

# JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs  
[www.jdli.com](http://www.jdli.com)

N°146 / 20 mars 2009



du 11 mars au 30 mai 2009

# VIVEZ VOTRE PASSION

Avec Logitech



# DU 11 MARS AU 30 MAI 2009 - ANIMEZ ET OFFREZ DE LA PASSION

Offre CONSOMMATEURS

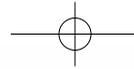
**2 produits  
achetés**  
pour un montant total de 60€ + 4 timbres

**= 1 activité  
offerte\***  
\*Offre soumise à conditions disponibles sur [www.logitech.com](http://www.logitech.com)



\*Achetez 2 produits Logitech le même jour dans le même magasin pour un montant minimum global de 60€ TTC. Remplissez et imprimez le bon de participation sur le site [www.logitech.com](http://www.logitech.com). Joignez la photocopie du ticket de caisse, 4 timbres (20g au tarif lent en vigueur) et une enveloppe avec votre nom et vos coordonnées. Envoyez le tout sous enveloppe suffisamment affranchie (frais d'envoi non remboursés), sous 15 jours ouvrés maximum après votre date d'achat (cachet de la Poste faisant foi) à TLC Marketing France.  
Opération Logitech Passion - 30, rue Notre Dame des Victoires - 75002 Paris.

\*Offre soumise à conditions visibles sur  
[www.logitech.com](http://www.logitech.com)



# ÉZ VOS RAYONS AVEC LOGITECH N À TOUS VOS CLIENTS



## Visibilité en MAGASIN

Boutons Web



Affiche téléchargeable au format A4



Stop-Rayon



Insertions catalogues



80 x 60 mm

Bannières web animées



95 x 40 mm

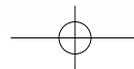


250 x 250 px



468 x 60 px

Tous ces visuels sont disponibles sur  
[www.channel.logitech.com](http://www.channel.logitech.com)





# Sell

## Un nouveau président

**G**eorges Fornay, Président Directeur Général de Sony Computer Entertainment France et Suisse et Vice-Président de Sony Computer Entertainment Europe a été élu – à l'unanimité ! – Président du Sell, le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, lors de l'AG qui s'est tenue le 11 mars. Il succède à Philippe Sauze, VP et Directeur général d'Electronic Arts France, qui ne souhaitait pas se représenter après trois ans de présidence. Georges Fornay, 52 ans, est entré chez Sony en 1995 pour lancer la PlayStation sur le marché français. Il a auparavant passé 10 ans chez Commodore France, comme Directeur financier puis directeur général. Il était également Trésorier du Sell. Jean-Claude Larue demeure Délégué général du syndicat tandis que Christophe Maridet (Disney Interactive Studios) et Marie-Claire Mrejen (Warner) rejoignent le Conseil d'Administration.



## App Store le jeu en tête



**U**ne étude intéressante sur les applications à télécharger pour iPhone et iPod Touch via App Store vient d'être publiée par Mobclix. Le jeu vidéo représenterait la part la plus importante des applications proposées sur la boutique en ligne avec 6 291 applications, soit 23,1 % de l'offre. Parmi ces titres, 76 % sont payants contre seulement 1 517 titres gratuits. L'étude précise par ailleurs que le genre le plus populaire sur la plate-forme est le jeu de puzzle (17,8 % de l'offre), suivi par les jeux d'arcade, d'action et les jeux familiaux.

## Edito

### Vieille rengaine

Et voilà que resurgit un vieil a priori, une vieille antienne véhiculée par des idéologues ou des ignorants : le jeu vidéo est dangereux pour la santé du joueur (addiction, désocialisation, etc.) et pour celles des autres (risque de se faire tuer par un adolescent à problème). Faut-il encore une fois préciser qu'aucune enquête, aucune étude n'a jamais démontré qu'addiction ou désocialisation étaient dues à une utilisation abusive de console de jeu ou de PC. Le jeu vidéo sert de catalyseur, de révélateur. Il est même bien souvent un exutoire. À chaque fois qu'un adolescent tue à l'arme à feu de façon imprévisible (ses parents, ses camarades d'école...), on pointe son goût pour les jeux vidéo, suggérant un lien de cause à effet s'apparentant à un syllogisme raté plus qu'à un raisonnement solide. « Tous les tueurs sont violents, les jeux sont violents, donc les jeux font des tueurs »...

Sébastien Anxolabéhère

## Lapins crétiens satisfaction maximum

**U**bisoft lance du 1er au 17 avril, pendant les vacances de Pâques une offre « satisfait pour remboursé » autour du jeu Rayman Prod' Présente The Lapins Crétins Show, sur Wii, la version qui représente plus de 80 % des ventes. « Pendant les 48 heures suivant l'acquisition, l'acheteur du jeu peut le renvoyer avec le ticket de caisse. Nous lui rembourserons intégralement le montant. C'est le cachet de la poste qui atteste que nous sommes bien dans le délai », détaille Mathilde Fourest, Chef de produits chez Ubisoft. Ce troisième opus des Lapins Crétins sur Wii s'est vendu en France à plus de 300 000 exemplaires depuis sa sortie et avec cette opération, Ubisoft redynamise le jeu sans avoir à en baisser le prix, toujours à 50 euros (ppc). « Nous allons communiquer autour de l'offre « satisfait pour remboursé » tant en magasin avec des box et une signalétique sur boîte et au sol, qu'en télévision, avec des spots sur TF1, M6, W9 et Gulli. Le problème est de faire

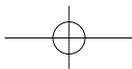
passer le message auprès de consommateurs, sans que ceux-ci croient en une plaisanterie du type de celles auxquelles les Lapins Crétins nous ont habitués ! » sourit-elle. L'opération étant la première, Ubisoft n'est pas en mesure d'anticiper sur les quantités qui seront retournées. Avec Nobilis, Ubisoft est donc le deuxième éditeur à se lancer dans ce type d'opération commerciale susceptible de rassurer les consommateurs en ces temps où les dépenses sont comptées.



## Hitachi se coupe en deux

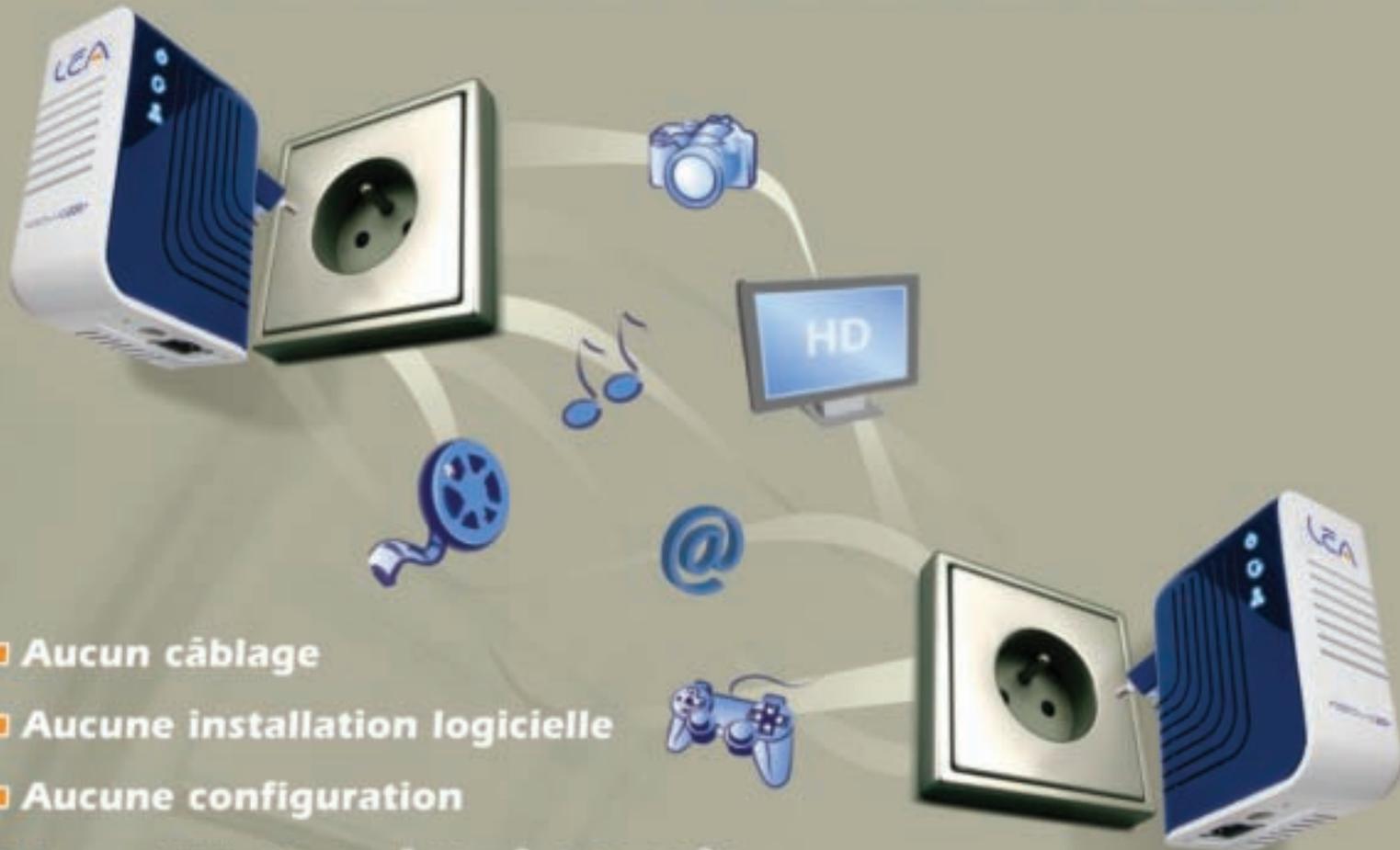


**H**itachi a indiqué qu'il allait désormais dissocier ses activités automobiles de ses activités d'Electronique grand public, une nouvelle accompagnée d'une modification de l'organigramme à la tête du groupe. Takashi Kawamura, actuel président d'Hitachi Plant Technology, prendra les rênes de l'ensemble du groupe. Il sera secondé par l'actuel Président d'Hitachi, Kazuo Furukawa, en qualité de vice-président. Hitachi prévoit une perte de 700 milliards de yens (5,4 milliards d'euros) sur l'exercice qui se terminera le 31 mars prochain. Le groupe a été lourdement impacté par la baisse de la demande et par les difficultés rencontrées dans le domaine de la mémoire.



# LEA Simplifiez vous la vie avec le CPL\*

Transformer n'importe quelle prise électrique en une connexion réseau haut-débit !



- **Aucun câblage**
- **Aucune installation logicielle**
- **Aucune configuration**
- **Compatible Windows®, Linux® et Mac OS® X**

## Pack de 2x NetPlug200+



**89,90 €**  
TTC

- Partage de l'accès Internet
- **Full HD** : Idéal pour profiter de la TV Haute Définition dans toute la maison
- Partage des vidéos & musiques
- Jeux en réseau

## Pack de 2x NetSocket200+

- Préserve une prise murale libre
- Garantit un débit optimal grâce à sa prise filtrée antiparasite

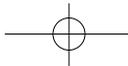


**119,90 €**  
TTC



\*Courant Porteur en Ligne (CPL) : Technologie transportant les données numériques via le courant électrique

Tous les produits **CPL LEA** sur [www.leacom.fr](http://www.leacom.fr)



# 10

## Anuman, expert multi-média de Média-Participations

Le 16 février dernier, Anuman Interactive annonçait son rachat par Média-Participations, un groupe présent dans l'édition presse, la bande dessinée, l'édition de livres et de DVD. Rencontre avec Claude de Saint Vincent, Directeur général de Média-Participations et Stéphane Longeard, Directeur général d'Anuman Interactive.



## Marché

8 : News

10 : Interview : Média-Participations/Anuman Interactive

Claude de Saint Vincent, Directeur général de Média-Participations et Stéphane Longeard, Directeur général d'Anuman Interactive

12 : Interview : Nexway

Gilles Ridel, Fondateur et dirigeant de Nexway



# 20

## Glu Mobile

Glu est l'un des trois principaux éditeurs sur le segment des jeux pour téléphones portables. Rencontre avec Olivier Bernard, Responsable des ventes Europe, qui nous détaille le positionnement de la société et sa vision du marché.

## Mobilité

14 : News

20 : Interview : Glu Mobile

Olivier Bernard, Responsable des ventes Europe de Glu Mobile

22 : Interview : Targus

Yann le Dantec, Directeur général France

# 30

## ADSL, Internet, TV et téléphone : L'enjeu du contenu

Internet, téléphone et télévision à 30 euros par mois, c'est désormais l'offre quasi unique de tous les fournisseurs d'accès. La différence se fait dorénavant par le service et par les offres de contenu associées qui pourraient bien assurer les revenus de demain aux FAI et à toute l'industrie de l'Entertainment.



## Salon

24 : News

30 : Focus : ADSL, Internet, TV et téléphone  
L'enjeu du contenu

38 : Focus DVD Vidéo

Tonnerre sous les Tropiques, de et avec Ben Stiller

40 : Panorama : Moniteurs grande taille

Six modèles d'écrans à partir de 24 pouces



# 40

## Panorama : Moniteurs grande taille

L'écran pour PC de loisir reste un investissement pérenne pour l'utilisateur alors que s'annonce un ralentissement des ventes de moniteurs informatiques : pourquoi donc ne pas privilégier en rayon des produits de diagonale plus imposante ? Un sujet d'actualité, d'autant plus que le prix de vente de ces écrans est désormais abordable pour le grand public.

## Guides

44 : DVD vidéo

46 : Jeux vidéo

48 : Hardware

50 : 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  
Laurent Guerdier

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

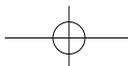
Secrétaire de rédaction  
Guy Pichard  
guy@microscop.com  
Journalistes  
Oriss Abdi, Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna  
ont collaboré à ce numéro : Philippe Genesco et Marie-Sylvie Maurus

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

Maquette  
Directeur artistique  
Guillaume Desnoyers  
guillaume@microscop.com  
Rédacteurs graphistes  
Benoît Maurice  
Christophe Montfort  
Responsable diffusion :  
Christèle Bono : 01 41 58 58 20  
cbono@microscop.com

Site Web : [www.jdli.com](http://www.jdli.com)  
Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par Microscop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social : 66/72 rue Marceau - 93100 Montreuil sous Bois. Principaux actionnaires : Stéphane Kauffmann et Laurent Guerdier.  
Imprimé par lapca  
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.



## Sauvegarde automatique et continue pour tous les ordinateurs sur votre réseau familial. Détendez-vous !



### My Book<sup>®</sup> World Edition<sup>™</sup> Stockage Réseau domestique



Sauvegarde automatique et continue  
Transmission multimédia en continu  
Accès à distance sécurisé  
Capacité de 2 To

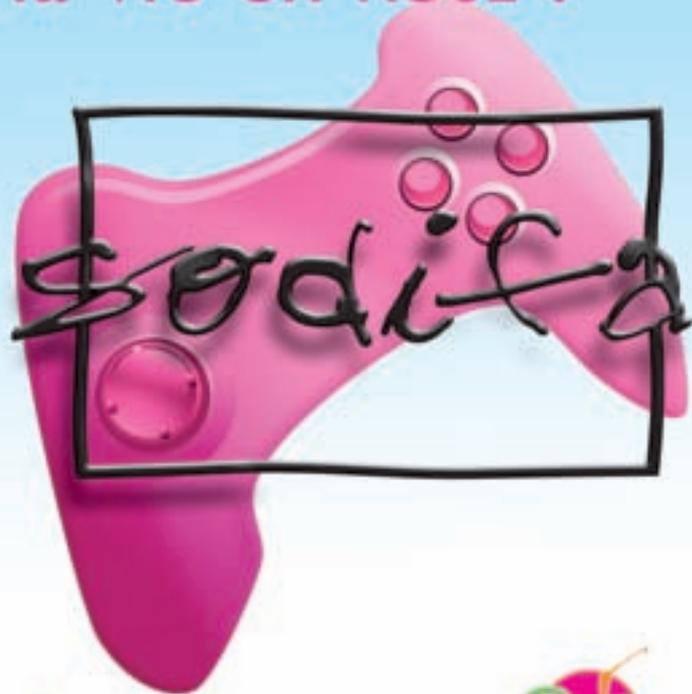
Avec My Book World Edition, vous disposez d'une solution de sauvegarde automatique et continue pour tous les ordinateurs sur votre réseau familial. Configurez le une fois et n'y pensez plus. Toutes les données de votre famille sont sauvegardées. Profitez donc en toute tranquillité sachant que vos photos de famille, votre musique, vidéos et dossiers importants sont en sécurité. My Book World vous offre une solution complète de stockage réseau domestique avec sa rapidité, ses 2 To de stockage centralisé, du streaming et l'accès à distance.

Pour plus d'informations et pour gagner un My Book World Edition, rendez-vous sur [www.wdpromotion.com](http://www.wdpromotion.com).



PUT YOUR LIFE ON IT<sup>®</sup>

Pour ses 25 ans,  
SODIFA  
va vous faire voir  
la vie en ROSE !



Nos offres  
hallucinantes

vous rendront SODIF'Addict !

Inscrivez-vous à nos newsletters sur  
[www.sodifa.com](http://www.sodifa.com)

[ RISQUE D'ACCOUTUMANCE IRRÉVERSIBLE ! ]

Votre seul partenaire multimédia  
à vous rendre complètement accro...

JEUX VIDÉOS

NETBOOK

CONSOLES

DVD

ACCESSOIRES

BLU-RAY

LOGICIELS ET

EGP

PÉRIPHÉRIQUES PC



## Grande-Bretagne : la Wii monte en prix !

Chacun ses problèmes... ceux de Nintendo n'ont pas l'air trop graves outre-Manche (comme ailleurs), puisque le Japonais se permet de répercuter sur le prix de gros de sa console de salon le manque à gagner dû à la faiblesse du taux de change de la Livre Sterling. « *De nombreux industriels ont fait le même choix que nous, Nintendo est loin d'être une exception* », tempère Stephan Bole, le Directeur général de la filiale française. La Wii devrait donc augmenter de 20 livres prochainement. Mais rien ne prouve que les revendeurs répercutent cette augmentation en magasin. La situation des taux de change est radicalement différente avec l'euro, qui est une monnaie forte. Il n'y a pas de raison de toucher au prix de la console.



## Nominations



### Microsoft

Jeremy Dale vient d'être nommé Vice-président Ventes et Marketing, Division Grand Public pour la Région EMEA. Il affiche 20 ans d'expérience à des postes de direction internationale dans les jeux vidéo, la télévision et la téléphonie mobile, chez ITV Digital, Orange ou encore Motorola. Auparavant, Jeremy Dale était CMO pour la division appareils mobiles de Motorola. Mitch Koch, Vice-Président Corporate Ventes et Marketing Monde, a commenté : « *Nous sommes ravis d'accueillir Jeremy Dale et de bénéficier de son savoir-*

*faire et de sa connaissance du marché afin d'accompagner notre stratégie de croissance et de développement de nos activités et renforcer la marque sur les marchés européens.* »

### Activision Blizzard

Le groupe a annoncé l'arrivée de Thibaud de Saint-Quentin au poste de Senior Vice President et Managing Director of European Publishing. Cette annonce fait suite à la démission de Joerg Trouvain. Auparavant, Thibaud de Saint-Quentin a notamment passé 20 ans chez Kraft Foods.



# Nobilis

## Satisfait ou remboursé



### JDLI : En quoi consiste l'opération ?

Hervé Perret : Du 28 mars jusqu'au 9 mai, nous mettons en place une opération « satisfait ou remboursé » autour de cinq titres de notre catalogue DS : My Baby Boy, My Baby Girl, Moto Racer, Hotel Giant et Cookie Shop. Le consommateur a sept jours après son achat pour nous retourner le jeu s'il n'est pas satisfait en nous précisant pourquoi il a choisi de nous le renvoyer, accompagné du ticket de caisse. Il est ensuite remboursé intégralement.

### Pourquoi mettez-vous en place une telle opération ?

En situation de crise, on sait que le consommateur est plus hésitant pour investir et l'on a deux options pour le motiver : baisser les prix ou le rassurer sur son achat. Nous avons opté pour la seconde option sur une sélection de cinq titres très qualitatifs. Sur un marché saturé comme la DS, on peut

L'éditeur lyonnais lance prochainement une offre de remboursement sur une sélection de jeux DS si le consommateur n'est pas satisfait. Hervé Perret, Directeur marketing, nous en dit plus sur l'opération.

craindre que de nombreux joueurs aient été déçus par des productions de qualité moyenne et il faut donc les encourager à découvrir de nouveaux titres. Nous avons sélectionné cinq de nos meilleurs jeux, encore positionnés en full price.

### Vous attendez-vous à beaucoup de retours ?

C'est une première dans le domaine du jeu vidéo, il y a donc une part de risque, on ne sait pas à quelle hauteur les consommateurs vont répondre. On peut s'attendre à un taux de retour entre... 1 % et 40 % en fait ! Disons que si l'on atteint les 30 %, l'opération nous coûtera de l'argent... mais nous sommes sûrs de la qualité des jeux concernés et donc peu inquiets sur ces taux de retour. Il s'agit avant tout d'une opération de communication pour nous.

### Comment allez-vous communiquer sur l'opération ?

Nous faisons une relance marketing autour du jeu My Baby avec notamment des spots TV. A la fin des spots, l'opération sera annoncée. Des relais sont aussi prévus en magasin, via par exemple des cartonnets à placer par-dessus les coques antivol des jeux.

### Pourriez-vous appliquer une telle opération à d'autres plates-formes ?

Tout à fait. On peut imaginer ce genre de procédé pour toutes les autres machines de jeu. A l'exception du PC, pour des raisons de piratage évidentes bien sûr.



N O B I L I S

# Sodifa

## rosit pour ses 25 ans

Grandir sans se prendre au sérieux. Passer de 50 000 francs (7500 de nos euros) à 53 millions d'euros, de quatre salariés à 57, de 40 m<sup>2</sup> à 4000, de la cassette pour vidéoclub à une offre multimédia hardware et software complète... tout en gardant la modestie et le recul nécessaires à une bonne approche des enjeux. Telle pourrait être la devise de Sodifa, qui pour être devenu en un quart de siècle un des principaux grossistes multimédia de France, n'en a pas moins gardé un esprit ludique et réactif. Pour fêter l'événement, Sodifa remise son ancien code couleur orange au placard et passe au rose... très rose ! Le rose contre l'esprit morose de la période sans doute. Par delà ce relooking, la société a décidé de dignement fêter ses 25 ans en proposant tout au long de l'année des opérations promotionnelles à ses partenaires. Et quand on connaît la créativité qui anime l'équipe de Sodifa, on peut s'attendre à de belles surprises tout au long de l'année. Et à pas mal de sourires !



# L'Europe,



## l'œil sur les détaillants

Alors que la mode consistant à mettre sur le dos du jeu vidéo tous les maux de la société en général et les faits divers sanglants en particulier semble nous faire un retour en fanfare, le Parlement européen manifeste son souhait – tout à fait légitime – de voir les détaillants qui vendraient des jeux pour adultes à des mineurs (ou des gérants de cybercafés qui laisseraient des mineurs jouer à ces jeux), plus sévèrement contrôlés et punis. Il demande qu'une stratégie de communication soit élaborée au niveau européen. Le Sell, syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs réclame d'ailleurs une concertation avec les acteurs concernés pour établir une charte de bonne conduite. Il rappelle de la signalétique Pegi a vocation à être adoptée par tous les états membres.

### Fumer sa manette est nocif aussi

Dans une autre veine, nous avons échappé à un amendement pour le moins étrange. Dans le cadre de la réforme de l'hôpital, deux amendements intégrés au Titre III relatif à la prévention à l'égard du tabac et de l'alcool, concernait les jeux vidéo. En clair, alcool, tabac, jeux vidéo : dangers comparables pour les mineurs ! Venant après un spot télévisé financé par le Secrétariat à la famille qui assimilait pédophilie, extrême-droite néo-nazi, luxure sexuelle et jeu vidéo, il fallait intervenir. Le Sell et le SNJV (anciennement Apom) ont fait pression pour que les amendements soient retirés, rappelant chacun à leur façon que rien ne permettait d'affirmer que le jeu vidéo créait des addictions. On peut même pour notre part affirmer que s'il y a bien un loisir qui a été étudié et dont les effets ont été regardés de près, c'est bien le jeu vidéo.

# Anuman,



Il y a quelques semaines, le 16 février, Anuman Interactive annonçait son rachat par Media Participations, un groupe présent dans l'édition presse, la bande dessinée, de l'édition de livres et de DVD. En rejoignant le troisième groupe français d'édition, qui réalise un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros, Anuman, qui reste sous la direction de son fondateur Stéphane Longeard, a pour mission de poursuivre son développement, de développer des synergies avec les autres filiales, notamment en les aidant dans leur adaptations aux nouvelles technologies.

par Sébastien Anxolabéhère

#### Entretien avec

Claude de Saint Vincent  
Directeur général de Media-Participations

#### JDLI : Pouvez-vous nous présenter le groupe Media-Participations ? Quand a-t-il été créé ?

Claude de Saint Vincent : Le groupe Media-Participations a été créé il y a plus de 20 ans à partir du rachat de Fleurus et de petites maisons d'édition religieuse. Il a grandi progressivement par croissance interne et rachat d'autres maisons telles que Dargaud et Dupuis. Aujourd'hui c'est un groupe de plus de 900 personnes qui est actif dans la presse avec des titres comme Rustica, Votre Maison Votre Jardin, Système D..., dans l'édition avec Fleurus, Mango, Dargaud, Lombard ou Dupuis mais aussi dans l'audiovisuel avec Ellipsanime, Dupuis Audiovisuel ou Citel Vidéo... et désormais donc dans les logiciels de loisirs et le jeu vidéo. Nous sommes clairement un groupe familial d'édition et de loisirs dont les publications sont à destination d'un public familial.



#### Pourquoi acquérir Anuman Interactive ?

La description même de nos activités suffit à expliquer la logique de ce rapprochement. Nous sommes un groupe résolument multimédia : nos contenus, ceux qui sont créés par nos auteurs, nos journalistes et nos éditeurs ont vocation à voyager au-delà de leurs supports d'origine. Le développement vers les nouvelles technologies n'était pas seulement naturel, il était inévitable. Nous éditons les Imageries de Fleurus, Lucky Luke, Spirou et Boule et Bill, nous sommes leaders du jardinage avec Rustica et du bricolage avec Système D, produisons des centaines d'heures de dessins animés et tout ce qui peut se faire en matière de loisirs créatifs. Posez ça à côté du catalogue d'Anuman Interactive, déjà très inspiré par les contenus en provenance de l'écrit, et les raisons sautent aux yeux. Je ne sais pas si le rapprochement sera facile mais au moins il est évident...

#### Allez-vous approcher d'autres éditeurs ?

C'est bien sûr un secteur que nous étudions depuis quelque temps, mais aujourd'hui la reprise d'Anuman nous suffit. Le but n'est pas de racheter un éditeur de logiciel de loisirs, c'est de réussir cette intégration et d'enrichir toutes nos sociétés des savoir-faire des équipes d'Anuman.

#### Quel a été le montant de la transaction ?

Il n'est pas communiqué...

#### Quel est désormais le statut de la marque Anuman Interactive ?

C'est une filiale directe de Media-Participations au même titre que les autres maisons principales. C'est d'autant plus justifié qu'elle exerce un métier original et nouveau au sein du groupe.

#### Comptez-vous apporter des changements à la structure en place ?

Non. Stéphane Longeard en demeure le dirigeant et c'est donc à lui qu'il faudrait poser cette question...

#### Quel rôle comptez-vous donner à Anuman au sein du groupe ?

Tout d'abord, nous comptons sur Anuman pour poursuivre son développement et sa croissance

# expert multimédia de Media-Participations

Interview



## JDLI : Quelles ont été les motivations d'Anuman pour rejoindre le groupe Media-Participations ?

Stéphane Longeard : Ce n'est pas un secret que la période est difficile pour les éditeurs indépendants. Anuman a réussi le virage de l'édition de CD-Rom de vie pratique vers le jeu et la vie pratique sur console. Mais quand l'opportunité de rejoindre un groupe plurimédia que nous connaissons déjà et dans lequel nous avons toute confiance s'est présentée, nous n'avons pas hésité. Nous faisons une dizaine de millions d'euros de chiffre d'affaires quand Media-Participations en réalise 300.

Nous adosser à ce groupe nous assure de pouvoir déployer sereinement notre activité sans vivre sous la pression de la conjoncture au jour le jour. Nous allons ainsi avoir accès à des licences nouvelles pour étendre notre activité d'éditeur tout en faisant profiter l'ensemble des filiales de Media-Participations de notre savoir-faire dans le numérique. Nous travaillons d'ores et déjà à une refonte de certains sites Internet du groupe.

## Concrètement, quels sont les termes du rachat ?

Media-Participations a acquis 100 % des actions d'Anuman, qui étaient réparties entre des investisseurs institutionnels, des salariés et moi-même. Nous sommes rattachés au pôle « Images » qui rassemble les sociétés éditrices de bande dessinées et de films/vidéo (Dargaud, Dupuis, Citel, Ellipsamine...). Les deux autres pôles sont le livre (Mango, Fleurus, etc.) et la presse (Rustica, Système D, C Déco etc.). Dans les faits, nous travaillons en étroite collaboration avec Media Toon, la société du groupe qui est chargée de la commercialisation et de l'optimisation des licences et qui peut agir de façon transversale sur les autres sociétés du groupe pour les aider dans leur développement.

## Entretien avec

Stéphane Longeard  
Directeur général d'Anuman Interactive



organique. Puis bien évidemment, dans la logique de ce que j'ai expliqué, de voir parmi tous les contenus, univers, personnages, propriétés intellectuelles... publiés par nos différentes maisons ceux qui ont une vocation naturelle à trouver une nouvelle vie dans le catalogue d'Anuman. À l'inverse nous souhaitons que les équipes d'Anuman deviennent les experts du groupe, nos premiers consultants et éventuellement sous-traitants pour les réflexions, développements et créations propres aux éditeurs en matière de nouvelles technologies et de dématérialisation des contenus.

## Avez-vous des ambitions particulières sur Internet ?

Nous utilisons déjà Internet qui est un vecteur incontournable de communication, un outil marketing exceptionnel et un nouveau mode de commercialisation. Nous expérimentons déjà la mise à disposition de nos contenus en ligne. Il nous reste à accompagner les nouvelles créations, les nouveaux formats qui vont inéluctablement apparaître et à reconnaître les modèles économiques qui en permettront la survie.

## Dans quelle mesure comptez-vous décliner vos contenus via Anuman Interactive ? Que vous apporte Anuman dans ce but ?

À nouveau, c'est un choix d'Anuman. Notre organisation laisse une autonomie éditoriale totale à nos différentes filiales. La logique des métiers doit l'emporter. Anuman s'intéressera aux contenus qui ont un sens et un avenir dans son catalogue. Et d'ailleurs avant même que nous commençons à discuter, il existait déjà des accords de licence avec des maisons du groupe. Boule et Bill ou Cédric en sont l'illustration.

## Comptez-vous exploiter des titres en provenance du catalogue Anuman sur d'autres médias ?

Pourquoi pas ? Les échanges se font dans les deux sens. Il n'y a plus de frontières et on a vu les héros des jeux vidéo connaître de nouvelles vies au cinéma, à la télévision ou en albums. Si les éditeurs ou magazines de Media-Participations repèrent chez Anuman Interactive des propriétés intéressantes, ils n'hésiteront pas.

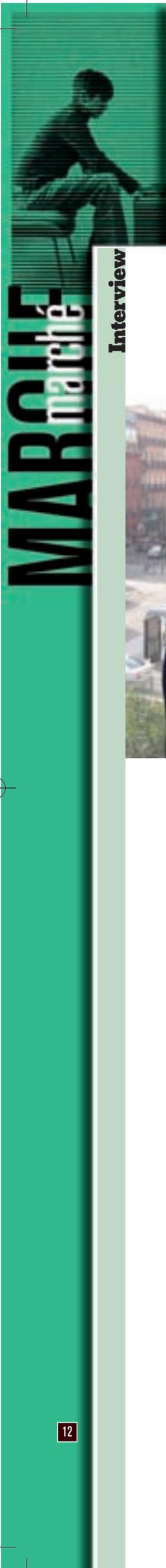
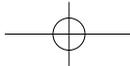
## Pouvez-vous continuer à travailler avec des éditeurs qui ne seraient pas dans le groupe ?

Absolument. C'était même une des conditions de la vente. Il n'est pas question que nous bridions notre créativité et nous continuerons à travailler avec d'autres éditeurs si les occasions se présentent. Mais il y a quelques franchises très intéressantes dans les sociétés de Media-Participations, gérées par Media Toon. Je pense notamment à Largo Winch et XIII qui ont une vraie dimension internationale, une qualité essentielle pour le jeu vidéo.

## Quels sont les enjeux pour Anuman aujourd'hui ?

Cette opération va totalement dans le sens de l'histoire. Tous les éditeurs cherchent la réponse à une problématique en apparence simple, mais en réalité très complexe : quel sera le livre de demain ? Tout le monde sait qu'il passera en grande partie par les outils numériques. Pour correctement accomplir sa mission au sein de Media-Participations, Anuman va devoir cerner toutes les subtilités du groupe et de sociétés qui le compose pour l'aider à être dans le bon tempo sur cette mutation industrielle majeure.





Interview



Entretien avec

Gilles Ridet

Fondateur et dirigeant de Nexway

**JDLI : Pourquoi avoir fait l'acquisition de Boonty ?**

Gilles Ridet : Nous avons fait l'acquisition de Boonty car le service est particulièrement fort dans le domaine des jeux causal. Boonty représente en effet pas moins de 400 éditeurs différents et 200 chaînes jeux sur les portails e-marchands. Ce catalogue très complémentaire au nôtre nous permet aujourd'hui d'être le leader européen dans le domaine de la distribution digitale de jeux vidéo : nous proposons ainsi par moins de 7 000 références jeux différentes. C'est en complétant de la sorte notre offre que nous souhaitons la plus complète possible que nous pouvons convaincre de nouveaux partenaires. Nous venons ainsi de signer un partenariat avec le site spécialisé jeuxvideo.com pour renouveler leur offre de jeux à acheter en téléchargement.

**Dans un autre domaine, vous venez de signer un partenariat avec Dell. En quoi consiste-t-il ?**

Nexway a été choisi par Dell pour développer le Dell Download Store, la plate-forme de téléchargement du constructeur pour les contenus jeux vidéo, logiciels et musique. Nous avons mis au point la plate-forme et y apportons nos contenus en termes de jeux et de logiciels. Un partenariat a été mis en place pour

# Nexway

## en pleine croissance

Depuis sa création en 2002, l'entreprise française Nexway s'est développée avec l'objectif de se hisser au premier rang des distributeurs de contenus multimédia en ligne. Avec le rachat de son concurrent Boonty et un partenariat passé avec Dell, l'acteur confirme ses ambitions européennes. Rencontre avec Gilles Ridet, fondateur et dirigeant de Nexway. *par Patrick Hellio*

alimenter la section musicale. Il y aura indiscutablement, pour Nexway, un avant et un après ce partenariat puisqu'il revêt une importance de premier ordre dans le cadre de nos ambitions européennes. Le site Dell Download Store est disponible aujourd'hui en France, en Allemagne et en Angleterre et 27 autres pays européens vont suivre.

**Quel est aujourd'hui la taille de la société Nexway ?**

Nous employons 130 personnes dans 12 pays différents. Notre chiffre d'affaires s'élève à 50 millions d'euros et nous sommes en croissance continue. La France représente une bonne moitié de notre business, mais la part de l'international est celle qui augmente le plus ces derniers temps. Nous sommes présents via des filiales sur les principaux marchés européens mais avons aussi un bureau en Asie et sommes représentés aux États-Unis. Nous travaillons avec l'immense majorité des éditeurs de jeux et proposons 7 000 titres différents en téléchargement. Nous proposons donc aujourd'hui une offre complète de jeux incluant des titres gamers, casual mais aussi massivement multijoueurs. Côté logiciels (antivirus, utilitaires...), notre catalogue s'élève à 6 000 références environ.

**Quel regard portez-vous sur le marché de la vente par téléchargement ?**

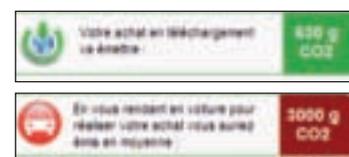
Je pense que la distribution digitale est un métier à part entière qui demande des méthodes spécifiques de travail. C'est un mode de distribution qui va prendre une importance grandissante à l'avenir. En ces temps où l'environnement est au centre des préoccupations, le téléchargement



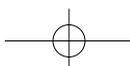
<http://www.delldownloadstore.fr>

légal a aussi un rôle à jouer car c'est un mode de distribution écologique : télécharger émet moins de CO2 que de fabriquer, livrer et aller acheter un logiciel. Nous avons d'ailleurs mis au point un éco-calculateur qui donne aux consommateurs une estimation de la consommation en CO2 de leur téléchargement, comparée à un achat physique. Il est disponible sur notre portail toomai.fr et l'objectif est de l'étendre à l'ensemble des portails de notre réseau. Un lien « en savoir plus » dirigera vers le mini-site de communication autour de cet éco-calculateur. Globalement, je pense qu'il n'y a pas assez d'offres de vente par téléchargement pour répondre aux attentes des consommateurs. Il manque encore de propositions alors que l'on sent que la demande est bien là. Les chiffres l'attestent : 30 % des internautes

téléchargent illégalement. Nexway, en tant qu'acteur majeur de la distribution digitale, apporte une réponse légale aux nouveaux comportements sur le Web. Enfin, face à ce marché en pleine mutation et toujours demandeur de nouveautés, Nexway se doit d'être en avance sur son offre globale. C'est ainsi que nous nous sommes naturellement orientés vers le modèle « free to play », ou téléchargement de jeux en ligne grâce à l'item selling. Vous devriez d'ailleurs voir une prochaine annonce de notre part sur ce sujet.



L'éco-calculateur



## CONTENU DANS L'ADN TOSHIBA, LE GÈNE DE L'INNOVATION SUBLIME LA BEAUTÉ

L'innovation est présente dans l'ADN de chaque produit Toshiba.  
Pour vous aujourd'hui, le tout dernier téléviseur LCD REGZA  
intègre les technologies les plus innovantes et vous offre  
une image magnifique qui sublime la réalité !



### > **TÉLÉVISEUR LCD REGZA 46XV565**

- Écran 117 cm à résolution Haute Définition 1080 lignes
- Réception des nouvelles chaînes TNT transmises en HD
- Qualité d'image optimale via processeur vidéo Active Vision
- Luminosité ajustée à l'éclairage ambiant par capteur Luma Sens
- Existe également en 132, 107, 94 et 81 cm

**HD** **TNT** **REGZA**  
TV **HD**  
1080p

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>>

taxilaune

\*TOSHIBA, à la pointe de l'innovation

[www.toshiba.fr](http://www.toshiba.fr)



# Pentax

## Un bridge d'exception



Le constructeur a récemment levé le voile sur le X70, son premier bridge grand angle 26 mm. Il est doté d'un zoom surpuissant 24x (624 mm) et d'un capteur 12 Mpxels. Léger avec ses 390 grammes sur la balance, les photos prises au téléobjectif ne devraient pas trop en souffrir grâce au système de stabilisation. Selon Pentax, il permet de gagner jusqu'à trois vitesses. La sensibilité quant à elle grimpe à 64 000 ISO. La rapidité de prise de vue et tout aussi surprenante avec 11 images par seconde. Plusieurs modes automatiques ont été implémentés, comme la fonction d'ajustement de la plage dynamique ou la reconnaissance rapide des visages. De plus, il est possible de réaliser des vidéos en HD (1280 x 720 pixels). Le Pentax X70 sera commercialisé au prix de 399 euros.



## Terminator Renaissance

### Hasta la vista, baby !

GameLoft continue à signer les licences des blockbusters cinéma pour les adapter en jeux pour mobiles. Après Die Hard, La Momie et autres American Gangster, c'est prochainement Terminator Renaissance qui pourra être joué dans le métro. Prévu pour la sortie du nouveau film, le 3 juin prochain, le jeu pour mobiles en reprendra le scénario prenant place en 2018 dans un monde post-apocalyptique. John Connor, dont le destin est de sauver l'humanité face aux machines, va s'attaquer au complexe Skynet et tenter de mettre fin à la guerre.

## Garmin équipe la Mini



La division automobile OEM de Garmin vient de renforcer son partenariat avec le constructeur automobile Mini, filiale de BMW. À l'occasion de la sortie du Mini cabriolet, le GPS Nüvi 255 sera intégré au tableau de bord du véhicule, l'installation électrique étant dissimulée dans le support. De plus, il sera possible de retirer le 255 tout en gardant le support ce qui permet de monter en gamme. Une carte mémoire est également incluse et contient du contenu exclusif à Mini avec un écran d'accueil aux couleurs et logos officiels, une série d'icônes des véhicules de la marque, différents fonds d'écran ainsi que les coordonnées complètes des concessionnaires Mini en Europe. Roger Jollis, Directeur de l'OEM & Mobile Marketing chez Garmin, a commenté : « Il s'agit là de l'une de nos installations les plus innovantes, grâce non seulement au support pivotant mais également à sa compatibilité avec les nouveaux modèles Garmin ». Garmin a également annoncé deux nouveaux GPS autonomes, les 1200 et 1300. Ils sont dotés d'un design ultra fin et de fonctionnalités pédestres renforcées grâce à l'intégration de CityExplorer, des cartes urbaines spécialement développées pour les déplacements à pied.

## L'iPod Shuffle donne de la voix

Actualité très chargée pour Apple. En effet, après le lancement du nouveau MacBook Pro 17 pouces, des Mac Mini et iMac ainsi que des suites logicielles iLife '09 et iWork '09, c'est au tour du plus petit des iPod de connaître une grosse mise à jour. Toujours dépourvu d'écran et habillé d'une magnifique coque en aluminium anodisé, l'iPod Shuffle adopte un nouveau design tout en longueur et abandonne la fameuse molette de contrôle. Ainsi, les commandes sont à présent déportées sur une petite télécommande intégrée au câble des écouteurs à l'instar du kit piéton de l'iPhone. La mémoire passe à 4 Go et de nouvelles fonctionnalités font leur apparition avec le VoiceOver qui énonce le titre du morceau en cours et son interprète. L'iPod Shuffle est disponible en noir ou gris au prix de 79 euros.



# Jules Verne passe à l'iPhone

**M**icroïds lancera en juin prochain la suite du jeu d'aventure Retour sur l'île Mystérieuse sur iPhone et sur PC. Quatre ans après le premier titre sur PC, Retour sur l'île Mystérieuse 2, verra le joueur retrouver le personnage de Mina, dont l'hélicoptère venu la sauver s'est écrasé. La voici donc de nouveau prisonnière de l'île, pour le plus grand plaisir des amateurs d'énigmes et autres puzzles. Comme son prédécesseur, le titre se présente sous la forme d'un jeu d'aventure traditionnel basé sur le système de « point and click ». Le scénario, à connotation écologique, devrait mettre en exergue les menaces de la pollution extérieure sur l'île. Grande nouveauté pour cette suite, PC et iPhone pourront être synchronisés : après avoir acheté la version PC à 29,99 euros, le joueur pourra télécharger gratuitement un



certain nombre de puzzles sur son iPhone. Une énigme résolue sur l'appareil portable sera prise en compte lorsque le joueur continuera la partie sur sa version PC. Un principe de complémentarité original, qui pourrait concourir à moderniser le concept du jeu d'aventure. À noter que Microïds lancera par ailleurs une version iPhone du premier Retour sur l'île Mystérieuse en mars. Cette version sera disponible sur AppStore, et devrait être vendue pour moins de quatre euros environ.

## Fujifilm Tout auto

**C**omme les autres constructeurs, Fujifilm propose de nouveaux compacts numériques visant un très large public. D'abord avec un compact bijou, le FinePix Z30 qui prend donc la suite des Z10 et Z20. Ultra fin, il devrait séduire un public sensible aux courbes élégantes et aux couleurs tendances. Doté d'un capteur 10 Mpixels, d'un zoom optique 3x, de la technologie de



détection des visages, d'une sensibilité maximum de 1 600 ISO et de la nouvelle technologie de reconnaissance automatique de scènes, il met l'accent sur le plaisir de faire et de partager des photos entre amis avec des modes retardateurs photo de couple et photo de groupe qui détectent le bon moment pour déclencher ! Le partage et la retouche faisant partie du plaisir de photographier, le FinePix Z30 (179 euros) dispose d'un mode Blog associé à 12 fonctions de retouche. Pour un tout autre usage, le FinePix Z33WP (199 euros) est un compact numérique de 10 Mpixels étanche à la poussière et à l'eau jusqu'à trois mètres de profondeur. Il dispose des mêmes automatismes et fonctions que le Z30. Dans la catégorie des bridges, Fujifilm annonce le FinePix S1500, ultra compact et particulièrement léger (324 g), doté d'un impressionnant zoom optique 12x et d'une double stabilisation (capteur et haute sensibilité ISO). La nouvelle fonction de suivi de l'autofocus assure la mise au point constante sur un sujet en mouvement, ce qui est parfaitement adapté aux gros plans des enfants jouant en plein air ou à la photo de sport au téléobjectif. Avec les FinePix J250 et J210, Fujifilm complète sa série par deux modèles 10 Mégapixels avec zoom optique 5x grand-angle. Ils offrent les mêmes automatismes intelligents que les modèles précédents. Le J250 est de plus équipé de la technologie double stabilisateur d'image et d'un écran trois pouces contre 2,7 pour le J210. Enfin en entrée de gamme, les FinePix J20 et J25 sont des 10 Mégapixels ultra fins avec zoom optique 3x, reconnaissance automatique de scènes et écran LCD de trois pouces pour le J25 contre 2,7 pouces pour le J20.

## Deep Silver : Cartouche divinatoire

**D**eeP Silver et le studio Sproing développent actuellement un logiciel d'horoscope pour Nintendo DS. Horoscope DS : Que me réservent les étoiles aujourd'hui ? permettra aux utilisateurs de connaître les prédictions les concernant pour les prochaines 24 heures, mais aussi de profiter de conseils pour l'organisation de la journée et autres « informations sur leur biorythme ». Un horoscope pourra être délivré chaque journée, abordant les plans amoureux et professionnel. Une option permet par ailleurs d'avoir un horoscope de couple basé sur les données des deux personnes. La cartouche proposera par ailleurs une section ludique composée de mini-jeux (comme une version du sudoku où les nombres sont placés sur un cercle zodiacal...). Le jeu est prévu pour fin avril.





# Sony

News

## passé au tactile

À quelques semaines de la fin de son exercice fiscal, Sony France fait état de bons résultats pour l'année passée pour ses divisions EGP et IT. A noter que l'investissement consacré aux boutiques dédiées aux produits Sony chez les distributeurs indépendants semble porter ses fruits. On recense aujourd'hui 70 points de vente en France qui offrent conseils et services. Autre évènement, le magasin Sony Style George V à Paris permet à la marque d'entrer directement en contact avec le consommateur. Ce point de rencontre est idéal selon Sony pour tester des solutions et informer par la suite le réseau de distribution sur ce qui fonctionne pour adapter la présentation des produits dans le point de vente. Du côté des nouveautés, Sony est décidé à rattraper son retard dans le domaine des baladeurs tactiles avec la gamme

Walkman X Series. Son premier représentant le NWZ-X1000 a la particularité d'embarquer un grand écran Oled tactile de trois pouces. Cette technologie a le gros avantage d'offrir un rendu plus précis des couleurs et des noirs plus profonds, sans oublier une meilleure autonomie de la batterie. La partie son bénéficie d'un système de réduction des bruits extérieurs et la mémoire disponible est de 16 ou 32 Go. Le WiFi n'a pas été oublié et Sony propose 10 heures de connexion via les 30 000 hotspots Orange en France. Disponible en rouge ou en noir, ce premier baladeur tactile de Sony sera proposé au mois de mai aux prix de 280 ou 380 euros en fonction de la mémoire. Plus original encore, le Walkman NWZ-W est un baladeur directement intégré aux écouteurs intra auriculaires de 13,5 mm. Sony annonce une autonomie de 12 heures et deux versions de 2 et 4 Go sont disponibles à 80 euros chacun. Enfin, les gammes de cadres photo numériques sont

entièrement renouvelées à commencer par le DPF-X1000, un modèle 10 pouces très élégant et tout en finesse. Doté d'une mémoire interne de 2 Go, il offre également des fonctions de retouche automatique pour une meilleure restitution des clichés. Enfin, un mode éco permet de programmer l'allumage et l'extinction automatique tandis que le capteur de luminosité ambiante règle automatiquement l'écran. Le DPF-X1000 est disponible au prix de 330 euros.



# Kodak sans les mains



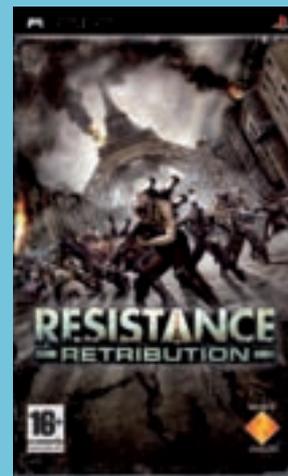
L'EasyShare Z915 est un bridge entièrement automatique. Avare de spécifications techniques précises, Kodak indique qu'il est doté d'un zoom optique 10x avec stabilisateur d'image et équipé de la fonctionnalité Smart Capture qui détecte automatiquement les scènes à capturer et ajuste les réglages de l'appareil pour obtenir des prises de vue de qualité optimale sans aucune intervention humaine. Le Z915 offre également un déclenchement ultra-rapide (latence inférieure à 0,3 seconde) ainsi que la technologie Perfect Touch pour améliorer les images et corriger les zones d'ombre. Léger et compact, le Z915 est prévu pour le mois de mai au prix très attractif de 199 euros et en plusieurs coloris.

# La PSP se met à la **Resistance**



Figure emblématique du catalogue PlayStation 3, la série Resistance va prochainement faire ses premiers pas sur la console portable de Sony. L'éditeur annonce en effet pour le 25 mars prochain Resistance : Retribution, un nouveau volet spécialement concocté pour la PSP. « Le scénario du jeu fait le lien entre les épisodes un et deux de la PlayStation 3 », situe Sébastien Cheramy, Chef de produits chez Sony Computer. Jeu d'action en vue subjective sur console de salon, Resistance opte, à l'occasion de son passage sur PSP, pour une vue à la troisième personne. Les développeurs de la série, Insomniac Games, laissent en l'occurrence la place au studio Sony Bend, qui a par exemple signé l'adaptation sur la console portable de la série Syphon Filter. « Le scénario de Retribution met en scène l'invasion de l'Europe par les Chimères et le joueur incarne l'un des résistants humains. Le jeu va entre

autres prendre place dans Paris ». Resistance : Retribution comprend une vingtaine de missions différentes en mode solo et propose d'opter pour un système de tir libre ou semi-automatique, plus facile d'accès. « Le multijoueur a été particulièrement soigné puisque cinq modes différents sont proposés. Huit joueurs peuvent jouer simultanément. Par ailleurs, en réunissant une PS3 avec Resistance 2 et une PSP avec Retribution, on peut débloquer le mode « infecté » mais aussi jouer à l'opus PSP avec la Dual Shock ». Avec 80 000 exemplaires vendus du premier opus sur PS3 et 53 000 du second selon Sony, Resistance s'est imposé depuis l'avènement de l'actuelle console de salon comme l'un des titres forts du catalogue Sony. Avec cette apparition sur PSP, la série va donc s'étendre à un tout nouveau public. « Début février, une démo jouable du jeu a été proposée via le PSN et elle a été téléchargée plus de 50 000 fois », chiffre Sébastien Cheramy. La série Resistance prendrait-elle le chemin de Killzone, qui a été brillamment vu sur toutes les consoles de la marque ?



# Be mobile. Simply.



Création : www.graphoblique.fr

## Etre mobile. Simplement.

A travers l'offre Mobility Lab™, vous pourrez trouver une large gamme d'accessoires pour ordinateurs portables destinés aux personnes nomades en quête de liberté. Les produits Mobility Lab™ s'adressent à un large public aussi bien professionnel que particulier ; leur vocation est d'apporter confort, design et simplicité à tout un chacun.



[www.mobilitylab.fr](http://www.mobilitylab.fr)



# Samsung

News

MOBILITE  
mobilité



## lance le reflex hybride

Le reflex connaît un succès croissant auprès du grand public mais il est aussi assez encombrant, notamment en raison de son système de visée directe par l'objectif. Il y a peu, Panasonic et Olympus ont lancé un nouveau type d'appareil avec un capteur Micro 4/3 et un viseur électronique plus performant qu'auparavant mais en gardant les objectifs interchangeables du reflex. Samsung mélange les deux genres sur sa nouvelle gamme NX en gardant le capteur APS-C des reflex. Remplacer la visée

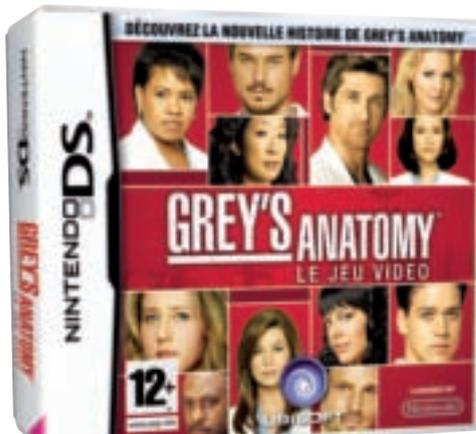
reflex avec son miroir basculant et son prisme optique par un viseur électronique très performant permet surtout de gagner en encombrement, en poids et en bruit au déclenchement. Samsung annonce un allègement de 60 %, ce qui semble optimiste par rapport à certains reflex grand public déjà légers. Naturellement, les appareils à visée électronique permettent aussi de viser par l'écran. « Nous estimons que le marché des appareils hybrides représentera plus

de 20 % du marché de la photographie numérique d'ici 2012 », explique Sang-Jin Park, PDG de Samsung Digital Imaging. « Avec la nouvelle série NX, qui conjugue les avantages du reflex et du compact, Samsung Digital Imaging deviendra un leader mondial sur ce nouveau segment et atteindra son objectif de leadership mondial de la photo numérique d'ici 2012 ». Le premier appareil de la nouvelle série NX devrait être disponible au second semestre 2009.

## Grey's Anatomy sur le billard



Ubisoft annonçait pour le 12 mars l'adaptation en jeu vidéo de la série TV Grey's Anatomy. Disponible sur Nintendo DS mais aussi PC et Wii, le titre permet d'incarner successivement les personnages principaux de la série et d'en retrouver toute l'ambiance. Le scénario constitue un épisode inédit, développé en collaboration avec les auteurs et producteurs de la série. Il s'agira ici aussi bien de participer à des opérations chirurgicales que de prendre des décisions d'ordre personnel pour les personnages. L'éditeur annonce 22 mini-jeux différents pour diagnostiquer les maux des patients et les opérer. Ubisoft rappelle que sept millions de personnes ont suivi les saisons 3 et 4 de la série lors de sa diffusion sur TF1 et que plus de 625 000 DVD vidéo auraient été vendus.



## Gigabyte : netbook sexy



Gigabyte fait son entrée dans le marché des netbooks avec le ThinNote M1024. Deux centimètres d'épaisseur et 890 grammes pour un écran de 10,1 pouces, la machine tape à l'œil sans véritablement copier de design existant, tout en donnant l'impression de solidité grâce à sa coque en métal. Côté technique, on retrouve évidemment l'inévitable processeur Atom 1,6 GHz accompagné de 1 Go de mémoire. Le rétro-éclairage de l'écran est à base de LED. Plus impressionnant encore, le poids est atteint avec une batterie six cellules. Le prix n'est pas annoncé, tout comme une éventuelle disponibilité en France, marché où Gigabyte a tendance à ne pas lancer ce type de produits. Espérons qu'ils feront une exception pour ce netbook vraiment sexy.

# PORT<sup>®</sup>

D E S I G N S



Offrez vous une souris  
avec votre sac

## Platinum Pack

Sacoche Manhattan 16"  
avec souris optique USB  
Ref 501294



## Essential Pack

Netbag Nylon 10"  
avec mini souris multicolor  
Ref 501295



## Deluxe Pack

Sacoche 16" ou 18"  
avec souris sans fil  
Ref 501292 (16") Ref 501293 (18")



## Essential Pack

Sacoche 16" ou 18"  
avec souris filaire  
Ref 501290 (16") Ref 501291 (18")





# Glu Mob

MOBILITÉ

Interview



Entretien avec

Olivier Bernard

Responsable des ventes Europe de Glu Mobile

## Major du jeu pou

Le marché des jeux pour téléphones portables a beau représenter seulement quelques centaines de millions d'euros dans le monde sur les cinq continents, il connaît d'ores et déjà une assez forte concentration de ses acteurs. Trois sociétés tiennent le haut du pavé, l'Américain EA Mobile, le Français Gameloft, et Glu Mobile, société américaine cotée au Nasdaq. Olivier Bernard, Responsable des ventes Europe de Glu Mobile, était récemment de passage à Paris. Nous l'avons rencontré. par Sébastien Anxolabéhère

**JDLI : Commençons par une présentation de Glu Mobile...**

Olivier Bernard : Nous sommes le troisième éditeur mondial de jeux pour téléphones mobiles. La société emploie 600 personnes dans le monde et est présente évidemment dans son pays d'origine, les États-Unis, mais également dans de nombreux pays d'Europe dont la France, la Chine et au Brésil. Les États-Unis représentent environ 60 % de notre chiffre d'affaires, le reste du monde, 40 %. Nous travaillons avec pas moins de 200 opérateurs à travers 75 pays. La grande force de Glu Mobile

est son indépendance. Nous ne sommes liés à aucun acteur du jeu vidéo, contrairement à nos deux principaux concurrents qui ont comme actionnaire majoritaire, pour l'un Electronic Arts, pour l'autre Ubisoft. De ce fait, nous sommes le partenaire privilégié des autres éditeurs.

**Vous travaillez avec tous les éditeurs de jeux vidéo ?**

En dehors d'EA et Ubisoft, tous les éditeurs majeurs ayant des jeux susceptibles d'être portés sur téléphone portable travaillent avec nous. À titre d'exemple, je peux vous citer Konami, Activision, Atari, Sega, Microsoft... Nous pouvons même être dans la situation d'éditer un jeu dont la licence appartient à une

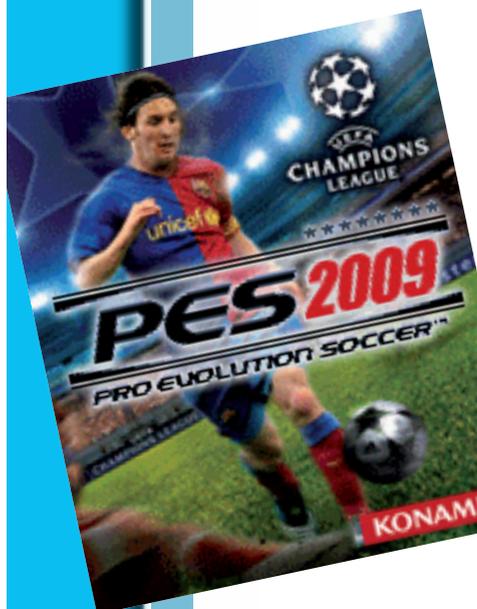
major comme Warner ou Sony qui en a confié la déclinaison console et PC à la maison-mère d'un de nos concurrents. Nous ne travaillons évidemment pas uniquement avec les éditeurs de jeux vidéo, nous collaborons également avec des maisons de production de programmes télévisés comme Freemantle ou 2waytraffic pour laquelle nous publions par exemple un jeu comme « Qui veut Gagner des Millions ? ». Notre catalogue n'est pas exclusivement composé de licences issues du jeu vidéo. Nous avons également nos propres propriétés intellectuelles. Elles représentent autour de 15 % de notre catalogue.

**Toutes vos licences sont-elles internationales ?**

Non. La majorité concernent évidemment des titres connus dans le monde entier, notamment quand elles viennent du jeu vidéo. Mais d'autres sont locales, c'est un des missions de nos différents bureaux. En France, nous avons par exemple « Plus Belle la Vie ». Il faut avoir une excellente connaissance du marché local, notamment sous l'angle du marketing pour signer des licences qui sont cantonnées à un seul territoire. Le marché du jeu sur téléphone n'est pas le marché du jeu console.

**Quel est le profil du joueur sur téléphone ?**

Le grand public prend de plus en plus de place, mais le gamer, celui qui joue régulièrement sur une console de salon, représente encore entre 40 et 50 % de nos consommateurs. On observe une chose fort intéressante, qui va à l'encontre des idées reçues : la majorité des téléchargements se fait après 20 heures, c'est-à-dire à la maison. Si le jeu sur téléphone se fait en bel et bien par



# File ur téléphone



Interview

phase de cinq à dix minutes, ce n'est pas forcément par des achats en journée, à un arrêt de bus ou dans n'importe quel autre moment d'attente en dehors du foyer. On observe également une présence de plus en plus importante de joueuses. On voit tous les jours de nouveaux joueurs et joueuses.

#### **Votre offre est-elle adaptée à ce public qui n'est pas attaché à des licences de jeux vidéo ?**

J'espère ! Sur l'ensemble des licences que nous exploitons, 60 % sont grand public, et 40 % viennent des jeux vidéo ou du Web.

#### **Quelle est l'attitude des opérateurs vis-à-vis du jeu sur téléphone ?**

Ils comprennent bien que le jeu peut être un levier intéressant. Nous faisons souvent des opérations de communication avec eux, pour lesquelles ils peuvent investir de l'argent ou offrir de la visibilité. Nous pouvons également conclure des accords d'exclusivité sur la communication autour d'un jeu. Pour PES par exemple, que nous éditons, le jeu est disponible auprès des trois opérateurs, mais il y avait une exclusivité de communication avec Orange.

#### **Comment abordez-vous le marché de l'iPhone ?**

C'est un marché intéressant, mais les éditeurs de jeux consoles y vont en général en direct... pour l'instant. Car, sur l'App Store, il faut avoir le bon prix, la bonne marque et les bons commentaires pour performer. Ce mix fait partie de notre savoir-faire. Ce qui se passe avec l'App Store a beaucoup d'intérêt. D'autres constructeurs vont certainement vouloir créer leur propre boutique. Il sera très intéressant de voir si les fabricants parviennent à s'adresser directement aux consommateurs sans s'appuyer sur les opérateurs. Cela peut entraîner une réaction des opérateurs et au final du positif

pour le jeu sur téléphone. Cette année, nous allons commercialiser une douzaine de jeux pour iPhone, en étant extrêmement précautionneux quant à la qualité. Ils seront plutôt casual et pour la plupart exclusif sur le téléphone d'Apple.

#### **Combien détenez-vous de studios ?**

Glu détient quatre studios, en Californie, à Londres, à Moscou et à Pékin. Tous les studios travaillent sur l'ensemble des marchés, ils ne sont pas spécialisés.

#### **À quel prix les jeux sont-ils proposés aux consommateurs ?**

Entre trois et 10 euros, mais il y a un seuil psychologique. Au dessus de sept euros, il devient très difficile de vendre des jeux.

#### **Peux-tu imaginer des jeux gratuits qui seraient financés par de la publicité « in game » ?**

La publicité « in game » existe, mais il faut faire très attention au modèle économique : il n'y pas de raison de donner les jeux, cela détruit la valeur du produit. Il y a de plus en plus de consommateurs prêts à acheter des jeux de qualité à un prix qui leur semble juste. Pourquoi irions-nous casser ce modèle économique sain ? En revanche, ce que nous faisons volontiers, c'est de proposer gratuitement une démo, le joueur conquis achetant ensuite le produit dans son intégralité. D'ailleurs le taux de conversion est excellent, pouvant atteindre jusqu'à 25 % ou plus.



Plus belle la Vie



# Targus



MOBILITÉ  
mobilité

Interview



Entretien avec

**Yann le Dantec**  
Directeur général France

## Tradition et éco-responsabilité

Numéro un de la sacoche en France, Targus renouvelle ses gammes en mettant l'accent sur l'éco-responsabilité et la sobriété rehaussée par une touche de design. Yann le Dantec fait le bilan et nous parle des projets de la société. par Stéphane Kauffmann



### JDLI : Quel est le bilan pour l'année écoulée ?

Yann le Dantec : Notre bilan est contrasté. Le début de l'année fut difficile, notamment en raison de changements internes et il a fallu attendre septembre pour que nous reprenions notre place habituelle sur le marché, à la fois sur le retail et en B-to-B. Avec des prix alignés et une bonne reconnaissance de notre qualité, nous avons eu de très bons résultats. Nous sommes toujours largement numéro un en France selon GfK.

### Comment évolue le marché de la sacoche ?

Le notebook est toujours en croissance pour le volume et l'arrivée des netbooks nous a créé un marché supplémentaire. Le taux d'attachement des sacs est toujours d'environ 67 %, et même un peu plus pour les netbooks. Même si la croissance en volume des ordinateurs portables ne sera plus aussi forte, on s'attend tout de même encore à 20 % cette année. Le marché de la sacoche sera donc toujours en croissance aussi mais avec des prix qui se maintiennent, ce qui

n'est pas le cas pour les ordinateurs. Et avec des tarifs contenus pour le notebook et encore plus pour le netbook, les ventes attachées bénéficient d'un meilleur budget. Nous avons une gamme netbook qui correspond à la demande en sacs et en housses sur lesquelles nous avons joué les codes couleurs avec une bande transversale colorée. Nous attendons une gamme de sacs encore plus complète pour les petits formats et dans la série classique nous descendons jusqu'au 10-12 pouces, ce qui fera la

jonction entre la gamme spécifique netbook et celle traditionnelle.

### Comment se distinguer ? Par le respect de l'environnement ou par des gammes spécifiques ?

Nous sommes en train de lancer une gamme écologique « Eco Smart » qui comporte six modèles. Ce sont des sacs, des besaces et des sacs éco-responsables car de la fabrication au recyclage, tout est étudié pour avoir le moins d'impact possible sur l'environnement. La matière principale est du PET. C'est du textile à base de bouteilles plastiques recyclées. Les parties métalliques ne contiennent pas de nickel et dans

la mesure du possible, on remplace les fermetures éclair par des aimants. Certes, leur prix est plus élevé mais les Français intéressés par l'approche écologique sont prêts à faire un effort dans ce sens selon tous les sondages. Reste à vérifier si cela se traduira par des actes d'achat dans la réalité. Quoi qu'il en soit, c'est important pour l'image du fabricant et du distributeur. En ces temps de crise encore plus que d'habitude, la création de valeur est essentielle. La spécialisation vers des cibles

telles les femmes n'est pas très concluante en termes de ventes, mais il faut insister pour créer un marché et c'est ce que nous allons faire. 2009 sera aussi l'année du re-design de toutes nos gammes d'accessoires, notamment les souris d'ici à juin, les pavés numériques ayant déjà été renouvelés. Nous continuons aussi à développer les accessoires d'ergonomie qui permettent un usage plus efficace de l'ordinateur et qui connaissent un succès croissant.

### Faut-il oser le design ?

Nous avons de nombreux produits originaux au catalogue qui ne sont guère plus chers mais qui ne percent pas. C'est le noir standard qui marche. Nous sommes en train de renouveler nos gammes classiques avec un design traditionnel rehaussé par le liseré rouge, emblème de la marque. C'est ce côté sobre, traditionnel et un peu luxueux qui semble convaincre le plus. Pour le back to school, nous allons avoir du bicolore extérieur noir, intérieur en couleur ce qui rappelle la maroquinerie. Nous sommes d'ailleurs en train de réorganiser notre centre de design avec des moyens supplémentaires et des concepts originaux, dont la signature se verra dès les prochaines gammes de produits.

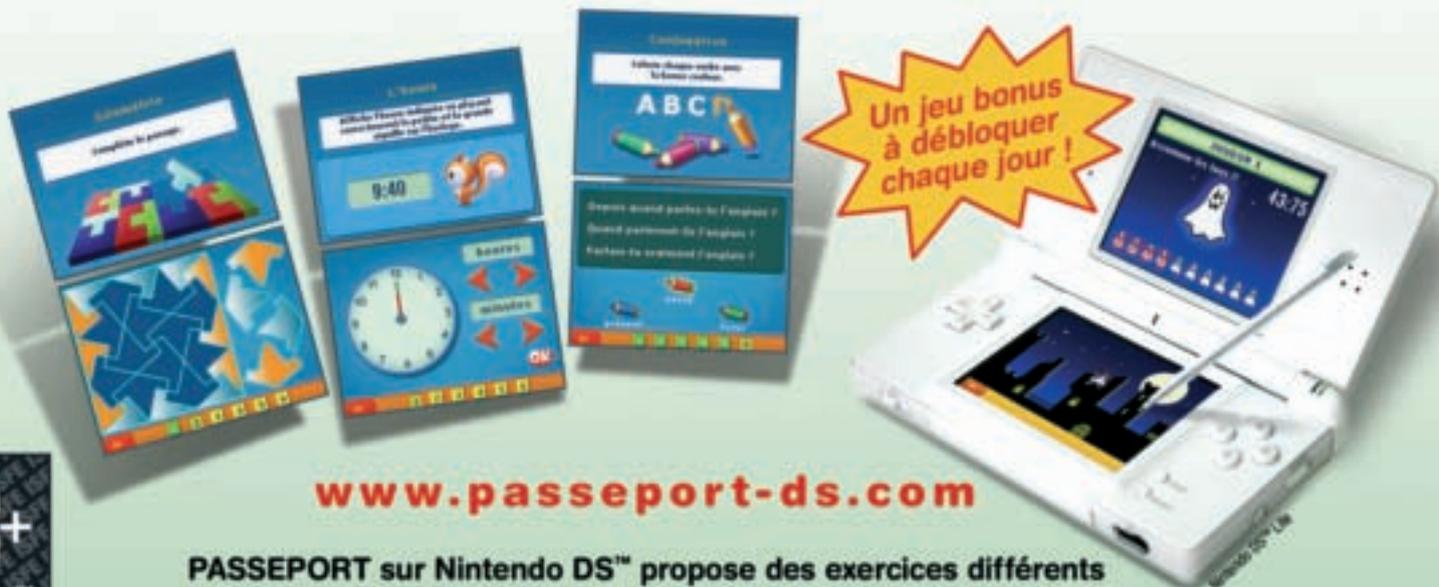


# Passeport

NINTENDO DS™



**Pour apprendre en s'amusant  
retrouvez PASSEPORT sur Nintendo DS™**



[www.passeport-ds.com](http://www.passeport-ds.com)

**PASSEPORT sur Nintendo DS™ propose des exercices différents  
et complémentaires des Cahiers de Vacances PASSEPORT.**

\*Prix public TTC conseillé. Nintendo DS est une marque déposée de Nintendo. Passeport est une marque déposée.

# Sitecom

joue sans fil



Intégrant la technologie StreamEngine, ce nouveau routeur WiFi N garantit une latence très faible pour jouer en ligne mais également pour le jeu en réseau local. Le Wireless 300N XR Gigabit Gaming Router permet aussi de communiquer en VoIP tout en jouant sans ralentissements. Il a donc été tout spécialement développé et conçu pour les joueurs et les utilisateurs exigeants. Le StreamEngine identifie automatiquement les données spécifiques aux applications critiques (jeux, VoIP...) dans le flux

réseau et leur accorde la priorité. Par ailleurs, le routeur intègre des paramètres préconfigurés pour les principaux jeux en ligne. Pour les joueurs qui préfèrent un réseau filaire, le Gaming Router intègre un switch quatre ports Gigabit. On trouve également un bouton WPS permettant d'établir une connexion WiFi sécurisée par simple appui. Détail cher aux gamers, l'esthétique n'a pas été oubliée et s'accorde aux canons du genre, avec une finition noir piano pour la partie supérieure et un revêtement en caoutchouc sur la partie inférieure. Ce routeur très spécial est disponible au prix de 169,99 euros.



## Samsung & Nvidia jouent en 3D

Suite à des débuts hésitants, la 3D fait un retour en force sur le marché des moniteurs informatiques, grâce à la technologie de Nvidia qui ajoute la troisième dimension aux jeux sans qu'ils aient été conçus spécifiquement pour. Samsung est un des premiers à dégaîner avec un 22 pouces cadencé à 120 Hz. Il est donc compatible avec la technologie d'affichage GeForce 3D Vision de Nvidia et nécessite le port de lunettes actives spéciales connectées aux PC par infrarouge. Le rechargement des lunettes sans fil s'effectue par la prise USB. L'écran sera disponible en avril avec le kit GeForce 3D vision de Nvidia au prix de 459 euros.

## Sharp Plus grand, moins cher

Après la série DH65 qui adressait le marché du milieu de gamme, Sharp poursuit sa vague d'annonces avec une nouvelle gamme DH77 plus luxueuse. Au menu, dalles 100 Hz de 32 à 52 pouces, nouveau design aux reflets bleus et toujours des prix de vente particulièrement compétitifs. Ainsi, le 52 pouces est annoncé sous la barre psychologique des 2 000 euros. En revanche, Sharp n'a annoncé aucun téléviseur doté du rétro-éclairage à LED, ce qui est surprenant au vu de la tendance générale.



# Wanted : l'action continue



D'abord une bande dessinée, adaptée l'été dernier au cinéma (1,1 million d'entrées en France selon l'éditeur), Wanted va prochainement devenir un jeu vidéo. Warner Bros Interactive Entertainment publiera en effet Wanted : Les Armes du Destin le 2 avril sur PlayStation 3,

Xbox 360 et PC. Ce jeu d'action à la troisième personne reprend l'univers du film mais propose un scénario alternatif. « Le scénario constitue la suite du long-métrage. L'action débute là où le film s'était arrêté », situe Olivier Perbet, Marketing manager chez Warner Bros France. « On sort en fait du cadre strict de l'adaptation de film en jeu pour proposer ici un scénario à part entière, qui a été validé à la fois par Mark Millar, auteur du comics original et par Universal Pictures qui a produit le film ». Après les événements vus dans le long-métrage de

Timur Bekmambetov où Wesley Gibson se découvrait des capacités hors-normes, le jeu va mettre en scène la suite de l'histoire dans laquelle le héros va notamment en apprendre davantage sur ce qui était arrivé à son père, chef de la secte secrète de la Fraternité. « Le jeu apporte de nouveaux éléments à l'univers Wanted, comme cette capacité de tirer deux balles en même temps

pour qu'elles se rejoignent et explosent », détaille Olivier Perbet. L'une des caractéristiques du film consiste en effet en cette faculté des personnages à donner un effet aux projectiles de leurs armes à feu. « Il se pourrait bien d'ailleurs que certaines idées comme ce concept d'explosion de balles soit reprises dans une



# Storex

## réinvente la cassette vidéo



Le leader français des disques durs multimédia vient d'annoncer le lancement du HMS-362 TV. Ce tout-en-un multimédia est un enregistreur numérique qui dispose d'un tuner TNT et fait office de lecteur multimédia en réseau. En plus des chaînes de la TNT, le HMS-362 TV permet d'enregistrer toutes les émissions issues d'un décodeur (câble, satellite...) via la prise Périel. De même, il peut diffuser et stocker les vidéos, photos et musiques numériques à partir de tout ordinateur relié au réseau domestique. Dotée d'une sortie HDMI, il diffuse aussi en haute définition (1080i). Mais le HMS-362 TV innove surtout en rendant son disque dur amovible et échangeable très simplement par un système de cassettes. Cela décuple la capacité de stockage et permet aussi d'utiliser des disques distincts pour le stockage, la diffusion et la sauvegarde. Le HMS-362 TV est disponible au prix de 199 euros avec une cassette de 500 Go. La cassette de 500 Go supplémentaire est facturée 69 euros. Notons qu'il existe deux autres bundles avec une cassette de 750 Go et 1 To, qui coûtent respectivement 219 et 239 euros.

suite du film au cinéma ». Un autre temps fort du jeu consistera en « l'assassin time », qui permet au joueur de ralentir l'action. « L'objectif est de rendre le côté action spectaculaire du film ». Des coups spéciaux et particulièrement sanglants permettent par ailleurs d'achever les adversaires. À l'occasion de la sortie du jeu vidéo, l'éditeur met en place une opération spéciale, en quantité limitée : tout acheteur du jeu vidéo pourra, pour un euro supplémentaire, repartir du magasin avec en plus le DVD vidéo du film (sorti en janvier dernier). « Cette opération va concerner tous les

revendeurs et nous allons communiquer sur cette opération trade », explique Olivier Perbet. Au moment de la sortie du jeu, l'éditeur prévoit de communiquer en direction des gamers, des amateurs de comics mais aussi du grand public (voir guide jeux). « Nous ciblons les amateurs de cinéma et du film, mais aussi les gamers », confirme l'éditeur. « Un important travail de RP est déployé pour faire monter le buzz autour du titre. Des vidéos expliquant les caractéristiques du jeu comme les mouvements spéciaux sont diffusées via Internet ». 50 000 exemplaires du jeu devraient être mis en place pour le jour de la sortie.



Pour ses 25 ans,  
SODIFA  
va vous faire voir  
la vie en ROSE !



Nos offres  
hallucinantes



vous rendront SODIF'Addict !

Inscrivez-vous à nos newsletters sur  
[www.sodifa.com](http://www.sodifa.com)

[ RISQUE D'ACCOUTUMANCE IRRÉVERSIBLE ! ]

Votre seul partenaire multimédia  
à vous rendre complètement accro...

JEU VIDÉOS  
CONSOLES  
ACCESSOIRES  
LOGICIELS ET  
PÉRIPHÉRIQUES PC

NETBOOK  
DVD  
BLU-RAY  
EGP





# A PÂQUES, OFFRE

**LE JEU Wii**



**7+**

[www.pegi.info](http://www.pegi.info)

© 2008 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Rayman, Rayman Raving Rabbits, the character of Rayman, Ubisoft, Ubi.com, and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. Wii and Nintendo DS are trademarks of Nintendo. © 2006 Nintendo.

**Wii** UBIOSOFT®



# CRÉTINÉDITE !



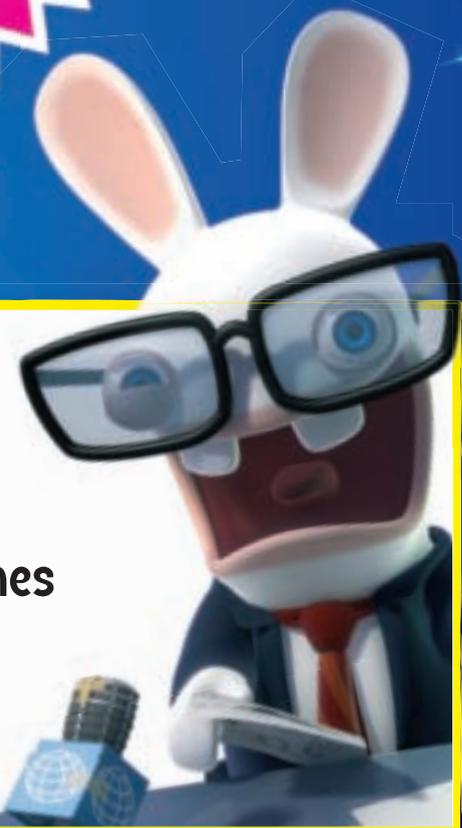
**SATISFAIT OU  
REMBOURSÉ !\***

## VISIBILITÉ EN MAGASIN

- ✓ Stickage produits Wii
- ✓ Remise en avant en box
- ✓ Stickers de sol

## CAMPAGNE TV

- ✓ 2 spots de 20'' pendant 2 semaines



Si vous n'êtes pas satisfait dans les 48h, vous serez intégralement remboursé !  
\*OFFRE VALABLE DU 1<sup>ER</sup> AU 17 AVRIL SOUMISE À CONDITIONS (VOIR CONDITIONS AU DOS DU JEU)



# LG

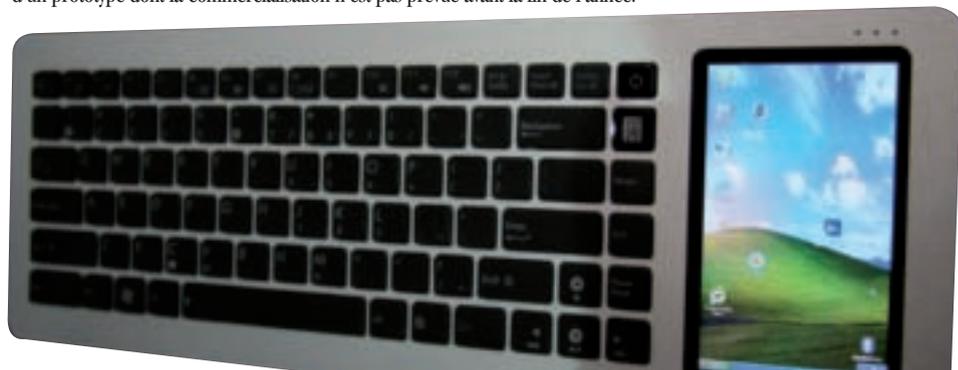


## élargit l'horizon du PC

La gamme de moniteurs informatiques LG s'enrichit de plusieurs écrans 16 :9ème décidément très tendances ces temps-ci. Disponible dès 18,5 pouces de diagonale, ces moniteurs sont tous Full-HD avec la possibilité de respecter malgré tout le format natif 4 :3 pour les contenus plus anciens. Outre l'attrait évident du Full-HD, cette nouvelle gamme présente un avantage tarifaire directement lié aux méthodes de production des dalles 1080. A moins de 180 euros, le 23 pouces est sans aucun doute le moniteur de marque le moins cher du marché.

## Asus, un PC dans le clavier

Si Apple a renouvelé le concept du PC intégré à l'écran avec ses iMac, Asus s'attaque à faire revivre un autre concept, celui du PC intégré au clavier comme aux débuts de l'informatique familiale durant les années 80. L'Eee Keyboard est cependant un peu plus adapté à l'époque moderne puisque ce clavier ultra plat est en fait un Media Center à base de processeur Intel Atom. Les touches sont rétro-éclairées et l'on trouve à leur droite un petit écran tactile. Si l'on trouve de nombreuses prises à l'arrière du clavier, le plus intéressant est dans ce que l'on ne voit pas, à savoir une connexion HDMI sans fil. La machine pèse 950 grammes et dispose pour l'instant d'une autonomie d'environ trois heures. En effet, il s'agit d'un prototype dont la commercialisation n'est pas prévue avant la fin de l'année.



# Final Fantasy

## Wii et DS connectées

Square-Enix publiera le 26 mars Final Fantasy Crystal Chronicles : Echoes of Time sur Wii et Nintendo DS. Apparue en 2004 sur GameCube, la série Crystal Chronicles se singularise au sein de l'univers Final Fantasy en proposant des jeux plus orientés action et basés sur des affrontements en temps réel et donc plus faciles d'accès. La grande particularité de ce nouveau titre est de permettre aux possesseurs de Wii comme de Nintendo DS de jouer ensemble jusqu'à quatre simultanément grâce à la connexion en ligne de leurs consoles. Une première pour les machines Nintendo. Un détenteur du jeu en version Wii pourra ainsi participer à une partie en coopération avec d'autres possesseurs de cette version ou de l'opus sur console portable situés partout dans le monde. Le jeu est ici entièrement localisé en français et la communication entre les joueurs se met en place éventuellement par le biais de phrases préenregistrées, ce qui permet les échanges même entre joueurs ne parlant pas la même langue. Sorti fin janvier au Japon, le titre bénéficie d'une parution rapide en Europe afin de rapidement développer le nombre de joueurs connectés. Ubisoft se charge de la distribution des deux versions en France.



# Tenchu ressort de l'ombre



Ubisoft publie Tenchu : Shadow Assassins sur Wii et PSP. La version console de salon est disponible depuis le 13 mars, la mouture PSP est annoncée pour le 2 avril. « Pour ce quatrième volet, Acquire, les développeurs du titre original reprennent les rênes de la franchise pour lui donner un second souffle », situe Kim Minh Nguyen, Chef de produits chez Ubisoft qui édite et distribue le titre. En 1998, le premier Tenchu : Stealth Assassins sur PlayStation inaugurerait le genre du jeu d'infiltration sur consoles avant

même la sortie de Metal Gear Solid en Europe. Dans l'univers du Japon féodal, le joueur incarne un ninja chargé de réaliser des assassinats et autres missions en faisant preuve de la plus grande discrétion possible. Après deux premiers volets brillants, la série a progressivement perdu de son aura. « Avec ce nouveau volet sur Wii, les développeurs conservent le principe de l'infiltration mais proposent un gameplay plus dynamique mais aussi plus accessible », explique l'éditeur. Le joueur va ici être amené à incarner alternativement deux ninjas différents : un homme plutôt furtif et une femme plus agressive et acrobatique. Interface Wii oblige, le jeu permet d'utiliser la wiimote pour simuler le maniement d'un katana ou encore lancer des shurikens. La panoplie complète des actions du ninja digne de ce nom

répondent à l'appel comme la possibilité de se dissimuler, d'infliger des prises mortelles au contact ou encore d'utiliser diverses armes comme les shurikens et autres bombes flash. Ubisoft prévoit de communiquer sur la sortie du jeu principalement via une campagne en direction des communautés sur Internet.



# ADSL, Internet, T

SAISON  
salon  
IDS

Focus

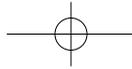


Les chiffres sont éloquentes : 63 % des Français ont désormais accès à Internet à leur domicile selon TNS-Sofres, dont 93 % en haut débit par l'ADSL et plus de 70 % par une box opérateur. Selon GfK, il y a même déjà quatre millions de box ADSL TV en utilisation dans les foyers. En considérant que 50 % des foyers français paient un abonnement ADSL, il s'agit de plus de quatre milliards de recettes par an. Mais ce chiffre est à relativiser car l'infrastructure coûte cher, tout comme il y a de très lourds investissements à venir pour la fibre optique. Les spécialistes considèrent même que l'abonné français ne paie pas un prix très élevé pour son accès, ce qui se vérifie si on compare aux voisins européens. Mais cet accès de masse au haut débit implique aussi que désormais la plupart des services de contenus numériques, TV, vidéo, musique et interactifs peuvent atteindre très facilement une majorité de Français. C'est là que se situe le véritable enjeu et en la matière, le futur se prépare aujourd'hui. C'est maintenant qu'il faut se positionner pour faire partie de ceux qui compteront demain. Fabricants, éditeurs et chaînes de télévision sont logiquement tout aussi intéressés que les fournisseurs d'accès. Ces derniers ont toutefois une position qui leur est très favorable car ce sont eux qui disposent déjà de toute l'infrastructure, du

serveur jusqu'au diffuseur dans le foyer. Pour les constructeurs en dehors de fournir en OEM des appareils aux FAI, la messe est dite car on voit mal un appareil concurrent à la box TV se généraliser en parallèle. Il y a cependant des exceptions notoires avec notamment les deux consoles next-gen, la PS3 et la Xbox 360 qui représentent un parc français de 2,5 millions d'appareils capables de diffuser du contenu par le haut débit. Il y a aussi la passerelle PC si la diffusion

sur le téléviseur par le réseau domestique s'impose dans le futur. Sans oublier le téléviseur lui-même, qui est en train de se connecter en direct. Mais dans les deux cas, le problème se situe dans l'offre car ce n'est pas individuellement que chaque constructeur pourra signer des accords de diffusion, en dehors justement de Microsoft et Sony pour leurs consoles bien installées. Les éditeurs et les chaînes télévision n'ont donc guère d'autre choix que de négocier leur présence dans la box





# TV et téléphone



TV auprès des fournisseurs d'accès de moins en moins nombreux. Comme en téléphonie, les opérateurs/fournisseurs comptent bien sur le contenu pour assurer leurs recettes dans l'avenir.

## Un marché resserré

L'accès à Internet nécessite de gros investissements et depuis quelque temps, le marché se resserre

rapidement avec en point de mire quelques méga-groupes à la fois opérateurs et fournisseurs en téléphonie mobile comme en accès à Internet. Le plus ambitieux et le plus actif sur ce créneau est sans conteste la nouvelle entité SFR qui comporte Neuf après avoir absorbé Cegetel, Club-Internet et Télé 2. De son côté, Alice a rejoint le groupe Iliad déjà propriétaire de Free. Le repreneur a néanmoins décidé de garder la marque et les services en l'état, du moins pour l'heure. Par



## L'enjeu du contenu

Internet, téléphone et télévision à 30 euros, c'est désormais l'offre quasi unique de tous les fournisseurs d'accès, qui d'ailleurs ne sont plus très nombreux à force de regroupements. La différence se fait dorénavant par le service et par les offres de contenu associées qui pourraient bien assurer les revenus de demain aux FAI, mais aussi à toute l'industrie de l'Entertainment. par Stéphane Kauffmann

ailleurs, tous les forfaits d'abonnement sont copiés les uns sur les autres. Ainsi, tous les FAI proposent aujourd'hui une offre dite triple play (Internet, téléphone et télévision) au tarif unique de 30 euros par mois. Dans la plupart des cas, deux boîtiers sont fournis avec d'un côté le modem/routeur (la fameuse box) qui permet d'accéder à Internet et sur lequel se branche le téléphone, et de l'autre un décodeur à relier au téléviseur pour accéder aux chaînes par ADSL (la box TV). À noter que le modem et le décodeur doivent être connectés par le biais d'un câble réseau Ethernet. Comme peu de foyers sont câblés, c'est le courant porteur en ligne (CPL) qui s'impose pour relier les deux appareils et Free propose d'ailleurs depuis peu cette solution en standard sans supplément. Cela constitue un marché considérable pour les fabricants de CPL, avec déjà en 2008 plus d'un million de prises vendues en OEM.

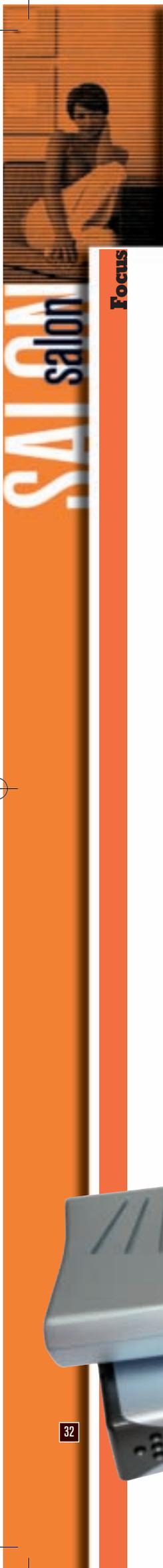
## Pour les bavards

Outre Internet, le triple-play ouvre les portes à la téléphonie illimitée. Cela concerne déjà tout poste fixe non seulement en France mais aussi à l'étranger. Pour les mobiles et les pays qui ne font pas partie de l'offre, des tarifs préférentiels sont proposés dont le détail est disponible sur les sites des FAI. Bien qu'il s'agisse en fait d'un service de téléphonie sur Internet (la VOIP), rester devant l'ordinateur pour converser n'est pas une obligation. Il suffit de raccorder n'importe quel téléphone à la prise dédiée du modem plutôt qu'à la prise gigogne et le service est immédiatement prêt à l'emploi. Toutes les options telles que la présentation du numéro ou le double appel sont offertes. De plus,

## Avec ou sans abonnement

À une époque pas si lointaine, il fallait ajouter à toute offre le prix de l'abonnement à France Télécom. Depuis, le dégroupage total a fait son apparition et ce n'est plus obligatoire. En effet, le fournisseur d'accès est maintenant en mesure d'ouvrir lui-même une ligne auprès de l'opérateur historique, ligne qu'il gèrera directement en cas de problème. Pour un nouvel abonnement, plusieurs cas de figure peuvent se présenter. S'il y a déjà une ligne téléphonique en fonction avec un abonnement téléphonique, le fournisseur d'accès pourra la basculer. En cas d'emménagement si la ligne a été résiliée depuis plus de six mois, il faudra faire venir un technicien moyennant 20 euros chez SFR par exemple. À titre de comparaison, il en coûte 110 euros chez France Télécom. Si la ligne a été résiliée depuis moins de six mois, l'abonnement peut se faire directement chez le FAI.





Focus

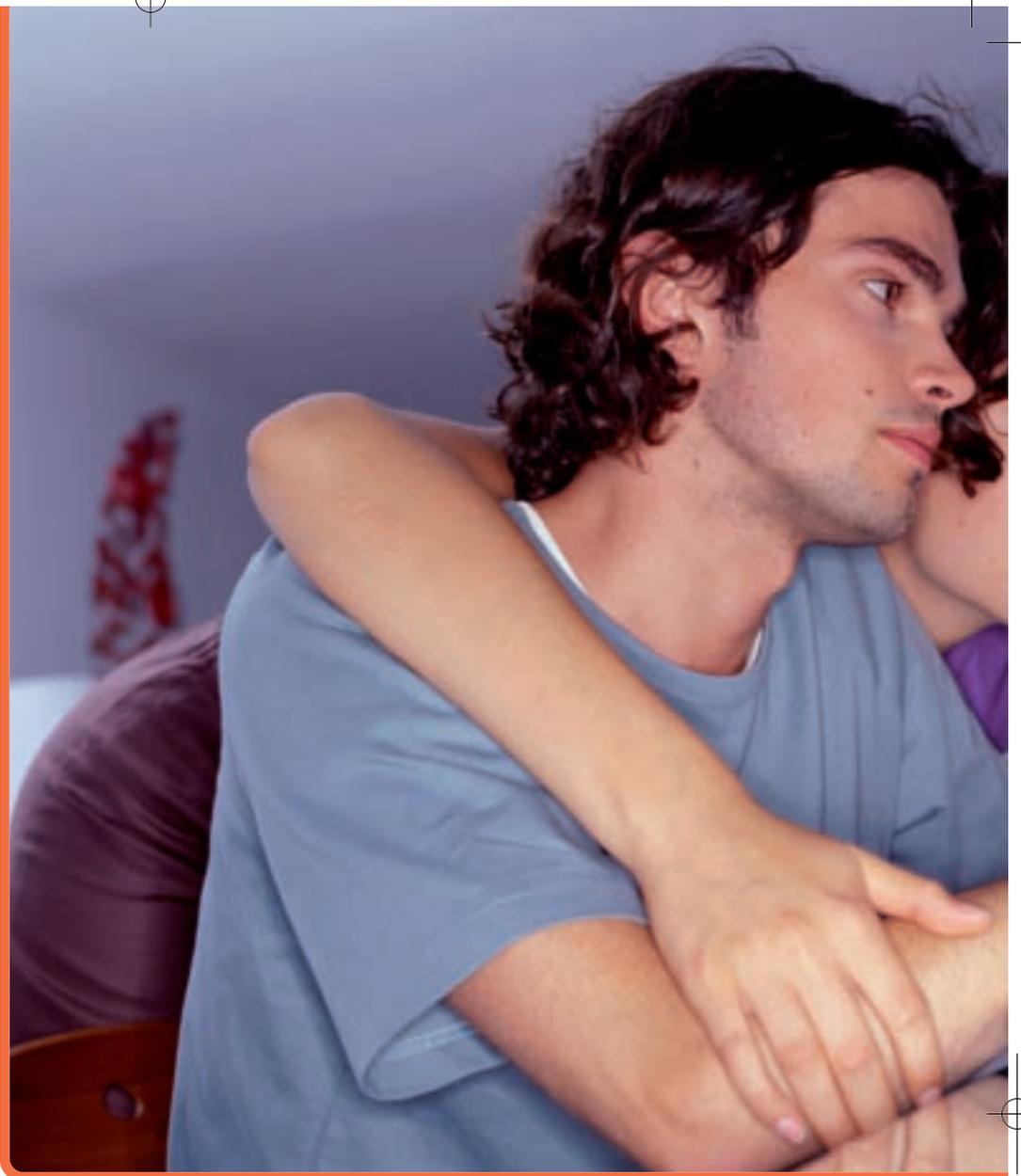
## LES OFFRES

### Free, services compris

**F**ree reste fidèle à sa formule tout compris que n'ont pas manqué de copier ses concurrents. Toujours aussi actif, le FAI propose pléthores de services pour un prix unique de 30 euros par mois. Le dégroupage total est possible. En cas de besoin, Free peut aussi installer une nouvelle ligne au prix de 20 euros. Du côté des détails qui ne sautent pas forcément aux yeux, sachez que le FAI facture des frais de résiliation très élevés (96 euros) mais dégressifs à raison de trois euros par mois. Les deux boîtiers fournis sont les plus avancés du marché. Les antennes WiFi sont directement intégrées dans le modem Freebox HD et la norme N est supportée pour échanger des fichiers avec un débit plus élevé que le traditionnel WiFi G. La configuration s'effectue facilement par une console qui s'affiche dans une page Web. L'interface est très claire et des explications sont fournies pour guider le novice étape par étape. Le WiFi N est tout aussi indiqué pour regarder la télévision avec le boîtier TV mais Free offre également le CPL. En effet, les blocs d'alimentation de la Freebox HD et du décodeur TV intègrent une prise Ethernet pour faire communiquer les deux boîtiers par le courant. Compatible TNT et TNT HD, le décodeur TV est également doté d'un disque dur pour enregistrer la télévision et profiter de la pause sur le direct. En cas de besoin, Free met à disposition un deuxième décodeur TV au prix de cinq euros par mois pour installer la télévision dans une autre pièce. Le téléphone est illimité vers les postes fixes pour 87 destinations mais aussi vers les téléphones mobiles aux États-Unis et au Canada. La messagerie a la particularité d'envoyer le message vocal du correspondant en pièce jointe à l'adresse e-mail de son choix. Tout aussi original, la boîte vocale est également accessible directement sur la télévision. L'offre TV de Free est particulièrement riche avec 150 chaînes dans le forfait. Des chaînes HD comme France 2, National Geographic ou encore NRJ12 sont disponibles en plus de la TNT HD. L'offre VOD regroupe toutes les plates-formes comme Canalplay, TF1 Vision, Vodeo, M6 Vidéo ou encore I-concerts. Free dispose également de son propre service par abonnement. Ainsi, Free Home Video permet d'accéder à un catalogue de films et de séries à partir de huit euros par mois. Free a déjà commencé à déployer la fibre dans quelques grandes villes de France avec une offre au même tarif.



32



l'achat d'un répondeur n'est plus nécessaire puisque la messagerie vocale gratuite est disponible chez le fournisseur. La consultation des messages s'effectue à l'aide du téléphone, ou depuis peu aussi sur le téléviseur ou par e-mail. L'abonné reçoit alors un courriel avec le message audio en pièce jointe. Enfin, la qualité de la conversation téléphonique s'est grandement améliorée et il est désormais difficile de faire la différence par rapport à une ligne traditionnelle,

même lorsque l'ADSL est fortement sollicitée par la télévision en haute définition et des téléchargements importants.

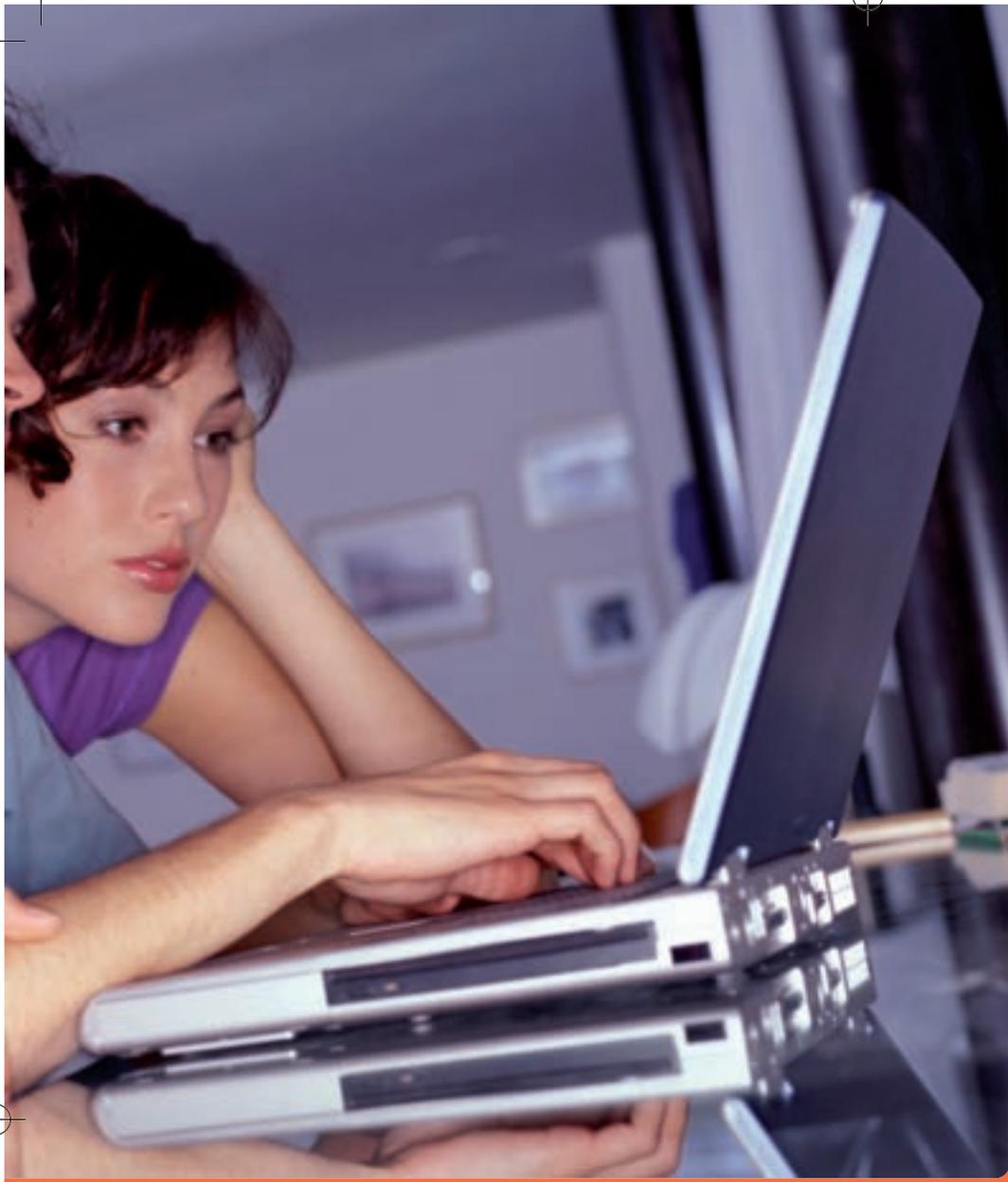
### Des chaînes par centaines

Une fois le décodeur TV branché au téléviseur, l'abonné aura accès à une multitude de chaînes françaises et étrangères dès le forfait de base. Bien entendu, il s'agit

## Le CPL met Internet au courant

Pour partager une connexion Internet, un réseau domestique doit être créé. La partie centrale de ce réseau est la box des opérateurs qui joue le rôle d'un routeur. Ensuite, il existe plusieurs façons de mettre en réseau les différents ordinateurs. La plus simple et la plus stable est le courant porteur en ligne ou CPL. Il s'agit tout simplement d'utiliser l'installation électrique du domicile pour faire transiter les données. Les avantages sont multiples. Pas d'installation logicielle, ni de sécurisation nécessaire et surtout cela fonctionne à tous les coups, brancher suffit ! En fait pour schématiser, cela consiste en un réseau filaire traditionnel qui part d'une prise et arrive à une autre, une rallonge en quelque sorte. Il suffit d'y connecter l'appareil et cela fonctionne comme s'il s'agissait d'un réseau câblé traditionnel. L'installation se résume donc par le branchement d'une prise CPL d'un côté sur le courant 220 V et de l'autre sur le port réseau d'un appareil. Et il est possible de multiplier les prises sur un même réseau qui vont agir comme autant de rallonges. Si plusieurs débits différents existent, le 200 Mbits est le seul qui offre suffisamment de débit pour le triple play. Le débit réel se situe autour de 30/40 Mbits, ce qui est nécessaire et suffisant pour copier des fichiers de taille imposante et faire transiter de la vidéo en HD. En général, tout habitation jusqu'à 200 m<sup>2</sup> sera couverte sans problème. Par ailleurs, le signal s'arrête au compteur électrique. Les rares problèmes viennent en fait des multiprises avec de nombreux appareils connectés. Les fabricants ont trouvé la parade et commercialisent depuis peu des prises CPL qui servent de prises de courant à leur tour tout en filtrant les interférences des appareils qui y seront connectés. On en trouve notamment chez Lea et Bewan. De même, il existe désormais des multiprises qui intègrent directement le CPL. Une paire de prise 200 Mbits/s standards se négocie actuellement 90 euros en prix public. Il faut compter 120 euros pour une paire de prises doubles et 80 euros pour une multiprise.





aussi d'inciter fortement à prendre en option l'abonnement à un bouquet payant qui peut être proposé par le FAI lui-même ou en sous-traitance. Ainsi, il est toujours possible de souscrire un abonnement optionnel à Canal+ ou CanalSat et bénéficier de tous les programmes de la chaîne cryptée. Des promotions sont généralement offertes puis l'abonnement sera de 35 euros par mois pour Canal+, et à partir de 23 euros par mois pour CanalSat. De plus, le décodeur TV est

également doté d'un tuner TNT (télévision numérique terrestre) pour recevoir gratuitement non seulement les chaînes en résolution standard, mais aussi celles en HD. Enfin, si un disque dur est intégré, le décodeur fera office de magnétoscope numérique. On pourra enregistrer facilement le programme de son choix via le guide des programmes et même bénéficier de la pause sur le direct pour ne rien manquer d'une émission en cours de diffusion.

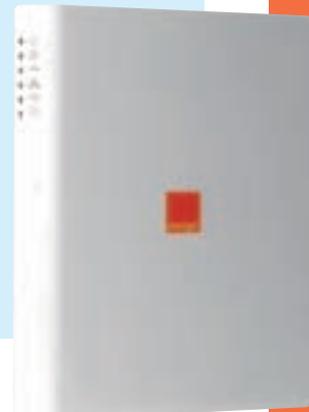


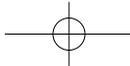
## LES OFFRES (suite)

### Orange, contenu et options



Orange a fait le ménage dans ses offres pour plus de clarté mais les options sont nombreuses. En ce qui concerne le triple play, Orange a opté comme Free pour un forfait unique de 30 euros par mois, à condition toutefois de bénéficier d'un abonnement téléphonique auprès de l'opérateur (16 euros par mois). Le cas échéant, il en coûtera 40 euros par mois pour le tout. En contrepartie, Orange garantit la réparation de la ligne téléphonique en 48 heures. L'engagement est de 12 mois et il n'y a aucun frais de résiliation. Pour ceux qui le souhaitent, Orange propose l'installation à domicile moyennant 99 euros hors promotion. La Livebox est seulement compatible avec le WiFi G et comme chez les concurrents, la configuration s'effectue sans difficulté par une interface Web. Une offre en fibre optique à 45 euros par mois existe aussi pour 100 Mbit/s dans les zones desservies. En ADSL, le débit maximal est limité à 18 Mbits et la location du modem se paie en sus trois euros par mois. Si le contrôle parental et l'anti-spam sont compris, il faudra mettre la main à la poche pour acquérir un pare-feu et un antivirus. En téléphonie là où les concurrents multiplient les destinations à l'étranger, Orange se contente d'offrir le téléphone illimité vers les postes fixes en France métropolitaine. Il faut souscrire une option à partir de sept euros par mois pour pouvoir appeler les mobiles pendant 30 minutes et l'international en illimité. Les services de messagerie consultable à partir du téléphone, par mail, sur le portail orange.fr ou par SMS sur son téléphone mobile est gratuite tout comme la présentation du numéro. Le forfait TV inclut 60 chaînes françaises et internationales ainsi que de la TNT. Les options sont là encore particulièrement fournies, avec d'une part les offres partenaires dont les incontournables Canal+ et CanalSat, et d'autre part les bouquets TV d'Orange. Pour les chaînes du groupe Canal, la HD est également possible mais en option (sept euros par mois) sous réserve d'avoir souscrit le Time Control. Il s'agit d'un décodeur plus évolué doté d'un disque dur et qui sera loué cinq euros par mois. L'opérateur a noué des partenariats très forts pour démarrer son offre de vidéo par abonnement avec un catalogue qui est particulièrement attractif mais qui sous-entend un engagement de 12 mois. Ainsi, le bouquet Orange Cinéma Séries lancé le 13 novembre dernier au prix de 12 euros par mois se compose de 1 300 films, de séries TV récentes, de documentaires et de dessins animés. De plus, ce bouquet inclut un service de catch-up TV pour accéder à un catalogue de programmes déjà diffusés sur les cinq chaînes du groupe France Télévisions sur une durée de sept à 30 jours, et à l'exception des films. Les amateurs de sport s'orienteront plutôt vers Orange Sport/Orange Foot (sept euros par mois). Du côté de la VOD, le service 24/24 vidéo donne accès à plus de 3 500 programmes pour tous les goûts payables à l'unité.





SAISON  
salon

Focus



## La vidéo à la demande

Aujourd'hui, plus rien n'oblige à attendre le bon vouloir d'une chaîne de télévision pour visionner un film ou une série. En effet, la vidéo à la demande (VOD) est déjà une réalité et ce surtout grâce aux box des FAI. Le chiffre d'affaires de la VOD s'établit à 53 millions d'euros en 2008, ce qui est encore peu mais à mettre en relation avec les 30 de l'année précédente, et surtout avec le chiffre d'affaires du Blu-ray qui est à peu près équivalent. Et 88 % du chiffre 2008 a été réalisé en direct sur le téléviseur, soit pour l'essentiel par les box TV. Libéré de l'ordinateur, l'usage de ce service est effectivement très simple et croit exponentiellement avec la découverte de la télévision ADSL par les foyers français. On prévoit d'ailleurs plus de 100 millions d'euros de chiffre pour la VOD en 2009. Les services de VOD peuvent être gérés de multiples manières. Le FAI peut proposer son offre et négocier directement avec les studios et les éditeurs. C'est le cas pour Orange par exemple. Il peut aussi s'adosser sur un service existant comme Canal Play ou TF1 Vision. Les deux solutions peuvent également être mixées. Quelle que soit l'offre, le principe de la VOD reste toujours le même. Un catalogue est mis à disposition avec des titres

payables à la séance par carte bancaire ou directement par prélèvement sur la facture de l'abonné.

## Des promesses et des freins

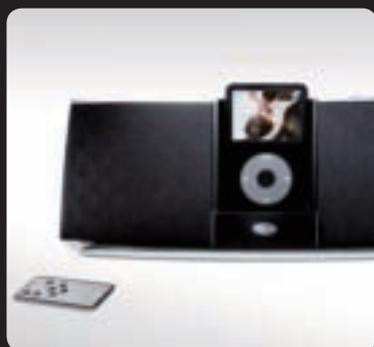
Il y a aussi des freins qui entament un potentiel sans doute bien plus élevé. Ainsi la chronologie des médias et la diffusion tardive voire sélective des séries représentent sans doute un manque à gagner important pour la VOD. D'autant que ce sont surtout les blockbusters qui marchent. Il est évident que disponibles seulement un mois et demi après la sortie du DVD pour les films et souvent plusieurs années après leur diffusion aux États-Unis pour les séries, la lutte est difficile. D'autant que les séries sont de plus en plus souvent disponibles gratuitement sur le site Web de la chaîne rapidement après leur diffusion. Pourtant, cela devrait bouger rapidement. En effet, à l'heure où nous écrivons ces lignes, l'Assemblée Nationale débat afin de rendre disponible les films en VOD et DVD quatre mois après leur sortie en salle. L'idée que c'est le dématérialisé qui puisse sortir l'édition vidéo de la crise commence à faire son chemin. Pour les séries, il est même possible d'envisager leur diffusion directe en VOD car les droits payés par les chaînes lors d'une diffusion tardive ne pèsent

## LES OFFRES (suite)

### Darty, le contrat

**D**arty s'est lancé sur le marché de l'ADSL en 2006 en s'associant à Compléto, un opérateur télécom et Internet pour entreprises. Si les forfaits sont équivalents à ce que proposent ses concurrents (Internet 20 Mbit/s, appels illimités vers les postes fixes en France et vers 40 destinations, 40 chaînes de télévision), Darty peut également faire valoir sa présence sur le terrain avec ses nombreux magasins. De plus, l'assistance téléphonique est assurée 24h/24 tous les jours de la semaine. Enfin, si un dysfonctionnement ne peut être résolu par téléphone ou par la prise de contrôle à distance de l'ordinateur, un technicien se déplace gratuitement et ce sous 48 heures. Une offre qui pourra convaincre tous ceux qu'une présence sur le terrain rassure ou d'autres qui ont fait par le passé l'expérience malheureuse de hotlines injoignables et peu compétentes...





commercial@jamo.com  
Tél. 01 34 21 46 36

## LE SON PARTOUT

Nouveau système home cinéma 2.1, le **CS700** innove dans l'univers multimédia grâce à une nouvelle technologie de transmission sans fil : **KlipschCast**

Sans contrainte de câblage, le **CS700** envoie par ondes radio un son de qualité CD vers son subwoofer amplifié, disposé où bon vous semble.

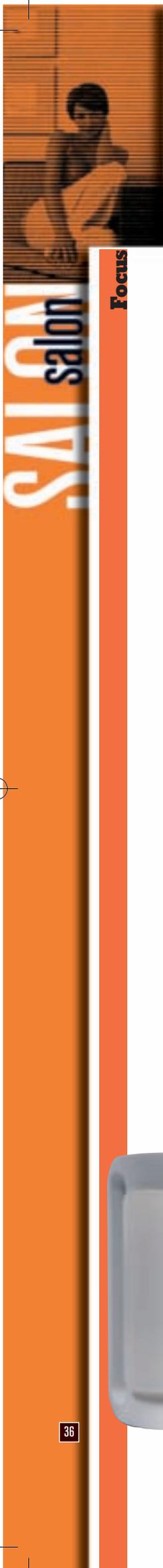
Si en plus vous souhaitez un fond sonore, dans une autre pièce, issu du tuner de votre Home cinéma **CS700**, tout en continuant à regarder un film, avec la technologie **KlipschCast**, votre **CS700** transmettra tout aussi simplement vers le **RoomGroove**, nouvel iPod dock de Klipsch, et cela est duplicable à l'infini formant un véritable réseau sonore domestique sans fil.

D'autre part le **iGroove SXT**, hyper compact et véritable iPod dock, saura vous faire redécouvrir votre discothèque compilée certes, mais avec la qualité Klipsch.

<http://www.klipsch.com/klipschcast/fr/>  
Attention, iPod vendus séparément !

[www.klipsch.com](http://www.klipsch.com)





Focus

## LES OFFRES (suite) SFR, un nouveau géant

**S**ans surprise, il en coûtera 30 euros par mois pour le triple-play sans engagement de durée. Tout comme Free, SFR propose le dégroupage total qui représente une économie



annuelle de 192 euros par an. Le modem Neufbox et le décodeur TV sont mis à disposition gratuitement et le WiFi est inclus. Le paramétrage se fait là encore simplement par une interface Web. Original, SFR fait jouer les synergies en cas de problèmes. Ainsi une assistance dépannage est assurée sous 48 heures. Au-delà, SFR prête une clef 3G en attendant le rétablissement du service. Par ailleurs, quelques services de Neuf ont été conservés comme par exemple un espace en ligne de 9 Go pour partager des données depuis Internet, l'antivirus et l'anti-spam. De plus, en choisissant définitivement un genre musical parmi les neuf proposés, il est possible de télécharger de la musique sans limitation et même de transférer les chansons sur trois ordinateurs et trois baladeurs. Le catalogue fort de 150 000 titres et 3 000 clips vidéo est accessible en intégralité pour cinq euros par mois. La partie téléphonie est plus classique avec les appels illimités vers les postes fixes de 92 pays et même les mobiles aux États-Unis. La messagerie s'avère accessible par téléphone ou par e-mail avec le message du correspondant en pièce jointe. Si le modem est en WiFi G classique, SFR propose à ses abonnés de se connecter gratuitement à Internet à partir d'un million de hotspots WiFi en France. Le décodeur TV fourni peut être doté d'un disque dur 80 Go en option pour cinq euros par mois afin d'enregistrer les émissions ou profiter de la pause sur le direct. 90 chaînes sont incluses dans le forfait de base et 150 sont en option. Il y a comme toujours Canal+ et CanalSat, mais aussi des bouquets thématiques et des chaînes à l'unité. Enfin, le catalogue VOD est fort de 5 000 titres qui vont du cinéma aux séries TV en passant par les programmes pour la jeunesse, les spectacles et les concerts.



36



pas très lourds dans le budget global d'une production. Mais l'avenir sera sans doute à la VOD par abonnement. Ainsi, les fournisseurs d'accès viennent d'introduire la SVOD (subscription VOD) qui permet d'accéder à un catalogue moyennant un abonnement mensuel, à l'instar des cartes de cinéma illimitées dont le succès n'est plus à démontrer. Et cela s'applique aussi à la musique avec des offres pour télécharger sans limitation. La plupart des spécialistes y voient d'ailleurs la seule réponse possible au piratage. La rétribution des artistes par ce biais ne pose pas de problèmes particuliers puisque les visionnements ou les écoutes sont simples à comptabiliser pour le FAI. C'est en revanche une bien mauvaise nouvelle pour l'électronique grand public, car le lecteur et le stockage n'auront plus de raison d'être, le téléviseur et la chaîne audio étant alimentés en direct depuis le Web. Le catch-up TV a également le vent en poupe. Il s'agit pour une chaîne de proposer en VOD un programme après sa diffusion. TF1 Vision en a d'ailleurs fait son fer de lance en proposant dès le lendemain de leur diffusion les plus grandes séries américaines en version originale sous-titrée. C'est notamment le cas actuellement de « Lost » dont les fans n'auraient probablement pas attendu la diffusion en France plusieurs mois après.

## La fibre à petits pas

Toute cette manne de contenus en direct réclame évidemment du débit et l'ADSL arrive à ses limites. L'avenir est donc à la fibre optique qui commence à arriver dans les foyers des plus grandes agglomérations, avec des débits qui explosent littéralement jusqu'à 100 Mbits dans les deux sens. À titre de comparaison, l'ADSL offre des débits de 0,5 à 20 Mbits dans le meilleur des cas. Dans la pratique, les pages Web s'affichent donc instantanément, le téléchargement de vidéos ne demande que quelques minutes et l'envoi de fichiers volumineux s'avère grandement accéléré. Partager des photos en ligne sera l'affaire de quelques secondes contre des heures auparavant. Mais l'intérêt de la fibre optique ne s'arrête pas là. S'il est déjà possible de regarder des programmes en haute définition avec l'ADSL, la qualité peut encore être améliorée en augmentant le débit réservé à la vidéo et au son sans impacter le téléchargement et la téléphonie par ailleurs. Exit donc les carrés disgracieux à l'image et la haute définition devient multiposte pour que chacun puisse regarder le programme de son choix dans les meilleures conditions. D'ailleurs certains FAI proposent déjà d'équiper plusieurs téléviseurs de la box TV. Reste qu'installer la fibre optique est long et coûteux en raison des travaux de voirie importants, sans même parler des

## Une connexion optimale

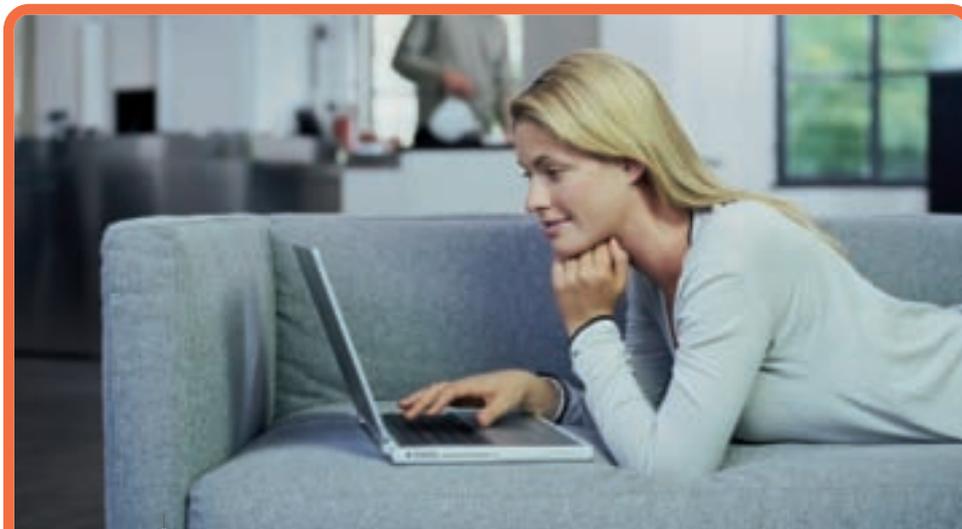


Que la ligne téléphonique soit éligible ne garantit pas de bénéficier d'un service optimal, comme c'est d'ailleurs spécifié en lettres minuscules sur les contrats d'abonnements. Déjà la qualité de la ligne est essentielle et pour cela plusieurs facteurs entrent en jeu comme le gabarit des tronçons de cuivre, leur nombre ou encore la longueur de chaque tronçon. D'autre part, l'ADSL a le gros inconvénient de voir le débit baisser avec la distance qui sépare le domicile du répartiteur. Certes, 512 Kbits seulement suffisent largement pour téléphoner via l'ADSL mais la télévision requiert un débit déjà plus conséquent de 6 Mbits environ pour garantir une qualité d'image optimale. Si en grande agglomération, les conditions sont majoritairement suffisantes, il en va tout autrement en zone rurale. Et non content d'être alors limité à Internet et au téléphone, le dégroupage n'y est pas systématique et les fournisseurs d'accès pas forcément tous disponibles. Cela conduit à des tarifs plus élevés pour une offre souvent amputée sans avoir le choix du provider.

querelles pour gagner les faveurs des syndicats et pénétrer dans les immeubles en exclusivité. Le déploiement se fera donc très progressivement, comme l'ADSL en son temps.

## La HD montre ses pixels

Les décodeurs TV fournis dans le cadre de l'abonnement triple-play sont tous HD et compatibles avec la TNT gratuite en haute définition, dont le coup d'envoi a été donné le 30 octobre dernier. Par ailleurs, les FAI donnent également accès à des chaînes HD via l'ADSL, tantôt gratuitement, tantôt dans des bouquets payants. Cependant il n'y a guère que CanalSat qui dispose d'une offre conséquente en HD avec 13 chaînes disponibles. Mais pour l'heure, ce service n'est disponible en HD que sur l'offre Orange. La VOD est encore plus à la traîne en matière de HD, avec seulement 56 titres chez Canalplay et 23 chez TF1vision.





# Kensington®

*idée : pensez autrement !*  
**Accessoires pour iPhone®  
iPod® et Mac**



### *Le plein d'énergie !*

#### **Mini Battery Pack and Charger for iPhone® and iPod® (K33442EU)**

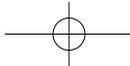
- Allonge l'autonomie de l'iPod® ou de l'iPhone® : jusqu'à 30 heures de musique\*, 6 heures de vidéo\*, ou 3 heures de conversation\*\*
- Câble de charge USB rétractable inclus pour recharger la batterie sur un ordinateur portable

#### **Battery Pack and Charger for iPhone® and iPod® (33396EU)**

- Version maxi : jusqu'à 100 heures de musique\*, 21 heures de vidéo\*, ou 6 heures de conversation\*\*
- Fourni avec un chargeur secteur

\* iPod® Nano de 3ème génération, \*\* iPhone®





SAISON  
salon  
DVD

Interview

# Tonnerre Sous Les Tropiques



## Nouvelle chance en vidéo

Sortie octobre 2008 en salles, la dernière comédie en date signée Ben Stiller s'apprête à arriver dans les bacs vidéo. *Tonnerre Sous Les Tropiques* sera disponible le 15 avril en DVD vidéo et Blu-ray. par Patrick Hellio

« Nous voulons donner toutes ses chances au film en donnant une dimension blockbuster à sa sortie vidéo », situe Marion

Pistoresi, Chef de produits séries TV et nouveautés chez Paramount Home Entertainment. « À sa sortie en salles, le film a enregistré 570 000 d'entrées. Compte tenu de l'environnement concurrentiel, nous pensons que le titre a affiché une belle performance mais garde un énorme potentiel ». L'une des forces de l'industrie cinématographique est de pouvoir compter sur la sortie vidéo d'un film pour rattraper une sortie en salles n'ayant pas exploité pleinement le potentiel d'un titre. « *Tonnerre Sous Les Tropiques* est de ces genres de films qui transforment très bien lors de leur passage en vidéo », estime Marion Pistoresi. Le taux de transformation représente le ratio de vidéos vendues par rapport au volume d'entrées cinéma. « *Cloverfield* avait par exemple fait moins d'un million d'entrées en salles mais rencontre un grand succès en vidéo. De même, *Transformers* atteignait un taux de transformation record de 15 % en huit semaines. ».

## Un genre hybride

Réalisé et interprété par Ben Stiller (Mary à Tout Prix, Zoolander, Mon Beau-père et Moi...), le scénario de *Tonnerre Sous Les Tropiques* met en scène une bande d'acteurs hollywoodiens partis tourner un film de guerre en pleine jungle. Une fois sur place, devant le fiasco du tournage, le réalisateur décide de plonger les acteurs ratés dans une expérience de « cinéma-vérité » en les confrontant malgré eux aux dangers réels d'une jungle peuplée de trafiquants de drogue... Avec des pointures comme Jack Black et Robert Downey Jr, *Tonnerre Sous Les Tropiques* n'est pas le genre de film qui invite à la morosité... « Il s'agit d'un genre hybride, à mi-chemin entre le film d'action et la comédie »,

situe Marion Pistoresi. « Notre cœur de cible sur ce titre se recrute chez les 15/34 ans, principalement des hommes, une tranche que l'on sait très consommatrice de DVD ». Paramount va consacrer un budget de 500 000 euros au lancement vidéo de *Tonnerre Sous Les Tropiques*. « Nous allons retravailler le positionnement du film pour lui donner toutes ses chances en vidéo », explique Marion Pistoresi. « Nous montons un dispositif marketing de l'envergure d'un blockbuster, en lançant par exemple une campagne de deux semaines dans les cinémas pendant les vacances de Pâques, en presse et sur Internet sans oublier les outils de PLV comme les boxes ». Le film avait profité d'un joli buzz sur Internet avant sa sortie en salles, l'éditeur compte le

relancer pour la parution vidéo : « Le public attend de découvrir des vidéos inédites et nous allons en diffuser sur Internet à l'image des fausses bandes annonces qui ouvrent le film par exemple ».

## Version intégrale

Le film sort en version « non censurée », plus longue de 15 minutes, en versions DVD vidéo et en Blu-ray. « Aux États-Unis, le film est sorti également en version standard mais nous avons choisi de nous concentrer sur la version non censurée, qui propose une fin inédite », explique l'éditeur. « Le fait de profiter de 15 minutes supplémentaires multiplie par deux les intentions d'achat ». En plus de la version « non censurée » et des bonus du DVD (commentaire audio de Stiller, fin alternative...), le film en version Blu-ray comprend des éléments supplémentaires comme des séquences d'essai de maquillage de Tom Cruise ou encore une fausse bande annonce qui avait été diffusée uniquement sur Internet à la sortie en salles. « La version Blu-ray va compter pour environ 15 % de la mise en place totale du titre », situe l'éditeur.



# MedPi09

LE BUSINESS CLUB DES LOISIRS NUMERIQUES\_

du 26 au 29 mai 2009  
GRIMALDI FORUM - MONACO  
[www.medpi.com](http://www.medpi.com)

INFORMATIQUE  
TELEPHONIE  
INTERNET  
SON  
IMAGE  
JEU VIDEO  
AUDIOVISUEL

LES RENCONTRES D'AFFAIRES  
DU MARCHÉ DES LOISIRS NUMÉRIQUES  
ET DE LEURS CIRCUITS DE DISTRIBUTION\_

Organisé par

 Reed Expositions

**CONTACT ACHETEURS :** SYLVIE ANTOMARCHI\_ T : +33 (0)1 47 56 65 14\_ @ : [sylvie.antomarchi@reedexpo.fr](mailto:sylvie.antomarchi@reedexpo.fr)  
FABIENNE PALMAS\_ T : +33 (0)1 47 56 65 19\_ @ : [fabienne.palmas@reedexpo.fr](mailto:fabienne.palmas@reedexpo.fr)

**CONTACT EXPOSANTS :** FÉLICIE DE LA METTRIE\_ T : +33 (0)1 47 56 65 17\_ @ : [felicie.delamettrie@reedexpo.fr](mailto:felicie.delamettrie@reedexpo.fr)  
SAÏD ABBADI\_ T : +33 (0)1 47 56 65 13\_ @ : [said.abbadi@reedexpo.fr](mailto:said.abbadi@reedexpo.fr)



SAISON salon

Panorama

# Moniteurs g

## Le grand large

Alors que s'annonce un ralentissement des ventes de moniteurs informatiques, l'écran pour PC de loisir reste un investissement intéressant et pérenne pour l'utilisateur. Aussi, pourquoi ne pas privilégier en rayon des produits de diagonale plus imposante? C'est d'autant plus sensé que le prix de vente de ces écrans est désormais abordable pour le grand public, tout en permettant de garder suffisamment de marge. par Benoit Dupont

**L**e quatrième trimestre 2008 n'a pas été des plus joyeux pour les constructeurs de moniteurs LCD. Alors que Samsung, leader mondial, enregistrait une baisse de 4 %, Dell et LG s'effondraient de respectivement 13 et 10 % pendant la même période. Bref, ce n'est pas vraiment la fête chez les fabricants et il est inutile de revenir sur les raisons de cette situation, tout le monde les connaît. Le fait est que les entreprises, grandes consommatrices de moniteurs, ont limité leurs investissements alors que le particulier reste frileux quant au renouvellement de son écran PC. C'est bien compréhensible. Faut-il pour autant céder à la sinistrose ambiante ? Ce n'est pas évident. Car dans le même temps, les ventes d'écrans larges



### Fujitsu-Siemens

SL 3260W

## La taille accessible

Fujitsu-Siemens, acteur discret mais reconnu sur le terrain de l'affichage informatique, nous gratifie ici d'un moniteur 26 pouces particulièrement séduisant. Le réglage par défaut des couleurs est excellent et le contraste très bon. La profondeur de noir pour une dalle de cette taille s'avère tout aussi remarquable. De plus, la luminosité est bien choisie. C'est de ce point de vue l'écran le mieux réglé de ce comparatif. Pour la bureautique, c'est déjà un écran tout à fait recommandable et la réactivité de l'écran excelle. C'est donc un moniteur de jeu de premier choix. Dans tous les cas, jouer sur un 26 pouces change la vie ! C'est beaucoup plus immersif. La dalle est hélas simplement ajustable en inclinaison. Cet écran sera vendu dans les enseignes spécialisées et en e-commerce, il n'y a pas de plan marketing spécifique pour ce produit.

Taille : 26 pouces  
Résolution : 1920 x 1200  
Latence : 5 ms (GTG)  
Contraste : 5 000: 1

Luminosité : 300 cd/m2  
Connectique : VGA, HDMI, DVI

349 €

Consommation En veille : 0,5 W - En marche @160 cd/m2 : 38,9 W



### BenQ

M2400HD

## Pour le jeu

Voici le premier moniteur Full-HD signé BenQ. La réactivité s'avère exceptionnelle et permettra aux joueurs de s'adonner à leur passion dans des conditions optimales. Les joueurs sur console ne sont pas oubliés grâce à la prise HDMI. En revanche, BenQ a eu la main un peu lourde sur l'overdrive et entre les images, les teintes manquent de précision. Mais ce sont surtout les DVD et Blu-ray qui en pâtissent avec des images chargées de fourmillements. Si le fabricant a soigné la réactivité de son écran, il aurait dû aussi se pencher sur sa colorimétrie de base. Par défaut, les couleurs ne sont pas correctes. Pour finir, signalons l'effort particulier de BenQ pour nous fournir un écran aussi esthétique que possible. La robe blanche soulignée d'un liseré en aluminium est très réussie. A noter que l'écran dispose d'une prise USB sur le dessus pour y brancher une webcam fournie. L'écran sera distribué plutôt dans les magasins orientés haut de gamme et pas en e-commerce pour l'instant.

Taille : 24 pouces  
Résolution : 1920 x 1080  
Latence : 2 ms (GTG)  
Contraste : 10 000: 1 dyn.

Luminosité : 300 cd/m2  
Connectique : VGA, HDMI, DVI, USB

299 €

Consommation En veille : 0,5 W - En marche @160 cd/m2 : 35 W

# grande taille

Panorama

d'une diagonale supérieure ou égale à 22 pouces ont progressé.

## Proposer des écrans de grande taille

Les raisons de ce succès sont liées bien entendu à la baisse des coûts de production qui profitent naturellement aux écrans larges. En effet, il n'est pas possible de remettre en question le format des petits écrans en 4 :3 ou en 5 :4 pour les 17 pouces par exemple. De ce fait, les gains de productivité ne peuvent se faire qu'en ayant recours à des investissements dans de nouveaux équipements de découpe pour des substrats plus grands, une

solution mal vue à l'heure où chaque acteur a plus tendance à thésauriser qu'à investir. En revanche, il existe de fortes marges de progression pour les moniteurs au format wide. Le fait est que le passage au 16 :9 en lieu et place du 19 :10 représente un gain de productivité important. Pourquoi ? Tout simplement parce que sur un même substrat, il est possible de découper plus de dalles 16 :9 que 16 :10. À titre d'exemple, on fabrique en même temps sur un substrat G6 seulement 20 écrans 19 pouces 16 :10 contre 24 en 16 :9, ou comment gagner 20 % de productivité sans difficulté. Rappelons au passage que c'est déjà cette méthode d'optimisation qui a justifié le passage du format 5 :4 classique au format wide à l'époque. Ce qui est vrai en 19 pouces l'est d'autant plus en 24 pouces.

Autre point intéressant, le passage au format 16 :9 s'accompagne d'une compatibilité 1080p bien perçue par les utilisateurs finaux chez qui l'argument HD reste percutant alors qu'en définitive, la résolution des 24 pouces 1080p est plus faible que celle de leurs homologues 16 :10ème, avec à la clef des coûts de production de nouveau plus faibles aussi.

## Quel line-up en rayon ?

Pour toutes ces raisons, il est intéressant de proposer des 24 pouces 1080p. D'ailleurs, tous les constructeurs s'y mettent et bientôt, il n'y aura plus que cela dès le 22 pouces. En effet, tous les constructeurs présents dans ce comparatif alignent



**Iiyama**

E2407HDS

## La réactivité abordable

Voici enfin le remplaçant du célèbre B2403WS d'Iiyama. La réactivité de l'écran est excellente. De ce point de vue, le défi est entièrement relevé. Mais la précision lors des transitions s'avère beaucoup moins bonne. Du coup, les textures ont tendance à se dénaturer dans les jeux vidéo. Mais au moins, les objets clairs sur fond noir ne laissent pas de traces à l'écran. Il y a un point sur lequel Iiyama a régressé, c'est celui du réglage des couleurs. Par défaut, les teintes sont trop froides. À l'évidence, les jeux vidéo représentent le point fort de cet écran. Dans les films, c'est une autre histoire. Il subsiste pas mal de fourmillements sur les aplats de couleurs solides. En HD, la situation empire avec un bruit vidéo qui devient omniprésent. La finition est moyenne mais la qualité d'assemblage honorable. Le tout est à rapporter au prix très compétitif qui fera sans doute de cet écran un best-seller. Ce moniteur sera vendu en grande distribution, chez les revendeurs et en e-commerce. Le lancement est appuyé par une campagne publicitaire en presse spécialisée et sur le Web par les sites marchands.

Taille : 24 pouces  
Résolution : 1920 x 1080  
Latence : 2 ms (GTG)  
Contraste : 10 000 :1

Luminosité : 300 cd/m2  
Connectique : VGA, HDMI, DVI, audio in

269 €

Consommation En veille : 0,5 W - En marche @160 cd/m2 : 32,7 W



**Acer**

H243H

## Design et jeu

Le géant de l'informatique passe aussi au 1080p avec ce nouveau moniteur 24 pouces. L'écran est clairement orienté multimédia avec un système de retro-éclairage dynamique affichant un contraste de plus de 40 000 :1. Les réglages par défaut sont corrects mais les préréglages choisis (chaud ou froid) ne sont pas très convaincants. Dans les films, on retrouve beaucoup de bruit vidéo. Les DVD sont assez flous mais la fluidité est au rendez-vous. En haute définition, l'écran n'est pas non plus très performant. On retrouve cette fois-ci un certain manque de quantification. Le moniteur Acer tire cependant son épingle du jeu grâce au jeu justement ! Et pour une fois, Acer a fait un réel effort sur le design. La coque est noire laquée et les boutons tactiles s'affichent en blanc grâce à des diodes électroluminescentes. C'est plutôt joli et les touches sensibles fonctionnent vraiment bien. L'écran se trouve à la Fnac et chez Pixmania dans un premier temps.

Taille : 24 pouces  
Résolution : 1920 x 1080  
Latence : 2 ms (GTG)  
Contraste : 40 000 :1

Luminosité : 300 cd/m2  
Connectique : VGA, HDMI, DVI, audio in

299 €

Consommation En veille : 0,6 W - En marche @160 cd/m2 : 30 W



SAISON salon

Panorama

# Moniteurs grande taille

désormais leurs 24 pouces dans la version 1080p. Le prix de vente est loin d'être prohibitif, autour de 320 euros. En baisse constante, on atteint les prix des 22 pouces d'il y a un an. Et si la décision d'achat peut être influencée par la crise ambiante, il est fort possible que le montant alloué à l'affichage sur l'installation informatique domestique n'ait pas diminué tant que cela. En effet, l'écran informatique reste un excellent investissement qui suit l'utilisateur sur plusieurs configurations de PC. Au delà des moniteurs informatiques 24 pouces, nous avons sélectionné quelques écrans 26 pouces qui eux restent au format 16 :10 et offrent donc une résolution classique de 1920 x 1200. Pourquoi ? Simplement parce que leur présence de longue date sur le marché leur permet d'atteindre des prix de

vente très compétitifs sur le haut du marché. Un 26 pouces d'entrée de gamme se négocie en effet de 350 à 400 euros.

## Qui achète ?

Compte tenu des tests que nous avons réalisés, et de l'orientation marketing des constructeurs autour de ces produits, il y a de fortes chances que le terreau le plus fertile soit celui des joueurs sur PC et sur console. En effet, la plupart de ces moniteurs disposent d'une prise HDMI et cela permet de connecter facilement une PS3 ou une Xbox 360 sans pour autant avoir à s'encombrer d'un téléviseur. Le son passe aussi via le HDMI mais les haut-parleurs s'avèrent comme toujours ridiculement mauvais.

Une installation alliant une console et un de ces moniteurs permettrait en magasin de mettre en avant cette possibilité. On notera au passage que la réactivité réelle de ces moniteurs est vraiment impressionnante. Ce sont de vrais bons moniteurs de jeu. Les moniteurs 26 pouces pas chers plairont évidemment aux joueurs sur PC alors que les 24 pouces 1080p raviront ceux qui jouent sur console. Pour autant, l'argument Blu-ray risque de mal passer. La plupart de ces écrans restent en effet relativement mauvais dans leur capacité à traiter les films en haute définition.

(Sources statistiques : GlobalSources & DisplaySearch)



**Aiyama**  
E2607WS

## Le jeu en grand

Avec ce 26 pouces, Aiyama propose d'augmenter la surface d'affichage sans que le prix ne s'envole et sans rogner sur la qualité. Sa dalle 1920 x 1200 offre un piqué incroyable qui plaira aux joueurs comme aux utilisateurs plus sérieux. Le design est correct, sans grande recherche mais la finition est convaincante. Les réglages par défaut ne sont pas fantastiques mais les utilisateurs peu exigeants devraient être satisfaits. Dans les vidéos, le contraste est correct mais il y a pas mal de bruit vidéo. Le contraste dynamique est assez lent, ce qui fait que l'image peut apparaître un peu sombre par moment. Mieux vaut le désactiver. En revanche, nous avons été époustoufflés par la réactivité de la dalle 26 pouces. C'est de loin le meilleur compagnon de jeu que l'on puisse offrir à un PC. Bien sûr, il faudra avoir l'artillerie graphique pour remplir correctement les 1920 x 1200 pixels de la dalle avec un débit suffisant, mais quel spectacle ! Cet écran sera diffusé dans la grande distribution et chez les revendeurs, tout comme en e-commerce. Le lancement est accompagné par des publicités dans la presse spécialisée et sur le Web par les sites marchands.

Taille : 26 pouces  
Résolution : 1920 x 1200  
Latence : 2 ms (GTG)  
Contraste : 4 000: 1

Luminosité : 300 cd/m<sup>2</sup>  
Connectique : VGA, HDMI, DVI, audio in

435 €

Consommation En veille : 0,6 W - En marche @160 cd/m<sup>2</sup> : 30 W



**Asus**  
VK246H

## Jouer avec style

La réactivité de la dalle 2 ms 1080p est excellente et le contraste très bon. En revanche, les couleurs par défaut sont trop froides en mode « normal ». Bref, si les joueurs s'en satisfont, les photographes auront raison de chercher leur bonheur ailleurs. Pour le reste, on retrouve une finition très classique pour un écran Asus avec une coque noire laquée et une fine barre d'aluminium au bas de la dalle. Côté équipement, le moniteur est livré avec une webcam 1,3 Mpixel de bonne qualité. En revanche, il n'est pas orientable. Dans les vidéos, on retrouve les qualités et défauts des dalles 1080p 24 pouces. L'écran reste sujet aux fourmillements et en haute définition, il n'est pas rare de constater de la solarisation sur les arrière-plans. Dans les jeux vidéo, l'écran s'en sort nettement mieux, il n'y a pas de filé à l'écran lors des mouvements brusque de l'avatar. Au final, Asus nous propose ici un écran de jeu plutôt bien équipé, mais on aurait aimé un peu plus de soin dans la colorimétrie. Le plan marketing et la distribution ne nous ont pas été communiqués.

Taille : 24 pouces  
Résolution : 1920 x 1080  
Latence : 2 ms (GTG)  
Contraste : 20 000: 1

Luminosité : 300 cd/m<sup>2</sup>  
Connectique : VGA, HDMI, DVI, audio in

300 €

Consommation En veille : 0,8 W - En marche @160 cd/m<sup>2</sup> : 35 W



# E3 LOS ANGELES

## 02 - 04 juin 2009



**E3 FAIT SON COME BACK ... RENDEZ-VOUS AU PLUS GRAND SALON INTERNATIONAL DES PROFESSIONNELS DU JEU VIDEO ET DU MULTIMEDIA QUI AURA LIEU AU LOS ANGELES CONVENTION CENTER**

**PINK SKY TRAVEL VOUS PROPOSE SES FORFAITS VOYAGE TOUT INCLUS**

**FORMULE EXPRESS 3 nuits**

avec Air France  
Départ le 01 juin / Retour le 04 juin

**FORMULE CONFORT 4 nuits**

avec Air France ou Air Tahiti Nui  
Départ le 01 juin / Retour le 05 juin

PRIX PAR PERSONNE	EXPRESS 3 NUITS		CONFORT 4 NUITS	
SELECTION D'HOTELS	chambre individuelle	chambre double	chambre individuelle	chambre double
<i>DOWNTOWN - PROCHE DU SALON</i>				
<b>FIGUEROA HOTEL 3***</b> A quelques minutes à pied du salon	1.775 €	1.560 €	+155 €	+80 €
<b>HOLIDAY INN CITY CENTER 3***</b> Face au salon !	1.840 €	1.590 €	+175 €	+90 €
<b>O HOTEL 3*** sup</b> A moins de 10 mins à pied du salon				
<b>MILLENIUM BILTMORE 4****</b> à moins de 2km du salon	1.890 €	1.620 €	+180 €	+100 €
<i>HOLLYWOOD</i>				
<b>GRAFTON ON SUNSET 3*** sup</b>	1.790 €	1.570 €	+170 €	+90 €
<i>SANTA MONICA - BORD DE MER</i>				
<b>SHERATON DELFINA 3*** sup</b>	1.810 €	1.580 €	+170 €	+90 €
<b>LOEWS SANTA MONICA 4****</b>	1.990 €	1.680 €	+230 €	+120 €
<i>A l'exception du GRAFTON ON SUNSET et du SHERATON DELFINA, tous les hôtels proposés disposent de navettes gratuites pour vous rendre au salon tout le long de la journée.</i>				



**AERIEN**  
vols directs aller/retour  
taxes aéroport



**TRANSFERTS**  
aéroport/hôtel  
hôtel/aéroport



**LOGEMENT**  
3 ou 4 NUITS  
taxes hôtelières



**PETITS DEJEUNERS**



**BADGE ENTREE SALON E3**

**LE SPECIALISTE N°1 du voyage professionnel aux USA se charge de tout !**  
**Tél 01 60 43 58 90 - Fax 01 60 43 80 98 - pinksky.carole@wanadoo.fr**  
 Devis sur mesure pour toutes extensions, autres dates, vols classe affaire, location de voiture...nous consulter.

**Magique et enchanteur**  
Pinocchio

Animation



11 mars

**A** l'occasion de son 70ème anniversaire, Pinocchio se pare de nouveaux atours et le film est proposé dans une version entièrement restaurée. En fin de commercialisation depuis 2004, cette nouvelle édition des aventures du pantin de bois est également présentée pour la première fois en Blu-ray et bénéficie d'une offre découverte comprenant Blu-ray + DVD. Un grand film d'animation signé Disney à redécouvrir pour revivre des moments féériques.

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

**PLAN MARKETING**

Le lancement du dessin animé est appuyé par une campagne de teasing de 5 jours (6 au 10 mars) sur TF1 et M6 suivi par une campagne TV du 11 au 22 mars ciblée familles avec enfants et seniors sur TF1, M6, W9, TMC, NT1, Téva, Discovery Channel, Gulli, Disney Channel et LCI. Une campagne Internet a lieu sur les sites les plus fréquentés par les familles avec enfants et une campagne presse cible les magazines TV et seniors. Deux partenariats avec Nostalgie et TMC complètent le dispositif.

Editeur **Walt Disney Home Entertainment**  
Distributeur **Walt Disney Studios Home Entertainment**

Prix public conseillé **19,99€** (édition collector 2 DVD)

**Fresque apocalyptique**  
Southland Tales

Science-fiction



24 mars

**P** résenté en compétition officielle au Festival de Cannes 2006, Southland Tales, inédit au cinéma, fait son apparition directement par le biais de la vidéo. Sur fond d'Amérique en proie au chaos après une attaque nucléaire, Richard Kelly, le réalisateur de Donnie Darko, croise les destins d'un acteur, d'une ex-star du X et de frères jumeaux. Servi par un casting de choix, The Rock, Sarah Michelle Gellar, Justin Timberlake, Seann William Scott, Southland Tales bénéficie d'une bande originale signée Moby.

**MISE EN PLACE**  
60 000 exemplaires (DVD + Blu-ray).

**PLAN MARKETING**

Plan marketing : 400 000 euros bruts sont investis en TV (trois semaines de campagne), presse (ciné et DVD) et Internet.

Editeur **Wild Side Vidéo**  
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo**

Prix public conseillé **19,99€**

**Populaire et romanesque**  
Faubourg 36

Comédie dramatique



25 mars

**A** près le triomphe des Choristes en 2004, Christophe Baratié revient au cinéma avec cette fresque populaire où trois amis dans le Paris des années 1930 décident de sauver un cabaret en y montant leur propre spectacle de music-hall. Gérard Jugnot, Kad Merad, Clovis Cornillac et Pierre Richard font partie de cette aventure qui révèle notamment Nora Arnezeder, la chanteuse débutante qui rêve de faire de la scène. Faubourg 36, dont les séquences musicales ont été composées par Reinhardt Wagner et Frank Thomas, a totalisé plus 1,2 million d'entrées en salles.

**MISE EN PLACE**  
105 000 exemplaires.  
**PLAN MARKETING**  
La campagne s'élevant à 460 000 euros est répartie en télé et en radio.

Editeur **Pathé**  
Distributeur **Fox Pathé Europa**

Prix public conseillé **19,99€**

**Histoire de l'art**  
Séraphine

Drame



2 avril

**A** vec sept récompenses dont ceux du Meilleur film et Meilleure actrice (Yolande Moreau), Séraphine a été le grand gagnant de la 34ème remise des César en février dernier. Après Le Ventre de Juliette et Tortilla y Cinema, Martin Provost se penche sur le cas de Séraphine, peintre méconnu et installe une relation poignante entre un marchand d'art et une femme de ménage visionnaire qui s'adonne à la peinture à ses moments perdus. Inattendu et bouleversant, ce film biographique mérite le détour et nous présente un personnage à part. Yolande Moreau est complètement habitée par le rôle de ce peintre amateur bouillonnant. Une œuvre originale qui a attiré 560 000 spectateurs en salles.

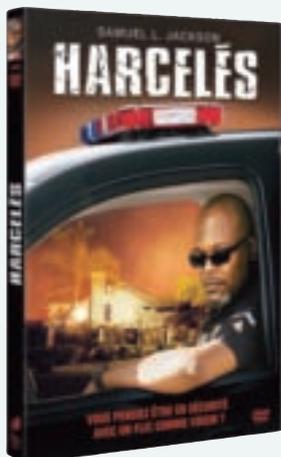
**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.  
**PLAN MARKETING**  
La promotion du titre est assurée par un partenariat presse avec Studio Ciné Live et Le Figaro Magazine et un partenariat avec France Télévisions.

Editeur **Diaphana Édition Vidéo**  
Distributeur **TF1 Vidéo**

Prix public conseillé **19,99€**

**Mauvais voisinage**  
Harcelés

Thriller



8 avril

La vie de deux jeunes gens vire au cauchemar à cause d'un voisin raciste et lorsque le couple décide de riposter, cela déclenche une spirale infernale. Dans ce thriller bien ficelé de Neil LaBute (En compagnie des hommes), le "raciste" n'est pas celui qu'on croit puisqu'il s'agit d'un policier noir incarné par Samuel L. Jackson (Jumper, Iron Man 2) qui ne supporte pas un couple mixte. Patrick Wilson (Little Children) et Kerry Washington (Le Dernier Roi d'Écosse) complètent le casting de Harcelés qui a réalisé 270 000 entrées en salles.

**MISE EN PLACE**  
60 000 exemplaires (DVD + Blu-ray).

**PLAN MARKETING**  
Le lancement du titre s'articule essentiellement autour d'une campagne TV avec des spots sur M6, Canal +, NT1 et NRJ12.

Editeur **Sony Pictures Home Entertainment**  
Distributeur **Sony Pictures Home Entertainment**

Prix public conseillé **16,99€**

**Bunny Girls**  
Super Blonde

Comédie



8 avril

Titre leader de la collection King of Stupid Comedies que Sony Pictures va proposer sur plusieurs mois, Super Blonde nous plonge dans l'univers des playmates. Après avoir passé sa vie au manoir Playboy, une pin-up du célèbre magazine de charme est renvoyée injustement. Cette dernière atterrit dans une association d'étudiantes menacées d'expulsion si elles ne recrutent pas de nouveaux membres. Habitée aux comédies potaches ou aux teen movies, Anna Faris (Une nana au poil, Winter Break) mène la danse en compagnie de Rumer Willis (Mon voisin le tueur, Otage) la fille de Bruce Willis et de Demi Moore et de Colin Hanks (série TV Roswell), le fils de Tom. À noter que Hugh Hefner, le légendaire créateur de l'empire Playboy, incarne son propre rôle.

**MISE EN PLACE**  
35 000 exemplaires.

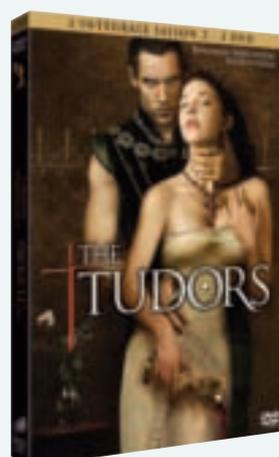
**PLAN MARKETING**  
Des pages de publicité sont prévues dans Les Inrockuptibles et Première ainsi qu'une campagne radio sur OUI FM, une campagne TV sur Canal + et les chaînes ciblées jeunes du type MTV ainsi qu'une promotion via le Net.

Editeur **Sony Pictures Home Entertainment**  
Distributeur **Sony Pictures Home Entertainment**

Prix public conseillé **16,99€**

**L'ivresse du pouvoir**  
Les Tudors, saison 2

Série TV



22 avril

Diffusée en février sur Canal +, cette deuxième saison de 10 épisodes est aussi passionnante que la première. Elle relate le second mariage d'Henri VIII avec Anne Boleyn, suite à son divorce avec Catherine d'Aragon. Jonathan Rhys Meyer (Match Point) affirme de plus en plus son charisme en Roi d'Angleterre ambitieux et autoritaire et Natalie Dormer incarne l'intrigante et séduisante Anne Boleyn. Relations tendues, excès, manipulations sont au programme de cette fresque royale qui mêle le romanesque et le glamour à l'Histoire.

**MISE EN PLACE**  
25 000 coffrets.

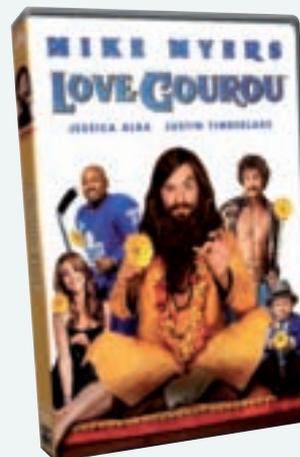
**PLAN MARKETING**  
SPHE joue la carte du partenariat radio avec Virgin, fait de la presse dans Première et une campagne TV avec Virgin 17. Le web n'est pas oublié avec des actions sur commeaui-nema.com et premiere.fr.

Editeur **Sony Pictures Home Entertainment**  
Distributeur **Sony Pictures Home Entertainment**

Prix public conseillé **29,99€**

**Show Mike Myers**  
Love Gourou

Comédie



2 avril

Spécialiste des comédies déjantées, Mike Myers (Austin Powers, Wayne's World) fait son retour avec ce long métrage dont il partage l'affiche en compagnie de Jessica Alba et de Justin Timberlake. Il endosse le rôle d'un gourou qui a pour objectif de passer au journal de 20 heures. Comme à son habitude, Mike Myers en fait des tonnes et déploie toute son énergie dans une succession de gags. Les adeptes y trouveront leur compte tandis que les plus réticents n'atteindront pas le nirvana et resteront de marbre face à ce délire.

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

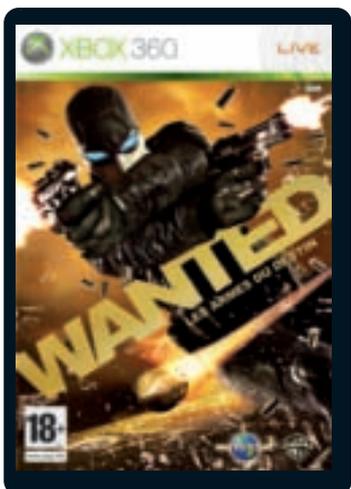
**PLAN MARKETING**  
Un partenariat avec la chaîne W9 est l'atout de la promotion. Des chroniques et jeux concours sont prévus dans Télé Star, Télé Loisirs, Télé 2 semaines et Télé 7 Jours.

Editeur **Paramount Home Entertainment**  
Distributeur **Paramount Home Entertainment**

Prix public conseillé **14,99€**

DVD

Wanted : Les Armes du Destin



PC PS3 XBOX 360

Le 2 avril

Adaptation du film qui lui-même s'inspirait d'une bande dessinée, Wanted propose de découvrir la suite directe du scénario et met donc à nouveau en vedette le personnage de Wesley Gibson qui se découvre des capacités hors-normes. L'une des particularités de ce jeu d'action à la troisième personne est de proposer de nombreux effets et coups spéciaux dans la lignée du film : balles incurvées, explosion de balles, coups finaux et autres « assassin time ».

PLAN MARKETING

L'éditeur va communiquer massivement sur Internet via les sites spécialisés jeux vidéo, mais aussi MSN et Allociné pour élargir la cible. Le jeu sera également mis en avant dans le journal Métro pendant trois jours au moment de la sortie et dans la presse spécialisée. En direction des amateurs de comics, une douzaine de magazines (Marvel...) accueilleront des annonces sur le jeu et une campagne est prévue sur les sites spécialisés. Pour un euro de plus, une opération limitée permettra de repartir avec le DVD du film en plus.

MISE EN PLACE

50 000 exemplaires day one.

Développeur	Grin
Éditeur	Warner Bros
Distributeur	Warner Bros
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé 49,99€ (PC)  
64,99€ (PS3, XBOX 360)



Tenchu : Shadow Assassins



Wii PSP

Le 12 mars (Wii) et le 2 avril (PSP)

La série de jeux d'infiltration Tenchu fait son retour avec un quatrième volet, développé par les auteurs des premiers opus. Série pionnière dans le genre du jeu d'action/infiltration, Tenchu met en scène deux ninjas chargés de remplir diverses missions dans le but de maintenir la paix dans le Japon féodal. Pour être efficace, le joueur doit apprendre à être furtif, à se dissimuler dans le décor et à réfléchir avant d'agir. Plusieurs armes sont à disposition comme des shirikens, un sabre ou des bombes flash. Par rapport aux derniers volets en date, l'éditeur annonce un jeu plus accessible pour correspondre au public de la Wii. La version PSP comprend une dizaine de missions et 50 quêtes annexes.

PLAN MARKETING

Ubisoft va principalement s'adresser aux communautés de joueurs via Internet.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Acquire
Éditeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé NC



Final Fantasy Crystal Chronicles : Echoes of time



Wii DS

Le 26 mars

La série Crystal Chronicles a débuté en 2004 sur GameCube. Basée sur une jouabilité plus accessible et orientée action ainsi qu'un système de jeu en temps réel, cette série parallèle aux fameux Final Fantasy revient avec un nouvel opus sur Wii et Nintendo DS. Grande particularité du titre : les deux versions sont compatibles et un possesseur de la version Wii pourra jouer en ligne avec des amis possesseurs de la même version ou de son pendant sur la console portable. Les joueurs du monde entier peuvent discuter en ligne via des répliques préenregistrées qui abolissent donc la barrière de la langue.

PLAN MARKETING

L'éditeur va communiquer sur le titre via une campagne en presse (Officiel Nintendo...) ainsi que sur Internet (sites spécialisés...). En trade, des opérations sont prévues afin d'expliquer notamment le concept de compatibilité des deux versions.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Square-Enix
Éditeur	Square-Enix
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 50€ (Wii) 40€ (DS)



Singstar Queen



PS3

Le 18 mars

Sony Computer sort une nouvelle version de son jeu musical spécialement dédié au groupe mythique Queen. Le principe du jeu consiste à chanter les chansons comme pour un karaoké à la nuance que la console évalue et enregistre les performances des chanteurs en herbe. 25 chansons et clips sont présents sur la galette, avec les plus grands succès du groupe comme Under Pressure, Bohemian Rhapsody... L'éditeur annonce avoir vendu 686 000 jeux de la série en France pour un parc installé de 400 000 micros. Les micros sans fil sortent au même moment.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

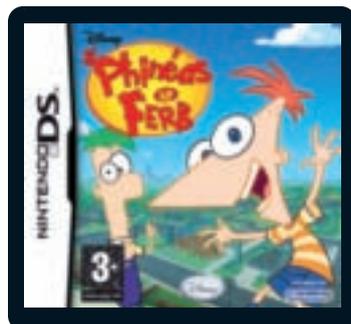
Développeur	Sony Computer
Éditeur	Sony Computer
Distributeur	Sony Computer
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 49,90€ (sans micro)  
69,90€ (avec)





Action



Le 26 mars

Basé sur la série TV diffusée sur Disney Channel (signée par les producteurs des Simpsons), ce jeu d'action/aventure permet d'en incarner les personnages principaux. Deux frères s'inventent des jeux loufoques et dangereux pour s'occuper pendant les vacances d'été. Le titre permet de construire des inventions comme des montagnes russes dans le jardin, mais aussi de récupérer des gadgets pour acquérir des compétences spéciales. De nombreux mini-jeux et autres énigmes à résoudre sont également au programme.

**PLAN MARKETING**

Des synergies vont être mises en place avec Disney Channel, notamment dans le but de toucher les fans de la série via Internet.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

Développeur	Altron
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC



Phinéas et Ferb



Quiz



Le 25 mars

Cette nouvelle version du célèbre quizz de Sony Computer est basée exclusivement sur le thème de la culture française des années 20 à nos jours. Plus de 4 500 questions sont au programme, abordant divers domaines comme la musique, le cinéma... La version PS3 se connecte en ligne pour télécharger des quizz supplémentaires ou participer à des compétitions, la version PSP est jouable en multijoueurs avec un seul UMD et la version PS2 peut être jouée à huit avec deux sets de buzzers.

**PLAN MARKETING**

L'éditeur prévoit de communiquer en presse spécialisée et grand public, ainsi qu'auprès des communautés de joueurs.

**MISE EN PLACE**

Entre 100 et 130 000 exemplaires environ.

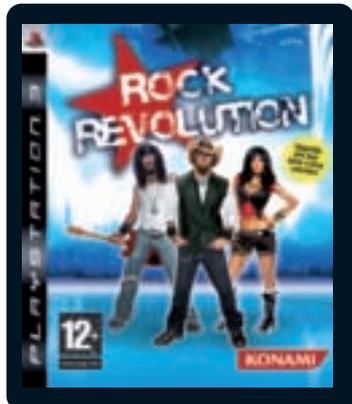
Développeur	Sony Computer
Editeur	Sony Computer
Distributeur	Sony Computer
Nombre de joueurs	1 à 8
Jeu en ligne	Oui (PS3)
Prix public conseillé	80€ (PS3 avec buzzers sans fil) 40€ (PSP)



Buzz : Le plus Malin des Français



Jeu musical



Avril

Spécialiste des jeux de danse avec la série Dance Dance Revolution, Konami se lance aujourd'hui dans le domaine du jeu musical avec Rock Revolution. Compatible avec les accessoires de Guitar Hero et Rock Band (guitares, batterie), le titre comprend 41 chansons différentes et l'éditeur annonce une dizaine de titres supplémentaires téléchargeables toutes les six semaines. Rock Revolution offre un mode Jam qui consiste en un studio d'enregistrement en huit pistes. Un mode carrière est disponible, dans lequel il faut faire évoluer un groupe et les joueurs peuvent choisir parmi une quinzaine de personnages différents à incarner.

**PLAN MARKETING**

Non communiqué.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

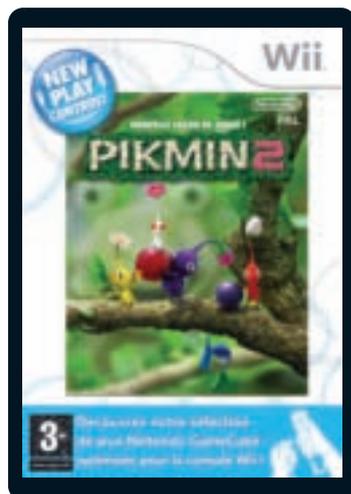
Développeur	Konami
Editeur	Konami
Distributeur	Konami
Nombre de joueurs	1 à 3
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	30€



Rock Revolution



Action



Le 23 avril

Après Pikmin et Mario Power Tennis, c'est au tour de Pikmin 2 d'être adapté à la jouabilité sur Wii. Rappelons que cette suite à l'un des premiers grands jeux GameCube met à nouveau le personnage d'Olimar en vedette, accompagné cette fois-ci de son assistant. Deux joueurs peuvent désormais se lancer dans l'aventure en coopération ou dans un mode un contre l'autre. Olimar retourne sur la planète des Pikmin pour trouver assez de trésors et sauver son entreprise de la faillite. Comme dans le premier volet, il s'agira de diriger les groupes de Pikmin au sein de niveaux emplis de dangers.

**PLAN MARKETING**

Non communiqué.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

Développeur	Nintendo
Editeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC



Pikmin 2 : Nouvelle Façon de Jouer





## Logitech G13

### Pad de jeu

**S**pécialiste du périphérique de jeu sur PC, Logitech se devait de proposer ce nouveau type de clavier pour joueurs qu'est le pad. Il permet de remplacer le clavier traditionnel en proposant seulement les touches utiles placées idéalement pour les jeux. Le G13 dispose ainsi d'un design ergonomique et le poignet de l'utilisateur est positionné le plus efficacement possible. Le joueur disposera de 25 touches entièrement programmables. Plusieurs profils peuvent être créés pour correspondre à chaque type de jeu (MMORPG, FPS, RTS). Un rétro-éclairage personnalisé peut également être associé à chaque profil. Enfin, le G13 dispose d'un écran LCD monochrome. Le joueur y retrouvera les informations essentielles concernant le jeu en cours. Notons que de nombreux jeux sont d'ores et déjà compatibles avec le système de Logitech.



#### Caractéristiques

25 touches programmables, rétro-éclairage personnalisable, écran LCD

Garantie 2 ans

Catégorie Haut de gamme

Contact Logitech, tél. : 01 43 62 34 13

90€



## Mio MOOV C728

### GPS autonome

**M**io propose avec le C728 un GPS de très grande taille. Avec ses sept pouces de diagonale, il occupe de la place sur le tableau de bord. Outre les traditionnelles fonctions dédiées à la navigation routière, il a la particularité d'intégrer les composants de TV mobile DiBcom, lui permettant de recevoir la TNT. Il affiche une résolution de 800 x 400 pixels, ce qui reste encore rare sur un GPS. Cette résolution permet de profiter au mieux de la réception TNT, mais pas seulement. En effet, la partie navigation gagne en finesse d'affichage et la carte est ainsi plus lisible. La recherche d'adresse et le calcul d'itinéraire sont classiques, tout comme la vitesse de l'exécution. Une carte des radars est aussi incluse. L'utilisateur sera averti des limitations de vitesse mais il n'y a pas d'assistant de changement de voies. Notons enfin que le C728 dispose d'un émetteur FM pour transmettre directement le son au système audio de la voiture.



#### Caractéristiques

Écran tactile 7 pouces, cartographie Europe, POI, carte des radars, TMC, tuner TNT, lecteur multimédia

Garantie 1 an

Catégorie Haut de gamme

Contact Mio Tech, www.mio-tech.be

400€



## Western Digital My Book World 2

### Disque dur réseau

**L**e disque dur réseau permet de centraliser le contenu numérique de la maison et d'en profiter sans qu'un PC ne doive rester allumé en permanence. Il sera possible d'y accéder par tout ordinateur ou appareil de l'électronique grand public connecté au réseau domestique. Le World 2 se branche simplement au routeur ou à la box par un câble réseau livré. Très élégant dans sa robe laquée blanche, ce disque est déjà un élément de décor en soi. À sa connexion, il apparaît d'office sur tout PC et on peut donc l'utiliser sans aucune autre installation avec des répertoires par défaut déjà créés. Le débit est dans la norme et sa capacité de 1 To permet de stocker des contenus très volumineux. Compatible DLNA, tout lecteur média, téléviseur ou console compatible peut en lire le contenu par le réseau. L'administration avancée passe par une interface Web à laquelle on accède directement sur le PC. Elle est très bien réalisée et surtout compréhensible pour celui qui n'est pas un spécialiste du réseau. Le World est aussi accessible à distance par Internet très simplement. Une fois le logiciel Mionet fourni paramétré, il sera possible de gérer le disque, d'y copier ou d'en récupérer du contenu par une interface Web très simple. Il suffit d'avoir un ordinateur connecté à Internet. À signaler aussi que le disque s'arrête automatiquement s'il n'est pas sollicité et qu'un indicateur lumineux indique son niveau de remplissage.



#### Caractéristiques

Capacité 1 To, serveur Samba, DLNA/UPNP, accès distant par Mionet

Garantie 3 ans

Catégorie Milieu de gamme

Contact Western Digital, tél. : 01 69 33 19 19

180€



## Asus Eee Top

### Ordinateur tout-en-un

**A**vec l'Eee Top, Asus présente un ordinateur original qui se présente sous la forme d'un moniteur LCD auquel on a intégré un netbook. Malgré son prix serré, l'Eee Top bénéficie d'un joli design laqué avec un pied transparent illuminé par une LED bleu. L'essentiel de la connectique est intégrée au dos de l'écran avec quatre prises USB, un port Ethernet et les prises micro et casque. Deux autres ports USB sont disponibles sur la tranche et le WiFi est également intégré. L'écran brillant tactile répond parfaitement à la moindre pression du doigt mais il est sensible aux reflets. Asus a conçu sa propre interface au dessus de Windows XP et elle se compose de trois univers accessibles par des onglets en haut de l'écran. Une souris et un clavier assortis à la coque laquée sont fournis. Le clavier a le mérite d'être à la fois joli et pratique grâce à ses larges touches. Construit sur la base d'un netbook, l'Eee Top n'est pas destiné aux gros travaux. En revanche, il est parfaitement adapté à la bureautique légère, à la navigation sur Internet et au divertissement. Toutefois, la partie son est décevante avec un effet d'écho gênant.



#### Caractéristiques

Processeur Intel Atom N270, écran tactile 15,6 pouces (1366 x 768 pixels), 1 Go de mémoire, disque dur 160 Go, 6 ports USB 2.0, webcam 1,3 Mpixels, WiFi N, 339,5 x 407,4 x 42,5 mm, 4,3 kg

Garantie 1 an

Catégorie Entrée de gamme

Contact Mail : revendeur@asus.com

550€



## Sony KDL40W5500

### Téléviseur LCD

Après une série Z4500 pas vraiment convaincante sur l'argument du 200 Hz, Sony se contente du 100 Hz pour ce nouvel opus. Le design est conventionnel et certains matériaux, comme le plastique noir mat de base, laissent à penser que le constructeur a cherché à réduire ses coûts de production. Ce Sony n'est pourtant pas un téléviseur de crise. Doté d'une dalle Full-HD vraiment impressionnante en termes de performances, il offre un rendu HD très convaincant avec une excellente profondeur de noir. Nous avons mesuré plus de 2600 :1 de contraste. Un résultat excellent. Et les couleurs sont magnifiques. C'est également un écran rapide qui séduira les joueurs. En définition standard, le W5500 est aussi à l'aise. L'image n'est pas extrêmement nette mais l'action est fluide avec très peu de grain à l'image. Côté convergence, on trouve une connexion réseau compatible DLNA. Sony prévoit d'exploiter également une fonction Applicast qui permet de récupérer des informations sur le Web comme les flux RSS, le calendrier, l'horloge, etc. Avec ce téléviseur, Sony se rapproche un peu plus de l'écran polyvalent. Il excelle dans tous les domaines quels qu'ils soient.



## Sagem Agnès B.

### Téléphone mobile

Sagem poursuit sa stratégie de partenariat avec la styliste Agnès B. qui est à l'origine du design et des fonds d'écran de ce petit téléphone. Destiné à une cible essentiellement féminine, il pourra néanmoins convenir à ces messieurs qui s'abstiendront dans ce cas de l'accessoire bijou en forme d'étoile. Si la finition est soignée, il est néanmoins regrettable que le plastique soit omniprésent trahissant les origines modestes du téléphone. D'ailleurs, au-delà de son look, le Sagem Agnès B. est un modèle fort basique et ce n'est pas son appareil photo 1,3 Mpixels d'entrée de gamme qui fera illusion. De la même façon, le baladeur se limite à l'essentiel et on se servira surtout de ce téléphone pour passer des appels d'autant que la sensibilité est excellente. L'écran est de petite taille et surtout destiné à afficher les numéros et le carnet d'adresses. Plus regrettable, l'autonomie de la batterie est décevante et il sera judicieux de recharger le Sagem Agnès B. tous les jours pour ne pas tomber en panne.



## LaCie LaCinema Black Max

### Disque dur multimédia

Ce disque multimédia est destiné au salon, comme en témoigne sa forme de monolithe en plastique noir fumé du plus bel effet et sa forme qui s'adapte aisément à toute installation audio-vidéo. Idéalement, il sera connecté à un téléviseur plat en haute définition par sa prise HDMI. Il se pilote d'ailleurs sur la TV avec une télécommande très dépouillée qui compte seulement quelques boutons et une croix directionnelle. Les menus sont encore plus épurés en noir et blanc mais visuellement très réussis. Sinon, le tuner TNT HD permet de regarder une des chaînes gratuites mais aussi de l'enregistrer sur le disque dur. C'est ergonomique mais le zapping s'avère un peu lent. Le Black Max est aussi en mesure de lire du contenu d'un PC connecté au réseau. Pour cela, l'excellent logiciel Twonky Média est fourni. Il est même possible de copier des fichiers par le réseau sur l'interface TV mais c'est un peu fastidieux et pas très rapide. Sinon, le disque s'alimente aussi par son port USB-host auquel il est possible de connecter tout support de stockage. Bien sûr, on peut aussi le brancher directement à un ordinateur. La sortie HD est en 1080i et de bonne qualité. Enfin, la compatibilité avec les formats de fichiers vidéo est plutôt large avec quelques exceptions cependant.



## Sony VGN-AW21XY/Q

### Ordinateur portable

Modèle très haut de gamme, cet ordinateur est un monstre de puissance. Son processeur est le plus puissant qu'on puisse trouver dans la gamme Core 2 Duo d'Intel, à l'exception des modèles « Extreme ». Idéal pour le montage vidéo en HD et le jeu grâce à une carte graphique performante. Outre le disque dur très confortable, deux disques SSD à mémoire sont également intégrés pour accélérer le système et l'ouverture des applications. L'écran LED 18,4 pouces offre une excellente restitution des couleurs et le revêtement anti-reflet est très efficace. La résolution Full-HD est pratique, à la fois pour travailler sur deux documents en même temps ou pour regarder un film grâce au lecteur Blu-ray intégré. En cas de besoin, une sortie HDMI est prévue pour brancher l'AW21 sur un téléviseur et un tuner TNT est à bord aussi. La finition est à la hauteur des performances avec un clavier très confortable et un repose-poignet séduisant en imitation cuir. Il n'y a guère que l'autonomie qui est très limitée.



#### Caractéristiques

Taille 40 pouces, résolution 1920 x 1080, contraste :100 000:1, tuner TNT-HD, connectiques 4 HDMI, 2 Périels, VGA, YUV, USB host, DLNA

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Sony France, tél. : 01 55 90 30 00

1 400€

#### Caractéristiques

Réseaux tri-bandes et EDGE, écran 176 x 220 pixels, résolution photo 1,3 Mpixels, baladeur MP3 avec tuner radio, mémoire 10 Mo et lecteur de cartes MicroSD, 97 x 47 x 13,5 mm, 95 g

Garantie	1 an
Catégorie	Entrée de gamme
Contact	Sagem, tél. : 08 92 70 17 99

170€

#### Caractéristiques

Disque dur 500 Go, connexion réseau filaire et WiFi N, tuner TNT HD, sortie HDMI 1080i, formats vidéo DivX HD, Xvid HD, H.264, MPEG-2, MPEG-4, MKV (sans sous-titres), WMV HD

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	LaCie, tél. : 01 69 32 83 50

499€

#### Caractéristiques

Processeur Intel Core 2 Duo T9800 (2,93 Ghz), mémoire 4 Go, écran 18,4 pouces, puce graphique Nvidia 9600M GT 512 Mo, disque dur 500 Go et 2 x SSD 64 Go, lecteur Blu-ray, 3,95 kg

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Sony France, tél. : 01 55 90 30 00

3 500€



## EBP Ma Gestion Perso 2009

**Comptabilité**

L'éditeur spécialiste des logiciels de comptabilité lance un coffret spécialement concocté pour les particuliers. Ma Gestion Perso comprend quatre logiciels destinés à la gestion du budget familial. Mon Budget Perso permet de gérer dépenses, rentrées d'argent et suivre ses comptes au jour le jour (avec plusieurs fonctions pratiques comme l'automatisation des mouvements récurrents...). EBP inclut également un Assistant en Droits du Particulier (possibilités de recours, courriers types...) et en droit du travail. Enfin, Mon Agenda Perso permet d'organiser son emploi du temps (calendrier, répertoire...).

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



## ZoneAlarm Extreme Security

**Sécurité**

Cette suite de sécurité propose de protéger la machine de l'utilisateur, notamment dans le cadre de sa consultation de pages Internet. C'est la fonction ForceField qui se charge de la sécurisation du navigateur, tandis qu'un pare-feu protège le PC et qu'un outil de sauvegarde en ligne permet de protéger ses contenus. L'optimisation des performances du PC est également au programme et un système de cryptage par clé privée permet de sécuriser la confidentialité des données. La suite comprend trois licences pour être installée sur plusieurs machines.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



## Expert PDF 6

**Utilitaire**

Ce logiciel dédié à la gestion des fichiers en présentation PDF est décliné en deux versions : Converter (39,99 euros) et Professional (79,99 euros). Converter permet de produire rapidement des fichiers PDF à partir de divers types de documents, mais aussi de convertir des PDF en format Word. La version Pro propose en plus des fonctions avancées d'édition des PDF, de création de formulaires mais aussi de protection des documents via un système de mots de passe. Le procédé de numérotation Bates, qui s'adresse particulièrement aux professions juridiques ou comptables, est présent, permettant de retrouver plus facilement un document parmi de grandes quantités. Les fichiers produits affichent une résolution entre 150 et 1200 dpi, compatible donc avec un affichage en haute définition.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué



## MP3 Maker 15

**Utilitaire**

Ce logiciel propose tous les outils nécessaires pour créer et écouter les fichiers musicaux MP3. MP3 Maker 15 permet d'enregistrer et créer des MP3, mais aussi de retravailler et monter les morceaux en y ajoutant divers effets (normalisation, maximizer, brillance...). Le logiciel comprend également un système de gestion des fichiers MP3 permettant par exemple de les renommer, de les synchroniser ou encore de détecter les doublons. Cette nouvelle version du logiciel comprend plusieurs nouveautés comme un système de recommandation par rapport aux titres du même genre, une représentation 3D de « l'univers musical » de l'utilisateur ou encore un mode d'impression de livrets de CD ou de listes de titres musicaux.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.

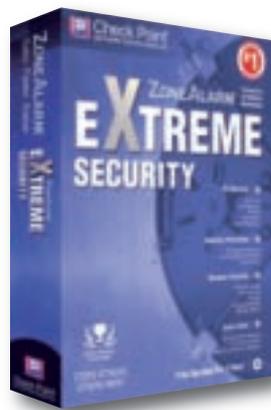


**Disponible**



Développeur **EBP**  
Éditeur **EBP**  
Distributeur **EBP**

Prix public conseillé **58,60€**



**Début avril**



Développeur **Check Point**  
Éditeur **Check Point**  
Distributeur **Check Point**

Prix public conseillé **63,00€**



**Disponible**



Développeur **Avanquest**  
Éditeur **Avanquest**  
Distributeur **Avanquest**

Prix public conseillé **39,99€** (Converter)  
**79,99€** (Professional)



**Fin mars**



Développeur **Magix**  
Éditeur **Magix**  
Distributeur **Magix**

Prix publics conseillés **39,99€**



ACCESSOIRES POUR  
NINTENDO DSi™

**SPEEDLINK**



**SMALL TOOLS PACK**  
Le pack **essentiel**  
pour **protéger** votre console.



**SECURE & SAFE PACK**  
Le pack **sécurité**  
pour **transporter**  
votre console.



**PROTECT & LOAD PACK**  
Le pack **mobilité**,  
pour **transporter**  
et **recharger** votre console.



**COMFORT PACK**  
Le pack **ultime**  
pour **faire face** à toutes les situations.



**TECH & CARRY PACK**  
Le pack **tranquillité**,  
pour **jouer sans être dérangé**.

Disponibles  
en noir & blanc!

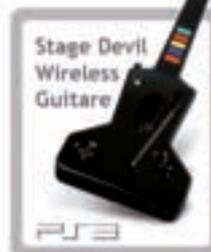
# A chaque usage, son pack!

Tous nos packs sont également disponibles pour NDS Lite.

**XTRIUM**

Distributeur Exclusif Speedlink  
Tél : 01 48 07 51 58 - [www.xtrium.com](http://www.xtrium.com)

Speedlink,  
c'est également...



XTRIUM, distributeur exclusif : **BUILT** **Edifier** **EVERGLIDE** **Gyration** **MARWARE** **RAZER** **SPEEDLINK**

# ARENA

## 355 MILLIONS DE CONTACTS

PRÊTS À SE LAISSER PRENDRE AU JEU AVEC LE NOUVEAU  
TÉLÉPHONE MULTIMÉDIA TACTILE LG.

AVRIL			MAI				JUIN			JUILLET		
S16 (13-19)	S17 (20-26)	S18 (27-3)	S19 (4-10)	S20 (11-17)	S21 (18-24)	S22 (25-31)	S23 (1-7)	S24 (8-14)	S25 (15-21)	S26 (22-28)	S27 (29-5)	S28 (6-12)

### T.V. (S18 à S21)



- Spots de 30 et 20" sur les chaînes hertziennes et câblées.
- 260 millions de contacts sur les 15 ans et +.



### PRESSE (S16 à S26)

- Presse News, féminine, masculine, high tech.
- Simples pages + présences événementielles.
- Réalisation de « pages mode » :
  - placer le produit dans un environnement fashion et tendance.
  - communiquer sur les fonctionnalités multimédia du produit .
- 45 millions de contacts sur les 15 ans et +.

### WEB (S22 à S25)

GIZMODO

msn

YAHOO!

- Site dédié.
- Blog LG.
- Bannières sur des sites affinitaires, portails et comparateurs de prix.
- Liens sponsorisés.
- Guide d'utilisation vidéo on-line.
- 50 millions de contacts sur les 15 ans et +.

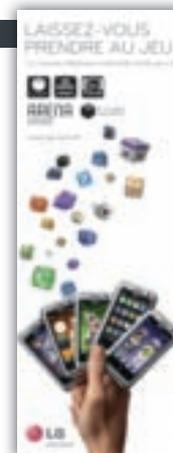
### KIOSK (S23 à S27)

- 30 centres commerciaux
- 14 plus grandes villes de France

### OPERATION CONSOMMATEURS (S23 à S28)

- Pour tout achat d'un Arena + 5 €, LG vous offre un coffret Wonderbox pour une soirée au Casino
- Jeu SMS - tirage au sort pour gagner 5 voyages VIP pour Las Vegas.

### MAGASIN (S19 à S28)



- 350 journées de démonstration produit.
- Kit PLV : Kakémono, leaflet, stop rayon, factice géant avec écran LCD...

Life's Good = La vie est belle.

