la France se met au dématérialisé, on pourra accéder à la musique illimitée par abonnement directement sur le Web. Logitech a particulièrement soigné les aspects pratiques avec une télécommande magnétisée qui se fixe partout ou encore un afficheur dont la luminosité s'ajuste automatiquement en fonction de l'éclairage ambiant.

Caractéristiques

Web-radio, deux tweeters, deux woofers, liaison Ethernet ou WiFi g, alimentation secteur, connexions : sortie ligne analogique & casque, 330x125x95 mm, 2,3 kg

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Logitech, tél. : 01 44 58 98 98

279€

Samsung G810

Téléphone mobile

Le G810 peu aisément se confondre avec un appareil photo compact. Plutôt épais pour un téléphone mobile, il bénéficie du meilleur de la technologie actuelle avec les connexions 3G+ et WiFi, un baladeur complet avec tuner FM et même un GPS accompagné de la cartographie pour la France. Samsung a d'ailleurs pensé à le livrer avec tout le nécessaire pour l'installer dans une voiture. Le capteur de l'appareil photo est protégé par un cache coulissant et sa résolution de 5 Mpixels le classe d'emblée parmi les meilleur de la catégorie avec des clichés bien détaillés aux couleurs naturelles. Pour ne rien gâcher, un zoom optique est intégré et le flash au xénon est efficace, même dans la pénombre. Le GPS permet également de géo-localiser les photos qui sont enregistrées dans la mémoire interne ou sur une carte mémoire. L'autonomie est très satisfaisante vues les capacités du G810, à condition bien sûr d'utiliser les connexions haut-débit avec parcimonie.

Caractéristiques

Tri-bandes, 3G+, EDGE, GPRS, écran 240 x 320 pixels, 5 Mpixels, tuner radio FM, connexions WiFi, Bluetooth 2.0 (A2DP), USB avec adaptateur fourni, 130 Mo et lecteur de cartes MicroSD, 103 x 52,9 x 17,9 mm, 139 g

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Samsung France : tél. : 0825 08 65 65

500€

Linksys WRT350N

Routeur WiFi multimédia

Le routeur WiFi WRT350N affiche un look assez classique mais son antenne centrale plate surprend. Linksys a énormément travaillé sur la simplicité de la mise en œuvre. Ainsi, le constructeur a développé le concept LELA (Linksys EasyLink Advisor), un logiciel qui permet d'organiser et de paramétrer facilement son réseau par une interface graphique. Compatible avec la norme N, le routeur affiche des performances élevées. Il se distingue de la concurrence en proposant une prise USB sur laquelle l'utilisateur pourra connecter un périphérique de stockage. Le contenu du disque dur, de la clef USB ou d'un baladeur pourra alors être partagé sur le réseau et être accessible très simplement à tous les ordinateurs connectés. Il ne sera plus nécessaire de laisser un PC allumé. Compatible uPnP, les platines multimédia ou les disques durs multimédia équipés de connexions réseau pourront également accéder au contenu.

Caractéristiques

Routeur WiFi N, 1 port WAN (Wireless Area Network), 4 ports LAN 10/100 Mbps, Firewall NAT, QoS, WEP, WPA, WPA2, WPS, USB 2.0

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Linksys, www.linksys.fr

179€

Panasonic LX3

Appareil photo

Compact d'allure classique, le Panasonic DMC-LX3 est néanmoins plus lourd que la moyenne et son objectif d'un diamètre relativement imposant dépasse vers l'avant. La finition s'avère très soignée, comme il se doit pour un haut de gamme. Les commandes sont fort bien disposées avec un sélecteur rotatif "à l'ancienne" sur le dessus et un grand écran LCD de trois pouces à la définition très élevée. Le LX3 est équipé d'une optique orientée grand angle mais pâtit de l'absence de téléobjectif. Avec des focales du 24 jusqu'à 60 mm en équivalent 24x36, le LX3 couvre du véritable grand angle à un peu plus de la focale dite "normale". On trouve tous les modes pour photographes exigeants dont les inévitables priorité diaphragme et priorité vitesse. La prise en main est bonne et l'ergonomie bien pensée, avec un menu rapide pour accéder directement aux réglages essentiels sans passer par les écrans classiques. Le LX3 remplit parfaitement son contrat : en position grand angle à f/2, la netteté est vraiment bonne au centre et si elle diminue dans les angles, cela reste très acceptable. Au final, le Panasonic DMC-LX3 séduira certainement nombre d'utilisateurs exigeants, souvent équipés d'un reflex, mais souhaitant un appareil compact pour le quotidien et la prise de vue discrète. Reste que son prix, celui d'un reflex d'entrée de gamme, en fait un objet de luxe, statut qu'il peut d'ailleurs pleinement assumer par son esthétique.

Caractéristiques

Capteur CCD 1/1,63 10 Mpixels, écran 3 pouces, optique 2-28/24-60 mm stabilisé (équivalent 24x36), vidéo 1280 x 760 à 24 images/s, support mémoire SD/SDHC, 50 Mo internes, 108,7 x 59,5 x 27,1mm, 229g

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Panasonic, tél : 08 92 35 05 05

499€

Simulation sportive

FIFA 09

Le 2 octobre

La série Fifa avait marqué les esprits l'année dernière en passant avec brio le test du passage à la nouvelle génération, en partant sur de nouvelles bases techniques. Electronic Arts reste sur la même tendance pour cette nouvelle version avec un jeu qui accueille tout de même « 250 améliorations différentes ». Parmi celles-ci, on notera l'annonce de commandes simplifiées (possibilité de jouer avec deux boutons), des animations inédites mais aussi une nouvelle intelligence artificielle qui s'adapte aux méthodes de joueur. La version Wii, toujours spécifique, accueille pour la première fois un mode multijoueurs à huit.

PLAN MARKETING

Electronic Arts va communiquer en presse, radio, sur Internet. Des PLV sont également au programme, sans oublier des partenariats.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Electronic Arts
Editeur	Electronic Arts
Distributeur	Electronic Arts
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

Jeu de rôle

Dragon Quest : L'Epopée des Elus

Disponible

Ce titre est l'adaption sur Nintendo DS du quatrième volet de la très populaire saga de jeux de rôle Dragon Quest. Publié au Japon sur NES en 1990, le jeu n'avait jamais été publié en version française et cette omission est désormais réparée avec ce portage sur la console portable qui profite d'une refonte sur les plans graphiques et sonores. L'éditeur souligne par ailleurs qu'il s'agit de l'un des rares jeux proposés sur la console qui se permet d'afficher de la 3D simultanément sur les deux écrans de la console, avec notamment rotation des décors. Via la connexion WiFi entre consoles, il est possible de s'échanger des personnages.

PLAN MARKETING

Ubisoft communique sur le titre via Internet et la presse. Les joueurs avertis et amateurs d'univers mangas sont la première cible de ce titre.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Square-Enix
Editeur	Square-Enix
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	40€

Action

De Blob

Le 26 septembre

De Blob est une nouvelle franchise de THQ mettant en scène une créature capable de changer d'apparence et de couleurs et dont le but est de repeindre sa ville. Une armée a en effet envahi Chroma City et lui a retiré toutes ses couleurs. En prenant le contrôle du Blob (avec le nunchuck), le joueur repeint les murs de la cité en actionnant la wiimote. Le jeu profite d'une bande sonore de choc avec des rythmes funky qui évoluent avec la partie. Cette nouvelle franchise cible principalement les huit à 14 ans.

PLAN MARKETING

THQ va communiquer sur le titre en TV via une campagne de trois semaines en chaînes hertziennes. Un partenariat a également été signé avec Gulli. Des outils de PLV sont au programme et un programme de street marketing est annoncé, avec distribution de goodies à la clé.

MISE EN PLACE

Day one : 80 000 exemplaires.

Développeur	Blue Tongue
Editeurs	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Jeu massivement multijoueurs

Warhammer Online : Age of Reckoning

Disponible

Les créateurs de Dark Age of Camelot proposent un nouveau jeu massivement multijoueurs, basé cette fois-ci sur la licence du jeu de stratégie plateau Warhammer. Dans un univers médiéval gothique et fantastique, les joueurs devront ici choisir leur camp entre l'Ordre ou la Destruction. A l'instar de DAOC, le jeu permettra de prendre part à des affrontements massifs, avec un système royaume contre royaume. Envahir les terres ennemies et assiéger des forteresses sera donc le quotidien du joueur. Armes et magie seront de la partie pour parvenir à ses fins. Le prix de l'abonnement mensuel est de 12,99 euros, avec un tarif dégressif lorsque le joueur s'engage sur plusieurs mois.

PLAN MARKETING

L'éditeur communique principalement en presse spécialisée, en papier ou sur Internet.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Mythic
Editeur	GOA
Distributeur	GOA
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Exclusivement
Prix public conseillé	49,99€

Action

Brothers in Arms Hell's Highway

Le 25 septembre

La série de jeux d'action en vue subjective dans l'univers de la Seconde Guerre mondiale d'Ubisoft fait ses premiers pas sur la dernière génération de consoles avec ce troisième opus. L'action se passe cette fois-ci en Hollande en septembre 1944, au moment de l'opération Market Garden, l'un des pires fiascos connus par les Alliés durant la guerre. Le joueur incarne un soldat à la tête d'une escouade à laquelle il pourra donner des ordres. Le titre devrait s'inscrire dans l'esprit des précédents opus avec des lieux fidèlement reproduits et une ambiance toute cinématographique.

PLAN MARKETING

Ubisoft va communiquer via une campagne TV cabsat, en presse spécialisée ainsi qu'en magasins sans oublier sur Internet (sites de jeux et cinéma).

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Gearbox
Editeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 20
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	70€ (consoles) 50€ (PC)

Jeu de rôle

Sonic Chronicles : La Confrérie des Ténèbres

Disponible

Développé par Bioware, des spécialistes du genre (Neverwinter Nights, Mass Effect), ce jeu sur Nintendo DS marque les tout premiers pas du personnage de Sonic dans le genre du jeu de rôle. Le hérisson bleu et ses amis vont devoir ici affronter un tout nouvel ennemi. L'éditeur annonce un titre mariant stratégie et vitesse, avec des combats « rythmés ». Une vingtaine de zones seront à explorer. La connexion WiFi entre consoles sera exploitée afin d'échanger des objets entre joueurs.

PLAN MARKETING

Sega va notamment communiquer en TV par le biais d'une campagne de trois semaines. D'un budget de 420 000 euros, celle-ci vise à toucher 14 millions de contacts.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Bioware
Editeur	Sega
Distributeur	Sega
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Course

Pure

Le 25 septembre

Ce jeu de course de quads, signé par le studio Black Rock (ex-Climax Racing, auteurs de ATV Offroad Fury), mise sur l'action avec des circuits souvent très mouvementés. Le joueur a ici la possibilité de créer son propre quad et de participer à des courses dans sept environnements différents où il pourra essayer de réaliser les 80 figures disponibles dans le jeu.

PLAN MARKETING

DIS va communiquer largement sur ce titre, avec de la visibilité en TV (chaînes hertziennes, cabsat), sur Internet (sites de jeux, de sport…) et en presse (Sport). En radio, le jeu sera mis en avant sur quatre radios nationales. Des partenariats ont été signés avec Jetix, MTV et Yamaha.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Black Rock Studios
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 16
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

Vos Photos à la Télé Deluxe

Utilitaire

Micro Application propose une nouvelle version de son logiciel de lecture de documents photos et vidéos sur le téléviseur, basé sur un nouveau moteur. Destiné en premier lieu aux amateurs, le titre permet de retravailler les documents (recadrage, correction yeux rouges) et d'associer divers éléments pour créer les panoramas (transitions, bruitages, musique…). Les séquences obtenues pourront ensuite être gravées sur CD ou DVD.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Le 10 octobre — PC CD-ROM

Développeur	Micro Application
Éditeur	Micro Application
Distributeur	Micro Application
Prix public conseillé	39,95€

Tell Me More Anglais Euronews

Vie pratique

Auralog propose une solution de révision basée sur un exercice pratique de la langue, puisque basée sur des reportages diffusés sur Euronews. Le logiciel comprend une cinquantaine de leçons vidéo sur diverses thématiques (politique, économie, culture…), au sujet desquelles l'utilisateur sera questionné. Plusieurs types d'exercices sont proposés comme des « textes à trous » et des associations de mots. Chaque semaine, une leçon supplémentaire est proposée en ligne. Le logiciel est également disponible en version Espagnol.

PLAN MARKETING
Auralog met en place un important dispositif marketing autour de la gamme Tell Me More, avec spots TV, campagne sur Internet ou encore en presse. Des outils de PLV sont aussi au programme.

Octobre — PC CD-ROM

Développeur	Auralog
Éditeur	Auralog
Distributeur	Avanquest
Prix public conseillé	75€

Driver Genius 8

Utilitaire

Mettre à jour les différents drivers de son PC n'est pas toujours évident. Pour que les différents composants de la machine soient régulièrement mis à jour, Avanquest propose ce logiciel qui facilite le chargement, la sauvegarde et la restauration des drivers. Un outil vérifie régulièrement si de nouvelles mises à jour sont disponibles et une alerte est envoyée si un nouveau driver apparait pour l'un des composants du PC. En cas de panne du PC, un fichier auto-exécutable peut être créé, pour une réinstallation automatique de la machine.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Disponible — PC CD-ROM

Développeur	Avanquest
Éditeur	Avanquest
Distributeur	Avanquest
Prix public conseillé	29,90€

D&CO Appartement et Agencement 3D

Vie pratique

Anuman Interactive propose une nouvelle gamme de logiciels de décoration d'intérieur, estampillés de la licence de l'émission D&CO sur M6. Chaque volume aborde une thématique précise : Cuisine et salle de bains, Salon et salle à manger, Décoration d'intérieur… Parmi ceux-ci, Appartement et Agencement 3D permet de préparer l'aménagement de son appartement en profitant d'une visualisation en 3D du projet. L'éditeur annonce un nouveau moteur graphique pour cette édition 2009. Le logiciel se veut très facile d'accès avec de nombreuses vidéos explicatives.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Le 30 octobre — PC CD-ROM

Développeur	Anuman Interactive
Éditeur	Anuman Interactive
Distributeur	Anuman Interactive
Prix public conseillé	19,99€

Sorties multimédia OCTOBRE

Collection D&Co	Anuman Interactive	Anuman Interactive
Tell Me More Euronews	Auralog	Avanquest
Vos Photos à la Télé Deluxe	Micro Application	Micro Application

OFFRE DE LANCEMENT "10 + 1"

BitDefender Internet Security 2009

Pour tout achat d'un pack regroupant 10 BitDefender Internet Security 2009

Inclus dans l'offre :

au prix de

350 € HT

au lieu de ~~413,50~~ € HT

1 version complète pour la revente + 1 version NFR pour votre usage interne + 1 kit PLV comprenant : un présentoir, une affiche, des flyers, une boîte géante, un T-Shirt, et des goodies.

Valable jusqu'au 30 septembre 2008, disponible chez nos grossistes habituels.

Découvrez les nombreuses nouveautés de BitDefender 2009

- *Protection centralisée du réseau personnel*
- *Protection et cryptage des messageries instantanées*
- *Coffre fort pour sécuriser les données sensibles*
- *Analyse des vulnérabilités*
- *Modes Jeu et spécial PC Portable*
- *Nouveau pare-feu avec IDS, compatible IPV6*

Et toujours ...

- *2 ans de mises à jour / Protection pour 3 postes*
- *Meilleure protection proactive du marché contre les menaces inconnues*
- *Faible prise de ressources*
- *Assistance disponible 7j/7-24h/24*

Avantages revendeurs :

- *Vente en boîte, par téléchargement, en licences et OEM (pour l'intégration)*
- *Tarifs Education, administration, association et échanges concurrentiels*
- ***Formation technique gratuite***
- ***Support téléphonique dédié** aux revendeurs*

Liste de nos distributeurs

Altys	www.altys.com	04 93 52 06 01	**Nemo**	www.nemo-fr.com	02 28 09 40 40
BlueRiver	www.brsystem.com	05 34 51 19 00	**Neosystem**	www.neo-system.fr	03 29 36 71 00
Espace PC	www.espacepc.com	01 46 58 58 88	**Nordtech**	www.nordtech.fr	03 20 18 05 80
Ingram Micro	www.ingram.fr	0825 825 825	**PC SARL**	www.pcsarl.fr	02 41 66 04 04
JCE	www.jce.fr	03 84 72 81 66	**RTSI**	www.rtsifrance.com	03 88 04 58 40

Distributeurs spécialisés en téléchargement

Eptimum	http://bitdefender.eptimum.com/index_revendeur.php
Nexway	http://bitdefender.telechargement.fr/revendeur.html

Pour toute information complémentaire, contactez-nous :
*Tél : +33 (0) 1 47 35 72 73 - Email : **bitdefender@editions-profil.eu***

www.bitdefender.fr

Produit européen
Fabriqué en France

Édité par :
ÉDITIONS PROFIL

LES TECHNOLOGIES PROACTIVES DE RÉFÉRENCE

Pub ODI 230x300.indd 1 11/09/08 11:22:44

UNE FIN D'ANNEE DE TOUS

LEGO BATMAN™
LE JEU VIDÉO

UN PLAN MARKETING
À CASSER DES BRIQUES
PLUS DE 38M DE CONTACTS

		AOU	SEP	OCT	NOV	DEC
MEDIAS						
TV	TF1, 2, 3, 5			✓	✓	
TV CABLE				✓		✓
PRESSE	Specialisée et Enfants		✓	✓	✓	✓
ONLINE	JEUXVIDEO.com, msn			✓	✓	
OPERATIONS SPECIALES						
PROMO	msn, MICKEY			✓	✓	
SYNERGIES	LEGO, PANINI		✓	✓	✓	✓
CINEMA	THE DARK KNIGHT	✓	✓			
RELATIONS PRESSE						
PREVIEW/REVIEW	Grand Public et Spécialisée	✓	✓	✓	✓	✓
TRADE						
CAMPAGNE DE PRÉ-RÉSERVATION			✓	✓		
CATALOGUES			✓	✓	✓	✓
DISPOSITIF PLV				✓		

9 OCTOBRE 2008

Games for Windows · XBOX 360 · PLAYSTATION 3 · PlayStation 2 · PSP · NINTENDO DS · Wii

l'atelier rouge

S LES RECORDS POUR

de 36 Records
du Monde
à Challenger !

23 OCTOBRE 2008

NINTENDO DS Wii

Je contrôle le direct grâce à ma PS3 avec Play TV™

©TF1-Julien Cauvin

*« Désormais avec votre **PS3** et grâce au **système Play TV,** vous pouvez enfin faire deux choses en même temps. Grâce à la fonction **contrôle du direct**, plus aucun évènement inattendu n'est un problème. Vous regardez tranquillement votre émission préférée quand le téléphone sonne : il suffit d'appuyer sur « **Pause** » et quand vous raccrochez, vous rappuyez sur «**Play**» et reprenez là où vous en étiez. Et ce n'est qu'une fonction parmi bien d'autres. »*

Benjamin Castaldi

playtvps3.com

le meilleur du jeu vidéo en Haute Définition

*Play TV est un accessoire PlayStation 3 vendu séparement. Le visionnage des chaînes HD nécessite un écran compatible. Pour profiter de Play TV sur votre PSP, vous devez posséder une PS3, l'accessoire Play TV, et vous devez connectez votre PS3 à internet et votre PSP à une connexion Wifi.

"PlayStation" and "PLAYSTATION" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc.

PLAYSTATION 3

JDLI_SonyPTV_CONTROLDIRECT.indd 1 11/09/08 17:32:33