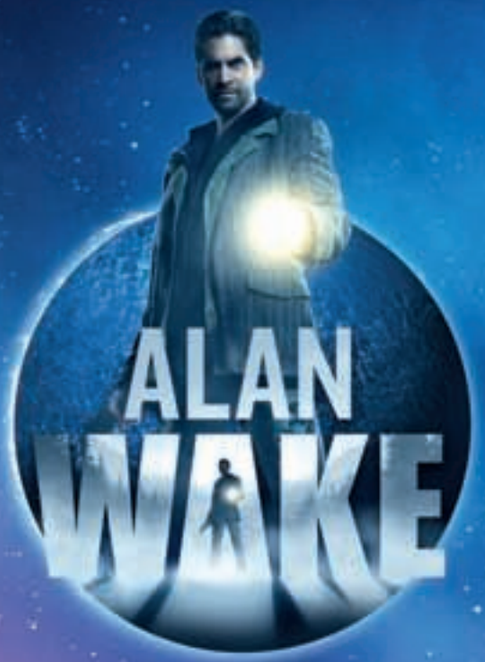
Projet1:Mise en page 1 14/01/2010 11:45 Page 1

Jump in.*
*Lance-toi

DOUBLE_JDLi_3.indd 1 08/01/10 14:36

et Xbox 360 invitent à explorer univers croissance en 2010



ALAN WAKE
Son dernier roman va ouvrir les portes d'un cauchemar dont personne ne se réveillera.
En exclusivité sur Xbox 360
par les créateurs de Max Payne.
Printemps 2010

RÉSEAUX SOCIAUX
Retrouvez vos réseaux sociaux préférés directement sur votre TV grâce à Xbox 360 : tchatez avec vos amis sur Messenger et suivez leurs actus sur Facebook et Twitter !
En exclusivité sur Xbox 360
Disponible

PROJET NATAL
Préparez-vous à une expérience extraordinaire qui révolutionnera le monde du divertissement.
En exclusivité sur Xbox 360
2010

CRACKDOWN 2
L'Agence a besoin de vous et de vos amis pour libérer les rues de Pacific City.
En exclusivité sur Xbox 360
2010

DOUBLE_JDLi_3.indd 2 08/01/10 14:36

Ubisoft en deçà de ses prévisions

Mauvaise surprise pour Ubisoft : une fin d'année calendaire moins euphorique que prévu oblige l'éditeur français à publier un avertissement sur son chiffre d'affaires et son résultat. En cause, les sous-performances d'Avatar mais aussi les difficultés rencontrées sur le marché des jeux pour Nintendo DS, qui représenteraient un manque à gagner de 160 millions d'euros sur l'année. Le report de Splinter Cell Conviction et R.U.S.E., deux jeux qui devaient sortir sur le dernier trimestre fiscal, est venu compléter l'affaire. Par ailleurs, l'éditeur a constaté des contre-performances sur son back-catalogue. Le troisième trimestre fiscal d'Ubisoft (correspondant à la période des Fêtes) se solde donc par un chiffre d'affaires de 495 millions d'euros contre 540 attendues, et le chiffre d'affaires annuel désormais attendu ne devrait être que de 860 millions d'euros en lieu et place de 1,04 milliard. Ce sont désormais des pertes de 50 millions d'euros qui sont attendues, contre un bénéfice de 70 millions initialement envisagé.

Assassin's Creed II à la hauteur

Du côté des satisfactions, Ubisoft révèle que le deuxième opus d'Assassin's Creed s'est écoulé à plus de six millions d'unités à fin 2009 et devrait atteindre les neuf millions sur l'ensemble de l'exercice (en sell-in). Pour l'exercice 2010-2011, Yves Guillemot annonce un recentrage sur les consoles PlayStation 3 et Xbox 360 : *« Ubisoft a déjà démontré avec Assassin's Creed 2, en hausse de 40 % par rapport au premier opus, qu'elle savait réussir sur le marché des jeux de très haut de gamme. Le line-up 2010-11 très étoffé en franchises sur Xbox 360 et PS3, reflète ce recentrage et devrait nous permettre de gagner des parts de marché et d'améliorer notre rentabilité. »* Parmi les lancements attendus, le Président d'Ubisoft a confirmé Tom Clancy's Splinter Cell Conviction, un nouvel opus de Tom Clancy's Ghost Recon, Prince of Persia The Forgotten Sands, Driver, Raving Rabbids 4 et enfin un nouvel opus d'Assassin's Creed, qui offrira pour la première fois un mode multijoueurs en ligne.

Edito

Perspectives 2010

Alors que les premiers bilans de l'année écoulée commencent à être tirés, on peut se faire une première idée de ce que fut le marché des jeux vidéo à Noël. Loin de perdre l'avantage, Nintendo sort une fois de plus renforcé dans son rôle de leader, même si ce sont plus que jamais ses jeux qui se vendent bien, au point d'ailleurs d'être des long-seller impressionnants. Les éditeurs tiers sont eux loin de parvenir à tirer le meilleur profit de la formidable base installée de Wii et de DS. Derrière, Sony a pris l'avantage sur Microsoft (en France, pas au niveau mondial) mais la bataille va continuer à se jouer cette année, toujours au niveau des jeux, mais aussi de plus en plus au niveau de toutes les autres formes de contenus. Xbox Live et PlayStation Network occuperont le devant de la scène. Ce qui pourrait bien provoquer une accélération des ventes dématérialisées.

Sébastien Anxolabéhère

Jeu vidéo

Recul confirmé

Personne ne s'attendait à ce que le marché du jeu vidéo gagne encore quelques pourcents de chiffre d'affaires en 2009. La vraie question était l'ampleur du recul, compte tenu de la crise économique d'une part mais aussi de raisons endémiques telles que la baisse du prix des consoles. À 2,709 milliards d'euros (chiffre Gfk/Sell), le marché français réalise sa deuxième meilleure performance et demeure le premier marché d'Europe continentale, d'après le Sell. Le recul est de l'ordre de 18 %. Les jeux vidéo restent loin devant les marchés de la musique et de la vidéo. Pour Georges Fornay, Président du SELL (Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs) : *« Les Français aiment les jeux vidéo et n'ont pas décidé d'y renoncer malgré la période difficile que nous traversons. Nous pouvons être fiers de ces résultats ; avec près de 20 millions de consoles actives et un catalogue de jeux très prometteurs, nous pouvons aborder l'année 2010 avec confiance. »*

Electronic Arts : mauvais Noël européen

L'éditeur américain a dû émettre le 11 janvier un « profit warning » pour avertir les marchés que ses résultats pour l'année 2009-2010 seraient inférieurs aux prévisions. En panne de gros blockbusters, EA a vu ses ventes de Noël être à la peine. *« Cette révision reflète la faiblesse d'Electronic Arts et du secteur des biens en Europe en décembre, ainsi qu'un effet mix produit négatif sur les marges de distribution durant le trimestre, principalement en Amérique du Nord »* a détaillé la direction. Sur le troisième trimestre fiscal englobant la période cruciale des Fêtes, l'Américain a réalisé entre 1,27 et 1,47 milliard de dollars et son CA annuel ne devrait pas excéder 3,675 milliards de dollars, alors que les estimations précédentes le situaient davantage vers 3,9 milliards. La société vient de réaliser un plan de 1 500 licenciements dans le monde.

Ventes de PC : 2009 au top

La crise économique n'aura pas impacté les ventes de PC, du moins en volume. Le cabinet d'études IDC estime qu'il s'est vendu en 2009 pas moins de 294,2 millions de machines dont 85,8 sur le seul quatrième trimestre calendaire. Parmi les raisons invoquées, il y a le dynamisme des marchés asiatiques, mais aussi évidemment la baisse des prix et le lancement de Windows 7. Du point de vue des marques, HP demeure largement en tête, devant Dell et Acer.

Projet1:Mise en page 1 15/04/2009 11:28 Page 1

CPL dLAN® 85 HSplus
Le CPL malin avec prise et filtre intégré !

devolo
Easy Home Networking

CPL dLAN® 85 HSplus

CPL dLAN® 85 HSplus Starter Kit

- Plus de câble ni d'onde
- Installé en 1 minute
- Prise 220 V intégré
- Filtre anti-bruit intégré
- 100 % de performance
- 100 % respectueux de l'environnement

www.devolo.fr

SOMMAIRE sommaire

JDLI n° 165 - 22 janvier 2010

12 Orange, de la diffusion à la production

Avec plus de la moitié des abonnements Internet en France, Orange, nom commercial de France Telecom pour la téléphonie et le Web, domine largement le paysage français de l'accès Internet. Son objectif est aujourd'hui de proposer des bouquets originaux. Le JDLI a rencontré Bernard Tani, Directeur de la VOD chez Orange, pour faire le point sur l'offre Orange TV.

14 Microsoft promet une année très Xbox 360

Alors que la bataille avec Sony bat son plein pour le leadership mondial sur le marché des consoles HD, Microsoft annonce pour 2010 l'arrivée de nouvelles fonctionnalités sur le Live, des licences fortes et évidemment Natal, le fameux capteur de mouvements. Le point sur l'actualité et l'avenir de la console avec François Ruault, Directeur de la Division Grand Public de Microsoft.

18 CES 2010 3D & Internet mobile

L'édition 2010 du salon de Las Vegas dédié à l'électronique grand public aura vu deux tendances lourdes se dégager : le smartbook et surtout l'omniprésence de la 3D. L'industrie du loisir électronique mise en effet unanimement sur la nouvelle dimension pour redonner une part de rêve et de désir à un marché qui manque d'innovations majeures… Le point sur les principales tendances observées sur le salon dans un dossier complet de 10 pages spéciales CES 2010.

34 Archos

Après une année 2008 en demi-teinte, Archos a effectué un virage stratégique majeur en élargissant ses gammes de produits pour toucher de nouveaux marchés. Fort d'une augmentation de capital réussie, le constructeur français attaque la nouvelle année avec de grosses ambitions comme nous le confie Didier Grychta, Directeur Général France et Europe du Sud.

Marché

8 : News

12 : Interview : Orange
Bernard Tani, Directeur de la VOD

14 : Interview : Microsoft
François Ruault, Directeur de la Division Grand Public

Salon

18 : Focus : Compte-rendu du CES 2010
Toutes les tendances sur le salon de Las Vegas dédié à l'électronique grand public

32 : News

34 : Interview : Quantic Dream
David Cage, Fondateur et PDG

Mobilité

38 : News

40 : Interview : Archos
Didier Grychta, Directeur général France et Europe du Sud

42 : Panorama : ordinateurs portables
13 pouces. Six modèles entre 600 et 1 300 euros

Guides

46 : DVD vidéo

48 : Jeux vidéo

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 Guerder

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

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

ont collaboré à ce numéro : Philippe Genesco et Marie-Sylvie Maufus

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

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

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

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

Prix de l'abonnement :
22 numéros pour 1 an pour la France Métropolitaine : 79 euros
Prix de l'abonnement pour l'étranger : nous consulter.
L'envoi de tout texte, photo ou document implique l'acceptation par l'auteur de leur libre publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif.

Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

Projet1:Mise en page 1 18/01/2010 14:50 Page 1

LA VIE EN ROSE AVEC

Hello Kitty

by BLUESTORK INDUSTRY
Easy technology®

Pack multimédia clavier + souris

Lecteurs multicartes

Hubs USB 2.0 4 ports

Souris sans fil & filaires

À sa création en 1974 au Japon par Sanrio, le chaton de Hello Kitty était un symbole offert en signe d'amitié.

Bluestork Industry a noué un partenariat avec cette licence mythique pour créer une gamme de périphériques informatiques tels que des souris, claviers, hubs USB, card readers, haut parleurs, etc…

Laissez-vous séduire par l'alliance entre la technologie Bluestork et le charme de Hello Kitty...

BLUESTORK INDUSTRY Easy technology®

Sanrio License ©'76,'10 SANRIO

300 rue du Président Salvador Allende 92700 Colombes
Tél : + 33 (0)1 47 86 98 98 • www.bluestork.eu

Divine surprise de décembre

Le dernier mois de l'année est décidément celui de tous les dangers pour le marché des jeux vidéo. Mais quand il a la physionomie de décembre 2009 aux États-Unis, c'est le mois des bonnes surprises. Avec 5,53 milliards de dollars, les ventes (soft, hard, accessoires) aux États-Unis en décembre ont établi un nouveau record. Certes l'année est en recul de 8 % en valeur, chutant à 19,66 milliards contre 21,4 milliards en 2008, mais désormais la pente s'est inversée. De plus, la structure du CA de décembre montre que c'est le hardware qui enregistre les résultats les plus probants. Soit autant de promesses de ventes de jeux pour les années à venir. C'est ce qui permet à Michael Gallagher, patron de l'association professionnelle ESA (Entertainment Software Association) de se déclarer très confiant pour 2010. Autre demie-surprise, Nintendo, que l'on pensait en perte de vitesse a réalisé des performances record. Avec 3,81 millions de Wii écoulées et 3,31 millions de DS, c'est tout simplement le meilleur mois jamais réalisé par le Japonais sur le territoire américain. Sony a également établi son propre record avec 1,3 million de PS3 vendues, juste en dessous de 1,31 million de Xbox 360. Celle-ci demeure de facto la console HD la plus vendue outre-Atlantique. Côté jeu, Nintendo est également à la fête, plaçant six titres sortis de ses studios dans le top 10 de l'ensemble de l'année 2009. Mais la performance sans doute la plus impressionnante est à mettre sur le compte de Call of Duty Modern Warfare 2 dont la seule version Xbox 360 est le jeu le plus vendu en volume aux États-Unis l'an passé. La version PS3 se classe huitième. En revanche, le marché console n'a pas souri à Electronic Arts qui ne place aucun jeu dans le top 10. Heureusement pour l'éditeur américain, le marché PC est là : avec cinq titres dans le top 10, dont les Sims 3 en tête de classement, il démontre son savoir-faire. Mais cela ne l'a pas empêché de publier un profit warning entrainant sa dégringolade en bourse.

Quid de la France ?

Si GfK et le Sell n'ont pas encore publié les résultats du marché du jeu vidéo en 2009 en France, quelques indiscrétions laissent entendre que la situation devrait être assez similaire à celle des Etats-Unis, à une exception notable : la PS3 est ici la console HD la plus vendue. Pour le reste, la domination de Nintendo demeure très solide avec un « écosystème Nintendo » (l'ensemble des ventes qui se rapportent aux consoles du Japonais, jeux et accessoires tiers inclus) qui pèserait plus de la moitié du marché. Sur le seul marché des consoles de salon, la Wii trusterait également plus de 50 %. Enfin, les quatre premières ventes en volume seraient des jeux Nintendo devant Call of Duty Modern Warfare 2 sur PS3. Evidemment l'année devrait être en recul, la combinaison de la crise économique et de la baisse des prix des consoles (qui impacte forcément sur le chiffre d'affaires) ne permettant pas d'espérer la croissance.

Le milliard de Modern Warfare 2

Un milliard de dollars, c'est, selon gamesindustry.biz le chiffre d'affaires généré par Call of Duty Modern Warfare 2 depuis son lancement en novembre 2009. Le titre le plus spectaculaire de l'histoire du jeu vidéo d'un point de vue strictement comptable avait déjà rapporté à Activision la coquette somme de 550 millions de dollars en cinq jours…

Top 10 toutes consoles

ETATS-UNIS – 2009

Titre	console	éditeur	date de commercialisation
1 - Call of Duty Modern Warfare 2	Xbox 360	Activision Blizzard	Nov-09
2 - Wii Sports Resort avec WII Motion Plus	Wii	Nintendo	Juil-09
3 - New Super Mario Bros.	Wii	Nintendo	Nov-09
4 - Wii Fit avec Balance Board	Wii	Nintendo	Mai-08
5 - Wii Fit Plus	Wii	Nintendo	Oct-09
6 - Mario Kart avec volant	Wii	Nintendo	Avr-08
7 - Wii Play avec manette	Wii	Nintendo	Fév-07
8 - Call of Duty Modern Warfare 2	PS3	Activision Blizzard	Nov-09
9 - Halo 3 ODST	Xbox 360	Microsoft	Sept-09
10 - Pokemon Platinum Version	NDS	Nintendo	Mar-09

Sony PS3

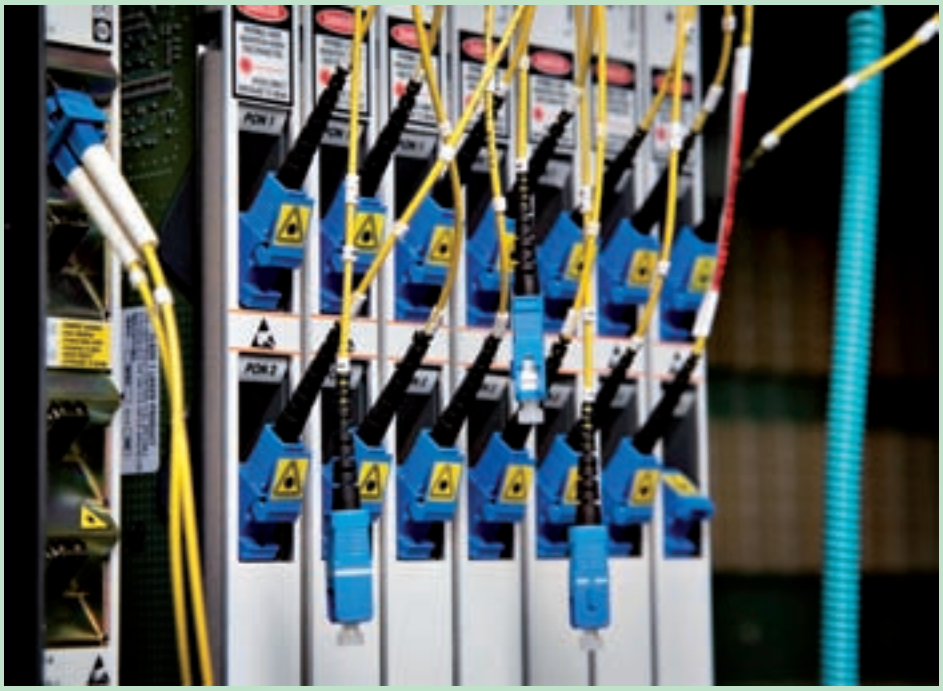
Les deux millions en France

Fin décembre, Sony Computer annonçait avoir passé le cap des deux millions de consoles PlayStation 3 vendues en France depuis son lancement fin mars 2007. *« Le prix psychologique de 299 euros nous permet de toucher le grand public et la PlayStation 3 fait beaucoup mieux que la PS 2 dont nous avions écoulé 1,4 million d'unités au-delà de 299 euros »*, déclare Georges Fornay, PDG de SCE France et Senior vice-president de SCE Europe. *« Elle confirme son leadership sur le marché français vis-à-vis de la Xbox 360 qui est largement distancée »*. Selon le constructeur, six millions de jeux PlayStation 3 auront été vendus au cours de l'année calendaire 2009, avec en tête des performances les jeux Call of Duty Modern Warfare 2 (Activision), FIFA 10 (EA), Pro Evolution Soccer 2010 (Konami), Uncharted 2 (Sony) ou encore Assassin's Creed 2 (Ubisoft).

Orange et SFR

s'accordent sur le haut débit

Orange et SFR viennent de signer un accord de partenariat portant sur le déploiement de la fibre optique dans les zones moyennement dense. Selon un calendrier établi par les deux opérateurs, chacun des partenaires devra, dans un délai de trois mois, lancer une première phase d'étude préalable avant le déploiement et formaliser d'ici cinq mois, un accord de conventionnement pour la zone dont il a la charge. L'expérimentation porte pour le moment sur deux villes, Palaiseau dans l'Essonne et Bondy, en Seine-Saint-Denis. Orange devrait réaliser ses expérimentations dans la première ville citée, SFR dans la seconde. Cet accord devrait permettre aux deux opérateurs de débuter les travaux au cours de l'année 2010 puis de lancer la commercialisation d'offres à partir de la fin de l'année. Le réseau sera également mis à disposition des opérateurs concurrents qui pourront ainsi commercialiser leurs propres offres à partir de cette même infrastructure. Les pouvoirs publics devraient consacrer la somme de deux milliards d'euros issue du grand emprunt au développement du très haut débit sur l'ensemble du territoire.



NOMINATIONS

IBM France

Alain Bénichou a été officiellement nommé Président d'IBM France. Il était jusque là General Manager Distribution, Travel & Transport sectors IBM Corporation depuis 2007. Arrivé en 1984 chez IBM, Alain Bénichou a occupé de nombreux postes au sein du groupe, comme ingénieur d'affaires ou encore Vice President, General Business, Northeast Europe de 2005 à 2007. Il succède à Daniel Chaffraix qui prend la direction de l'ensemble de la relation avec le groupe SNCF et en particulier la mise en place du récent partenariat avec IBM.

THQ

Rory Donnelly a été promu au poste de Senior Vice President Europe chez l'éditeur américain. Il sera en charge de la stratégie commerciale de la section Europe en tâchant de rééquilibrer un bilan financier qui était l'année dernière dans le négatif. Après avoir passé près de 10 ans chez Konami, Rory Donnelly est entré chez THQ en 1999.

Nintendo France

C'est désormais officiel, Philippe Lavoué est nommé au poste de Directeur Général Adjoint de Nintendo France. Après 10 années passées au sein du groupe Carrefour, il était jusqu'à maintenant Vice Président France & Benelux chez Disney Consumer Products. Stephan Bole, Directeur Général et récemment promu Senior Managing Director Corporate Strategy de Nintendo Of Europe en charge du planning stratégique pour l'ensemble de l'Europe, a commenté : *« Nous sommes heureux d'accueillir Philippe Lavoué au poste de Directeur Général Adjoint de Nintendo France. Avec sa double expérience acquise au sein d'un leader mondial de l'entertainment, et d'un leader mondial de la distribution, Philippe a toute notre confiance pour poursuivre avec toute l'équipe, l'élargissement de la cible des utilisateurs de jeux vidéo en France »*.

Avanquest

Jusqu'à maintenant Directeur Commercial, Laurent Guerry a été nommé Directeur Général d'Avanquest France, filiale française du groupe Avanquest Software. Cette nomination rentre dans le cadre d'une réorganisation à l'échelle européenne qui a précédemment vu en 2008 Paolo Caletti accéder 2008 à la tête de l'Europe Continentale et l'année dernière Jolyon Ostrick comme Directeur Général BtoB Europe. Laurent Guerry a déclaré vouloir *« s'attacher à développer et faire vivre les offres produits d'Avanquest France en synergie avec les autres entités du groupe, continuer l'optimisation des ventes sur tous les canaux et renforcer la position d'Avanquest France sur le marché d'une façon pérenne et profitable en utilisant au mieux tous les vecteurs de croissance avec une approche innovante et percutante. »*

Reed Midem

Laurine Garaude vient d'être nommée Directrice de la Division Télévision de Reed Midem, filiale de Reed Exhibitions et organisateur de marchés internationaux installé à Paris. Dans la société depuis 1993, elle aura la responsabilité de l'ensemble des marchés professionnels internationaux de télévision et de contenu numérique de Reed Midem tels que le MIPTV, le MIPDOC, le MIPCOM et le MIPJunior.

App Store

Plus de trois milliards d'applications

Il est toujours de bon ton de commencer l'année par quelques chiffres encourageants. Apple a choisi de miser sur l'App Store qui vient de dépasser la barre des trois milliards d'applications téléchargées en 18 mois à peine. Quelques calculs à la louche nous révèlent qu'environ 3 800 applications sont téléchargées chaque seconde en moyenne, un score dont Steve Jobs peut être fier. Il a d'ailleurs déclaré ceci : *« trois milliards d'applications téléchargées en moins de 18 mois, c'est du jamais vu. L'App Store offre aux utilisateurs une expérience complètement différente de ce qui existe sur d'autres terminaux mobiles, et nous ne pensons pas que la concurrence puisse nous rattraper de sitôt. »*

Microsoft : « une année historique » pour la Xbox 360

La conférence de presse organisée par Microsoft à l'occasion du CES aura été l'occasion de faire le point sur plusieurs aspects du l'activité Xbox 360. Avec tout d'abord les chiffres ; 39 millions de consoles ont été vendues à travers le monde (dont 10 millions en 2009) pour 500 millions de jeux dédiés. Côté annonce, l'évènement prochain sera clairement le Project Natal, dont la date de sortie a été fixée pour les Fêtes de 2010. En ce qui concerne les jeux, des exclusivités sont prévues comme Tom Clancy's Splinter Cell : Conviction, Crackdown 2 ou encore Mass Effect 2. Noël prochain verra les futurs blockbusters Fable 3 et surtout Halo Reach rejoindre le catalogue de la console. À noter également que le Xbox Live se verra enrichir cette année du service Game Room ou les joueurs auront l'occasion de retrouver une bibliothèque de 30 jeux d'arcade des années 80.

Les records de Nintendo

Mi-décembre dernier, la Nintendo DS a franchi la barre des huit millions d'exemplaires vendus en France. Nintendo annonce qu'avec maintenant plus de 40 millions de consoles Nintendo DS (incluant la Nintendo DS Lite et la nouvelle Nintendo DSi) vendues en Europe, cela fait d'elle la console la plus vendue de tous les temps sur le Vieux Continent. Le géant japonais ne compte pas s'arrêter en si bon chemin, et annonce le lancement de la nouvelle mouture de la console, la DSi XL. Ce modèle de taille supérieure sera commercialisé le 5 mars prochain et proposé en deux couleurs : chocolat et bordeaux. Côté records, la Wii n'est pas en reste. Ainsi, Nintendo annonce avoir atteint les quatre millions d'unités vendues en France et 20 millions en Europe, la console de salon à s'être vendue le plus rapidement en Europe. Pour ce qui est des jeux, New Super Mario bros. Wii s'est vendu à 600 000 exemplaires en sept semaines, se hissant ainsi à la deuxième place des ventes de jeux sur l'année toutes plates-formes confondues.

Nintendo®

Projet1:Mise en page 1 18/01/2010 12:22 Page 1

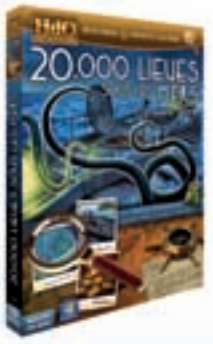
2 Opérations Jeux à 10€* pour booster vos ventes !

HdO ADVENTURE

Mystère & objets cachés

11 JEUX 10€* l'unité

SÉRIE LIMITÉE



Femme Actuelle Jeux

12 JEUX 10€* l'unité

*Prix public conseillé

Opérations à prix Unique 10€*

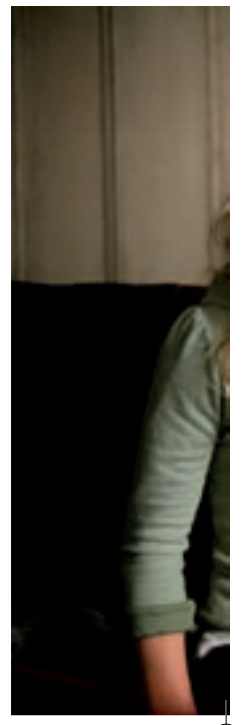
Opérations livrées en présentoir

MOHICAN - 66 rue Marceau - 93100 Montreuil - Tél : 01 48 97 99 92 - Fax : 01 48 97 11 25

Orange, de la

Entretien avec
Bernard Tani
Directeur de la VOD

Avec plus de la moitié des abonnements Internet en France, Orange, nom commercial de France Telecom pour la téléphonie et le Web, domine largement le paysage français de l'accès Internet. Mais comme toute offre Internet est depuis longtemps une offre triple play, c'est-à-dire que le téléphone et la télévision (IPTV) sont inclus, Orange se doit de proposer des bouquets originaux. Nous avons interviewé Bernard Tani, Directeur de la VOD chez Orange, au sujet de l'offre Orange TV. Par Sébastien Anxolabéhère



JDLI : Qui peut recevoir Orange TV ?
Bernard Tani : Aujourd'hui nous avons trois types d'offres distinctes. Les 8,5 millions d'abonnés ADSL d'Orange équipés d'une Live Box et d'un décodeur accèdent gratuitement à une centaine de chaînes. L'abonnement au triple play ne coûte que 29,90 euros par mois et le décodeur est gratuit. Les foyers qui ne sont pas abonnés à France Télécom peuvent accéder aux mêmes services, avec un débit Internet de 18 Mo maximum. L'abonnement est à 39 euros. Enfin, pour la population qui n'est pas éligible à l'ADSL, soit 50 % des foyers, nous avons une offre triple play par satellite. Dans ce cas, les services interactifs type VOD et télévision de rattrapage (catch-up TV) sont payants.

Comment se décline votre offre ?
Il y a une offre de base d'une centaine de chaînes, ainsi que l'accès aux services de télévision de rattrapage de France Télévision et M6. Évidemment, nous trouvons là toutes les chaînes gratuites de la TNT et de nombreuses chaines étrangères. Nous proposons en plus des bouquets thématiques, qui regroupent des chaînes complémentaires. Par exemple pour 9,90 euros par mois, l'abonné à Orange TV peut recevoir une vingtaine de chaînes telles que RTL9, Paris Première ou MCM. Nous sommes là dans une position de distributeur. Enfin, nous proposons également deux chaînes totalement exclusives à Orange : Orange Cinéma Séries et Orange Sport. Nous allons donc plus loin que simple distributeur.

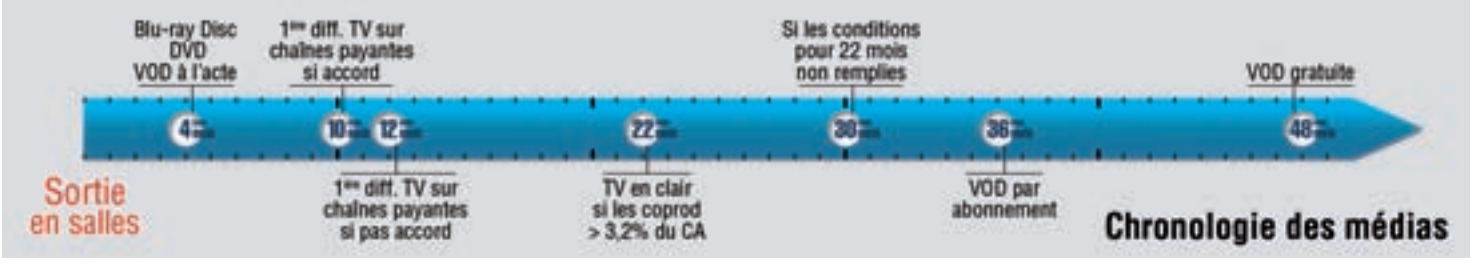
Quelles sont les particularités de ces chaînes ?
Orange Cinéma Séries regroupe cinq chaînes : Cinémax, Cinéhappy, Cinéchoc, Cinénovo et Cinegéants. Toutes ces chaines bénéficient de services, dont certains sont totalement inédits. Ainsi outre le catch-up tv, elles peuvent être réceptionnées sur PC, mobiles ou devices du type Archos, bénéficient de la fonction « redémarrage », c'est-à-dire que l'on peut regarder du début un programme en cours d'enregistrement même si l'enregistrement a débuté plus tôt. De plus, nous proposons également à nos abonnés qui ont apprécié un film ou un programme diffusé par une des cinq chaines « d'aller plus loin » en mettant à leur disposition en VOD des programmes ou films complémentaires. Nous sommes là au cœur de la philosophie d'Orange concernant ce que doit être la télévision aujourd'hui : à la fois tous supports et on demand.

Combien y a-t-il d'abonnés à Orange Ciné Series ?
On dénombre 324 000 abonnés en ce début d'année. Nous avons mené une campagne de publicité importante (TV-presse-radio) à Noël en nous concentrant sur les contenus thématiques.

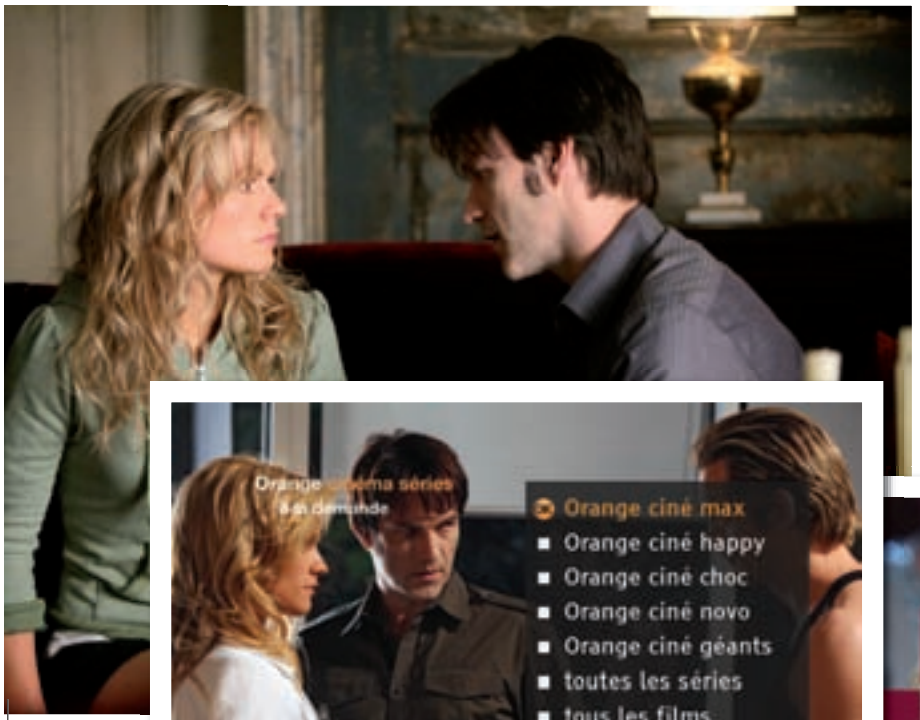
Quel est le concept d'Orange Sport ?
Orange Sport existe depuis un an et demi. Nous avons répondu à l'appel d'offre de la Ligue de football et nous diffusions en exclusivité certains matchs de Ligue 1, notamment le samedi soir. Nous suivons également les championnats étrangers. Le foot est loin d'être le seul sport présent à l'antenne, tels le rugby, le hand-ball, la boxe, etc. font également partie de notre offre. Évidemment, les services habituels comme la VOD sont disponibles. Notre arrivée sur le marché de la diffusion d'images sportives a quelque peu rebattu les cartes face à deux géants comme France 2 et TF1. Notre actualité du moment est liée à la Coupe d'Afrique des Nations (CAN).

Vous avez une offre à destination de la jeunesse. De quoi s'agit-il ?
Nous proposons un bouquet de cinq chaînes pour enfants, ainsi que l'accès à plus de 240 épisodes de dessins animés.

Ces chaînes appartiennent-elles à Orange ?
Non. Ces chaines sont uniquement distribuées par Orange.



diffusion à la production



Développer une offre télé forte, cela ne passe-t-il pas par des investissements dans la production ?
C'est bien évidemment un de nos axes de développement. Début novembre, nous avons conclu un accord avec les organisations professionnelles du cinéma, aux termes duquel nous garantissons un investissement minimum de 80 millions d'euros sur trois ans dans le cinéma français et européen. Nous nous sommes également engagés à ce que 25 % de notre obligation d'acquisition de films d'expression français se portent sur des œuvres dont le budget ne dépasse pas 5,35 millions d'euros. Évidemment, la contrepartie de l'investissement est une période d'exclusivité.

L'actuelle chronologie des médias vous satisfait-elle ?
Oui. Elle est cohérente. Pour un diffuseur comme Orange, le délai avant la diffusion pour un œuvre en exclusivité est de 10 mois (voir graphique, ndlr).

Mais le délai pour VOD achetée à l'acte est désormais de seulement quatre mois comme la sortie sur support physique (DVD, Blu-ray). N'est-ce pas une concurrence très forte ?
Nous l'acceptons sans problème. Il n'y a pas de destruction de valeur. Le consommateur fait parfaitement la différence entre un achat à l'acte en VOD qui est onéreux quand il s'agit d'une nouveauté, et un abonnement à un bouquet de chaines cinéma qui lui propose de très nombreux films pour une somme mensuelle modique. Avec la chronologie actuelle des médias, chacun a sa fenêtre d'exploitation.

Orange investira-t-il dans d'autres contenus que le cinéma, notamment les jeux vidéo ?
C'est un sujet qui nous intéresse beaucoup. La donne est en train de changer avec l'arrivée de terminaux multimédia aux capacités intéressantes qui vont permettre évidemment de regarder la télévision HD mais aussi de surfer, de faire de la VOD et de jouer. Les acteurs de ce marché ont des profils différents, mais une caractéristique commune : ils sont de dimension mondiale. Les fabricants de consoles, les fournisseurs d'accès, Apple… tout le monde est sur cette bataille. Mais si l'interface est capitale, comme toujours, c'est le contenu qui fera la différence. Nous devons donc nous intéresser à tous les types de contenus que les consommateurs seront en droit d'attendre dans l'avenir. De plus en plus de producteurs sont à la recherche de nouveaux modèles économiques. Orange est partenaire de la Fondation Beaumarchais-SACD pour financer des bourses visant à encourager le développement de nouveaux formats audiovisuels liés à l'apparition de nouveaux réseaux de distribution numériques. Nous avons également créé les Ateliers de la Création Orange, un concours qui est en fait une main tendue à tous les entrepreneurs débutants ou confirmés, afin de construire ensemble les contenus de demain dans une interaction entre le Web, le mobile et la télévision.

Qu'est-ce que le projet Transmédia ?
Le Transmédia Lab d'Orange Vallée accompagne cinq projets de création transmédias sélectionnés par des professionnels de l'Internet et de l'audiovisuel. Nous voulons accompagner les créateurs dans la mutation qui consiste à concevoir des œuvres répondant à de nouvelle forme de consommation des média. Aujourd'hui, ils passent naturellement d'un média à l'autre et suivent leurs univers de contenus favoris sur tous les écrans. Cela change radicalement la façon dont il faut concevoir les contenus. Le Transmédia Lab d'Orange Vallée a pour vocation d'initier cette nouvelle étincelle créatrice et promouvoir ces nouvelles formes de création mêlant la télévision, le Web, le mobile ou les jeux vidéo.

Quels types de formats vous semble les plus adaptés ?
Il est évident qu'il faudra regarder de près ce qui est possible de faire en termes de fictions interactives. Nous n'en sommes qu'aux prémices, tout est encore à définir.

Microsoft prome

Depuis son lancement, la Xbox 360 a changé, en s'adjuvant des fonctionnalités nouvelles et ouvertes vers d'autres horizons que le seul jeu vidéo. Alors que la bataille avec Sony bat son plein pour le leadership mondial sur le marché des consoles HD, Microsoft annonce pour 2010 l'arrivée de nouvelles fonctionnalités sur le Live, des licences fortes et évidemment Natal, le fameux capteur de mouvements. Par Sébastien Anxolabéhère

Entretien avec
François Ruault
Directeur de la Division Grand Public de Microsoft

JDLI : Votre message de ce début d'année est « 2010 : L'odyssée Xbox 360 », en référence à « 2001 : L'Odyssée de l'espace », le film de Kubrick. Pourquoi ce parallèle ?
François Ruault : Plus qu'un clin d'œil au film de Stanley Kubrick, il s'agit surtout pour nous de mettre en avant une année 2010 qui va être spectaculaire, « historique », toutes proportions gardées, pour Xbox 360 et nos clients. Les nombreux nouveaux projets à venir vont permettre à tout l'écosystème Xbox 360 de créer de nouveaux horizons de croissance. Notre métier est de repousser les frontières de nos marchés, par la magie de l'innovation logicielle.

Quel est le premier bilan de 2009 du point de vue de la Xbox ?
Si l'on s'arrête quelques instants sur l'année 2009, on est encore en face d'un grand cru. Dans le monde, nous avons vendu plus de 10 millions de consoles pour atteindre un total de 39 millions, en avance significative sur notre concurrent direct. Xbox Live regroupe également plus de 20 millions de consoles connectées à Internet. Durant la semaine de Noël, nous avons vu arriver sur notre service un nouveau membre toutes les secondes. Signe de la très grande robustesse de notre infrastructure, nous avons connu des pics à plus de 2,2 millions d'utilisateurs simultanés. Le Xbox Live est au cœur de notre stratégie, en termes de bénéfices utilisateur pour commencer, et l'année 2009 aura vu l'arrivée de services innovants permettant à notre console de proposer toujours plus de possibilités de divertissement. Que ce soit sur le thème de la socialisation avec l'arrivée de Facebook ou bien de Twitter, de la télévision avec le lancement de Foot+ de Canal+ ou bien du cinéma par une mise à jour technologique majeure de notre plate-forme de VOD avec le lancement de « Zune marché vidéo ». Ce dernier s'appuie sur une technologie Microsoft permettant le streaming de contenu instantané en 1080p, soit équivalent à la plus haute définition vidéo disponible sur support physique. En moins de mots : une vidéothèque HD en streaming, en temps réel : plus de souplesse et de choix, moins de coûts hardware. En ce qui concerne les jeux, 2009 aura été marquée par le lancement de Forza Motorsport 3, nouvelle référence dans le segment de la course automobile et désormais meilleure vente de jeux de course de la Xbox. Halo ODST rappelle l'attachement des joueurs à la licence Halo, ODST a ainsi fini l'année sur la deuxième marche du podium de la catégorie shooter ; l'année à venir marquera un grand renouveau dans l'univers Halo.

Quel est le parc de Xbox 360 en France ?
La console a quant à elle connu sa deuxième meilleure année historique ; outre une concurrence qui s'est renouvelée, les signaux baissiers du marché se sont révélés conformes à nos attentes. Notre base installée en France atteint maintenant plus d'1,6 million de machines. À titre de comparaison, dans l'Hexagone, avec notre concurrent direct, nous étions sur un ratio d'une vente pour cinq à la fin de la génération précédente, alors que nous atteignons sur la génération Xbox 360 un ratio de quatre pour cinq en France (quadruplement en une génération), six contre cinq en

net une année très Xbox 360

Europe, sept pour cinq mondialement, et les perspectives de croissance pour 2010 pour Xbox sont exceptionnelles. Cette année s'annonce déjà comme historique pour Xbox 360 et nos partenaires de la distribution. « Project Natal » a maintenant une date et sera bien lancé pour les Fêtes de fin d'année. Jouer sans manette et utiliser tout notre corps comme l'interface la plus précise et la plus naturelle à la fois va devenir une réalité pour tous, car, comme nous l'avions promis, cet accessoire sera compatible avec toutes les Xbox déjà vendues. Les possibilités de Natal sont tout simplement bluffantes. Quelques partenaires ont pu en faire l'expérience durant l'E3 2009 et nous allons bien sûr faire en sorte que le plus grand nombre puisse découvrir cette nouvelle façon de jouer. Bien plus que vous parler de la technologie qui fait opérer ce petit miracle, c'est sa prise en main qui crée l'engouement, avec des expériences de jeu entièrement nouvelles, d'autres entièrement réinventées ou enrichies par les plus grands studios qui y travaillent aujourd'hui, ainsi qu'une manière totalement naturelle de naviguer dans une offre de contenus toujours plus riche.

Quelles seront les grandes sorties de jeux Microsoft en 2010 ? Votre line-up ne risque-t-il pas d'apparaitre comme « gamer » ?

Notre philosophie chez Microsoft a toujours été de fournir au public dit « gamer » les meilleurs jeux, les licences les plus fortes et le contenu le plus innovant. 2010 ne fera pas exception. Xbox 360 profitera d'un premier semestre marqué par le lancement d'exclusivités telles que Splinter Cell Conviction, Crackdown 2, Mass Effect 2 et Alan Wake. Nous sommes aussi particulièrement fiers d'accueillir Final Fantasy XIII début mars sur Xbox 360. Pour Noël ce sera au tour de Fable 3 et Halo REACH, d'ores et déjà succès annoncés de 2010. Le grand public fait partie de notre stratégie et de nos perspectives de croissance. Un gamer cherche aussi des contenus plus furtifs ou autres que le jeu à différents moments de sa semaine. Un contre 100 sur Xbox Live, succès 2009 avec plusieurs milliers de participants à chaque session, va continuer sur sa lancée en 2010. Ce titre permet à toute la famille de participer à des quizz originaux et de gagner de vrais cadeaux physiques, comme des ordinateurs ou des télévisions. Avec « project Natal » et les jeux qui y seront associés, nous visons un public familial et pas forcément adepte du jeu avec une manette.

Cette dualité se retrouve aussi sur le service Xbox Live ?

Encore une fois, Xbox Live permet à notre console de se réinventer régulièrement (interface ou contenus) et dépasser les frontières du jeu. Je pense à l'arrivée de nouveaux services du groupe Canal+ comme CanalPlay et Canal+ à la demande, à la musique avec Last.fm qui va permettre à tous nos abonnés de créer leur propre radio musicale et partager leurs playlists avec leurs amis. Nous venons aussi d'annoncer Game Room qui va permettre à tous de se replonger dans les jeux cultes des salles d'arcade de notre jeunesse. Au lancement de Game Room, 30 jeux seront disponibles tels que Centipede ou encore Asteroids Deluxe, tous disponibles dans leur borne d'arcade d'origine. En 2010, Xbox 360 sera bien un centre de divertissement pour tous aussi bien les gamers qu'un public plus familial. Jeux, musique, cinéma, télévision, réseaux sociaux et la révolution Natal, seule la Xbox transformera vos divertissements habituels en expériences extraordinaires.

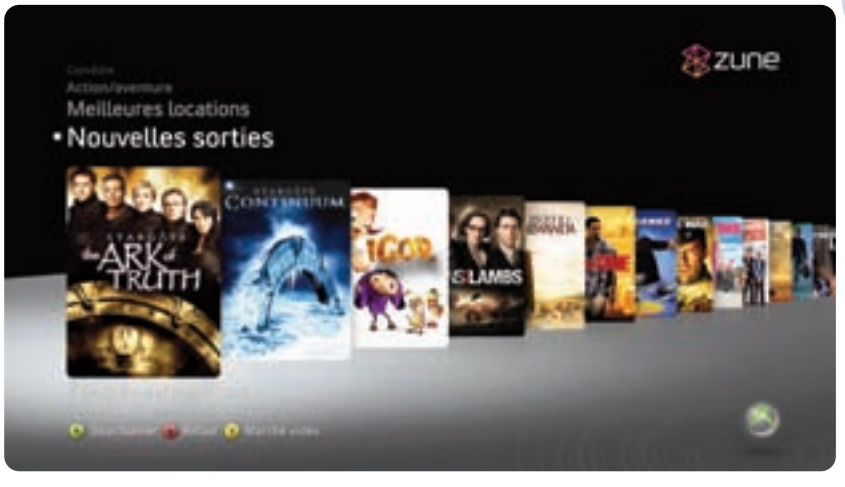
Canal Play et Canal+ à la demande arrivent sur le Xbox Live dès ce printemps : comment cela va-t-il fonctionner ? Quel est le premier bilan

de Foot+ sur Xbox Live ?

Parmi les innovations du Xbox Live de l'année 2010, ces deux nouveaux services du groupe Canal+ feront leur apparition aux côtés de Foot+ que nous avons lancé le 3 décembre dernier. Foot+ révolutionne la façon de regarder un match de foot entre amis ; nous avons déjà conquis plus du tiers de nos abonnés Xbox Live. En décembre, les utilisateurs du Xbox Live ont plébiscité Foot+ : ce service est devenu la destination football principale sur Xbox Live devant les deux jeux de foot les plus populaires. CanalPlay va rendre accessible tout le catalogue de la plate-forme de VOD du groupe Canal+ sur Xbox 360, plus de 7 000 contenus vidéos comprenant des films bien sûr mais aussi des séries, des mangas et des documentaires. Sur Xbox 360, ce service sera proposé à tous nos abonnés, qu'ils soient membres Silver ou Gold. Confort et simplicité de l'interface, accès au catalogue n°1 de la VOD en France, en VF ou en VOST, en HD ou en SD : tous ces éléments feront de CanalPlay un service exceptionnel sur Xbox Live. Canal+ à la demande est le service de rattrapage de la chaine Canal+, permettant de consommer les contenus de l'antenne de votre choix quand vous en avez envie. Pour l'utilisation de ce service sur la Xbox 360, il faudra seulement être abonné Canal+ et membre Xbox Live Gold.

« Project Natal » commence à pointer le bout de son nez. Allez-vous commencer la communication très en amont de la sortie du produit ? Comment allez-vous former les revendeurs à Natal ?

Depuis l'E3 2009, Project Natal est le sujet qui revient dans toutes les discussions. Ce projet a d'ailleurs déjà obtenu des distinctions hors du commun. Dans notre industrie, le site IGN.com a décerné à Natal le prix de l'excellence technologique. Le magazine américain Popular Mechanics a classé Natal parmi les innovations les plus spectaculaires de 2009, aux côtés de la pile à bactérie et du télescope spatial Kepler de la NASA. Time Magazine a classé Natal à la 5ème place des 50 meilleurs inventions de 2009 et la seule du monde du jeu vidéo. Un an avant la sortie de Natal, ce sont des signaux à la fois flatteurs et formidablement encourageants. Durant la conférence du CES 2010 à Las Vegas début janvier, Steve Ballmer et Robbie Bach ont annoncé que Project Natal sortirait bien pour les fêtes de fin d'année 2010. Il est encore trop tôt pour révéler quoique ce soit en ce qui concerne la communication que nous allons mettre en place sur Natal, mais sachez que ce lancement sera traité par nos équipes comme le lancement d'une nouvelle console, sauf précisément qu'il profitera à toutes les Xbox 360 déjà vendues. C'est aussi cela l'odyssée 2010 : un voyage qui profitera à tous les nouveaux entrants mais aussi à tous ceux qui ont déjà souscrit à la haute définition sur Xbox 360 et seront récompensés de leur fidélité à notre marque.



Sigmatek optimise sa gamme HD pour 2010 !

Un pur plaisir en mode 100% HD !

SiGMATek High Definition by HDIVISION

Décodeur TNT HD avec Port USB compatible MKV

DVBR-520 HD

TNT HD / TNT SD
USB : lecture Multimédia Vidéo / Photo / Musique
Fonction Recording via port USB

Baladeur Multimédia HD version 5"

HDP-100

Ecran LCD 5" 16/9 en 800x480
Compatible MKV / H.264 / WMV / MPEG2 / MPEG4
Audio: MP3 / WMA / FLAC
Sortie HDMI jusqu'à 1080p / YUV (720p)

Vidéo embarqué USB / SD compatible MKV

VED-2500

Ecran TFT-LCD 8" 4/3 en 800x600
Compatible MKV / H.264 / XviD / MPEG4 / WMA / JPEG
8 Go mémoire intégrée / Port USB / SD-MMS-MS
Batterie rechargeable intégrée (en option)
(sans support optique)

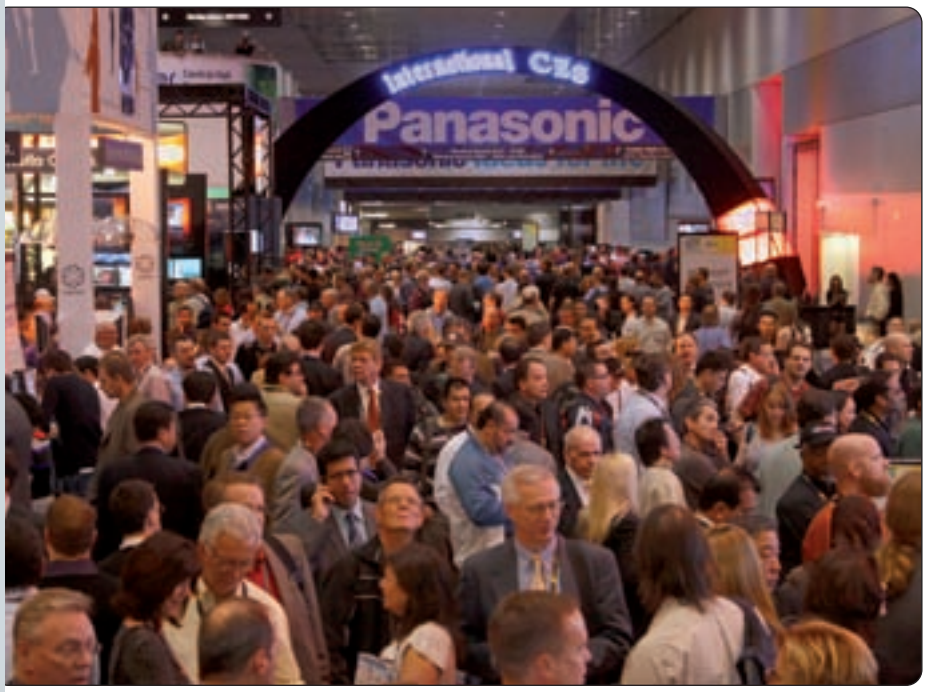
Lecteur DVD avec port USB compatible MKV

KHD-50

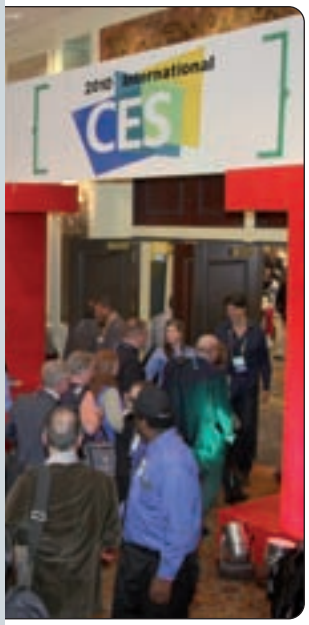
Compatible MKV / H.264 / ASF / XviD / AVC-HD via port USB
Lecteur DVD optique upscaling 1080p
Port USB compatible DD externe 1 To
Sortie HDMI / YUV / S-vidéo / RCA
Sortie audio coaxiale et 5.1 DTS down mix

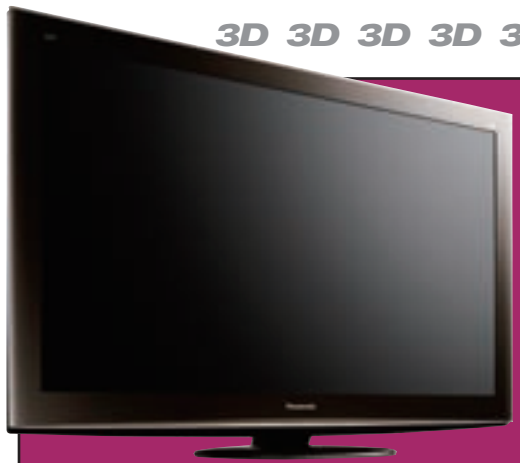
CES 2010

3D & Internet mobile



Le CES 2010 à Las Vegas aura été comme chaque année le rendez-vous incontournable des professionnels de l'électronique grand public. Pour les acheteurs et les représentants français des constructeurs, ce fut déjà un véritable calvaire pour cause d'avions retardés, d'Américains paranoïaques côté sécurité et de stands encombrés par des hordes de visiteurs qui n'avaient de professionnel que le badge. À observer les foules compactes qui se pressaient sur des stands démesurés, l'ambiance n'était pas à la crise, un effet recherché sans doute. Car au-delà des géants de l'industrie qui montraient leurs biceps, il y avait aussi des halls prétextes remplis coûte que coûte par des espaces thématiques, des stands au rapport très éloigné à l'électronique comme Futon et des vides comblés par quelques chaises. L'innovation dont on n'avait jamais entendu parler était aussi plutôt discrète, même si deux tendances lourdes se dégageaient : le smartbook et surtout l'omniprésence de la 3D. Effectivement, il était impossible de faire deux mètres sur le salon sans se heurter à une pancarte avec le logo 3D. Cette fois-ci c'est acquis, l'industrie du loisir électronique mise unanimement sur la nouvelle dimension pour redonner une part de rêve et de désir à un marché qui manque d'innovation majeure. Le téléviseur LCD en haute définition étant arrivé à maturité et la technologie d'affichage n'innovant plus que sur des points de détail, c'est désormais le prix le plus bas qui était devenu l'argument premier. De même, le Blu-ray peine à montrer une rupture suffisante avec le DVD pour séduire le grand public. S'il se démocratise peu à peu, c'est essentiellement en raison du prix qui baisse. Alors même si la 3D ne fera ses débuts qu'à la fin de cette année et avec sans doute très peu d'acquéreurs et de contenu dans un premier temps, c'est la nouvelle carotte qui fait avancer l'électronique grand public et lui permet d'avoir une histoire à raconter. Reste à savoir si le consommateur est disposé à renouveler tout son équipement et à mettre des lunettes dans son salon…





3D passive ou active

L'appellation 3D était omniprésente sur le salon ! À croire que tout était en 2D jusque-là. Que ce soit un film, un jeu ou autre chose, l'image est déjà perçue en trois dimensions par le spectateur grâce à des objets plus grands au premier plan, des lignes de fuite, des effets d'éclairage, etc. Ce qui manque, c'est le relief, l'effet de jaillissement, la profondeur de champ. La 3D dont on nous parlait au CES est en fait de la stéréoscopie. Pour cet effet, on enregistre deux images distinctes sous deux angles différents qui correspondent à l'écartement de nos yeux. Il s'agit ensuite d'acheminer celle de gauche à l'œil gauche et celle de droite à l'œil droit. Pour cela, deux technologies ont été retenues, toutes les deux nécessitant le port de lunettes. La première est dite passive par effet de polarisation. Les deux images sont affichées en même temps une ligne sur deux. On applique ensuite des filtres polarisants également une ligne sur deux. Les lunettes sont dotées des mêmes filtres et chaque œil ne perçoit donc que la ligne qui lui est destinée. L'avantage de cette méthode est que l'on peut se contenter de lunettes passives très bon marché et agréables à porter. La qualité de l'image ne se dégrade pas et aucune fatigue oculaire prononcée n'est à déplorer. En revanche, on perd la moitié de la résolution et les écrans polarisés sont assez onéreux à fabriquer, sans compter qu'en 2D l'image souffre des filtres appliqués. Il semble désormais que cette solution ne soit retenue que pour les installations collectives, les usages institutionnels et professionnels. Pour le salon, on utilisera des lunettes dites actives. Ce sont en fait deux écrans LCD qui s'obturent alternativement à une cadence de 50 à 60 images par secondes. Elles sont alimentées par piles et pilotées par un émetteur intégré au téléviseur. L'avantage premier de cette solution est qu'un téléviseur plat 3D ne doit satisfaire qu'à un critère supplémentaire de ce qui ce fait aujourd'hui : une fréquence de rafraichissement à 120 Hz. À ne pas confondre avec les 100 ou 200 Hz annoncés jusqu'alors et qui servent à fluidifier l'image. Ajouter un mode 120 Hz n'est cependant pas très compliqué avec la technologie actuelle et n'engendre pas de surcoûts importants, c'est le principal avantage de cette solution. Par ailleurs, les téléviseurs 120 Hz qui porteront le label 3D Ready fonctionneront tout aussi bien en 2D. Autre avantage de cette solution : la qualité de l'image est maintenue, l'effet 3D saisissant et la résolution n'est pas entamée. L'inconvénient principal réside dans la fatigue oculaire qui résulte de l'alternance permanente des images même si la fréquence élevée la rend théoriquement invisible à l'œil. Un peu comme au temps du cathodique, certains y seront plus sensibles que d'autres.

3D Blu-ray, la nouvelle norme

L'association qui régit les normes du Blu-ray vient de définir celles de la 3D. Déjà il y a une bonne nouvelle, ces nouveaux disques contiendront une version 2D du film qui sera lisible sur tout lecteur Blu-ray actuel. En revanche pour la 3D, il faudra en changer. Normalement, ces lecteurs seront équipés d'une sortie HDMI 1.4 mais dans certains cas, le 1.3 pourra suffire. Comme pour le téléviseur, il faudra que le lecteur porte le logo 3D Ready. Ainsi, Sony a annoncé la sortie de son lecteur BDP-S770 qui sera disponible rapidement à un prix contenu. Bien qu'il soit en HDMI 1.3, il sera possible de le mettre à jour au courant de l'été pour qu'il soit compatible 3D. De même, Sony a annoncé une mise à jour pour sa PlayStation 3 en automne qui la rendra compatible avec les Blu-ray 3D mais aussi avec des jeux en 3D. Les films 3D Blu-ray seront en Full-HD et il n'y aura donc aucune baisse de qualité par rapport aux films en 2D. Il faudra associer le lecteur à un téléviseur ou un vidéoprojecteur 3D Ready avec des lunettes actives. Le nombre de films en 3D sera sans doute encore restreint en 2010 et les premiers devraient sortir à la rentrée. L'essentiel de l'offre sera composé de films d'animation, dont une partie est déjà visible dans les salles (Là-haut, L'Age de Glace 3…). D'autres sortiront d'ici à la fin de l'année et on pouvait voir quelques bandes-annonces en 3D sur le salon. Pour les films classiques, ce sera encore plus limité. Il y aura bien entendu Avatar mais aussi Alice au pays de merveilles de Tim Burton qui sort en mars et qui a été largement montré sur le salon. Sinon, tous les constructeurs de lecteurs Blu-ray annonçaient au moins un modèle 3D Ready pour la rentrée. On peut citer Toshiba, Panasonic, LG et Samsung pour les principaux. Les prix ne devraient pas être de beaucoup supérieur à un modèle standard en 2D.

Les téléviseurs 3D Ready

Pour être compatible avec le Blu-ray 3D, les jeux PS3 3D et même la future TV en 3D, les téléviseurs LCD et plasma doivent être capables d'une fréquence de rafraîchissement de 120 Hz. Pour disposer du logo 3D Ready, ils devront donc satisfaire ce critère et permettre l'utilisation de lunettes 3D actives. Ensuite, la politique de commercialisation diffère beaucoup selon les constructeurs. Certains comme Panasonic ne proposeront que des packs avec lunettes et lecteur 3D Blu-ray, du moins dans un premier temps. Ainsi, Panasonic annonce pour l'été un ensemble de ce type articulé autour d'un plasma de 50 pouces et ce à moins de 3 000 euros. D'autres se contenteront de doter leur téléviseur 3D Ready d'une prise sur laquelle on pourra bancher un émetteur optionnel vendu en pack avec une ou deux paires de lunettes. D'autres encore intégreront d'office le transmetteur dans le téléviseur, comme l'a annoncé LG. Enfin, certains comme Samsung offriront les deux. C'est d'ailleurs Samsung qui proposera dès 2010 la gamme la plus complète, avec toute une partie de ses téléviseurs haut de gamme qui sera 3D Ready avec ou sans émetteur intégré. Pour le prix, le surcoût engendré par la 3D devrait varier entre 200 et 500 euros par rapport à un modèle similaire en 2D.

3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D 3D

Sony, précurseur en 3D

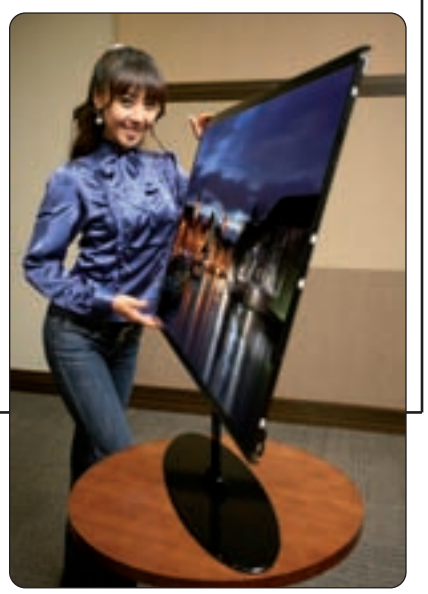
C'est Sony qui a pris le plus d'avance dans la course à la 3D. C'est d'autant plus aisé pour le géant japonais qu'il dispose dans son groupe de tous les maillons de la chaîne. Ainsi, il est présent en Broadcast avec des caméras 3D qui couvriront les grands événements comme la prochaine Coupe du monde de football. Avec Sony Pictures, il peut produire des films en 3D et la division PlayStation peut éditer des jeux en 3D. De l'autre côté chez le consommateur, il y aura aussi tout ce qu'il faut. Plusieurs modèles de téléviseurs seront 3D Ready dès le printemps avec l'intégration d'un émetteur pour lunettes actives. Les lecteurs Blu-ray seront aussi 3D Ready et un premier modèle upgradable sera disponible rapidement. Mais la meilleure nouvelle vient du jeu avec une console PlayStation 3 qui pourra être mise à jour pour être compatible avec les Blu-ray et les jeux en 3D qui arriveront avant la fin de l'année. Pour une fois, c'est Sony qui permettra de faire des économies en n'obligeant à changer « que » le téléviseur.

Toshiba met le turbo

Cela fait un certain temps que Toshiba nous parle de son fameux Cell TV, mais on est désormais passé du concept au produit. Un premier téléviseur doté du processeur Cell est d'ailleurs déjà en vente au Japon, pour un prix équivalent à 7 000 euros environ ! Rappelons qu'il s'agit d'une puce très puissante et similaire à celle qui est utilisée dans la PlayStation 3. Elle confère au téléviseur des performances inconnues jusqu'alors et qui permettront de mettre en œuvre tout un lot de technologies. Ainsi, l'amélioration électronique de la qualité d'image devrait atteindre un tout autre niveau. Déjà, le contenu en basse définition sera bien plus regardable et notamment celui issu directement du Web. Toshiba faisait une démonstration assez convaincante de ce qu'ils étaient capables de faire avec des images provenant d'Internet. Le Cell permettra aussi de gérer un rétro-éclairage plus sophistiqué. Ainsi, Toshiba annonce un téléviseur qui ne comptera pas moins de 4 000 leds ! Un téléviseur Cell pourra aussi intégrer de multiples tuners TNT HD et satellite. Il sera donc possible d'enregistrer jusqu'à huit chaînes en simultané sur le disque dur de 1 To directement intégré. Bien entendu, les téléviseurs Cell seront 3D Ready mais ils seront aussi capables de transposer du contenu 2D en 3D et ce en temps réel. Ainsi, tous les programmes TV pourront être passés en 3D. Évidemment, ce sera bien moins spectaculaire qu'un film en 3D native mais Toshiba a montré des séquences assez impressionnantes sur le salon. C'est notamment en sport et plus généralement sur les scènes avec des plans très distincts que l'effet 3D est marquant. À voir si à l'usage ce sera aussi bien et si l'apport justifie le port de lunettes dans le salon. On s'en doute, les Cell TV seront très haut de gamme dans un premier temps. Les premiers modèles arriveront en France à la rentrée de cette année.

Oled 3D

Régulièrement, on nous montre sur tous les salons des écrans OLED de petite taille car cette technologie d'affichage voit son prix de production croître exponentiellement avec la diagonale. Chez Sony, on exposait fièrement un écran OLED de 32 pouces, ce qui n'a rien d'exceptionnel en soi car on avait déjà vu plus grand à l'IFA. S'il était commercialisé, son prix serait tout de même plusieurs dizaines de milliers d'euros. D'autant qu'il n'y a aucune réduction de coût suffisante à l'horizon pour que dans un avenir proche on puisse vendre des téléviseurs de ce type à un prix décent. Et c'est bien dommage car Sony montrait son 32 pouces OLED en conjonction avec un système 3D à lunettes actives. Le résultat est tout simplement extraordinaire, bien meilleur que sur du LCD ou du plasma. L'OLED fait jouer à fond son contraste exceptionnel et ses angles de vision parfaits, deux caractéristiques essentielles pour la 3D. L'image présente un relief encore plus marqué sans dégrader en rien la qualité d'image originale. On regrette d'autant plus qu'il n'y ait aucune commercialisation en vue.



hama®

MULTIMEDIA • PHOTO • AUDIO-VIDEO • MOBILITE

THE SMART SOLUTION

Mettez en valeur toutes vos photos

17 000 RÉFÉRENCES SUR 8 MARCHÉS
AUDIO - VIDÉO - INFORMATIQUE
PHOTO - TÉLÉPHONIE MOBILE
GPS - NUMÉRIQUE - GAMING

Cadre photo numérique 7"
HAMA

Cadre photo numérique 7"
MOTOROLA - LS700

Cadre photo numérique 11"
HAMA

Cadre photo numérique Duo 4"
MOTOROLA - LS420

Cadre photo numérique 10"
MOTOROLA - LS1000W

www.hama.fr
www.generationhama.fr

Contact : 01 60 32 50 00 - hama-contact@hama.fr
HAMA France – 15 rue de la briqueterie – 77 470 Poincy

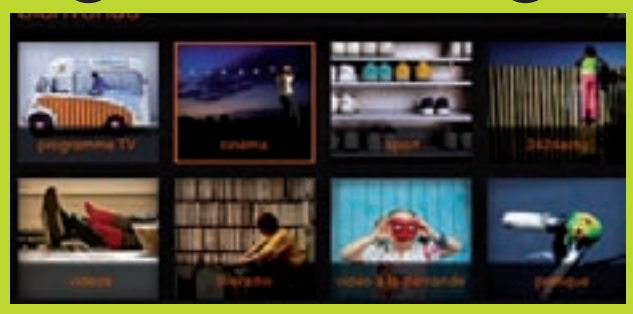
Sharp coupe le pixel en quatre

Chez Sharp, on était plutôt discret sur la 3D avec juste une démonstration mais aucun modèle concret et encore moins une date de commercialisation. Le spécialiste japonais du LCD se focalisait sur une innovation pour le moins inattendue, l'ajout du jaune à ses pixels LCD. En effet dans une dalle LCD, chaque pixel est divisé en plusieurs sub-pixels jusqu'à aujourd'hui au nombre de trois correspondant au classique RVB (rouge vert et bleu). En mélangeant ces trois couleurs primaires, on obtient les millions de couleurs des téléviseurs actuels. Sharp y ajoute un sub-pixel jaune qui permet selon le constructeur d'afficher des couleurs plus justes dans leurs nuances. Difficile de se rendre compte de l'intérêt de la chose sur un salon avec des images soigneusement choisies pour illustrer le propos, mais l'idée semble pertinente et va surtout à contre-courant de tout ce que propose la concurrence. Il faudra attende un test dans notre laboratoire pour constater si c'est un bénéfice réel ou plutôt un artifice marketing.

LG sans cadre

Les téléviseurs à LED ont l'avantage d'être bien plus fins que leurs homologues à rétro-éclairage traditionnel. Et c'est le système Edge, soit les LEDs placés en cadre autour de l'écran, qui autorisent logiquement des records de finesse. LG a réussi l'exploit d'arriver au même résultat avec un écran dont les leds sont placés derrière l'ensemble de la dalle ce qui garantit la meilleure image possible avec notamment la possibilité de varier l'intensité lumineuses sur certaines zones de l'image seulement (local dimming). Ainsi, LG montrait sur le stand un téléviseur Full LED de 55 pouces qui ne mesurait que 6,9 mm d'épaisseur. Parallèlement, on pouvait voir la nouvelle gamme borderless rebaptisée Infinia qui cette fois justifie pleinement sa première appellation. En effet, cette gamme reprend la dalle unique en face avant qui se fond avec le bord sans aspérité. De plus, ces bords sont presque inexistants avec une largeur qui passe sous le centimètre. Ainsi, l'Infinia LE9500 46 pouces se contente d'un cadre de 8,5 mm et d'une épaisseur de 2,34 cm. Ce porte-drapeau de la marque innove aussi par sa télécommande qui se limite à quelques boutons et pilote le téléviseur par son déplacement physique, à l'image de la manette d'une Wii. Connecté, le LE9500 est aussi capable de lire les DivX HD depuis une simple clef USB.

LG intègre Orange



Le contenu Internet en direct sur le téléviseur est un sujet d'actualité mais pour l'heure, il n'y a pas grand-chose d'intéressant et surtout qui présente un intérêt au regard de la qualité d'image tout de même très faible pour un grand téléviseur en Full-HD. Tant que la bande passante ne sera pas nettement plus importante, par exemple avec le passage à la fibre optique, le catch up TV et la VOD n'auront pas un grand intérêt. C'est pourquoi LG s'est associé à Orange pour proposer des contenus qui fassent vraiment sens. Déjà, il sera très aisé d'y accéder car il suffira d'appuyer sur un bouton de la télécommande de tout téléviseur LG connecté. On aura alors accès à un portail qui propose des services innovants. Celui qui couvre l'actualité est sans doute le plus intéressant. Il propose en continu tout ce qui a été dit sur un sujet d'actualité au cours des dernières 24 heures, et ce en TV comme en Radio. Il suffit de choisir le sujet et de naviguer dans les séquences proposées pour en choisir une. Pour le cinéma, c'est plus classique avec des bandes-annonces pour l'essentiel. En sport, ce sera aussi de l'actualité sportive en direct avec des comptes-rendus vidéos d'événements sportifs récents. Enfin et dans un deuxième temps, il y aura un guide des programmes vraiment très complet avec de nombreuses informations sur les émissions à suivre et ce pour toutes les chaînes. Le service Orange sera intégré aux téléviseurs connectés LG dès le mois de mars de cette année.

TV tendance design

Il est vrai que l'on commençait à se lasser du design des téléviseurs, même chez le champion en la matière. Samsung a donc entièrement revu le look de ses écrans et de ses produits home cinéma. Désormais, on épure avec des cadres uniformes, dont certains passent même au gris métal, abandonnant ainsi le noir quasi obligatoire de ces derniers temps. Plus osé, Samsung dote certains de ses téléviseurs d'un pied en métal brillant qui tranche radicalement avec les bords. Et comme chez la plupart des constructeurs, le bord se confond avec la dalle. Sony change aussi de design avec ce qu'ils appellent le look monolithique. Il s'agit en effet de lignes très épurées, presque minimalistes. Sur le haute de gamme, on note également un pied très original en aluminium massif dans lequel vient se poser le téléviseur. La dalle ne présente pas de bords apparents puisqu'elle est entièrement recouverte d'une vitre qui en est une partie intégrante.

JDLI165-P18-31-News CES-BAT:JDLI 20/01/2010 13:21 Page 23

LG, le lecteur Blu-ray ultime

LG est déjà allé très loin dans l'intégration avec son lecteur Blu-ray BD390. Pour rappel, c'est aussi un lecteur multimédia qui peut lire du contenu par le réseau, comme par le port USB. Et surtout, il est compatible avec tous les formats vidéo. Mais le Coréen ne s'arrête pas en si bon chemin et va lancer au premier semestre le lecteur Blu-ray ultime HR500. En plus des caractéristiques du BD390, il intègre un double tuner TNT HD et un disque dur de 250 Go qui permettra d'enregistrer la TV mais aussi tout contenu à n'importe quel format. Il donnera aussi accès à tous les services Web, comme les téléviseurs du constructeur. Le prix annoncé est de 500 euros, ce qui est très raisonnable au vue des possibilités. À signaler aussi un lecteur BD570 qui permettra d'accéder à l'offre Canal Play.

Samsung NX10, l'hybride

Il est attendu avec impatience par la communauté photographique et nous avons pu l'essayer pour la première fois au salon. Il s'agit d'un appareil photo hybride entre un compact et un reflex. En effet, le NX intègre un capteur au format APS-C (14 Mpixels) comme tous les vrais reflex et en affiche la forme et l'ergonomie générale. Il garantit donc en principe la même qualité d'image et d'utilisation. En revanche, le NX est bien plus fin (4 cm) et plus léger (352 grammes nu). Associé à l'optique fixe de 30 mm (équivalent 50 en 24x36), il est d'une compacité redoutable avec en plus un objectif très lumineux qui ouvre à 2. Le NX reprend du compact un grand écran de trois pouces AMOLED qui sert aussi à la visée. Le viseur optique par miroir est quant à lui remplacé par un modèle électronique LCD de 900 000 pixels bien supérieur à ce qui se faisait jusqu'alors en bridge selon le constructeur. Il faut ajouter à cela un autofocus 15 zones extrêmement rapide. Au lancement, deux zooms seront également sur le marché, un 18-55 et 55-200 qui, s'ils sont compacts, sont tout de même assez longs et encombrants ce qu'impose le grand capteur. Le NX10 sera vendu en kit avec le 18-55 à 700 euros et avec le 30 mm à 750 euros, le 55-200 devrait coûter 300 euros et la disponibilité est annoncée pour mars. Nous avons pu prendre quelques photos et il faut dire que la première impression est très positive, avec une excellente ergonomie vraiment proche du reflex.

hama MULTIMEDIA • PHOTO • AUDIO-VIDEO • MOBILITE
THE SMART SOLUTION
Un noël tout en numérique
17 000 RÉFÉRENCES SUR 8 MARCHÉS
AUDIO - VIDÉO - INFORMATIQUE
PHOTO - TÉLÉPHONIE MOBILE
GPS - NUMÉRIQUE - GAMING
Kit de démarrage USB sans fil
Oreillette Bluetooth LG
Routeur WiFi 300 Mbps
Kit mains-libres Bluetooth VOSSOR rétroviseur intérieur
SEECODE
www.hama.fr
www.generationhama.fr
Contact : 01 60 32 50 00 - hama-contact@hama.fr
HAMA France – 15 rue de la briqueterie – 77 470 Poincy

Vidéo à gogo chez Canon

Chez Canon, ce ne sont pas moins de 12 nouveaux caméscopes qui ont été dévoilés dont neuf en haute définition. Parmi eux, le Legria HF-S qui se distingue avec son capteur de 8 Mpixels et sa solution de stockage hybride, avec au choix deux cartes mémoire SDHC ou de la mémoire flash interne. Le passage de l'une à l'autre est automatique dès que l'espace vient à manquer. Ainsi, le HF-S21 dispose d'un espace conséquent de 64 Go, tandis que le HF-S20 se contente de 32 Go. Un troisième modèle, le HF-S200 sera également proposé avec uniquement de la carte mémoire. Tous bénéficient d'un nouveau système de stabilisation Powered IS qui verrouille l'objectif une fois que la mise au point est réalisée. Grâce à l'écran tactile de 3,5 pouces, la gamme Legria HF-S propose des fonctions originales comme par exemple la mise au point automatique sur un sujet en mouvement en cliquant directement sur l'image à l'écran. Cette fonctionnalité sera également disponible en milieu de gamme avec la série Legria HF-M. Trois modèles de 3,3 Mpixels seront proposés. Tous sont dotés d'un écran tactile de 2,7 pouces et les différences sont à chercher du côté de l'espace de stockage là encore. Enfin, la série Legria HF-R est une gamme abordable qui se destine à ceux qui veulent s'initier à la HD. Trois modèles seront proposés avec 32 ou 8 Go de mémoire interne ou un unique lecteur de carte. Par ailleurs, pour ceux que la HD n'intéresse pas, le FS300 est un caméscope abordable qui permet d'enregistrer simplement des vidéos directement sur une carte mémoire SDHC.

Samsung en toute transparence

Samsung semble bien décidé à se faire une place de choix sur le marché des baladeurs. Après avoir été le premier constructeur à intégrer le Bluetooth stéréo, le géant coréen utilise cette fois ci un écran Amoled transparent sur son IceTouch (YP-H1). D'une taille de 5 cm avec un rendu de 16 millions de couleurs, il permet de garder un œil sur l'interface propriétaire « TouchWiz Sweep » tout en naviguant dans le menu par l'arrière du baladeur. Le reste des caractéristiques est plus classique, même si rien ne manque avec le support d'une majorité de formats audio. La vidéo n'est pas en reste, mais l'écran reste trop petit pour vraiment qualifier l'IceTouch de baladeur vidéo. L'IceTouch de Samsung viendra vous glacer le bout des doigts avant l'été avec des capacités de huit et de 16 Go.

e-Book en série

Si chez nous le livre électronique fait un démarrage plutôt timide, il est omniprésent aux États-Unis. Non seulement, il y avait pléthore de lecteurs au CES mais aussi de nombreux stands consacrés à la distribution du contenu. Il est probable que l'e-Book s'impose aussi peu à peu en France au fur et à mesure que l'offre en langue française s'étoffe aussi. C'est chez Samsung que l'on pouvait voir la gamme la plus aboutie qui devrait arriver en France prochainement. Elle va du cinq au 10 pouces et offre surtout des écrans au contraste exceptionnel, car c'est bien là que réside la principale difficulté de lecture par rapport au livre traditionnel. Pour autant, l'écran est parfaitement mat sans rétro-éclairage pour ne pas abimer les yeux après de longues heures de lecture. On dirait presque le rendu d'un livre papier. À signaler aussi que les e-Book Samsung peuvent lire les livres et qu'ils sont tactiles avec un accès au Web en WiFi pour le téléchargement direct. On pourra également s'en servir comme bloc-notes en écrivant au stylet et avec une reconnaissance d'écriture à la clef.

Smartbook et tablette Internet
La révolution nomade

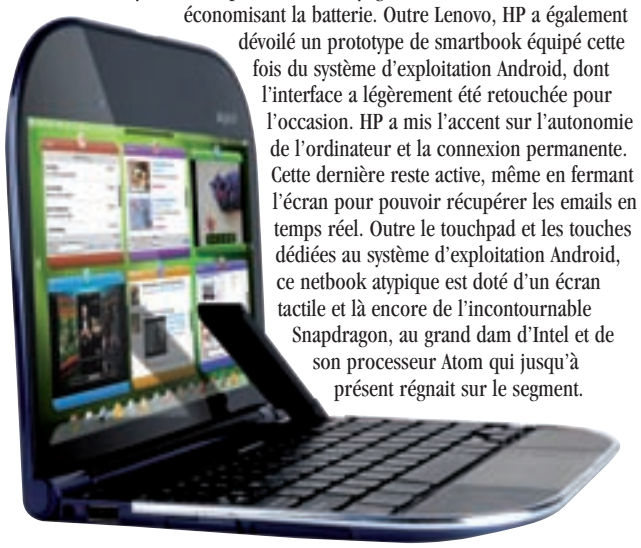
La tablette Internet et le smartbook vont sans doute révolutionner l'approche nomade de l'informatique. Il s'agit pour le premier d'un écran tactile en moyenne de sept à 10 pouces et pour le second d'un ordinateur portable miniature avec un écran de dimensions similaires. L'idée est de faire le lien entre un smartphone certes pratique pour surfer mais limité par son écran trop petit et un netbook handicapé par le fait qu'il soit un PC. Au cœur de ces dispositifs, il y aura des processeurs multifonction issus de la téléphonie mobile et qui peuvent désormais rivaliser en performances avec les netbooks, voire les notebooks traditionnels. C'est principalement Qualcomm qui sera le fournisseur avec la série des Snapdragon mais Nvidia vient jeter un pavé dans la mare avec son Tegra 250 sur-vitaminé. Les avantages par rapport au netbook sont évidents. Avec l'intégration de la 3G et du WiFi, ces appareils seront connectés en permanence. De plus, ils ne seront jamais éteints comme un téléphone et leur autonomie devrait aller de 12 à 24 heures. Ainsi, ils seront toujours disponibles et ce d'autant plus qu'ils utiliseront des systèmes d'exploitation Linux bien moins gourmands et plus réactifs que Windows. Si certains constructeurs misent sur du propriétaire, il devrait y avoir un consensus très large autour d'Android, le système d'exploitation ouvert et gratuit de Google qui donne en plus accès à un magasin d'applications en ligne. Par ailleurs, l'épaisseur et le poids seront bien plus contenus que pour un netbook de par l'intégration plus poussée de toute l'électronique, comme sur un téléphone. Si la tablette ne sera pas capable de remplacer un PC en raison de l'absence d'un clavier, le smartbook proposera une ergonomie similaire au netbooks qui auront fort à faire avec cette nouvelle concurrence.

Lenovo voit double

Cette année, l'informatique a parfois fait de l'ombre aux stars habituelles du CES, la télévision en tête. Pour preuve, outre le tout premier smartbook, Lenovo présentait également un ordinateur portable très innovant. En apparence, l'IdeaPad U1 Hybrid est un ordinateur portable de 11,6 pouces comme un autre, si ce n'est son poids un peu plus conséquent. Il bénéficie d'un processeur Intel Core 2 Duo SU basse consommation qui devrait lui garantir une bonne autonomie et le reste des caractéristiques est des plus classiques. Plus intéressant, l'écran est amovible à chaud pour faire instantanément office de tablette Internet. Pour se faire, l'IdeaPad U1 Hybrid bénéficie d'un second processeur avec le fameux Snapdragon de Qualcomm qui équipe déjà de nombreux smartphones. Ce dernier est suffisamment puissant et économe pour faire fonctionner le système d'exploitation plutôt bien fait et basé sur Linux. Cerise sur le gâteau, il sera toujours possible d'utiliser le reste de l'ordinateur en le branchant sur un moniteur via la prise HDMI.

Toujours connecté avec Qualcomm

Plus confortable que le smartphone limité par son petit écran et son clavier étriqué, mais aussi plus petit et léger qu'un notebook, c'est vraiment un nouveau type d'ordinateur portable qui a vu le jour au CES. C'est Qualcomm qui a joué les maîtres de cérémonie en invitant ses partenaires qui utilisent le processeur Snapdragon au cœur d'un grand nombre de smartbooks. L'évènement était suffisamment important pour que le gotha de l'informatique fasse le déplacement jusqu'à Las Vegas. Yuanqing Yang, CEO de Lenovo, a ainsi présenté le Skylight qui est à peine plus épais qu'un smartphone tout en restant suffisamment léger pour un usage mobile. Ses dimensions proches du netbook permettent de l'emporter n'importe où et de bénéficier d'un écran bien adapté à la navigation sur le Web. À cela s'ajoute un vrai clavier qui facilite grandement la saisie. Argument de taille face au netbook, le smartbook est connecté à Internet en permanence grâce aux connexions 3G et WiFi. Et plus besoin d'attendre que l'ordinateur démarre pour consulter rapidement un mail quand on est sur le départ. Le système d'exploitation basé sur Linux ne devrait pas trop dérouter les utilisateurs, avec une présentation plutôt réussie sous forme de widgets que l'on pourra étaler sur plusieurs pages. Enfin, l'autonomie annoncée devrait dépasser les dix heures, largement de quoi partir pour une journée de travail sans s'encombrer avec le chargeur. Pour réussir cette prouesse, Lenovo a donc fait appel à la puce miracle Snapdragon de Qualcomm. Celle-ci intègre à la fois le processeur central, la puce graphique, un GPS, le modem 3G et le module WiFi. Snapdragon est suffisamment petit pour être intégré dans un châssis miniature. Mais plus encore, il dispose d'une puissance suffisante pour faire fonctionner le système d'exploitation du Skylight sans ralentissement tout en économisant la batterie. Outre Lenovo, HP a également dévoilé un prototype de smartbook équipé cette fois du système d'exploitation Android, dont l'interface a légèrement été retouchée pour l'occasion. HP a mis l'accent sur l'autonomie de l'ordinateur et la connexion permanente. Cette dernière reste active, même en fermant l'écran pour pouvoir récupérer les emails en temps réel. Outre le touchpad et les touches dédiées au système d'exploitation Android, ce netbook atypique est doté d'un écran tactile et là encore de l'incontournable Snapdragon, au grand dam d'Intel et de son processeur Atom qui jusqu'à présent régnait sur le segment.



BLAZBLUE
CALAMITY TRIGGER

débarque sur consoles et PC le 19 Mars 2010

PLAN MARKETING :

- Partenariat avec NoLife TV
- Partenariat avec la Japan Expo
- Campagne media online avec teasing
- Campagne de community management
- Création de la BlazBlue League
- Goodies pour pré-réservations en magasins
- PLV

Contacts :

Stéphane Gonod
Consultant Commercial - Tradewest Games SAS
E-mail : sgonod@tradewest.fr

Jérôme Nourry
Assistant Commercial - Tradewest Games SAS
E-mail : jnourry@tradewest.fr
Tél. : 01.44.50.55.05

BLAZBLUE DPS ADVERT FLAT.indd 1

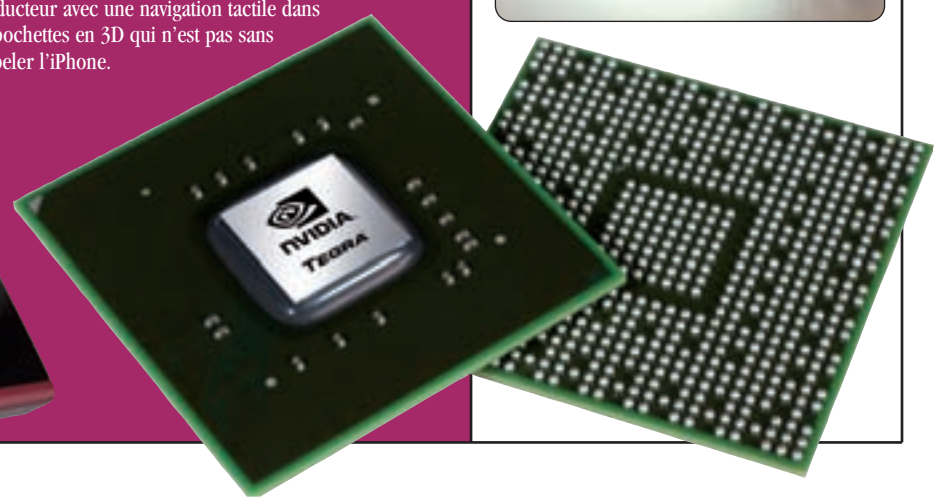
© ARC System Works of Japan Zen United Ltd. is the official publisher of BlazBlue in Europe. TRADEWEST and the Bird Design logo are trademarks of Tradewest Games Limited. "", "PlayStation", "PS3" and "" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Microsoft, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, sowie die Xbox-Logos sind Marken der Microsoft-Unternehmensgruppe.

20/1/10 12:39:49

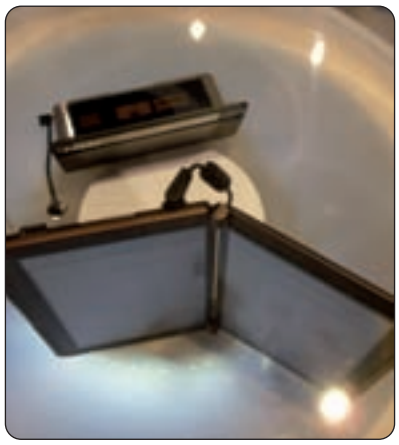
Nvidia

pour une nouvelle approche nomade

Nvidia a présenté son nouveau processeur intégré pour smartphone, tablettes Internet et smartbooks, le Tegra 250. Il s'agit d'une puce hautement intégrée cadencée à 1 Ghz et dotée de deux cours, ainsi que d'un moteur graphique performant. Elle a l'avantage d'être microscopique et de consommer très peu d'énergie puisqu'elle peut s'utiliser dans un smartphone. Mais sa principale destination sera une tablette ou un smartbook qui aura ainsi une autonomie allant bien au-delà des 10 heures. Par ailleurs, il n'y a aucune latence au démarrage, c'est immédiat. L'intégration d'office de la 3G fait aussi qu'un tel appareil sera connecté en permanence. Et les performances sont impressionnantes telles l'affichage de la vidéo en Full-HD 1080p, ce qui permet par exemple de s'en servir comme lecteur HD sur n'importe quel téléviseur par la prise HDMI. Une tablette ou un smartbook en Tegra sera aussi capable d'exécuter des jeux 3D et Nvidia annonce des performances de l'ordre d'un PC gamer d'il y a quatre ans ! De nombreux constructeurs ont d'ores et déjà annoncés des tablettes Internet équipées en Tegra, notamment MSI et Asus. Le système d'exploitation sera le plus souvent Android, ce qui ajoute l'avantage d'un OS ouvert lui aussi. Une autre application pourra être l'intégration du Tegra dans des lecteurs multimédia pour le salon, un peu à l'image d'un PC home cinéma. Ainsi, la Boxee commercialisée par D-Link est un tout petit boîtier silencieux qui se connecte d'un côté au téléviseur en HDMI et de l'autre au réseau pour puiser du contenu sur le Web ou sur tout ordinateur relié. La Boxee sera bon marché et reconnaîtra tous les formats vidéo existants. Un autre atout sera bien évidemment sa consommation ridicule. Enfin, l'intégration la plus spectaculaire se fera dans l'automobile puisque Audi a annoncé que ses nouvelles A8 et A7 seront dotées d'un système Tegra. Il y avait un tableau de bord exposé au salon et il faut bien reconnaître qu'il fait changer l'électronique automobile de génération. Ainsi entre les compteurs, c'est un écran LCD qui relaie l'information de l'immense écran central. Il se pilote notamment avec un touchpad sur la console. Il suffit de dessiner les lettres au doigt pour entrer une destination dans le GPS par exemple. De même, un disque dur intégré peut contenir toute la bibliothèque musicale du conducteur avec une navigation tactile dans les pochettes en 3D qui n'est pas sans rappeler l'iPhone.



Une DS notebook



Chez MSI, on présentait un notebook pour le moins original. Il s'agit d'un 10 pouces dont le clavier laisse la place à un second écran tactile. Un peu sur le principe de la DS, on pourra tantôt s'en servir pour des applications tactiles spécifiques ou faire simplement apparaître un clavier virtuel personnalisable. Complètement ouvert, il fait office de tablette tactile géante de 15 pouces.

Un notebook devenu fashion

Si pour les PC portables il n'y a pas de révolution technique avec juste des processeurs plus performants et qui consomment moins, c'est au niveau de l'aspect que cela se passe. Désormais, une majorité de constructeurs sortent des designs uniformes pour proposer non seulement des couleurs mais aussi des matières et des motifs personnalisés. C'est évidemment Sony qui va le plus loin en la matière avec son site Web qui permet de créer son propre look et de commander ensuite l'ordinateur ainsi personnalisé. Sinon, on peut par exemple citer la série Vaïo W qui offre des tons pastels avec de fines striures et un touchpad au motif original. Les matières sont par ailleurs choisies pour leur caractère écologique. Chez Samsung, on est dans la même lignée avec par exemple le nouveau netbook N210 crème. On passe encore une étape dans l'original en arrivant chez Asus qui commercialise enfin ses PC portables en bambou. La couleur retenue est finalement bien plus sombre et l'esthétique s'avère particulièrement réussie. Les premiers modèles devraient arriver en France dès le premier semestre avec des tailles d'écran de 13,14 et 15,6 pouces. Asus relooke aussi une partie de ses eeePC, avec des combinaisons de couleurs et de motifs plus avant-gardistes notamment dessinés par un designer célèbre, Karim Rashid. Mais le clou du spectacle est sans doute l'ordinateur portable créé en partenariat avec Bang&Olufsen, le NX90. Non, seulement, il affiche un look d'enfer tout en métal brossé mais en plus il promet une qualité sonore inédite sur notebook. Chez MSI, on n'est pas en reste en faisant notamment profiter le grand public d'un design soigné. Les notebooks multimédia de la série CR offrent des coloris et des motifs variés très réussis. MSI relooke aussi ses netbooks avec un U160 qui décline des tons marrons/bronze et un U135 proposés en multiples couleurs. Le design de la gamme ultra slim X est également revu pour encore plus de finesse mais surtout avec un jeu sur les motifs, les couleurs complémentaires et les matières. C'est extrêmement réussi.

hama
THE SMART SOLUTION
MULTIMEDIA • PHOTO • AUDIO-VIDEO • MOBILITE
Tous les nouveaux accessoires
NINTENDO® DSi™
17 000 RÉFÉRENCES
SUR 8 MARCHÉS
AUDIO - VIDÉO - INFORMATIQUE
PHOTO - TÉLÉPHONIE MOBILE
GPS - NUMÉRIQUE - GAMING
Cartes SDHC Gaming
de 4 ou 8 GB
Ecouteurs INK'D
Boitiers Cristal
www.hama.fr
www.generationhama.fr
Contact : 01 60 32 50 00 - hama-contact@hama.fr
HAMA France – 15 rue de la briqueterie – 77 470 Poincy

Asus flexible

Chez Asus, on voit loin dans le futur. Ainsi, le constructeur taïwanais présentait des prototypes d'appareils à écrans intégraux et pliables appelés Waveface. Le téléviseur Casa affiche des courbes harmonieuses, une dalle qui recouvre tout l'écran et des enceintes escamotables. Sinon, le Waveface Light est un projet d'ordinateur portable ou l'écran occupe en gros toute la surface disponible. Enfin, l'Ultra est un bracelet-écran qui fait certes office de montre mais aussi de téléphone mobile, d'interface Web, de lecteur vidéo et plus si affinités.

Un PC dans le clavier

Pourquoi ne pas carrément supprimer le PC sur le bureau ? Asus a franchi le pas en l'intégrant directement dans le clavier qui peut d'ailleurs fonctionner de manière autonome avec le petit écran tactile intégré. Pour un usage plus confortable et plus conforme à un PC, il suffira de le brancher sur un moniteur ou un téléviseur. Une idée qui devrait plaire aux amateurs d'espace de bureau minimaliste.

AMD en 3D aussi

AMD ne pouvait laisser son concurrent Nvidia s'emparer de la 3D sur PC sans rien faire. Il y aura donc une solution 3D ATI cette année, sauf que contrairement à son concurrent, AMD propose une approche ouverte qui a le mérite de ne fermer aucune porte et l'inconvénient qu'en l'absence de standard il n'y ait pas grand-chose qui se passe. Ainsi, AMD ne commercialisera aucune solution clef en main avec lunettes comme le kit 3D Vision de Nvidia. De même, le fondeur américain supportera plusieurs technologies et notamment les lunettes passives polarisantes comme les actives. Il y a d'ailleurs déjà une compatibilité existante avec des moniteurs polarisants passifs comme celui de Hyundai. Le problème, c'est qu'ils sont introuvables ou hors de prix. AMD annonce une centaine de jeux compatibles. Pour la 3D active, il faudra là encore compter sur des fabricants de moniteurs, de notebooks ou d'autres intervenants qui proposeront des solutions complètes avec écran et lunettes. Cette démarche est sans doute méritante mais très risquée car sans système fédérateur pour lancer la machine, il se peut bien qu'elle ne démarre jamais.

JDLI165-P18-31-News CES-BAT:JDLI 20/01/2010 13:22 Page 31

Parrot s'envoie en l'air

Contre toute attente, Parrot a créé un véritable buzz dans les couloirs du CES. Et pour se faire point de cadre photo numérique connecté ou d'enceintes dessinées par Starck. Non, Parrot a sorti le CES de sa torpeur avec un drôle d'hélicoptère à quatre rotors qu'on pilote en WiFi à l'aide d'un iPhone ou d'un iPod Touch. Le Parrot AR.Drone est équipé de deux caméras, l'une à l'avant pour se diriger et l'autre en dessous pour calculer la vitesse. Seule ombre au tableau, l'autonomie de la batterie amovible ne dépasse par le quart d'heure. De plus, aucun prix n'a été communiqué.

Les app-cessoires arrivent

Le périphérique iPhone vient de connaître une évolution notoire. Désormais, on va associer matériel et logiciel. L'idée est d'utiliser l'iPhone en tant qu'écran mais aussi pour ses capacités et ses performances. Pour l'heure, ce sont surtout des stations d'accueil qui vont être livrées avec une application gratuite à télécharger sur l'App Store en guise d'écran. Cela transforme les enceintes en radioréveil avec l'heure et l'alarme. On pourra aussi piloter les listes de lectures pour la musique. Certains constructeurs ajoutent à cela un égaliseur graphique et/ou la météo. On pouvait voir de telles stations chez iLuv, chez Gear4 et chez iHome, les deux derniers proposant même déjà une gamme complète. Sous le sceau du secret, on nous a déjà montré des applications bien plus sophistiquées de ce nouveau principe hybride, nous vous en parlerons prochainement…

B&W, un casque en cuir de Nouvelle-Zélande

B&W continue à élargir son champ d'activité dans le domaine du multimédia avec toujours le même souci d'esthétique, d'exclusivité et de prix totalement inabordable. Le spécialiste de l'enceinte Hi-Fi très haut de gamme lance donc un casque plus particulièrement dédié à l'iPhone, le P5. Il n'est pas très nomade car supra-oral et non pliable, il n'y a guère que les écouteurs qui tournent sur leur axe pour se mettre à plat. En revanche, la finition est très luxueuse avec des écouteurs en aluminium brossé et un arceau comme des coussinets en cuir, mais pas n'importe lequel puisqu'il est exclusivement originaire de Nouvelle-Zélande. Luxe on vous dit. Un microphone est intégré sur le câble qui peut cependant se troquer contre un autre standard en jack 3,5 mm et qui est fourni. Comme souvent chez B&W, on tombe amoureux de l'objet dès la première prise en main. Au delà du luxe, le port est confortable et la qualité sonore semble excellente, pour autant que l'on puisse en juger sur un salon. Il faudra tout de même débourser 300 euros pour en devenir l'heureux propriétaire. Pour 200 de plus, on pourra acquérir une paire d'enceintes 2.0 très compactes mais qui pèsent leur poids, les MM1. Elles se connectent en USB à un PC ou un Mac et garantissent une qualité exceptionnelle par le choix de haut-parleurs très haut de gamme et par une bi-amplification clase D.

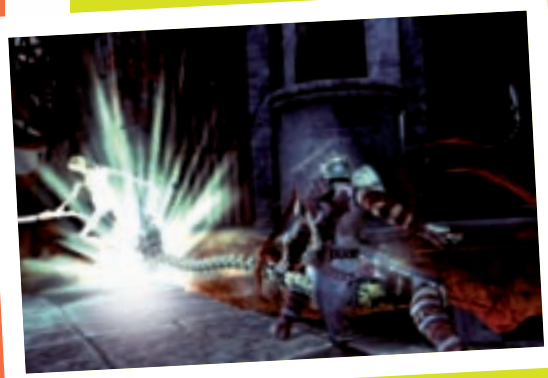
Bientôt un Pré Plus à l'oreille

Palm avait surpris tout le monde en dévoilant son Pré lors de l'édition 2009 du Mobile World Congress de Barcelone. Oui mais voilà, depuis, on était sans nouvelle de ce smartphone aguichant doté du système d'exploitation WebOS vraiment innovant. Après l'annonce de Palm sur l'arrivée de deux nouveaux modèles, SFR a fait savoir par la voix de son Directeur général grand public et marketing Jean-Marc Tassetto qu'il proposera en avant première les Palm Pre Plus et Pixi Plus. *« SFR veut proposer un large éventail de smartphones à ses clients. Les Palm Pre Plus et Pixi Plus sont une vraie alternative à l'iPhone et nous prévoyons d'ouvrir des espaces dédiés dans nos 800 magasins »* nous a-t-il confié sur le salon. L'opérateur compte ainsi jouer au maximum la carte de la démonstration en magasin pour convaincre ses abonnés et nouveaux clients du potentiel des smartphones de Palm. L'opérateur ne proposera pas de forfaits spéciaux préférant s'appuyer sur son offre existante. Le Palm Pré Plus sera proposé entre 129 et 149 euros. Le Pixi Plus sera quant à lui commercialisé entre 29 et 49 euros, avec abonnement bien entendu.

Dante's Inferno

L'enfer selon EA

Une fois n'est pas coutume, ce n'est pas un blockbuster hollywoodien ou une bande dessinée à la mode qui va inspirer la prochaine grande sortie de l'éditeur américain, mais un poème du 14ème siècle. Après Dead Space, le studio californien de Visceral Games signe en effet un jeu d'action inspiré de la Divine Comédie de Dante Alighieri et plus particulièrement de la première partie du poème qui conte sa descente aux Enfers. *« Le jeu reprend la géographie du poème et suit Dante lors de sa traversée des neuf cercles de l'enfer »*, situe Mathieu Pastéran, Chef de produits chez Electronic Arts. Les neuf cercles correspondent à différents thèmes comme la luxure, la gourmandise, l'avarice, la colère…*« Chaque cercle donne lieu à des décors et musiques différents. Énormément d'éléments notamment graphiques ont été développés pour ce jeu, à tel point qu'il y aurait quasiment eu du matériel pour développer neuf jeux différents ! »*. Le joueur incarne donc ici Dante, parti à l'exploration des neuf cercles de l'enfer pour libérer Béatrice, sa chère et tendre. L'occasion de martyriser des hordes de démons et autres créatures tout droit tirées de l'imagerie traditionnelle de l'enfer tel que l'avait imaginé Dante Alighieri. Dante's Inferno respecte les codes du beat-em all à la lettre et se positionne sur le créneau des God of War, Devil May Cry et autres Bayonetta, avec une réalisation de haut vol et un bestiaire parfois dérangeant. Le jeu est classé PEGI 18. *« Le studio Visceral Games est spécialisé dans les jeux d'action plutôt adultes. L'une de ses particularités est de prendre le temps qu'il faut pour bien fignoler les jeux et optimiser leur finition un maximum »*. Pour communiquer sur le lancement du titre, Electronic Arts prévoit une campagne *« principalement online »* visant notamment les sites Web orientés gamers. Si le jeu rencontre le succès, il paraît probable que les deux cantiques suivants, abordant le purgatoire et le paradis, servent un jour à leur tour de contexte à un jeu vidéo. Electronic Arts annonce Dante's Inferno pour le 4 février sur PlayStation 3 et Xbox 360. Une version PSP sera publiée le 25 février.



Heavy Rain

L'aventure de la PS3

Sony Computer publiera Heavy Rain sur PlayStation 3 le 26 février prochain. Dernière production en date signée Quantic Dream (The Nomad Soul, Fahrenheit), le titre repose sur un scénario de thriller au fil duquel le joueur va diriger quatre personnages différents, dont les destins vont être voués à s'entrecroiser. Le scénario met en scène les méfaits d'un tueur en série. Le jeu, classé PEGI 18, s'adresse à un public mature avec son ambiance noire et ses thématiques adultes comme la perte d'un enfant que connaît l'un des protagonistes ou encore la toxicomanie d'un autre. Outre les déplacements de son personnage, le joueur peut effectuer différents types d'actions contextuelles qui s'activent en effectuant les manipulations ou mouvements correspondants à la manette. Pour communiquer sur ce titre qui est une exclusivité sur sa console de salon, Sony Computer va déployer un dispositif marketing conséquent, en deux temps. À partir de mi-janvier, l'éditeur va débuter une phase de teasing visant à recruter des consommateurs afin de les faire participer à une soirée spéciale organisée en l'honneur du jeu et prévue en février. L'arrivée du jeu en magasins sera ensuite accompagnée d'une campagne TV de trois semaines (chaînes hertziennes et spécialisées cinéma sur le câble), ainsi que sur Internet (habillage et bannières) sans oublier une campagne d'affichage, de la visibilité en presse spécialisée et bien entendu en magasins avec des outils de PLV. En ces temps où les titres exclusifs sont rares, Sony entend visiblement soigner cette production originale qui fera probablement parler d'elle à sa sortie.

2K Games

De la suite dans les idées

L'éditeur 2K Games, label du groupe Take Two, annonce pour le 9 février prochain la sortie de BioShock 2 sur PC, PS3 et Xbox 360. Après un premier volet très remarqué à sa sortie en 2007, ce jeu d'action en vue subjective repose sur un scénario prenant place cette fois dix ans après les événements du premier jeu. Le joueur va donc à nouveau arpenter la ville sous-marine de Rapture, à la recherche de réponses aux questions laissées en suspens à la fin du premier jeu. Les développeurs de 2K Marin ont implémenté pour cette suite un mode multijoueurs. Dans le même genre mais dans une ambiance post-apocalyptique bien différente, Borderlands du même éditeur profite d'une jolie actualité trois mois après sa sortie. L'éditeur a proposé en effet successivement deux épisodes supplémentaires en téléchargement payant. Dans The Zombie Island of Dr Ned, il s'agit d'enquêter dans une usine d'armes tandis que Mad Moxxi's Underdome Riot propose de participer à des combats en arènes pour affronter les pires ennemis de Pandora, en solo ou multijoueurs. Ces extensions sont proposées au prix de 9,99 euros (800 points Microsoft).

Nintendo soutient Monster Hunter

Capcom vient d'annoncer la signature d'un partenariat avec Nintendo pour le lancement de Monster Hunter Tri, le premier volet de la saga à paraître sur la console de salon et attendu pour avril prochain. Nintendo sera en charge de la distribution et de la promotion du jeu édité par Capcom sur les marchés européens et en Australie. Dans le rôle d'un chasseur de monstres, le joueur part à la recherche de créatures seul ou accompagné d'amis via la connexion WiFi. Un mode multijoueurs en écran divisé permet également de se lancer dans l'aventure à deux sur une console. Succès phénoménal au Japon, notamment via son aspect multijoueurs, la série Monster Hunter a jusqu'ici été principalement publiée sur PSP et PS2 en Europe. Cette sortie sur Wii est donc stratégique pour Nintendo comme l'a souligné Laurent Fischer, Directeur marketing Europe : *« Monster Hunter a un public énorme et fidèle au Japon et nous nous réjouissons de faire découvrir le titre à une nouvelle audience en Europe où la série fait sa première apparition sur Wii ».*

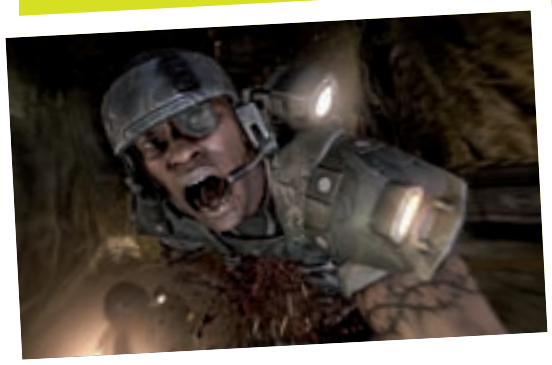
Pirates et fantômes chez Micro App

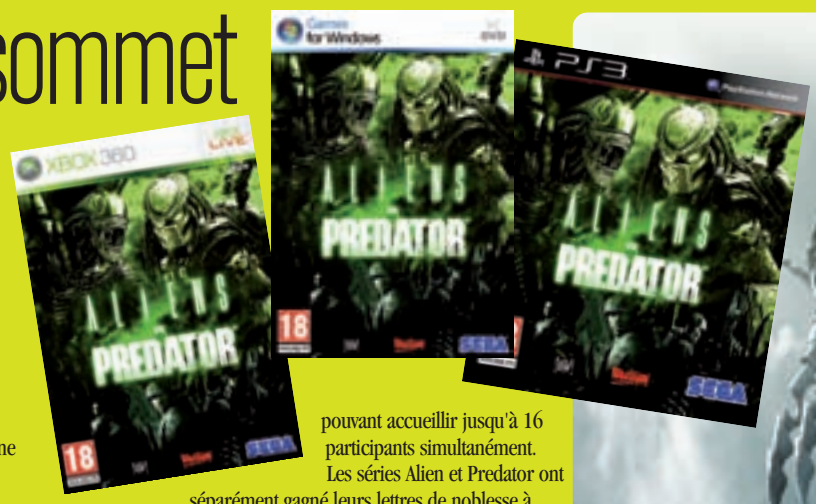
L'éditeur parisien, bien implanté dans le domaine du jeu d'aventure sur PC, annonce un nouveau titre du genre pour courant février. Avec son scénario mariant pirates et zombies sur une île des caraïbes et son look très bande dessinée, Ghost Pirates of Vooju Island pourrait être une bonne surprise dans le genre. Le joueur dirige ici trois pirates transformés en fantômes par une sorcière et dont l'objectif est de retrouver les corps. Chacun des trois protagonistes dispose de pouvoirs propres qu'il s'agira d'exploiter pour réussir.

Aliens vs Predator

rencontre au sommet

Avec Aliens vs Predator, Sega va mettre en scène fin février l'affrontement entre ces figures incontournables du cinéma fantastique. Ce jeu d'action en vue subjective, permettant d'incarner au choix un combattant humain Space marine, un alien ou un predator reprend la formule de la série du même nom parue sur PC il y a une dizaine d'année. C'est en effet le studio Rebellion, auteur de ces jeux à succès et même d'un très remarqué Alien vs Predator sur la console Jaguar d'Atari dès 1994, qui signe aujourd'hui ce jeu d'action reprenant la formule originale mais la remettant largement au goût du jour. Le scénario, simple et efficace, repose sur le massacre d'une colonie terrienne par les monstrueux aliens. Les Space marine arrivent à la rescousse, prévenus par un appel de détresse également intercepté par les predator, des chasseurs impitoyables. Les acteurs étant en place, le carnage peut commencer. *« Une campagne différente est proposée pour chacun des trois personnages, qui proposent des gameplays différents »*, explique Alexandre Chapt, Chef de produits chez Sega France. Face à la rapidité et à la férocité de l'alien, le predator peut compter sur sa force impressionnante et ses techniques de chasse tandis que les humains doivent miser sur un armement conséquent pour espérer survivre. *« Les trois scénarii s'entrecroisent et présentent l'action sous différents angles »*. Pour varier les plaisirs, le jeu propose également de revivre à plusieurs ce choc des monstres via les différents modes multijoueurs, pouvant accueillir jusqu'à 16 participants simultanément.





Les séries Alien et Predator ont séparément gagné leurs lettres de noblesse à Hollywood et fait la fortune de la Fox entre les années 80 et 90. La rencontre entre les deux licences s'est d'abord concrétisée sous la forme d'une bande dessinée, avant de devenir un jeu vidéo puis de passer sur le grand écran avec deux long-métrages Aliens vs Predator (2004 et 2007) mettant en scène l'affrontement entre les deux races de créatures. Sega reprend aujourd'hui le flambeau et entend bien contaminer les joueurs avec cette invasion d'aliens. *« Une majorité du dispositif marketing va être déployé sur Internet »*, explique Alexandre Chapt. *« Nous mettons en place une importante campagne sur Facebook. Nous avons fait appel à un studio spécialisé dans la création d'applications qui nous a concocté un jeu via lequel les inscrits au réseau social peuvent envoyer un facehugger* (forme première de l'alien, se greffant au visage de ses victimes pour les contaminer, ndlr) *à leurs contacts. Une campagne classique est également au programme sur Facebook, sur les sites de jeux vidéo et les spécialistes cinéma. Le jeu est également mis en avant dans la presse spécialisée jeux vidéo »*. L'éditeur annonce des partenariats avec Asus, autour des PC gamers ainsi que la chaîne TV SyFy. Aliens vs Predator, annoncé sur PlayStation 3, Xbox 360 et PC est classé PEGI 18.

Quantic Dre

Heavy Rain dans les starting-blocks

Fin février, la parution de Heavy Rain sur PS3 concrétisera le troisième jeu signé par les Parisiens de Quantic Dream, l'un des plus grands studios français. Une structure atypique, tant vis-à-vis de son positionnement éditorial que de ses méthodes de création, et qui travaille aujourd'hui pour la première fois en exclusivité pour un constructeur de consoles. David Cage, fondateur et PDG, revient pour nous sur le développement du jeu, les méthodes du studio et les pistes pour les projets à venir. L'interview a été réalisée le mardi 5 janvier. Par Patrick Hellio

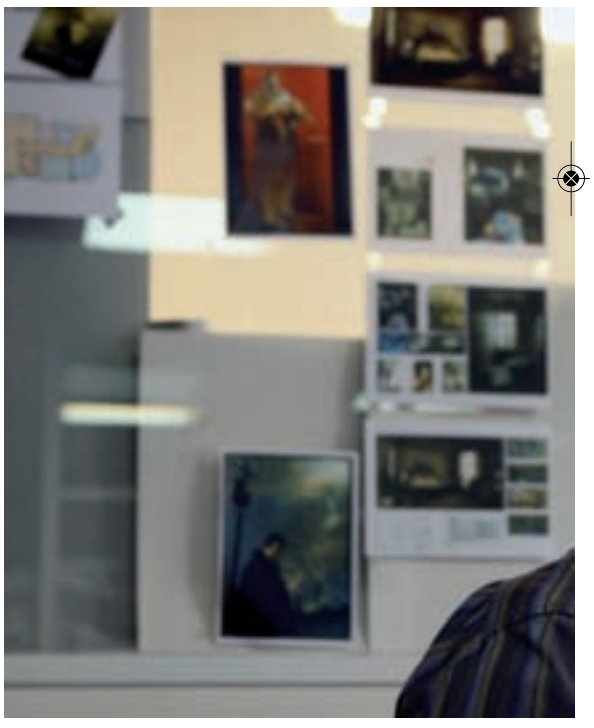
JDLI : À quoi consacrez-vous ces derniers jours du développement de Heavy Rain ?
David Cage : Le développement du jeu est actuellement dans la dernière ligne droite au cours de laquelle nous corrigeons les derniers petits détails. Même si le jeu est quasiment terminé, nous sommes encore à 100 % dans Heavy Rain à l'heure actuelle pour fixer les derniers bugs, faire les derniers ajustements de gameplay et nous assurer de la qualité du jeu dans toutes les langues. La date de sortie du jeu est fixée au 26 février prochain sur PS3. Ce sont pour nous les derniers moments d'un long périple puisque cela fait trois ans que nous travaillons et pensons exclusivement à ce titre. Il nous tarde maintenant de voir comment Heavy Rain va être accueilli par le public.

Combien de personnes ont travaillé sur Heavy Rain et sur quelle durée ?
Au pic du développement, jusqu'à 200 personnes ont travaillé simultanément sur le jeu, sans compter environ 80 acteurs et cascadeurs qui ont participé aux tournages de Motion Capture.

Avez-vous fait appel à des intervenants externes au cours du développement ?
Oui, pendant une durée d'un an environ, nous avons eu recours à une centaine de personnes supplémentaires. Toute la partie production graphique a en effet été sous-traitée en Chine, ainsi que la partie traitement des données liées aux séances de motion capture, qui a aussi été confiée à des équipes externes en Asie.

Pourquoi sous-traiter à l'étranger une partie de la production et comment travaille-t-on avec ces équipes ?
À la fois pour des raisons de coûts et des raisons pratiques. Avoir 200 personnes qui travaillent en France sur un jeu revient tout simplement trop cher et il n'est pas facile de trouver une centaine de graphistes formés immédiatement disponibles pendant un an à Paris… Heavy Rain a été un vrai défi dans ce domaine, car nous devions réussir à faire sous-traiter de manière efficace une partie non négligeable de la production sans compromis sur la qualité. Heavy Rain est à ce jour le plus gros titre outsourcé en Chine en termes de mois/homme. La sous-traitance reste un vrai investissement car il faut toute une structure pour le gérer. Dès la fin de Fahrenheit, sachant que nous allions devoir produire beaucoup de données liées aux animations contextuelles dans le jeu suivant, nous avons passé un an à rencontrer des sociétés à l'étranger. Nous avons audité des entreprises dans différents pays : en Inde, au Vietnam, en Chine et nous nous sommes chaque fois déplacés pour nous présenter et expliquer notre jeu. L'objectif était de les intéresser au projet, de leur donner une vision d'ensemble tout en les briefant de manière rigoureuse sur la partie artistique et technique. Cet investissement était particulièrement important pour nous, ainsi que de traiter nos interlocuteurs comme des partenaires plutôt que comme des prestataires. Il importait également de penser l'outsourcing comme un pipeline spécifique et d'y faire les investissements nécessaires. Le résultat a été à la mesure de nos attentes et c'est un process qui sera désormais utilisé sur toutes les futures productions du studio.

Quelles sont vos ambitions avec ce nouveau jeu ?
Nous voulions avant tout faire un jeu adulte et non pas destiné aux adolescents comme beaucoup de jeux vidéo le sont aujourd'hui. À chaque fois que je vais voir un film au cinéma ou que je suis une bonne série TV, je me demande toujours pourquoi le jeu vidéo n'arrive pas à recréer les mêmes sensations, à développer des scénarios aussi denses, profonds et intéressants. Avec Heavy Rain, nous poursuivons ce que nous avions commencé avec nos

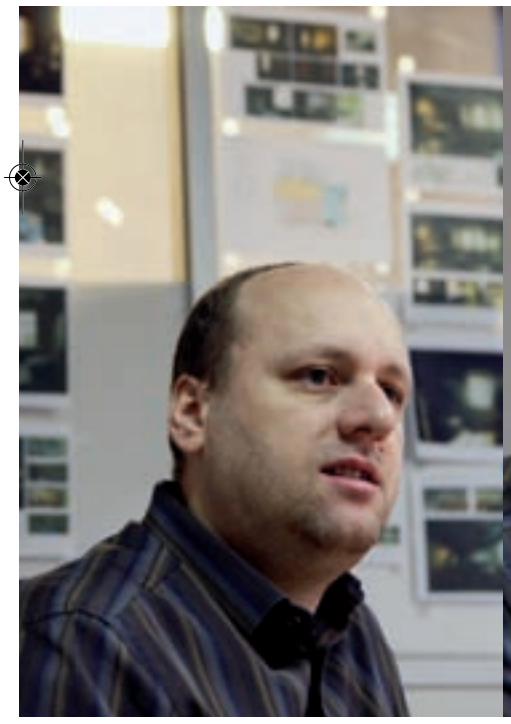


précédents jeux, essayer de communiquer des sensations inédites au joueur. Il n'y a aucune raison pour laquelle un jeu vidéo doit se limiter à abattre des hordes de monstres et autres zombies dans des couloirs lugubres. Il s'agit d'un média fantastique capable de créer des sentiments complexes et d'encourager l'utilisateur à se questionner sur une histoire, des personnages mais aussi ses propres sentiments. Dans Heavy Rain, nous avons cherché à surprendre le joueur en créant des émotions qu'on trouve plus couramment au cinéma que dans un jeu vidéo, comme la tristesse ou l'empathie. Je crois que la force d'un média réside dans sa capacité à générer des émotions complexes et intenses chez l'utilisateur. Heavy Rain essaie d'explorer ces possibilités et de voir s'il est possible de faire plus avec l'interactivité ou si elle doit se borner à déclencher de l'adrénaline.

Après Fahrenheit, vous mettez à nouveau en scène un univers de thriller urbain, dans un contexte américain. Pourquoi ?
C'est un peu par facilité… En reprenant le genre du thriller, on base son jeu sur un univers que le public connaît déjà, avec des codes et des repères qui sont coutumiers à tous car on les a vus dans une multitude de films ou de séries TV. Avec le contexte futuriste de notre premier titre The Nomad Soul, nous avions connu cette difficulté de devoir plonger le joueur dans un univers complètement inédit, où il ne disposait pas de repères en abordant le jeu. Cela demande un effort d'immersion de la part du joueur et l'on perd d'emblée une partie du public. Partir d'un contexte plus balisé permet de parler à tout le monde, tout comme le fait de baser ses personnages sur des archétypes. En partant de personnalités a priori familières au joueur, on facilite son entrée dans l'expérience et son identification aux personnages. On peut ensuite développer leur caractérisation et surprendre le joueur en lui donnant des aspérités qui les rendront véritablement uniques. Faciliter l'entrée du joueur dans l'expérience a été une priorité importante, notamment pour pouvoir raconter une histoire complexe et conserver en permanence l'intérêt et l'immersion du joueur. Heavy Rain va marquer la fin d'un cycle pour Quantic Dream, j'ai le sentiment avec ce jeu d'avoir dit ce que j'avais à dire sur ce type d'univers et d'avoir beaucoup appris en m'essayant à un genre très codifié. Je suis maintenant impatient de retourner vers d'autres univers, de raconter d'autres histoires et d'explorer d'autres possibilités.

Comment s'est passée la genèse de Heavy Rain ?
Après avoir terminé Fahrenheit en 2005, nous sommes repartis de zéro sur le plan de la technologie. D'un point de vue créatif, je voulais explorer la possibilité de créer un acteur virtuel capable de dégager des émotions et les implications technologiques que cela pouvait avoir. Sony avait beaucoup apprécié Fahrenheit et ils se sont rapidement montrés très intéressés par notre démarche. Ils nous ont proposé de présenter notre démo sur leur stand à l'E3 2006 si nous parvenions à terminer dans les temps, et c'est comme ça que nous avons développé le prototype The Casting en quatre mois. L'idée était de mettre en scène un personnage virtuel temps réel effectuant un essai pour figurer dans un prochain jeu. La première apparition de Heavy Rain s'est déroulée ainsi, le public ne connaissait que le titre et cette séquence. Cela ne l'a pas empêché d'être l'un des projets les plus remarqués sur le stand Sony et d'être même élu titre le plus attendu sur PS3 par le site Gamespot, devant tous les blockbusters de l'époque. Cela nous a évidemment confortés dans la direction que nous avions prise et aussi confirmé qu'il y avait bien une attente du public pour un autre genre d'expérience qui ne repose pas sur les mécanismes traditionnels des jeux vidéo. Nous avons travaillé ensuite plus de trois ans pour concrétiser ce que nous avions imaginé avec cette démo. L'expérience de Fahrenheit nous a énormément servi, tant nous avons appris de ce qui avait fonctionné et de ce qui n'avait pas marché. Nous avons par exemple intégralement repensé l'interface, mais aussi revu la manière d'aborder les scènes d'action.

Dans quelle optique avez-vous conçu l'interface de Heavy Rain ?
Elle est plus facilement appréhendable par le joueur et s'inscrit complètement dans l'action à l'écran. Les actions à effectuer s'inscrivent là où elles sont possibles, tout en indiquant comment les enclencher. Tout se passe ainsi directement dans la scène et l'on évite la partition entre l'interface 2D et le monde 3D qui apparaissait dans Fahrenheit, et qui pouvait désolidariser le joueur de l'action. L'objectif était de rendre le tout plus immersif, tout en restant appréhendable par le plus grand nombre. Nous avons aussi voulu privilégié dans l'interface l'immersion par le mouvement, en permettant par exemple à toutes les interactions avec le décor de se faire par le biais du stick analogique par un mouvement qui émule le mouvement réalisé par le personnage à l'écran, plutôt qu'en pressant un simple bouton. Lorsque l'on ouvre une porte, on effectue avec le stick le mouvement du bras du personnage à l'écran, et chaque action même insignifiante participe ainsi à l'immersion du joueur.



Quels sont les termes de votre collaboration avec Sony ?
Sony Computer finance la production et l'édition du titre. Heavy Rain sera une exclusivité pour la PlayStation 3.

Pourquoi avoir signé avec un constructeur ?
Il est tout d'abord prestigieux de travailler avec un constructeur comme Sony, dont la politique éditoriale est l'une des plus pertinentes de mon point de vue, notamment par sa capacité à prendre des risques. Ce genre de collaboration nous permet de profiter de moyens conséquents pour produire le jeu mais aussi de profiter d'une visibilité et d'une exposition que l'on n'aurait difficilement obtenues autrement. L'expérience de Fahrenheit nous a démontré que développer un jeu pour plusieurs machines simultanément demande beaucoup

d'énergie. Il faut rendre le jeu jouable avec différentes manettes, à la souris et l'on finit par aboutir à une jouabilité moyenne partout. Nous voulions faire un développement monoplate-forme afin de pouvoir nous focaliser sur une expérience de jeu bien précise en prenant en compte un contrôleur en particulier et en maîtrisant de bout en bout les conditions de l'expérience de l'utilisateur final. Travailler avec un constructeur comme Sony nous permet aussi d'accéder à certains outils de développement. Depuis le début, nous avons toujours cru en la PS3 et nous continuons aujourd'hui de la considérer comme la plate-forme la plus mûre tant technologiquement que conceptuellement.

Un studio indépendant comme Quantic Dream ne perd-il pas un peu de liberté avec ce genre de partenariat ?
Sony Computer nous a laissé toute latitude dans le développement de Heavy Rain. Tout simplement parce qu'ils nous ont fait confiance. C'est à mon avis une condition sine qua non pour qu'un studio puisse pleinement s'exprimer. On rencontre en fait deux types d'éditeurs aujourd'hui. D'une part, il y a ceux qui considèrent les studios de développement comme de simples prestataires dont la seule fonction est de délivrer un produit, que ce soit un jeu vidéo importe finalement peu. Il y a d'autre part les éditeurs qui ont heureusement la démarche inverse et qui veulent travailler avec des auteurs dans un climat de confiance et de respect réciproque. Je crois qu'il est difficile de créer un bon jeu sans confiance. La relation avec Sony a été pour nous exemplaire à cet égard.

Quantic Dream publie seulement un jeu tous les quatre ans environ. Pourquoi ?
Parfois, on nous reproche de prendre du temps pour développer nos jeux. Je n'ai jamais considéré que développer le plus de titres possible était un objectif pour nous. Il y a des studios qui font cela très bien mais ce n'est pas notre politique. Nous essayons simplement de faire de notre mieux pour chacun de nos jeux et nous avons aussi la chance de signer avec des éditeurs qui nous accordent cette latitude. Depuis la création de Quantic Dream il y a 12 ans, le studio a cette particularité de développer l'intégralité de sa technologie en interne, de toujours travailler sur des propriétés intellectuelles créées également en interne et sur des concepts originaux. Pas de suites à répétition, pas de stratégie opportuniste, pas de cynisme ni vis-à-vis des joueurs ni des éditeurs, une implication totale de l'équipe dans chaque projet. Si cela signifie de ne pas faire 10 jeux par an, ça ne me pose pas de problème.

Avez-vous conçu Heavy Rain pour qu'il puisse se vendre dans le monde entier ?
Quand on travaille avec un éditeur comme Sony sur un projet AAA, il est évident que le projet va se destiner à un public international. Nous savons qu'une bonne partie de notre public se trouve en Europe, une autre aux États-Unis et que le jeu peut aussi se faire remarquer au Japon où il correspond à un genre du thriller assez populaire. Le jeu a été traduit en 16 langues différentes, dont 10 doublées en audio.

Comment bilan tirez-vous aujourd'hui de Fahrenheit, votre précédent titre paru en 2005 ?
Extrêmement positif, tant du point de vue des critiques, de ce que l'on a appris avec ce jeu que de l'accueil du public. Les ventes ont été satisfaisantes, même si le jeu aurait dû beaucoup mieux se vendre aux US. C'est d'ailleurs une difficulté que de nombreux studios européens rencontrent avec le marché américain. Le potentiel de Fahrenheit sur le marché outre-Atlantique a été significativement sous-estimé et, mise en place réduite oblige, le jeu s'est retrouvé très vite en rupture de stock. Cette version américaine avait par ailleurs été censurée... Fahrenheit a bien fonctionné en Europe, il est par exemple resté plusieurs semaines dans les tops des charts en Angleterre, ce qui n'était pas arrivé à un jeu français depuis un certain temps. Et puis développer Fahrenheit sur plusieurs plates-formes dont les consoles avait été un vrai défi technique pour nous, sachant que le jeu utilisait une technologie propriétaire (c'est d'ailleurs la version PS2 qui s'est le plus vendue). Enfin, Farenheit nous a apporté une certaine exposition, notamment médiatique mais aussi auprès de la profession. Avant ce titre, nous n'existions quasiment pas pour les éditeurs étrangers majeurs. Après sa sortie, la plupart des éditeurs s'intéressaient à nos prochains projets.

Avec Farenheit , vous aviez envisagé la vente sous forme d'épisodes. Cela serait-il possible aujourd'hui ?
Nous avions pensé à l'origine le jeu sous la forme d'une série en épisodes. Cela ne s'est pas fait à l'époque car nous avons pensé, avec notre éditeur, que le marché n'était pas encore prêt pour ce genre de format, tant sur le plan technique que des mentalités. Cinq ans plus tard, la situation a changé et je pense que les premiers qui se lanceront avec un bon projet sur ce créneau pourront convaincre le marché. Le format par épisodes a un énorme potentiel, à condition de le penser comme une série TV dont l'addiction repose sur l'histoire et les personnages. On devient accro à une série parce qu'on s'attache aux personnages et qu'on veut savoir ce qui va leur arriver, ce qui suppose une qualité d'écriture et bien sûr un format interactif qui permette de jouer une histoire, ce qui correspond à ce que nous avons développé avec Heavy Rain…

Pensez-vous à ce format pour votre prochaine production après Heavy Rain ?
Heavy Rain lui-même peut être considéré comme un format hybride avec ces quatre personnages aux points de vue et destins qui s'entrecroisent, un processus très populaire dans les séries TV. Nous allons commencer par expérimenter différentes possibilités sous la forme de DLC avec Heavy Rain, mais le contenu épisodique est certainement un format sur lequel Quantic Dream va très sérieusement se pencher.

En quoi vont consister excactement ces DLC ?
Des épisodes supplémentaires seront proposés en téléchargement, qui apporteront des éléments supplémentaires sur l'histoire des personnages. On pourra ainsi apprendre pourquoi Madison est insomniaque dans le jeu, pourquoi Jayden est toxicomane… Nos approche du DLC est de permettre au joueur d'étendre son expérience s'il le souhaite. Comme il y a souvent une certaine suspicion à cet égard suite à certains abus, le jeu original de Heavy Rain est bien évidemment complet, les DLC sont véritablement du contenu complémentaire, pas du contenu manquant au jeu original…

Quantic Dream dispose d'un studio de capture de mouvements. Quel est son usage ?
Nous travaillons avec différents clients dans des registres comme la publicité avec les spots Burn de Coca-Cola, Laboratoire Garnier ou encore Michelin pour ne citer qu'eux. Nous avons aussi fait toute la motion capture pour le film Immortel d'Enki Bilal. Nous travaillons avec tous types de partenaires qui ont besoin de séquences de capture de mouvement et peuvent profiter de notre expérience dans le domaine. Nous faisons de la capture de mouvements depuis une dizaine d'années, à partir du moment où nous avons voulu obtenir des volumes importants d'animations réalistes de qualité. La Motion Capture est incontestablement la meilleure solution pour y parvenir, avec une technologie qui est maintenant arrivée totalement à maturité.

Voir tous les détails sur le lancement de Heavy Rain page 32.

ann_230x300_ML_MOBILTYMAN:Mise en page 1 23/10/09 10:17 Page1

Be Mobile, Simply.

MOBILITY LAB™

Création : www.graphoblique.fr. Photo : istock / Julos

Soyez 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

CUBE USB MINI SPEAKER

WIRELESS RECHARGEABLE OPTICAL WR100

MINI DESIGN TOUCH USB

FASHION HD OPTICAL MOUSE

ULTRASLIM UNIVERLAB 90 W

Konami

Les valeurs sûres sur portables

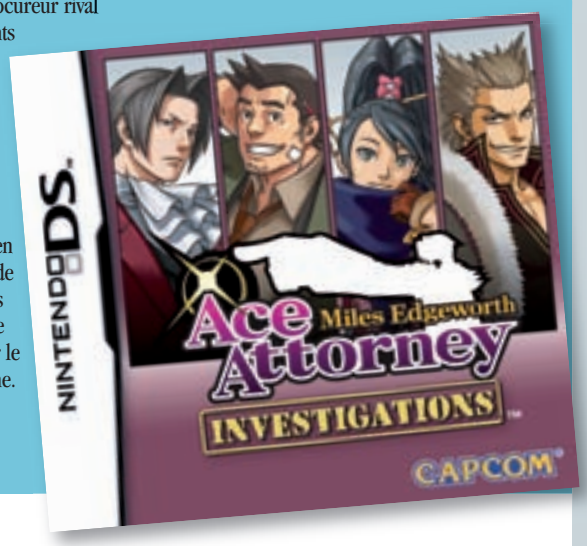
L'éditeur japonais a confirmé le 27 mai prochain comme date de sortie de Metal Gear Solid : Peace Walker sur PSP. Cet épisode exclusif à la console portable de Sony de la célèbre série de jeux d'action et d'infiltration reposera sur un scénario spécifique. Celui-ci prendra place en Amérique Centrale dans les années 70. Dans le contexte de la guerre froide, Naked Snake devra enquêter sur d'étranges activités repérées au Costa Rica. Si les possesseurs de la console devront donc patienter encore quelques mois avant de se procurer le jeu, l'éditeur a d'ores et déjà mis en ligne une démo jouable du titre à télécharger via le PlayStation Network.

On change de console et d'univers avec le prochain jeu basé sur la licence Yu-Gi-Oh. Prévu pour mars sur Nintendo DS, Yu-Gi-Oh ! 5D's World Championship 2010 : Reverse of Arcadia est annoncé par Konami comme le titre étant *« la version la plus fidèle du jeu de cartes à collectionner Yu-Gi-Oh sur Nintendo DS »*, mais aussi *« le plus complet »* puisque le joueurs auront accès à plus de 3 500 cartes différentes. Le titre comprendra divers modes de jeu, dont celui bâti autour d'un scénario qui poursuit celui de la série animée et bien entendu les sections multijoueurs jouables en WiFi.

Capcom

remonte à la barre

L'éditeur japonais annonce pour le 19 février la sortie d'Ace Attorney Investigations : Miles Edgeworth sur Nintendo DS. Ce dernier-né dans la série des Ace Attorney joue la carte de la rupture, en invitant à incarner un autre personnage, Miles Edgeworth, le procureur rival du héros des précédents opus, l'avocat Phoenix Wright. Le jeu alterne scènes au tribunal où il s'agit de participer aux débats et enquêtes sur le terrain où le joueur doit identifier des indices concernant les enquêtes en cours. Capcom annonce de nouvelles techniques dans cet opus comme un mode « logique » pouvant aider le joueur à élucider un crime.



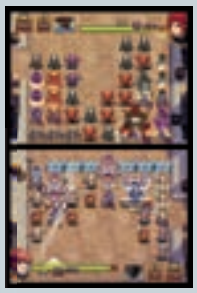
Gameloft

passe un cap sur iPhone

L'éditeur spécialiste du jeu sur plates-formes mobiles vient d'annoncer avoir vendu plus de 10 millions d'applications de jeux sur l'App Store, la boutique en ligne commercialisant les titres pour iPhone et iPod Touch. Un score réalisé en un an et demi, depuis l'ouverture de la plate-forme de téléchargement d'Apple. Fin 2009, le catalogue de jeux Gameloft disponibles sur App Store s'élevait à 55 titres dont 35 publiés au cours de l'année. *« Cette année aura été exceptionnelle pour Gameloft »*, souligne Michel Guillemot, PDG. D'après l'éditeur, les performances ont été dynamisées en fin d'année via le succès de deux titres forts sur les plates-formes Apple, à savoir NOVA Near Orbit Vanguard Alliance et James Cameron's Avatar qui se sont trustés les tops des ventes dans plusieurs pays.

Might and Magic

en version portable



Série historique dans le domaine du jeu de rôle, Might and Magic fait aujourd'hui ses premiers pas sur la console portable de Nintendo avec Clash of Heroes. Le contexte de cet opus sur Nintendo DS prend place avant les événements de Heroes of Might and Magic V et propose de parcourir l'aventure par le biais de cinq personnages différents, pour autant de factions disponibles. Il s'agit ici de participer à des batailles et d'adopter les bonnes stratégies pour lutter contres les armées adverses et des boss. L'exploration est également de mise, le joueur pouvant acquérir des objets précieux pour améliorer ses unités ou encore participer à des chasses au trésor pour récupérer des pouvoirs magiques supplémentaires. Des modes multijoueurs en WiFi répondent également à l'appel de ce jeu, d'ores et déjà disponible en magasins.

L'iPhone

dans la course

Dans la foulée des versions Wii et PSP et en attendant les versions next-gen pour cette année, Codemasters propose une version iPhone de F1 2009, sa simulation de Formule Un. Le jeu permet de retrouver ici 17 circuits du championnat du monde de la FIA, une dizaine d'équipes mais aussi une vingtaine de pilotes différents. Deux modes de jeu sont disponibles : meilleur temps où il faut effectuer un tour de circuit le plus rapide possible et endurance où il faudra être le plus rapide sur six, neuf ou 12 tours. Les scores peuvent ensuite être partagés en ligne.

Music TREND
Vintage
T'nB
Electro
Vintage
Rock
Punky
Death Metal
Music TREND
Vintage
Casques
XtremBass
Ultra design et bénéficiant de la technologie Xtrem Bass, les casques T'nB vous offrent le meilleur du son grâce à une acoustique claire et des basses profondes.
Vintage, Electro, Punky, Rock ou Death Metal :
toutes les tendances se déclinent dans des créations uniques signées T'nB pour révéler le meilleur son de votre personnalité.
MULTIMEDIA
AUDIO-VIDEO
PHOTO-VIDEO
RANGEMENT
CONNECTIQUE
T'nB INTELLiGENT accessories
http://musik.t-nb.com

Archos : la c

Après une année 2008 en demi-teinte, Archos a effectué un virage stratégique majeur en élargissant ses gammes de produits pour toucher de nouveaux marchés. Fort d'une augmentation de capital réussie, le constructeur français attaque la nouvelle année avec d'importantes ambitions comme nous le confie Didier Grychta, Directeur Général France et Europe du Sud. par Driss Abdi

Entretien avec
Didier Grychta
Directeur Général France et Europe du Sud

JDLI : Quel bilan peut-on tirer de l'année qui s'est achevée? Quelles sont les perspectives pour 2010 ?
Didier Grychta : Après une année 2008 difficile, 2009 a été marquée par le redémarrage d'une nouvelle stratégie et s'est achevée par une augmentation de capital. Du coup, cela va nous permettre de prendre un nouveau départ en 2010 et de financer l'ensemble de nos projets. En 2009, nous avions pour objectif de sortir de la niche dans laquelle nous étions afin d'élargir notre offre à d'autres familles de produits. Ainsi, Archos est de retour sur le marché du MP3 et nous sommes également présents sur le marché du netbook. Cette stratégie a été payante, avec un leadership des Archos 2 et Archos 3 sur le segment de moins de 100 euros. Notre netbook Archos 10 lancé au printemps dernier a rencontré un vif succès et sur la fin d'année, l'Archos 9 Pctablet connait une forte demande malgré son positionnement tarifaire de 500 euros. Enfin, notre marque a gagné en visibilité sur les linéaires.

Quelle est votre position actuelle sur le marché et en quoi la crise a-t-elle affectée vos résultats ?
Archos s'est remis en question bien avant la crise et nous sommes arrivés sur le marché avec des produits qui correspondent aux attentes des consommateurs. Sur le segment des baladeurs MP3/MP4, nos parts de marché ont doublé d'après les derniers chiffres GfK. Côté netbook nous avons réussi à installer Archos dans un paysage fortement concurrentiel. Pour ce faire, nous nous différencions soit par de la thématique avec par exemple le cartable numérique, soit par de l'innovation avec l'Archos 9 Pctablet qui est unique en son genre. La génération 7 de baladeurs vidéo, qui a été lancée en octobre avec un système d'exploitation Android, rencontre également un grand succès notamment pour la version flash de 32 Go très fine et vraiment légère. Pour les tablettes Internet, l'accent a été mis sur le merchandising et nous continuerons en 2010. Nous avons mis en place un espace spécifique dans des enseignes majeures telles que Boulanger ou Darty, afin de bien expliquer les multiples usages du produit. Avec la Fnac, nous proposons un espace exclusivement dédié aux produits Archos.

Dans quel but venez-vous de procéder à une levée de fonds ?
La levée de fonds a été couronnée de succès (une demande totale de plus de 11 millions d'actions pour une valorisation de plus de 24,5 millions d'euros, soit 146,45% de l'émission, ndlr) ce qui démontre l'intérêt des investisseurs pour le Groupe. Nous sommes donc en mesure de financer des projets qui nous tiennent à cœur et d'assurer une nouvelle phase de développement pour Archos. Les investissements se porteront sur deux pôles essentiels, à savoir la R&D et le marketing.

Comment faire la différence sur un marché aussi mature que celui du baladeur ?
Historiquement, Archos s'est démarqué avec des produits qui vont au delà du simple baladeur. Aujourd'hui, il faut se différencier par les nouveaux usages tels que l'Internet ou les applications Android. Archos a toujours été précurseur sur les usages et l'innovation. Le design et la simplicité d'utilisation sont également importants, comme le prouve le succès de l'Archos 3. Dans tous les cas, il reste encore une marge de progression.

Pourquoi et avec quels atouts Archos a fait une offensive sur l'entrée de gamme?
Archos s'est associé à de puissants partenaires chinois pour sortir une gamme de produits mass market très

" Aujourd'hui, il faut se différencier par les nouveaux usages tels que l'Internet ou les applications Android. "

croissance retrouvée

compétitive. Nous avons l'avantage d'être plus réactifs que certains de nos concurrents. Encore une fois, notre grande force est dans la R&D et le contrôle de nos produits. Nous sommes donc en mesure de proposer des produits très compétitifs, tout en gardant la main mise sur l'architecture et le design.

Quelles sont vos ressources en R&D ? Développez-vous tous vos produits en interne ?
Dans la réorientation stratégique que nous avons entreprise il y a un an, nous avons décidé d'élargir notre production avec d'un côté des produits développés à 100 % en interne, et de l'autre des gammes créées avec nos partenaires. Dans tous les cas, nous sommes attentifs à la qualité et au respect du cahier des charges.

Comment voyez-vous évoluer le marché du baladeur vidéo ?
De nouveaux usages vont se développer autour des applications. Pour s'en convaincre, il suffit d'observer le succès que rencontre Apple avec son App Store sur iPhone et iPod Touch. Android nous permet de proposer le même type d'applications sur des produits plus ouverts et plus libres. Par ailleurs, les ventes de modèles à disque dur sont toujours soutenues car certains clients utilisent nos produits pour stocker quantités de données, comme de la vidéo HD. La répartition de nos ventes montre qu'il est possible de toucher une population plus large, en adressant à la fois les segments du disque dur et de la mémoire flash. Notre baladeur de 500 Go est par exemple très demandé. Le développement de la vidéo haute définition, qui demande une forte capacité de stockage, n'y est pas étranger.

Pourquoi Archos s'est-il lancé sur le segment du netbook ainsi que du notebook ?
Parce qu'il y a une vraie cohérence pour Archos d'investir sur ce marché. Historiquement Archos a toujours été présent dans tout ce qui attrait à la mobilité, la connectivité et le divertissement. Le netbook rentre totalement dans ce cadre. Aujourd'hui, netbook et tablette Internet sont des outils de consultation plutôt que de production. Les consommateurs veulent accéder rapidement à l'information, ce qui n'est pas forcément compatible avec un PC classique.

Quel est le premier bilan ?
Archos a gagné de la visibilité grâce à cette stratégie d'élargissement des gammes. C'est à la fois un gain du point de vue de l'innovation que des volumes grâce à des prix très compétitifs.

N'est-ce pas compliqué d'arriver en distribution face à des géants comme HP ou Acer ?
Bien sur que c'est compliqué et c'est pour cela que nous avons choisi de nous différencier. Nous sommes ainsi les seuls à proposer le cartable numérique, c'est-à-dire un PC dédié aux enfants en partenariat avec le site Maxicourt qui offre un an de soutien scolaire en ligne gratuit. D'autre part, l'Archos 9 Pctablet est unique, nous sommes aujourd'hui les seuls sur le segment du PC Tablet sous Windows 7. Face aux géants de l'IT, il n'y avait pas d'autre solution que de proposer des offres qui fassent la différence.

L'Archos 5 Internet Tablet fait le pari d'Android, pourquoi avoir abandonné votre propre logiciel ?
Nous utilisons la même base Linux avec Android. On voit bien que l'enjeu aujourd'hui ce sont les applications, domaine dans lequel Apple a une longueur d'avance. Android est la seule alternative et c'est le pari que nous avons fait en investissant sur la plate-forme de Google

Vous avez devancé Apple en lançant l'Archos 9 PCtablet, est-ce selon vous un marché porteur ?
C'est clairement un marché de niche au départ mais il est appelé à se développer. Si on fait un parallèle avec l'évolution des écrans tactiles sur le téléphone mobile qui étaient autrefois cantonnés aux smartphones professionnels, c'est un secteur à très fort potentiel sur lequel Archos est précurseur. Nous ne serons d'ailleurs plus les seuls dans quelque mois (la rumeur veut qu'Apple s'apprête à lancer sa tablette Internet courant 2010, ndlr).

Ordinateurs port

L'évidence mobile

Opter pour un ordinateur 13 pouces est a priori la meilleure solution pour concilier mobilité et confort d'utilisation. L'offre est variée avec des modèles performants, autonomes et très accessibles désormais. Malgré cela, ceux-ci ont du mal à trouver leur place entre le netbook et le notebook standard. Un effort pédagogique et de mise en avant en magasin seront sans doute nécessaires pour convaincre vraiment. par Driss Abdi

Quel ordinateur faut-il recommander à un utilisateur ne voulant pas s'encombrer pendant ses déplacements ? À première vue, le netbook, qui a démocratisé l'ultramobilité avec un tarif très bas, semble être une bonne solution. Néanmoins, il suffit d'en utiliser un pendant quelque temps pour vite se rendre compte de ses limites aussi bien en termes de performances que de prise en main. Ainsi, même si le netbook se décline à présent en 11,6 pouces, il est encore loin du 13 pouces en termes de confort. En effet, cette taille représente le meilleur compromis pour voyager léger, sans pour autant s'abimer les yeux avec un petit écran. Les modèles récents sont à peine plus lourds qu'un netbook avec un encombrement très acceptable aussi. Il suffit de voir les Macbook Air ou MSI X340 pour s'en convaincre. De plus, leur châssis est suffisamment large pour intégrer un vrai clavier et en finir avec les crispations liées à la saisie d'un long texte.

Asus
UL30A-0X090V

Le plus sexy

Après l'UX50, Asus continue d'investir le monde de l'ultramobilité avec l'UL30, un modèle de 13,3 pouces qui ne pèse que 1,7 kg pour seulement 14,8 mm d'épaisseur. Le constructeur a soigné le design avec un capot en métal brossé noir et un châssis laqué. Le clavier évolue aussi avec de larges touches espacées plus confortables pour la saisie. Doté d'un écran LED de 13,3 pouces et d'une batterie six cellules pour le modèle de base, on pourra donc facilement l'emporter partout avec une autonomie annoncée de six heures. Le processeur cadencé à 1,3 GHz suffira pour toutes les applications courantes et s'agissant d'un modèle double cœur, on pourra lancer deux opérations simultanément. En revanche il ne faut pas trop en demander à la carte graphique très basique. Si l'UL30 est dépourvu de graveur DVD, la connectique en revanche est complète avec entre autres trois ports USB, un lecteur de cartes mémoire 5 en 1 et une sortie HDMI. Pratique quand on sait que cette dernière équipe déjà tous les téléviseurs HD actuels et de plus en plus de moniteurs. Dernier détail et non des moindres, une sacoche et une souris sont également fournies.

- Processeur : Intel ULV Core 2 Duo SU7300 (1,3 GHz)
- Mémoire : 4 Go
- Écran : 13,3 pouces (1366 x 768)
- Puce graphique Intel GMA X4500 HD
- Disque dur : 320 Go
- Connexions : WiFi n, HDMI
- Poids : 1,7 kg

740 €

Apple
Macbook

Le plus craquant

Le Macbook est le notebook le plus abordable chez Apple. Récemment mis à jour, il bénéficie à l'instar des Macbook Pro d'une coque unibody redessinée en polycarbonate blanc laqué. Si la finition est irréprochable, le poids est en revanche conséquent pour la catégorie. À présent équipé d'une batterie longue durée, le Macbook bénéficie d'une autonomie importante jusqu'à six heures. L'écran rétro-éclairé LED est bien contrasté, avec des couleurs fidèles à la réalité. Le clavier est irréprochable avec des touches bien dimensionnées et espacées. Toutefois, elles ne sont pas rétro-éclairées. Le touchpad en verre est large et dépourvu de boutons. Très pratique, il offre des fonctionnalités inédites en utilisant jusqu'à quatre doigts avec Mac OS X. Toute la connectique est regroupée sur la tranche mais il faut se contenter de deux ports USB seulement et le HDMI manque à l'appel. Côté performances, le Macbook est adapté à tous les usages avec son processeur polyvalent. Enfin, la carte graphique autorise le jeu en 3D à condition de baisser le niveau de détail et d'opter pour des titres anciens.

- Processeur : Intel Core 2 Duo (2,26 GHz)
- Mémoire : 2 Go
- Écran : 13,3 pouces (1280 x 800)
- Puce graphique Nvidia Geforce 9400M
- Disque dur : 250 Go
- Connexions : WiFi n
- Poids : 2,13 kg

900 €

tables 13 pouces

La polyvalence en plus

Malgré les apparences, le netbook n'est pas un ultraportable comme un autre. En effet, il s'agit plutôt d'un ordinateur portable d'appoint destiné à un usage vraiment spécifique. S'il est bien adapté à la navigation sur Internet et à la consultation des e-mails, les choses se compliquent pour les gros travaux de bureautique et le multimédia. Là encore, choisir un modèle de 13,3 pouces un peu plus onéreux permet aussi d'aller plus loin. Les composants sont généralement plus puissants à commencer par le processeur, centre névralgique de tout ordinateur. Quand les netbooks font appel au processeur Atom d'Intel, les modèles de 13 pouces lui préfèrent un processeur de type ULV (Ultra Low Voltage soit basse consommation) qui permet de faire fonctionner toutes les applications dans de bonnes conditions, tout en optimisant la consommation électrique. Généralement, l'autonomie est donc conséquente malgré l'écran plus grand qui fort logiquement consomme plus d'électricité. À noter que le Core 2 Solo laisse désormais la place au Core 2 Duo. À fréquence égale, ce nouveau processeur intègre deux cœurs, ce qui ne change pas grand-chose en termes de performances pures mais a l'avantage d'ouvrir les portes du multitâche. Au final, il n'y a guère que les applications les plus lourdes telles que le montage vidéo en haute définition qui soient exclues, et encore. Certains, comme Apple avec le Macbook, font pratiquement jeu égal avec des portables de taille plus conséquente, mais le poids et l'épaisseur du châssis s'en ressentent aussi, surtout pour la catégorie. Outre le processeur, d'autres facteurs entrent également en ligne de compte pour une expérience utilisateur qui soit vraiment agréable et proche de ce que peut offrir n'importe quel desktop. C'est notamment le cas de la mémoire. Là encore, le netbook fait le strict minimum en embarquant généralement 1 Go seulement qui suffit tout juste à charger le système d'exploitation et à lancer quelques applications. Tous les ordinateurs de 13 pouces proposent au minimum 2 Go de mémoire. Il est également utile de savoir qu'aller au-delà de 3 Go n'est pas forcément utile. En effet, dans sa version 32 bits, Windows n'est pas en mesure de gérer plus.

Taille fine

Pour alléger le portable et affiner ses lignes, les constructeurs n'y sont pas allés par quatre chemins. La plupart du temps, c'est le graveur de DVD qui fait les frais de cette cure de minceur. S'il est indispensable pour le consommateur, c'est l'occasion de valoriser une gamme d'accessoires cohérente en lui proposant un graveur externe. Il suffira de le connecter à un port USB pour graver des DVD ou installer un logiciel à partir d'un CD. Plusieurs

HP

Probook 5310m

Le plus pro

Le Probook 5310m s'adresse aux professionnels qui utilisent également leur ordinateur pour se divertir. Mieux, HP a particulièrement soigné le design qui change des modèles actuels épais et grisâtres. Ainsi, le châssis mélange aluminium brossé et plastiques laqués pour offrir un look vraiment valorisant. La finition est toute aussi soignée, avec un traitement anti-rayures et un clavier résistant aux éclaboussures. D'autant que pour ne rien gâcher, il reste très pratique pour la saisie. S'agissant d'un ordinateur pour les professionnels, HP offre de nombreuses solutions de sécurisation des données, de protection du disque dur mais aussi des garanties poussées. Outre le WiFi, on pourra insérer une carte SIM dans le logement adéquat pour naviguer sur Internet en 3G+. Sinon pour se divertir, le Media Center donne facilement accès à tout le contenu multimédia. Le processeur retenu est très performant, ce qui procure d'excellentes performances tout en offrant aussi une bonne autonomie. Au final, le Probook 5310m est un ordinateur séduisant et puissant proposé à un prix abordable qui pourrait bien convaincre au delà de la cible professionnelle.

- Caractéristiques : Intel Core 2 Duo P9300 (2,26 GHz)
- Mémoire : 2 Go
- Écran : 13,3 pouces (1366 x 768)
- Puce graphique Intel GMA 4500M HD
- Disque dur : 320 Go
- Connexions : WiFi n, 3G+
- Poids : 1,65 kg

755

Toshiba

Satellite T130-12G

Le plus élégant

Souvent critiqué pour l'épaisseur de ses ordinateurs, Toshiba aborde le marché de l'ultrafin de la plus belle des manières. Très fin avec 22,2 mm d'épaisseur seulement, le T130 est aussi un poids léger du haut de son 1,76 kg. La finition est soignée, avec un design original à motif et une coque laquée aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. Reste que globalement, il faudra se contenter de travaux de bureautique et d'un peu de multimédia. En effet, le processeur est modeste avec une fréquence limitée de 1,3 GHz seulement. Toutefois, s'agissant d'un modèle double cœur, il sera possible de lancer simultanément deux applications. La mémoire affiche 4 Go, mais la version de Windows 7 en 32 bits n'en reconnait que trois. Bien entendu, on retrouve des fonctionnalités inaugurées avec les générations précédentes et notamment les ports USB « Sleep N Charge ». Pratique pour continuer à charger la batterie des périphériques connectés même lorsque l'ordinateur est éteint. De plus, le HDMI autorise une connexion aisée au téléviseur plat et le disque dur bénéficie d'une protection avancée avec un capteur d'impact en cas de chute.

- Caractéristiques : Intel ULV Pentium SU4100 (1,3 GHz)
- Mémoire : 4 Go
- Écran : 13,3 pouces
- Puce graphique :Intel GMA 4500M HD
- Disque dur : 250 Go
- Connexions : WiFi n, HDMI
- Poids : 1,76 kg

600

Ordinateurs portables 13 pouces

graveurs sont disponibles, de l'ultra-slim qui se mariera à la perfection avec un ultraportable, au graveur externe de bureau que l'on ne pourra pas emporter en déplacement mais qui offre une vitesse de gravure plus importante. La connectique des ordinateurs 13 pouces couvre généralement tous les usages, ce qui est déjà un exploit quand on voit les dimensions de la plupart des châssis. Pour l'USB, deux ports sont intégrés au minimum sauf sur le Macbook Air d'Apple qui fait bande à part avec son unique connecteur. Le HDMI est également largement répandu pour connecter l'ordinateur à un moniteur compatible ou à un téléviseur. C'est d'autant plus pratique qu'un seul câble suffit pour faire transiter l'image et le son. Il suffit simplement d'emporter un câble HDMI qui trouvera aussi sa place dans le rayon informatique. Enfin, si l'espace de stockage est généralement modeste, un disque externe suffira pour y remédier d'autant que les prix ont beaucoup baissé. Il viendra se brancher sur un port USB, d'où là encore l'importance de ces derniers. À la vue de ces éléments, il ressort que les quelques limitations des portables de 13 pouces sont facilement dépassées en proposant les accessoires adéquats dans le rayon. Graveur externe, câbles USB ou HDMI, souris et autres disques durs.

L'atout design

Toutefois, c'est probablement le design qui fera toute la différence au moment de l'achat. En effet, après Apple et son étonnant Macbook Air, les constructeurs tels que Acer, Asus ou encore Toshiba jouent tous la carte de l'ultrafin avec des châssis peu encombrants et vraiment légers. On se retrouve au final avec un volume pratiquement équivalent au netbook, le look et l'autonomie en plus. D'autant qu'en termes de design, tous font des efforts et surtout se démarquent par des styles différents, l'occasion de revaloriser un rayon en plaçant l'objet en son centre et en évitant l'alignement. D'autant que la différence de prix avec un netbook reste vraiment raisonnable et pleinement justifiée. Le design et la personnalisation ne se paient donc pas le prix fort, une raison de plus pour le montrer au consommateur. Car si pour l'heure les 13 pouces ULV ne semblent pas vraiment trouver leur public, il faut aussi avouer que rien n'est fait dans ce sens. En dehors d'Apple qui profite toujours d'une mise en avant particulière, les autres se retrouvent alignés dans le rayon notebook sans aucune mise en avant. Si on veut justifier la dépense par rapport au netbook et montrer l'avantage nomade face à un ordinateur plus grand, il faut déjà expliquer le confort et les performances par une PLV ciblée et l'expérience utilisateur. De même, le nomadisme doit être mis en avant par l'exposition et la valorisation de l'autonomie. L'aspect design nécessite aussi un effort de mise en scène pour qu'il se distingue. Et en amont, une communication orientée bénéfice consommateur avec quelques idées clefs comme la mobilité, le confort, le design et la performance aiderait sans doute aussi, un peu à l'image de ce que Samsung a mis en œuvre pour ses téléviseurs LED.

Sony

Vaio VGN-SR59VG/H

Le plus puissant

Bien qu'il s'agisse là aussi d'un modèle de 13,3 pouces, le SR59 fait preuve d'un bel embonpoint et d'un poids relativement conséquent pour la catégorie. En contrepartie, il se démarque également avec des performances au dessus du lot grâce à un processeur très puissant. De plus, le disque dur offre une capacité de stockage conséquente avec pas moins de 500 Go. Par ailleurs, les adeptes de jeux vidéo 3D récents apprécieront la carte graphique qui ne manque pas de ressources. Livré avec Windows 7 64 bits, le SR59 pourra pleinement exploiter les 4 Go de mémoire. La connectique est également très étoffée même si on ne dénombre que deux ports USB. Outre l'indispensable prise HDMI, deux lecteurs de cartes mémoire et un graveur de DVD sont de la partie. Sony propose donc un ordinateur très performant à condition de s'accommoder de ses dimensions, de son poids et surtout de son prix.

Processeur : Intel Core 2 Duo P8700 (2,53 GHz),
Mémoire : 4 Go
Écran : 13,3 pouces (1280 x 800 pixels),
Disque dur : 500 Go,
Graveur : DVD±R/RW
Connexions : WiFi n, HDMI
Poids : 1,99 kg

1 300

Acer

Timeline 3810TZ

Le plus endurant

Avec la toute nouvelle gamme Timeline, Acer a jeté un gros pavé dans la mare des ultra-portables. Proposé à un prix vraiment très agressif, le 3810TZ reprend le design attrayant propre à la gamme avec son capot en aluminium brossé. Le clavier a également été complètement revu pour proposer des touches espacées plus larges et plus confortables. Si le processeur ne brille pas par ses performances pures, il est néanmoins suffisant pour la navigation sur Internet, les travaux de bureautique et le multimédia. S'agissant d'un modèle double cœur, il est de plus apte au multitâche. Le choix de ce processeur sert aussi le nomadisme. S'agissant d'un processeur basse consommation, le Timeline 3810TZ bénéficie d'une autonomie record pour la catégorie, jusqu'à huit heures en bureautique et plus de six en lecture vidéo. La connectique fait la part belle aux prises USB qui sont au nombre de trois, tandis que le HDMI permet de brancher l'ordinateur à un écran compatible. On notera enfin qu'un modèle de 14 pouces à peine plus encombrant mais doté d'un graveur DVD est proposé par le constructeur au même prix.

Processeur : Intel ULV Pentium SU4100 (1,3 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 13,3 pouces (1366 x 768)
Disque dur : 320 Go
Graveur : NC
Connections : WiFi n, HDMI
Poids : 1,6 kg

600

Windows®. La vie sans limites.
MEDION® recommande Windows 7.

MEDION®
www.medion.fr

Finesse et élégance, Autonomie et Performance ...
La Mobilité en toute Liberté

Notebook MEDION® AKOYA® S5611

- Résolution HD à rétro éclairage LED
- Windows® 7 Home Premium authentique
- Nouveau processeur Intel® à faible consommation d'énergie
- Très longue autonomie
- Design ultra fin

Disponible chez

ACTEBIS®

Le monde de l'enfance
Le Petit Nicolas

Comédie

3 février

Avec 5,5 millions d'entrées, Le Petit Nicolas a créé la bonne surprise de 2009 et s'est imposé comme le premier film français de l'année. Adapté des livres à succès de Sempé et Goscinny, Le Petit Nicolas est un joli cadeau d'anniversaire cinématographique pour les 50 ans du célèbre personnage. Le jeune Maxime Godart dans le rôle titre est entouré d'un casting prestigieux Kad Merad et Valérie Lemercier dans les rôles des parents et Sandrine Kiberlain en maîtresse d'école.

MISE EN PLACE
500 000 exemplaires (toutes éditions confondues)

PLAN MARKETING
La campagne média s'articule autour d'une campagne TV adressée à la fois aux enfants et aux adultes (plus de 2 millions d'euros sont investis sur toutes les chaînes avec une importante phase teasing), d'une campagne presse (450 000 euros investis en presse quotidienne, mensuelle, enfants/parents, ciné/news), d'une campagne radio (325 000 euros investis avec Europe 1 comme partenaire), d'une campagne d'affichage national (200 000 euros investis avec la présence du Petit Nicolas sur les photomatons) et d'une campagne internet (100 000 euros).

Editeur **Wild Side Vidéo**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo GIE**
Prix publics conseillés 19,99€ (édition prestige 2DVD)
29,99€ (la boîte à trésors)

Drôle, chic et charmante
La Proposition

Comédie romantique

3 février

Après deux ans d'absence, La proposition marque le grand retour de Sandra Bullock (L'Amour à tout prix, Le Temps d'aimer, Un vent de folie) dans le rôle d'une puissante éditrice qui pour échapper à l'expulsion décide d'épouser son assistant qu'elle exploite et maltraite. Réalisée par Anne Fletcher (27 robes, Step up), cette comédie enlevée, présentée au Festival de Sundance, a réalisé aux USA plus de 150 millions de dollars de recettes et a totalisé en France plus de 800 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Pour appuyer cette sortie à la période de la Saint-Valentin, cette comédie romantique ciblant les femmes 25-49 ans est soutenue par une campagne presse massive dans les magazines TV, la presse féminine et les magazines people et une campagne Internet. Le dispositif est complété par des partenariats avec Cosmopolitan (rédactionnel et jeux-concours), aufeminin.com (bandeaux et animation du site) et Téva (diffusion de 30 modules de 50 secondes en floating pendant 15 jours et relais Web).

Editeur **Touchstone Home Entertainment**
Distributeur **Walt Disney Studios Home Entertainment**
Prix public conseillé 19,99€

Relations mecs/filles
L'Abominable Vérité

Comédie

3 février

Après La revanche d'une blonde et Sa mère ou moi !, le réalisateur Robert Luketic reste dans son genre de prédilection, la comédie romantique et offre à l'actrice Katherine Heigl (27 robes, En cloque, mode d'emploi) le rôle d'une productrice ambitieuse de talk-show qui revendique de trouver une solution à n'importe quel problème. La seule difficulté que la jeune femme ne peut pas résoudre, c'est son célibat. Quiproquos avec un macho cynique ponctuent l'intrigue de cette comédie qui a réalisé en France plus de 800 000 entrées.

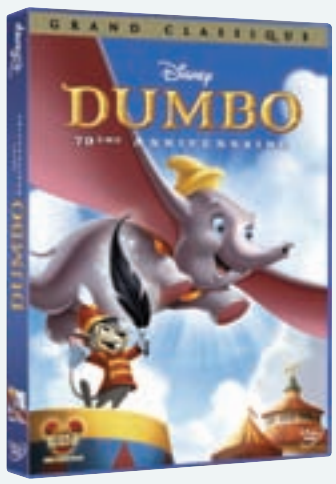
MISE EN PLACE
60 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
Une campagne TV est l'atout de promotion du titre.

Editeur **Sony Pictures Home Entertainment**
Distributeur **Sony Pictures Home Entertainment**
Prix public conseillé 19,99€

Éléphant star
Dumbo

Animation



17 février

Pour son 70ème anniversaire, Dumbo, l'éléphant aux grandes oreilles le plus touchant de la ménagerie Disney, s'offre une nouvelle jeunesse. Sorti pour la première fois en DVD en 2001, le film se pare d'une restauration digitale. Il est proposé en haute définition avec sa programmation en Blu-ray, dispose de la stratégie Blu-ray + 1 disc DVD et présente de nouveaux bonus. Ces derniers atouts devraient générer des nombreuses ventes supplémentaires. Le film a déjà totalisé 1,4 million d'unités (VHS et DVD confondus).

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Le célèbre dessin animé bénéficie d'un plan presse avec pour cibles principales les familles avec enfants, les grands-parents et les fans de Disney et d'actions web sur les sites les plus fréquentés par les mamans et les enfants. Des partenariats avec aufeminin.com (habillage de la home page, pavé dans la rubrique maman, remontées rédactionnelles) et TMC (coup de coeur rédactionnel, concours antenne et Web) s'ajoutent à la campagne promotionnelle.

Editeur **Walt Disney Home Entertainment**
Distributeur **Walt Disney Studios Home Entertainment**
Prix public conseillé 19,99€

Canon Ixus 95IS

Appareil photo

Très appréciés pour leur esthétique comme pour leurs qualités techniques, les Ixus sont des appareils plutôt onéreux. Canon a décidé d'étendre cette gamme vers des produits plus accessibles. Le 95IS reprend donc le design bien connu des Ixus classiques, ce qui lui donne de l'allure. Son prix modeste ne se fait guère ressentir, sauf peut-être pour l'écran de taille un peu plus réduite que la moyenne. Naturellement, c'est un modèle qui se glissera d'autant plus facilement dans une poche que ses formes sont arrondies. Pour proposer un Ixus à prix réduit, Canon a repris des éléments que l'on peut considérer comme datant un peu, soit un capteur 10 mégapixels ce qui est positif mais, plus préjudiciable, un zoom 3x sans véritable grand angle. En revanche, le logiciel est tout à fait au niveau avec détection de mouvement, de visage, gestion du contraste et une vélocité très actuelle. Naturellement, l'Ixus 95IS est avant tout un appareil automatique même si un certain nombre de réglages sont disponibles. En pratique, le 95IS procure de très bonnes images bien exposées, avec une définition très satisfaisante à toutes les focales.

Caractéristiques

Capteur 10 Mpixels, écran 2,5 pouces, optique (équivalent 24x36) 2.8-4.9/35-105 mm stabilisé 3x, vidéo 640 x 480, 30 i/s, 88,5 x 54,8 x 21,8 mm/120 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Entrée de gamme
Contact	Canon, tél. : 01 47 17 11 83

190€

MSI AE2220

Ordinateur tout-en-un

Pour son troisième ordinateur tout-en-un, MSI passe d'un écran de 18,5 à 21,6 pouces. Doté de la technologie multipoint, l'AE2220 bénéficie d'une bonne sensibilité avec une précision qui est à même de rendre l'expérience tactile aussi agréable que possible. L'écran est d'ailleurs très agréable en général, avec de bons réglages par défaut et une colorimétrie fidèle. De plus, le design est également réussi avec un cadre en plastique transparent qui fait le tour de l'ordinateur pour lui offrir un look très chic. Le clavier est basique mais il remplit bien son rôle, grâce à des touches espacées très confortables. Dommage qu'il faille brancher un adaptateur, même si le nombre de ports USB est amplement suffisant. La partie son déçoit avec un léger écho et des aigus trop appuyés qui rendent l'écoute fatigante à fort volume. Les performances sont suffisantes pour travailler et se divertir, voire même pour encoder des vidéos et faire de la retouche photo grâce au processeur graphique Nvidia ION qui décharge en partie le processeur. En revanche pour les jeux, il faudra se contenter de titres anciens à moins de baisser drastiquement le niveau de détails et la résolution.

Caractéristiques

Processeur Intel Core 2 Duo T6600 (2,2 Ghz), mémoire 4 Go, écran tactile 21,6 pouces (1920 x 1200), puce graphique Nvidia ION 9300, disque dur 640 Go, graveur DVD±R/RW, WiFi n, 554,1 x 403,5 x 61,5 mm, Windows 7 Home Premium

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	MSI, tél. : 01 64 76 49 49

799€

Sony Alpha 230

Reflex

Nouvel entrée de gamme des reflex Sony, l'Alpha 230 fait partie des modèles les plus abordables du moment. Désormais dessiné de façon moderne, le boîtier est très compact et léger comme ses concurrents. L'interface vieillotte des modèles précédents a fait place à un affichage au graphisme agréable et surtout plus explicite pour le grand public. Sony ayant aussi intégré une aide et l'ergonomie avec les touches de fonction étant bonne, l'Alpha 230 assiste vraiment le débutant en photo numérique. Autre évolution appréciable, il permet l'utilisation des cartes mémoires SD et celles au format MS Duo propre à Sony. Évidemment, ses caractéristiques de base sont assez similaires à celles de ses concurrents avec un capteur 10 mégapixels, un système autofocus à neuf zones, un écran 2,7 pouces et une sensibilité ISO de 100 à 3 200 ISO. Comme les autres modèles Sony, il dispose d'un système de stabilisation du capteur permettant d'en bénéficier avec tous les objectifs. Le reste est très classique pour un modèle actuel avec tous les modes souhaitables. En pratique, l'Alpha 230 se révèle agréable et simple d'utilisation une fois ses particularités mémorisées. Les images obtenues sont bien exposées, la dynamique bien gérée et le zoom 18-55 fourni en kit nous a paru tout à fait convenable. Enfin, la montée en sensibilité est correctement gérée même si l'Alpha 230 n'est pas champion chez les reflex, la barre étant désormais très haute.

Caractéristiques

Capteur 10 Mpixels stabilisé, support mémoire SD/SDHC + MS Duo, écran : 2,7 pouces, 128 x 97 x 67,5 mm 450 grammes

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

449€

Sigmatek DVBR-520 HD

Décodeur TNT HD

C'est un décodeur/enregistreur USB peu onéreux et qui offre pourtant de nombreuses possibilités. Tout petit, le boîtier n'est guère encombrant et le design est passe-partout. La télécommande est basique mais suffisante. De même, les connexions sont réduites au strict minium. On déplore tout de même l'absence de sortie audio analogique bien pratique pour se relier à une chaîne existante. Dès la première mise en route, on est agréablement surpris par un menu clair et plutôt bien fait. La recherche des chaînes se fait automatiquement et le zapping est ensuite très rapide. De plus, la qualité d'image est franchement bonne. Pour enregistrer, il faut donc brancher un support de stockage USB, disque ou clef. Il suffit ensuite d'appuyer sur une touche ou de passer par le guide des programmes. En revanche, il n'y a pas d'enregistrement manuel. Une touche directe permet d'accéder aux enregistrements, dont la qualité est identique au direct. Mais le Sigmatek va plus loin en proposant aussi la lecture de tout contenu multimédia, musique, photo ou vidéo. Le nombre de formats reconnus est impressionnant, jusqu'au DivX et MKV en Full-HD. Pour finir, la restitution des photos est rapide et la qualité d'image acceptable.

Caractéristiques

Tuner TNT HD, enregistrement sur support de stockage USB, sorties vidéo HDMI 1080i et 2 Péritel, sortie audio numérique coaxiale, lecture multimédia par l'USB, formats vidéo DivX, Xvid et MKV

Garantie	2 ans
Catégorie	Entrée de gamme
Contact	Sigmatek, tél. : 01 56 71 27 37

69€

Aventure

Heavy Rain

Le 26 février

La nouvelle production du studio français Quantic Dream (The Nomad Soul, Fahrenheit) se présente comme un thriller interactif dans lequel le joueur va contrôler quatre personnages, dont les destins vont s'entrecroiser au fil du scénario. Les actions du joueur ont des conséquences directes sur le déroulement de l'histoire, plutôt destinée à un public adulte. Doté de graphismes de haut volet d'animation à base de motion capture, le jeu affiche une mise en scène digne d'un thriller hollywoodien. L'interface de jeu a été pensée pour être accessible au plus grand nombre.

PLAN MARKETING

Sony va communiquer sur le titre via une campagne de teasing à partir de mi-janvier (sites jeux vidéo, cinéma et séries TV). Au lancement du titre, la communication sera orientée sur Internet (habillages, bannières de sites). Une campagne TV est aussi prévue (TV hertziennes, cabsat) ainsi que de l'affichage sans oublier de la visibilité en presse jeux vidéo.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Quantic Dream
Editeur	Sony Computer
Distributeur	Sony Computer
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	70€ environ

18

Simulation

MX vs ATV Reflex

Le 5 février

La simulation de motocross vedette de THQ revient pour un nouvel opus qui apporte son lot de nouveautés, comme des véhicules inédits ou encore un nouveau système de contrôle qui permet de diriger de manière indépendant le pilote et son véhicule. La gestion du terrain a été optimisée, il est ainsi possible de marquer et creuser la piste pour obliger les autres coureurs à s'adapter. Le jeu propose une multitudes de véhicules à choisir, entre motocross, quads et Pro Buggies. THQ annonce avoir vendu 250 000 jeux de la série.

PLAN MARKETING

THQ annonce un plan marketing massif avec une campagne TV avec jeu concours (NT1, RTL 9, Ab Moteurs, Motors TV), en presse (Moto Verte, Freestyle Motocross…) et sur Internet (Facebook…). THQ sponsorise également de multiples événements de motocross (Supercross de Bercy, Grand Prix de France…).

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Rainbow Studios
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 12
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

3

Action

Dante's Inferno

Le 4 février (25 février sur PSP)

Basé sur la première partie de la Divine Comédie de Dante Alighieri, écrite au 14ème siècle, Dante's Inferno conte la descente aux enfers du héros pour sauver sa compagne. Développé par le studio Visceral Games (auteurs de Dead Space), ce jeu d'action à la réalisation de haut vol reprend les neuf cercles de l'enfer pour autant d'univers et ambiances différents. Dans une vue à la troisième personne, le joueur dirige Dante et trucide les armées infernales pour reprendre Béatrice des mains de Lucifer. Une édition spéciale du jeu comprendra artbook, poème en version complète, bande originale…

PLAN MARKETING

L'éditeur prévoit de principalement communiquer sur Internet via une campagne sur les sites gamers. Un système de précommande est mis en place, grâce auquel les acheteurs profiteront de bonus supplémentaires.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Visceral Games
Editeur	Electronic Arts
Distributeur	Electronic Arts
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	70€ (PS3, X360)

18

Party game

La Princesse et la Grenouille

Le 21 janvier

Le nouveau film d'animation des studios Disney sort en salles le 27 janvier et le long-métrage se voit adapté en jeu vidéo. Film et jeux vidéo content l'histoire d'un prince transformé en batracien qui doit être embrassé par une jeune femme pour retrouver forme humaine. Le résultat n'est pas celui attendu et la belle Tiana se transforme également en grenouille. Sur DS, le titre se présente comme un jeu d'exploration ponctué de mini-jeux. Sur Wii, c'est un party game regroupant plus de 25 mini-jeux, jouables jusqu'à quatre simultanément.

PLAN MARKETING

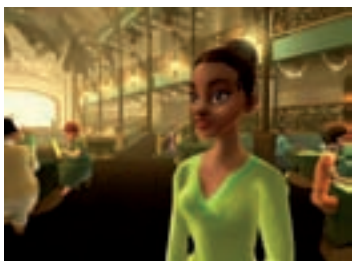
L'éditeur va communiquer sur le titre en TV (sponsoring M6, Gulli, Disney Channel, spots…). Sur Internet, une campagne de deux semaines est prévue sur jeux.fr et girlsgogames.fr. Le jeu va également être mis en avant en radio (campagne de 10 jours sur Chérie FM et NRJ). Une campagne presse y sera associée dans des titres grand public. Presse jeunes filles et deux quotidiens gratuits sont aussi au programme.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Amaze Ent./ Griptonite Games
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

3



Aliens vs Predator

Action

Fin février

Ce jeu d'action en vue subjective met en scène l'affrontement entre des soldats humains contre deux des monstres les plus populaires d'Hollywood, les Aliens et Predator. Après des apparitions remarquées sur consoles Jaguar puis PC il y a quelques années, ce concept est remis au goût du jour par Rebellion, le studio original. Le joueur peut choisir l'un des trois protagonistes et parcourir autant de campagnes différentes. Plusieurs modes multijoueurs répondent bien sûr également à l'appel.

PLAN MARKETING

Sega va communiquer sur le jeu sur Internet (sites jeux vidéo, cinéma, ainsi que de partage de vidéo) ainsi qu'en presse spécialisée jeux vidéo. Un jeu viral basé sur l'univers Aliens va être diffusé sur Facebook. Enfin, Sega a signé des partenariats avec Asus et la chaîne SyFy.

MISE EN PLACE

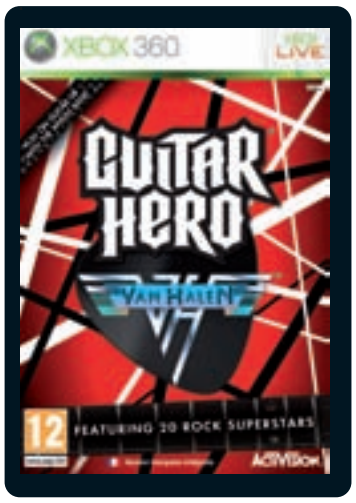
Non communiquée.

Développeur	Rebellion
Editeur	Sega
Distributeur	Sega
Nombre de joueurs	1 à 16
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

18

Guitar Hero Van Halen

Jeu musical



Le 19 février

Activision propose un nouvel opus de la série Guitar Hero, spécialement dédié au groupe de hard rock américain Van Halen. La galette propose de jouer 25 titres connus du groupe plus trois solos de guitare signés Eddie Van Halen. S'ajoutent à cela une sélection de 19 autres titres en provenance de personnalités comme Billy Idol, The Clash ou encore Queen. Le jeu permet d'incarner l'un des quatre musiciens du groupe ou bien de créer son propre artiste. Activision rappelle avoir vendu plus de 520 000 exemplaires de la série au cours de l'année 2009 en France.

PLAN MARKETING

Activision prévoit de communiquer sur le titre en presse. La base de fans de la série va être sensibilisée à la sortie du nouveau titre et une campagne de CRM en direction des aficionados du groupe Van Halen est aussi au programme.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Neversoft
Editeur	Activision
Distributeur	Activision
Nombre de joueurs	1 à 8
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

12

BioShock 2

Action

Le 9 février

Après un premier volet qui a fait parler de lui en 2007 (2,5 millions de ventes), l'univers très art déco de BioShock peut à nouveau être exploré avec cette suite, dont le scénario prend place 10 ans après le volet original. Dans le rôle de Big Daddy, le joueur part à la recherche d'un adversaire invisible. Ennemis inédits et nouvelles possibilités comme celui de brandir à la fois une arme et des Plasmides sont au programme. Un mode multijoueurs fait également son apparition. Trois éditions du jeu seront proposées (simple, Rapture et spéciale).

PLAN MARKETING

L'éditeur communique en deux temps sur le titre, tout d'abord à l'occasion de la campagne de précommande puis au moment du lancement. Le jeu est mis en avant en TV, en presse, sur Internet ainsi que par le biais d'une campagne d'affichage.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

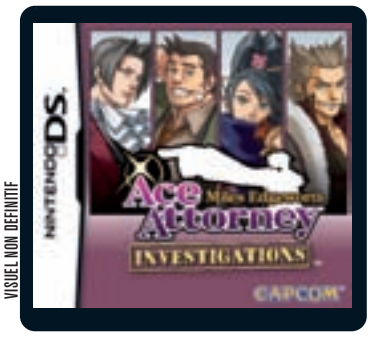
Développeur	2K Marin
Editeur	2K Games
Distributeur	Take Two
Nombre de joueurs	1 à 10
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

18

Ace Attorney Investigations : Miles Edgeworth

Aventure

VISUEL NON DEFINITIF



Le 17 février

Ce nouveau volet de la série Ace Attorney, à mi-chemin entre simulation de court de justice et jeu d'enquête, joue la carte de la rupture en invitant à incarner un autre personnage. Miles Edgeworth, le procureur rival du héros des précédents opus l'avocat Phoenix Wright est ici le protagoniste principal. Le jeu alterne entre scènes au tribunal où il s'agit de participer aux débats et enquêtes sur le terrain où le joueur doit identifier des indices concernant les enquêtes en cours. Capcom annonce de nouvelles techniques dans cet opus comme un mode « logique » pouvant aider le joueur à élucider un crime.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Capcom
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	40€ environ

NC

Architecte d'Intérieur 3D

Vie pratique

Ce logiciel permet de créer, aménager ou redécorer l'intérieur d'une maison, d'un appartement ou encore d'un bureau. Cette version est spécialement concoctée pour les possesseurs d'ordinateurs Macintosh. Des bibliothèques d'objets et textures différentes sont inclues pour affiner les plans. Une fois ceux-ci préparés, le logiciel permet de réaliser des films de visites virtuelles exportables ou encore de prendre des clichés. Une fonction permet par ailleurs d'observer comment position géographique et temps influent sur les ombres à l'intérieur.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Le 9 février

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

iGraphology

Vie pratique

Cette application originale se propose d'effectuer une étude graphologique via l'iPhone ou l'iPod Touch. Une fois un texte manuscrit pris en photo par l'utilisateur, le logiciel procède à une étude des signes graphiques et propose un portrait psychologique de l'individu. Le système se base sur une étude de la forme et de l'orientation des lettres, de l'espace entre les mots ou encore de la vitesse du geste. Ce profil comprend plusieurs catégories (caractère général, vie sociale, personnalité…), elles-mêmes divisées en plusieurs sous-catégories. Les résultats peuvent être envoyés par mail.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Disponible

Développeur	Anuman Interactive
Éditeur	Anuman Interactive
Distributeur	App Store
Prix public conseillé	0,79€ (au 18/01)

SaveMe Express

Utilitaire

SaveMe Express propose un système de sauvegarde des données mettant à contribution un support externe branché à la machine via le port USB, comme un disque dur. L'éditeur annonce une facilité d'utilisation permettant de conseiller le titre aux « non-techniciens » : brancher le périphérique USB lance automatiquement la sauvegarde. Celle-ci porte sur tous les documents, le système mais aussi paramètres et applications de l'utilisateur. Les versions les plus anciennes des sauvegardes sont effacées lorsque l'espace fait défaut sur le support de stockage.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

Le 9 février

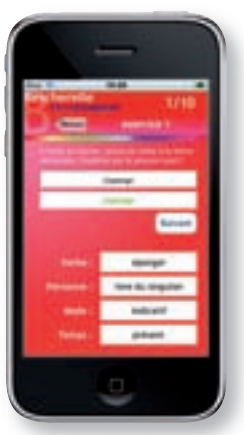
Développeur	Rebit
Éditeur	Micro Application
Distributeur	Micro Application
Prix public conseillé	29,95€

Bescherelle : Le conjugueur

Vie pratique

Anuman Interactive opère une promotion sur une sélection de 14 applications différentes de son catalogue à l'occasion des soldes d'hiver. Parmi celles-ci, on trouve le très pratique Bescherelle en version électronique. L'application permet de retrouver ce guide de la conjugaison avec pas moins de 10 000 verbes répertoriés. Ceux-ci peuvent être conjugués à tous le temps et à tous les modes. Un jeu est inclus, dans lequel il faut conjuguer correctement des suites de verbes.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Disponible

Développeur	Anuman Interactive
Éditeur	Anuman Interactive
Distributeur	App Store
Prix public conseillé	0,79€ (au 18/01)

Edifier | Lifestyle

www.xtrium.com

On The Go

iF350

Emportez votre musique n'importe où...

Puissance : 12 W RMS au prix de 129.99 € TTC*

Made for iPod

iPod non inclus

*Prix généralement constaté. «On the Go» : À emporter. Edifier est une marque déposée d'Edifier Ltd. iPhone non inclus. iPod & iPhone sont des marques déposées de Apple Inc.

Dock iPod/iPhone rétractable

Radio réveil (Station FM/iPod) avec antenne rétractable

Compartiment télécommande

Housse de transport

Batterie lithium (Jusqu'à 17 h d'autonomie)

Compatible avec tous les modèles Apple (iPhone 3G/3GS, iPod touch 2G...)

Sortie vidéo & entrée auxiliaire

Pour être efficace, il faut les bons outils.

EBP crée des logiciels 100% pratiques, pour que vous soyez 100% efficace.

EXCEPTIONNEL !

LES LOGICIELS DE GESTION 100% REMBOURSÉS

Bouygues Telecom › Entreprises

En souscrivant à un forfait mobile «voix» Pro Bouygues Telecom **votre client se fait rembourser à 100% son logiciel !**

ebp LOGICIELS DE GESTION

Société anonyme au capital d'un million d'euros • RCS Versailles B 330838947 • Document non contractuel • Janvier 2010

EBP et Bouygues Telecom remboursent le logiciel pour l'achat du logiciel et, dans les 45 jours, pour la souscription à un forfait mobile « voix » Pro Bouygues Telecom, engagement 24 mois. L'offre est réservée aux entreprises de moins de 10 salariés, dotés d'un n° SIREN, et résidant en France métropolitaine, dans la limite d'un seul remboursement par numéro de Siren, et soumise à la non résiliation du forfait dans les 7 jours suivant l'activation de la ligne. Pour bénéficier de l'offre, vous devez en faire la demande en renvoyant l'ensemble des documents précisés à l'intérieur de la boîte. Toute demande incomplète, illisible ou raturée ne sera pas prise en compte. Le remboursement se fait dans les 60 jours par lettre-chèque si absence de RIB, RIP ou RICE. Cette offre est valable jusqu'au 31 août 2010.