

JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°167 / 19 février 2010

FINAL FANTASY XIII



**PACK FINAL FANTASY XIII,
EN EXCLUSIVITÉ
SUR XBOX 360**



DISPONIBLE LE 09.03.2010

16
www.psg.fr



XBOX 360

XBOX LIVE

SQUARE ENIX

© 2010 Square Enix Co., Ltd. Tous droits réservés. Aucune réimpression, réimpression, reproduction, ou utilisation sans la permission écrite de Square Enix Co., Ltd. Microsoft, Xbox, Xbox 360, et Xbox Live sont des marques ou des noms de produits de Microsoft Corporation ou de ses sociétés affiliées. Les autres noms de produits ou de services sont des marques de leurs propriétaires respectifs.

NINTENDO DSⁱ XL LA PREMIÈRE



Partout dans le monde, les utilisateurs préféreraient utiliser leur Nintendo DS chez eux plutôt qu'à l'extérieur. Avec plus de **8 millions de Nintendo DS vendues en France**, un chiffre supérieur au cumul de toutes les consoles de salon, il est clair en 2010 que beaucoup de joueurs ne jouent que sur console portable. Il est temps de leur offrir une expérience de jeu aussi confortable que possible.

Posée sur une surface ou portée, la Nintendo DSi XL offre une excellente prise en mains pour s'immerger dans ses deux grands écrans.



© 2010 Nintendo

CONSOLE PORTABLE DE SALON

Sortie le 5 Mars



Titres également soutenus



Tester et comprendre la différence en magasin



PLV et mise à jour des meubles de démonstration pour convaincre les nouveaux utilisateurs en prenant en main la console

Communiquer sur plusieurs mois pour expliquer et convaincre

	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI
TV		CHÂÎNES HERTZIENNES – TNT – CÂBLE ET SATELLITE		 
PRESSE		 DOUBLE PAGE EXPLICATIVE DANS LA PRESSE JEUNE FEMME		
DÉMONSTRATIONS		TOURNÉE DES CENTRES COMMERCIAUX DANS 22 VILLES		
				

Téléphonie

Bonne santé confirmée



A l'occasion du World Mobile Congress, GfK réactualise quelques données-clés du marché de la téléphonie. Dans le monde, le marché est en léger recul en 2009 avec 1,16 milliards de terminaux vendus contre 1,2 milliard en 2008. En Europe, la France fait office de bon élève puisqu'avec 23,6 millions de téléphones vendus, elle affiche une très légère croissance de 0,4 %. La Grande-Bretagne continue de caracoler en tête avec 33,9 millions de ventes contre 25,9 pour l'Allemagne. Mais ces deux premiers sont en recul, de 5 et 15 % respectivement. Sur le segment des téléphones tactiles, la France est même très bon élève avec un mobile sur trois vendu en France qui est doté d'un écran tactile. Les ventes de Noël sont même à 43 % des ventes de tactiles et logiquement c'est chez nous que les smartphones ont le plus fort taux de pénétration. Cette démocratisation des ventes de ce type d'appareil va de paire avec les usages : on observe une forte augmentation des ventes d'applications sur les « app store ».

Poids et évolution des ventes en volume des principaux segments de terminaux mobiles en France (en %)

Niveau de gamme	2008	2009	Evolution
Entrée	35	28	-22
Milieu	32	33	+5
Haut	25	24	-5
Smartphones	8	15	+100

Ubisoft croit à la reprise

A près avoir publié des résultats inférieurs aux prévisions pour son troisième trimestre fiscal (voir JDLI 165, page 4), Ubisoft confirme ses objectifs (précédemment revus à la baisse) pour l'année en cours, c'est-à-dire un CA de 860 millions d'euros et une perte d'une cinquantaine de millions. Tablant sur un marché stable en 2010, Ubisoft annonce que l'année devait être profitable. La société lancera au moins sept franchises, deux nouvelles marques (dont R.U.S.E) et cinq jeux en ligne (dont Imagine, Trackmania et Might & Magic Heroes Kingdoms). Le mix produit sera davantage tourné vers les PS3 et Xbox 360, ce qui devrait jouer sur la marge brute (en raison des parcs de consoles de plus en plus grands). Ubisoft précise également que ses frais commerciaux et généraux seront légèrement en baisse. Nous profitons de l'occasion pour publier quelques données sur la répartition des activités d'Ubisoft, par territoires et par plates-formes.

Répartition géographique du chiffre d'affaires

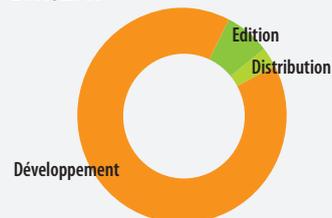
9 mois - 2009/2010



Source Ubisoft

Répartition en chiffre d'affaires par métier

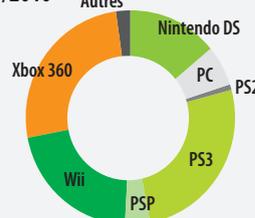
9 mois - 2009/2010



Source Ubisoft

Répartition du chiffre d'affaires par plate-forme

9 mois - 2009/2010



Source Ubisoft

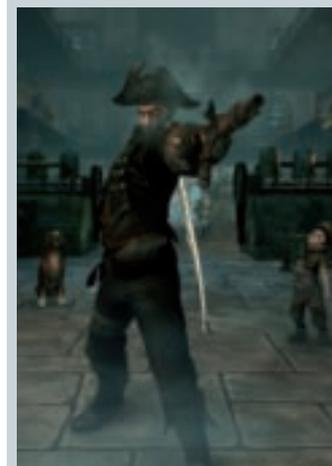
Activision confiant pour 2010

L'éditeur américain, propriété de Vivendi, vient de publier son chiffre d'affaires pour l'année calendaire. Il s'établit à 4,28 milliards de dollars contre trois milliards en 2008. Le trimestre achevé fin décembre s'est soldé par un CA de 1,51 milliard de dollars. Il faut rappeler que sur la période Activision a commercialisé Call



Of Duty : Modern Warfare 2, titre qui a dépassé un milliard de dollars de revenus. Pour 2010, Activision table sur un chiffre d'affaires de 4,2 milliards, imputant cette légère baisse au ralentissement des ventes de jeux musicaux. Un genre qui s'essouffle et sur lequel l'éditeur est leader, notamment avec DJ Hero et Guitar Hero.

Microsoft fait la revue des troupes au X10



Microsoft organisait mi-février le X10 à San Francisco, un événement visant à dévoiler les temps forts des prochains mois dans le domaine des jeux sur Xbox 360, titres Microsoft et éditeurs tiers compris. Le constructeur a profité de l'événement pour confirmer quelques dates concernant des titres attendus sur la console comme Halo Reach, prochain opus de la célèbre série, dont la phase de beta multijoueurs sera lancée le 3 mai prochain. Alan Wake, jeu d'aventure horrifique de Remedy attendu depuis plusieurs années, sera publié en Europe le 21 mai prochain, en exclusivité sur la console Microsoft. Fable 3 a profité d'une nouvelle présentation menée par son créateur, Peter Molyneux. Les éditeurs tiers ont aussi été mis à contribution comme Capcom, qui a confirmé que Dead Rising 2 serait publié en Europe le 3 septembre prochain. Lost Planet 2 arrivera plus tôt, le 18 mai. Ubisoft lancera en avril Splinter Cell Conviction, en exclusivité sur Xbox 360 et PC. Microsoft continue par ailleurs à signer des exclusivités pour certains contenus à télécharger, comme le prologue Dead Rising 2 Case Zero qui sera publié un peu avant la sortie du jeu ou encore un pack de contenus supplémentaires pour Call of Duty : Modern Warfare 2, disponible à télécharger en avant-première sur Xbox. Côté XBLA, Microsoft a notamment confirmé pour mars l'arrivée de la Game Room, un service permettant de se replonger dans l'histoire des jeux d'arcade dans les meilleures conditions ou encore la parution de Perfect Dark, version remasterisée du fameux jeu d'action de Rare sorti à l'époque sur Nintendo 64.

hama[®]

MULTIMEDIA • PHOTO • AUDIO-VIDEO • MOBILITE

THE SMART SOLUTION

KOSS[®]

Des casques garantis à vie

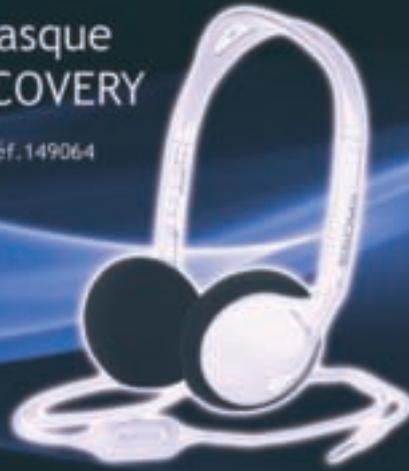
Casque hifi
MV1

réf. MV1



Casque
RECOVERY

réf. 149064



Casque
PORTAPRO

réf. PORTAPRO



Ecouteurs
CLIPPER

réf. 149063 - 149059
149060 - XX149062



Ecouteurs
MIRAGE

réf. 149073 - 149074
149075 - 149077



Ecouteurs
KE29

réf. 23027067



Ecouteurs
ISPARK

réf. 23027084



Ecouteurs
THEPLUG

réf. THEPLUG



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



12

Comtrade, un distributeur engagé

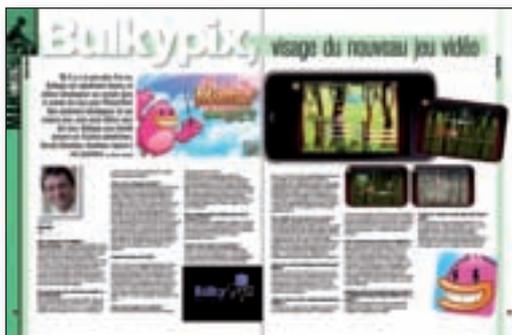
Comtrade s'est taillé une solide réputation en important des marques en exclusivité sur des segments à forte croissance. Le point sur l'actualité de la société avec Stefan Riesser, PDG de Comtrade.



14

Bulkypix

Né il y a un peu plus d'un an, Bulkypix est rapidement devenu un éditeur-développeur qui compte dans le monde des jeux pour iPhone/iPod. Non seulement développeur de ses propres jeux, mais aussi éditeur pour des tiers, Bulkypix sera bientôt présent sur d'autres plateformes. Vincent Dondaine, Fondateur, répond à nos questions.



22

Google Chrome OS, un PC devenu navigateur

Google s'attaque à l'un des status quo les plus persistants du monde de l'informatique, les systèmes d'exploitation pour PC. Avec Chrome OS, Google a-t-il des arguments suffisants pour défier le géant Windows ?



38

Square Enix, le point en France

À quelques semaines du lancement de Final Fantasy XIII, jeu emblématique de Square Enix, rencontre avec Patrick Melchior, Directeur général de la filiale française. L'occasion de faire le point sur le rachat de Eidos par Square Enix mi-2009 mais aussi sur l'actualité de l'éditeur japonais.



Marché

8 : News

12 : Interview : Comtrade

Stefan Riesser, PDG

14 : Interview : Bulkypix

Vincent Dondaine, Fondateur

Mobilité

16 : News

22 : Focus : Google Chrome OS

Tout sur le système d'exploitation pour PC signé Google

30 : Panorama : Netbooks 11,6 pouces

Six appareils entre 350 et 500 euros

Salon

34 : News

38 : Interview : Square Enix

Patrick Melchior, Directeur général de la filiale française

42 : Focus : God of War 3

Un titre exclusif à la PS3 et stratégique pour Sony Computer

Guides

44 : DVD vidéo

46 : Hardware

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 Guerdier

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

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

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

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Montfort
Responsable diffusion :
Christèle Bono : 01 41 58 58 20
cbono@microscop.com

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

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



CHARGEMENT SANS FIL



Fonctionne avec les modèles iPhone 3G et iPhone 3GS

Liberté de l'alimentation sans fil

Le PowerPad de GEAR4 est le premier chargeur sans fil spécialement conçu pour l'iPhone. Son tapis de chargement breveté se branche dans une prise secteur, pour transmettre le courant à l'iPhone par le biais d'un étui en caoutchouc liquide. Cet étui sert de protection robuste lorsque votre iPhone est en poche, et il permet de le charger automatiquement dès que la charge diminue : il suffit tout simplement de placer l'iPhone sur le tapis. Sans fil, et aussi rapide que n'importe quel chargeur standard pour iPhone, le PowerPad est ultrapratique.

gear4

Pour de plus amples détails, rendez-vous sur www.gear4.com/powerpad

Tous droits réservés. GEAR4 et PowerPad sont des marques de commerce de Disruptive Ltd. iPhone est une marque d'Apple Inc.



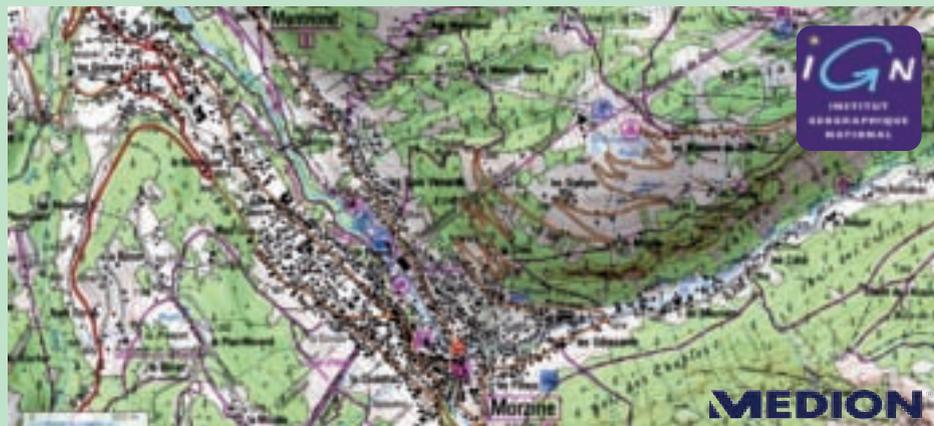
Finis, les câbles !

Consoles, guerre des parcs



La bataille rangée que se livrent Sony et Microsoft au sujet des parcs installés de leur console de salon continue. Toujours devant au niveau mondial, Microsoft se targue aujourd'hui d'un parc mondial de Xbox 360 de 39 millions d'unités mais Sony annonce un parc mondial 33,5 millions de PS3. Et la fin d'année a été bonne, puisque 6,5 millions de la consoles de Sony ont été achetées fin 2009. Côté software, Sony a vendu 47,6 millions de jeux PS3 contre 40,8 en 2008. Mais les ventes de jeux PS2 sont tombées à 11,2 contre 29,7 millions.

Medion sort des sentiers battus



Le spécialiste des produits électroniques vient de signer un contrat exclusif avec l'Institut Géographique National (IGN). Medion peut ainsi développer des GPS dédiés à la route et à la randonnée et les commercialiser sous la marque IGN Evadeo ou Evadeo. « Cet accord va nous permettre de proposer des appareils de très haute qualité, associés à une cartographie IGN dont la réputation n'est plus à faire. Avec l'expertise de l'IGN et notre savoir-faire industriel, nous souhaitons continuer à apporter au travers des produits, des solutions de localisation fiables, robustes et accessibles à tous », déclare Grégory Jegou, Directeur commercial de Medion

France. « L'IGN a ouvert le marché des GPS route/randonnée avec près de 100 000 appareils vendus depuis le lancement de l'Evadeo en octobre 2006. L'IGN cherche à accroître fortement la diffusion numérique de ses données cartographiques vers le grand public. L'association de l'expertise industrielle de Medion et de la notoriété des marques IGN Evadeo et Evadeo est un atout significatif dans l'atteinte de cet objectif sur le marché des GPS », souligne Marc Sandrin, Directeur commercial IGN. Les nouveaux modèles conçus par Medion sous la marque IGN Evadeo seront mis en vente au courant du deuxième trimestre 2010.

Square Enix sur la bonne voie



Le Japonais qui a repris Eidos en 2009 affiche des résultats tout à fait satisfaisants. Sur les trois premiers trimestres du fiscal son bénéfice net affiche une progression de près de 42 %. Le chiffre d'affaires grimpe de 31 %, à 135,4 milliards de yens. Des résultats qui reposent essentiellement sur les bonnes performances de la branche jeux vidéo, les activités de salles d'arcade étant à la baisse. Trois titres importants sont sortis sur la période au Japon : Batman : Arkham Asylum ; Final Fantasy XIII et Kingdom Hearts.

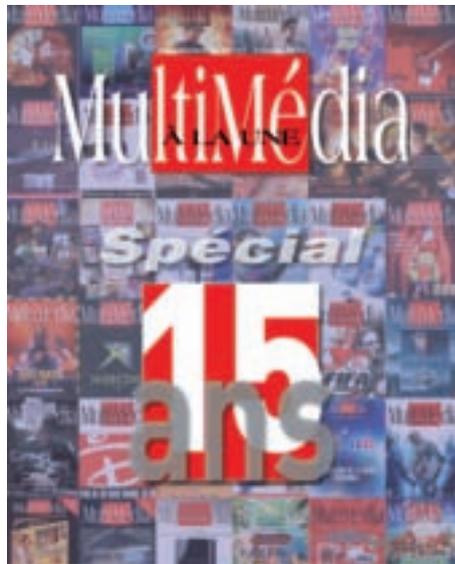
Electronic Arts, comme prévu

EA avait prévu ; son troisième trimestre fiscal n'avait pas été bon. Voilà que viennent de tomber les chiffres officiels. La perte nette se chiffre à 82 millions de dollars et le chiffre d'affaires à 641 millions (contre 467 en 2008). Autant dire que la situation n'est pas bonne et que l'action continue de baisser, fragilisant la situation de la société qui devient de moins en moins protégée d'une opération hostile en bourse. EA a logiquement souffert d'un manque de jeux AAA contrairement au trimestre troisième fiscal de l'année 2008-2009. Sur le troisième trimestre, le chiffre d'affaires des jeux sur consoles a chuté de 30 % par rapport à l'année précédente. Evidemment les consoles les récentes ne subissent pas un recul aussi fort (entre 21 et 23 % pour la Wii, la PlayStation 3 et la Xbox 360). La console subissant le plus fort recul est la Nintendo DS (de 118 millions de dollars à 63), devant l'antique PS2. Les ventes en retail sont les seules en recul, le commerce électronique gagnant quelques points. L'Américain compte bien mettre fin l'an prochain à une série de trois exercices fiscaux déficitaires. Il table sur une CA pour la période avril 2010-mars 2010 compris entre 3,65 et 3,9 milliards de dollars et sur un bénéfice entre 162 et 228 millions. Des perspectives qui ont cependant déçu les analystes.



Trois questions à

Trois questions à Philippe Souplet, fondateur et Rédacteur en chef de MultiMédia à la Une. Né en 1995, MultiMédia à la Une fête ce mois-ci ses 15 ans. À cette occasion, le JDLI ouvre ses colonnes à son confrère, à la fois concurrent et complémentaire.



JDLI : En 1995, vous décidez de transformer Vidéo à la Une, mensuel professionnel de la vidéo, en MultiMédia à la Une. Avec le recul, ce choix semble évident. Mais à l'époque ?

Philippe Souplet : La création de MultiMédia à la Une, en 1995, était la réponse que nous souhaitions apporter au challenge de la convergence auquel devaient faire face les industries culturelles, du fait de l'émergence du numérique. Avec pour postulat que le contenu sublimera et sera sublimé par les avancées technologiques. Rappelons que 1995 était l'année du lancement de la PlayStation qui, en révolutionnant ses codes, permit au jeu vidéo de prendre véritablement son envol. 1995 vit aussi se finaliser le format DVD qui optimise la qualité des programmes et en simplifie leur conservation. 1995, c'est enfin l'arrivée des premiers PC multimédia et de Windows 95. La numérisation des contenus fut aussi un formidable accélérateur pour l'ensemble des marchés de l'EGP : naissance de la photo numérique, des écrans plats ou l'explosion de la téléphonie mobile. En misant sur cette

convergence née de l'essor du numérique, nous pensons avoir fait un pari, sans doute avant-gardiste à l'époque, mais parfaitement justifié aujourd'hui.

Depuis 15 ans, vous occupez une place de choix pour observer le marché du multimédia. Qu'est-ce qui vous a le plus frappé dans son évolution ?

La capacité des industries culturelles à s'adapter aux bouleversements de plus en plus rapides et majeurs de leur environnement (Internet haut débit, dématérialisation, convergence des machines, téléphonie mobile, renouvellement des consoles, HD, 3D, écrans plats et tactiles, portabilité...) avec des cycles industriels et économiques toujours plus courts. La relation du public au contenu a également profondément changé. Comme le précise l'un des nombreux professionnels que nous avons interviewé à l'occasion de ce numéro Spécial 15 ans :

« Ce qui est fascinant, c'est la vitesse à laquelle le consommateur adopte et apprivoise désormais les nouvelles technologies créant par la même occasion d'autres besoins, à leur tour couverts par une innovation. » En effet, le numérique a généré un nombre incalculable de bouleversements technologiques mais aussi culturels et sociaux qui se sont traduits par des mutations profondes des modes de consommation des contenus (téléchargement, mobilité/nomadisme, etc.) et des relations sociales (partage, communauté, convivialité, etc.). Il est donc fondamental de poser un regard averti et analytique sur la globalité de l'écosystème multimédia.

Un regret pour les 15 dernières années et un souhait pour l'avenir...

Regret non. Un souhait : toujours mieux présenter et analyser l'ensemble de la chaîne de valeur et les innovations futures, avec pour objectifs, d'une part, d'aider nos lecteurs dans l'appréhension et la compréhension de leur environnement et, d'autre part, de contribuer à ce que les différents métiers du contenu et des technologies apprennent constamment les uns des autres. Nous tenons enfin à saluer et remercier notre confrère JDLI qui, à l'occasion de cet anniversaire, nous a ouvert ses colonnes.

Samsung 150 000 euros pour un concours



La bataille des contenus pour téléphones portables est la nouvelle foire aux idées. Dernier exemple, Samsung profite du lancement de son modèle Galaxy Spica pour lancer un concours auprès de la communauté Android. Jusqu'au 14 mars les participants peuvent déposer leurs idées d'applications pour optimiser ou personnaliser leur smartphone sur le site www.samsungfactory.fr. Cinq idées seront retenues et Samsung apporte 150 000 euros pour les développer. En fait cette idée est ventilée entre des projets de professionnels et de particuliers. Trois projets pro, avec des dotations de 40 000, 30 000 et 20 000 euros et deux projets venus de particuliers, avec 30 000 et 15 000 euros d'aides seront choisis. Les particuliers se verront également remettre une dotation financière. Samsung a développé une plate-forme, la Samsung Application Factory, pour favoriser l'émergence d'applications pour les différents OS de ses téléphones.

Microsoft signe pour Final Fantasy XIII

En parallèle à la sortie du fameux Final Fantasy XIII (voir interview Square Enix page 38), Microsoft et Square Enix vont commercialiser deux bundles regroupant la console et une version du jeu. Ils seront proposés comme le jeu le 9 mars prochain, « jusqu'à épuisement des stocks ». L'édition Spéciale comprendra une console Super Elite blanche (250 Go) avec le nom du jeu gravé dessus, deux manettes sans fil et des éléments téléchargeables pour avatar et bien sûr un exemplaire du jeu. L'édition Elite comprendra le même assortiment mais avec une console 120 Go et une seule manette sans fil.



Apple iPad, très bien né

75,90 % de notoriété pour un produit qui n'est ni lancé, ni promotionné est indéniablement une nouvelle superbe leçon de marketing de la part de Apple. Alexis Helcmanocki, Directeur du pôle Telecom, IT et Consumer Electronic chez GfK ne cache pas son admiration pour le talent de savoir-faire, et surtout le

faire-savoir d'Apple. En effet, l'institut d'étude a fait dans des délais remarquables une étude de notoriété du prochain produit d'Apple, présenté au monde entier par Steve Jobs le 27 janvier. Ils ont interrogé 1 000 internautes français (échantillon représentatif). Premier constat de GfK, seulement 48 heures après l'annonce 75 % des internautes français connaissent son existence. Et parmi eux, 73 % envisagent très sérieusement (12 % ou éventuellement (61 %) d'en faire l'achat. Évidemment, qui possède déjà un produit Apple est plus tenté que les autres : les intentions d'achat montent à 89 % dont 28 % sont « certaines ». Mais l'information-clé est bel et bien que le public intéressé dépasse largement les convertis actuels à Apple.



Tout le monde !

Citons Alexis Helcmanocki : « Si les jeunes présentent des intentions d'achats légèrement plus fortes que la moyenne, les seniors ne sont pas en reste avec des intentions d'achats très proches de la moyenne nationale. Point assez rare sur les nouvelles technologies, les femmes ne présentent pas de décrochage de l'intention d'achat pour le iPad, et démontrent un intérêt très proche de celui des hommes ». Apple a donc de

Un nouveau segment

Le dynamisme d'Apple devrait enfin être un moteur fort pour l'industrie IT cette année. En créant quasiment un nouveau segment de marché (disons en le popularisant), l'Américain devrait par ricochet faire vendre entre 400 000 et 450 000 tablettes en France en 2010. Le marché mondial pourrait alors atteindre quatre millions de pièces.



toute évidence posé d'excellentes bases pour réussir la commercialisation de son iPad. Mais par delà, Apple ne serait-il pas en train de réussir à devenir petit à petit la marque du foyer numérique, qui comme le souligne GfK, « peut prendre une longueur d'avance sur le pari technologique des prochaines années, le foyer connecté, en parvenant à convaincre les consommateurs qu'ils ont intérêt à s'équiper d'une seule marque » ?

Les ventes en forte progression

C'est lefigaro.fr qui le révèle : en 2009 Apple est devenu le deuxième acteur du marché des téléphones mobiles en France en valeur. Il se serait vendu la bagatelle de deux millions des différentes versions d'iPhone dans l'Hexagone l'an dernier ! Le marché français serait d'ailleurs le premier marché

européen pour Apple. L'Américain détiendrait donc sur l'année passée 20,6 % du marché des téléphones mobiles en France en valeur, derrière le Coréen Samsung (28,8 %) mais devant Nokia (16,9 %). Ces 20,6 en valeur sont réalisés avec « seulement » 6,6 % des ventes en volume. Outre Samsung et Nokia, LG et

Sony Ericsson sont devant. Mais là où la société dirigée par Steve Jobs impressionne, c'est sur le marché des smartphones : elle en détient la moitié en valeur, devant Nokia (16,4 %), HTC (12,1), BlackBerry (11,6 %) et Samsung (5,1%).

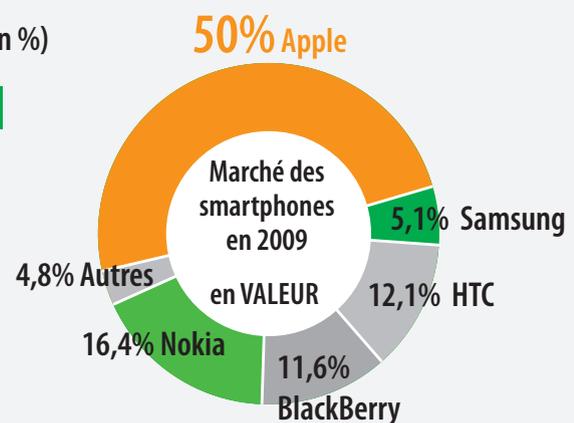
Grâce à l'iPhone, Apple talonne Samsung

Parts de marché, en VALEUR (en %)

Samsung	28,8
Apple	20,6
Nokia	16,9
LG	12,7
Sony Ericsson	9,5

Parts de marché, en VOLUME (en %)

Samsung	35,6
Nokia	22
LG	12
Sony Ericsson	9,9
Apple	6,6



OPÉRATION AVENTURE

LES PLUS GRANDS JEUX D'AVENTURE SUR
PC À PETITS PRIX

L'Amerzone, Atlantis, Still life,
Syberia, Dracula et bien d'autres...

18 JEUX
7€*
l'unité

- Le jeu + la Soluce complète pour 7€ seulement
- Compatibles Windows 7

Opération livrée
en présentoir

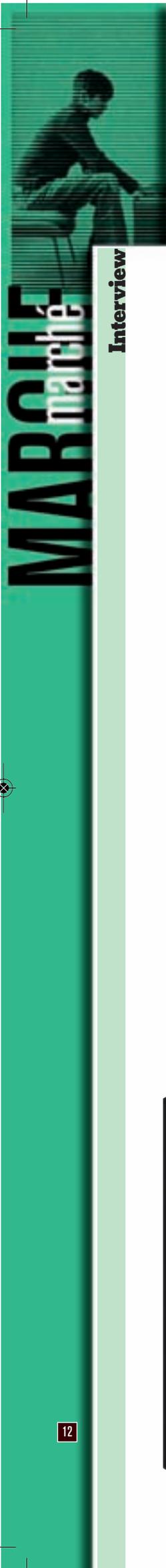


Disponible Avril 2010

*prix public conseillé



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



Interview

Comtrade

Comtrade s'est taillé une solide réputation en important des marques en exclusivité sur des segments à forte croissance. Au-delà de la simple distribution, le distributeur sait implanter des marques dans l'Hexagone et les accompagner dans leur croissance. Le JDLI a rencontré Stefan Riesser, PDG de Comtrade. par Stéphane Kauffmann

JDLI : Comment définissez-vous votre mission qui va au-delà de celle d'un grossiste typique ?

Stefan Riesser : Nous avons commencé par la distribution exclusive d'Altec Lansing il y a 13 ans. Pour implanter cette marque, nous avons géré le marketing, la publicité, la stratégie produit et la vente aux enseignes. Nous avons transmis notre amour pour le produit et nous avons réussi au-delà de toute attente puisqu'Altec Lansing est rapidement devenu le numéro un de l'enceinte multimédia en France. Depuis, nous avons appliqué cette recette à d'autres marques avec le même succès. Nous jouons le rôle de filiale pour des fabricants qui veulent s'implanter en France durablement sans investir démesurément. Le marché français est particulièrement compliqué de par sa structure de distribution et y réussir sans équipe locale n'est guère possible. Et même en ouvrant un bureau, cela ne suffit pas toujours car il faut aussi disposer des hommes qui ont les connaissances et l'engagement nécessaires.



Entretien avec

Stefan Riesser

PDG

Au-delà de la distribution, c'est donc aussi la passion du hi-tech qui prime ?

Chez Comtrade, nous sommes tous passionnés par notre métier. Nous ne prenons en importation que des marques et des produits qui nous enthousiasment et dont nous pensons qu'ils ont le potentiel pour trouver leur clientèle dans l'Hexagone. Nous avons des équipes spécialisées dans les différents segments sur lesquels nous sommes impliqués, à savoir le périphérique informatique, l'accessoire iPhone/iPod et le réseau grand public pour l'essentiel. Elles combinent à la fois la parfaite connaissance du produit avec celui du marché et des canaux de distribution. Nous effectuons le travail de relation presse pour faire connaître la marque. Ainsi, nous avons eu plus de 1 000 articles sur nos produits en 2009. Nous investissons en communication de manière ciblée et efficace, que ce soit à l'intention du consommateur final ou de la distribution. Là encore, il s'agit de promouvoir la marque intelligemment au fur et à mesure qu'elle prend place en magasin. Et bien entendu, nous savons adresser chaque canal de distribution en fonction du potentiel des produits de la marque. Nous disposons aussi d'une force terrain qui propose des formations et des animations sur le lieu de vente. Enfin, nous sommes présents sur les salons qui comptent en France, notamment sur le MedPi et IT Partners.

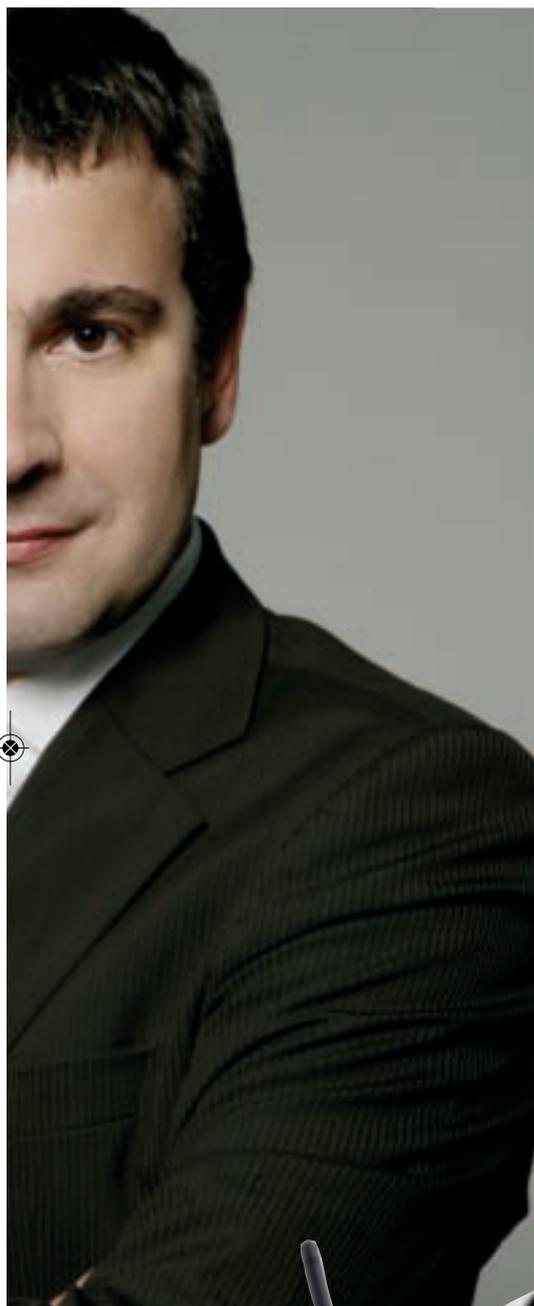


Comtrade s'est beaucoup diversifié depuis quelques années. Quel est aujourd'hui votre champ d'action ?

Avec un portefeuille désormais très varié, nous sommes présents dans tous les rayons que ce soit en IT, en EGP ou en téléphonie. Cela a été très payant puisque pour 15 des 25 marques que nous distribuons, nous sommes le premier client européen, et pour certaines même le premier mondial. À quelques exceptions près, nos marques trustent les premières places en parts de marché sur le sol français. On peut citer Devolo pour le courant porteur en ligne, Altec Lansing pour les enceintes multimédia, iHome pour les stations d'accueil iPhone/iPod, Western Digital pour le disque dur, etc.



e Un distributeur engagé



Nous avons su gérer notre croissance de manière cohérente. Nous sommes passés en quatre ans d'un effectif de 25 à 65 personnes et nous avons doublé notre chiffre d'affaires dans la même période, ce qui montre que notre engagement pour les marques n'a pas faibli, au contraire. Nous nous identifions complètement avec elles. En tant que distributeur exclusif, nous n'avons pas à lutter



contre d'autres ce qui nous permet de promouvoir la marque et d'y adhérer sans réserve. Ce que nous préférons chez Comtrade, c'est parler de nos produits avec enthousiasme au quotidien. Nous recrutons d'ailleurs des commerciaux à la fois pour le siège comme pour le terrain. D'ailleurs, toutes les candidatures intéressantes sont les bienvenues.

Quelles marques distribuez-vous en exclusivité ?

Nous distribuons en exclusivité Altec Lansing, le spécialiste de l'audio multimédia, Terratec, spécialiste allemand du son et de la TNT, la marque Saitek connue pour ses produits gaming et ses périphériques multimédia. iHome est le leader américain de la station d'accueil pour iPhone et iPod. Trendnet fabrique des produits réseau professionnels et grand public. Son implantation en France est un véritable succès avec des parts de marché qui augmentent régulièrement. Plus récemment, nous avons ajouté Swann à notre portefeuille qui est un fabricant australien de systèmes de vidéosurveillance, un marché très prometteur. Et nous venons de signer Xtreme Mac, un accessoiriste spécialisé dans le baladeur d'Apple

Quels ont été vos résultats en 2009, la crise vous a-t-elle affectés ?

En 2009, nous avons réalisé notre plus forte croissance avec un chiffre d'affaires qui a augmenté de 25 % pour atteindre 65 millions d'euros. Nous avons volontairement réduit notre portefeuille de marques pour nous concentrer sur celles qui nous semblent les plus cohérentes à distribuer et pour lesquelles nous nous sentons le plus impliqués. Cette stratégie fut payante au vue des résultats et nous allons continuer dans cette voie. Nous voulons pouvoir nous investir sans freins dans les marques que nous distribuons.



Comment voyez-vous l'année 2010 ?

Comme l'année précédente, 2010 devrait connaître une forte croissance sur la plupart des marchés sur lesquels nous sommes présents, c'est ce que prévoit GfK. Comme sur chaque segment, nous sommes représentés par des marques leader, nous tablons sur une croissance de l'ordre de 20 % avec un portefeuille constant.

Quels sont les produits qui se vendent le mieux actuellement ?

Pour le réseau, c'est clairement le courant porteur en ligne qui connaît la plus forte croissance. Sur le marché du périphérique informatique, ce sont les disques durs qui progressent le plus vite. Mais surtout, la fin d'année fut marquée par la très bonne performance de la téléphonie haut de gamme. Fort logiquement, l'accessoire iPhone a connu une croissance exponentielle et nous sommes très présents sur ce segment avec des marques comme Griffin, Xtreme Mac, iHome, Speck, Kensington, Altec Lansing, iFrogz, etc. Le marché de l'enceinte iPod/iPhone se porte à merveille et avec les marques Altec Lansing et iHome, nous y avons 20 % de parts de marché. En 2009, nous avons enregistré une croissance de 100 % sur la marque iHome et nous prévoyons la même chose pour 2010.

Vous êtes très présent sur le périphérique informatique. Comment jugez-vous l'état de ce marché et son évolution probable ?

Si ce marché est globalement en croissance, il y a des produits qui fonctionnent mieux que d'autres. Certains sont en baisse car de plus en plus intégrés sur les ordinateurs. Outre le disque dur déjà mentionné, les accessoires pour net- et notebooks connaissent une forte croissance. Le rayon périphérique devient d'ailleurs de plus en plus grand. Les marges y sont bonnes, contrairement au produit maître... Nous prévoyons encore au global une progression de 20% cette année.

Comment se porte le secteur du réseau grand public et comment voyez-vous son avenir ?

Le CPL y occupe une place de plus en plus prépondérante, et cette tendance devrait se confirmer. En 2009, la croissance fut de l'ordre de 30 % et devrait être similaire en 2010. En revanche, cette croissance se fait aussi au détriment du WiFi. C'est une situation spécifique à la France qui s'explique par les box mais aussi par une présence forte de la marque Devolo dès le début de la technologie. Main dans la main avec nous, elle s'est imposée rapidement comme le leader incontesté du secteur et le CPL représente désormais une part non négligeable de notre chiffre d'affaire.



Bulkypix,

Né il y a un peu plus d'un an, Bulkypix est rapidement devenu un éditeur-développeur qui compte dans le monde des jeux pour iPhone/iPod. Non seulement développeur de ses propres jeux, mais aussi éditeur pour des tiers, Bulkypix sera bientôt présent sur d'autres plateformes. Vincent Dondaine, fondateur, répond à nos questions. par Sébastien Anxolabéhère



Entretien avec

Vincent Dondaine
PDG

JDLI : Comment est né Bulkypix ?

Vincent Dondaine : Les géniteurs de Bulkypix sont des vétérans du jeu vidéo ! J'étais moi-même parmi ceux qui ont monté Videndi Games Mobile où j'officialiais comme Senior Producer, notamment de Crash Bandicoot NitroKart, un titre qui est toujours dans le top des ventes sur iPhone. Lors du rachat d'Activision par Vivendi, il a été convenu que les Américains auraient le lead. Et comme le jeu sur téléphone mobile était tout sauf leur priorité, les 300 salariés de Vivendi Games Mobile se sont retrouvés sans emploi. C'est à ce moment qu'à une dizaine nous avons monté Bulkypix.

Dix associés pour une société toute nouvelle, ça paraît beaucoup.

Nous voulions monter une société crédible, faite pour durer, pas une start-up à 10 000 euros ! Le capital de Bulkypix est de 250 000 euros. Il y a une vingtaine de

salariés, dont la majorité en CDI. A la création de la société le salarié le moins expérimenté avait déjà quatre années dans le métier !

Quels sont vos domaines d'activité ?

Nous développons et éditons des jeux pour iPhone sous notre marque, mais nous pouvons également nous limiter à l'édition. En effet la logique d'édition sur téléphone portables en général et pour iPhone en particulier n'a rien à voir avec un jeu retail. Nous avons une véritable expertise en la matière. En plus, notre proximité avec le monde du développement nous permet de saisir des opportunités telles que la licence de My Brut. Il s'agit d'un jeu développé par Motion Twin, spécialisé des jeux pour le web. Nous en avons fait la version pour iPhone et c'est devenu notre meilleure vente sur l'App Store. A côté des jeux pour iPhone et iPod, nous avons aujourd'hui de nouveaux projets en développement. Evidemment nous serons présents sur l'iPad, mais nous travaillons également sur d'autres plateformes pour téléphones, sur la PSP Go ou Facebook.

Comment abordez-vous l'iPad ?

L'iPad va s'avérer une magnifique plateforme de jeux, j'en suis certain. Il a la puissance nécessaire pour afficher des graphismes de vraie

qualité sur un écran qui semble être excellent. L'iPad va bénéficier d'un soutien massif dès le lancement. C'est un positionnement très malin, car il n'est pas en concurrence directe avec les notebooks. Dans un autre domaine, il est évident que l'iPad va démocratiser la lecture numérique, de la presse ou de livres.

Quels sont vos projets sur Facebook ?

Il est clair que nous avons une farouche volonté de développer des jeux pour les réseaux sociaux, et particulièrement Facebook aujourd'hui. C'est un environnement très intéressant pour des développeurs car nous sommes totalement libres. Mais l'environnement économique est totalement différent de ce que nous connaissons. Il s'agit de vendre des contenus supplémentaires dans des jeux dont l'accès est gratuit. La communauté facebook dépasse les 400 millions d'utilisateurs à l'heure actuelle, et ça ne fait qu'augmenter.





visage du nouveau jeu vidéo

Interview



Maestro

Votre stratégie exclut totalement la vente de contenu en retail ?

Oui. Nous sommes des i-publishers. D'ailleurs, il ne faut pas se voiler la face, les modes de distribution changent, notamment sous l'impulsion d'Apple qui a su apprendre aux consommateurs à acheter des contenus dématérialisés via iTunes.

Quel est votre travail en tant qu'éditeur ?

En effet, à côté des titres que nous développons en interne, nous avons également des accords d'édition avec une douzaine de développeurs, comme WhiteBirds Production pour qui nous avons édité Babel Rising. Dans ce cas notre travail est essentiellement tourné vers le marketing et la communication. Il faut bien comprendre que le marketing sur iTunes est particulier et demande un savoir-faire très différent du marketing habituellement pratiqué. La pub classique seule ne fonctionne pas, il faut travailler en profondeur, sur les forums, dans les communautés. C'est un marketing au contact. Si le marketing habituel est la guerre, pour les contenus sur iTunes, c'est la guérilla ! Une véritable guérilla sociale !!

Votre activité n'est concentrée que sur le jeu ?

Nous sommes concentrés sur le jeu, mais nous développons également des applications pour le compte de sociétés qui œuvrent dans d'autres milieux. Bulkypix a un savoir-faire qui est tout à fait adapté pour d'autres secteurs que le jeu. Ainsi, nous avons développé l'application iPhone de Antalis, le leader européen de la papèterie. Nous sommes également prestataires pour des sociétés de tourisme, des villages vacances, des musées... Il s'agit souvent de communication institutionnelle dans une logique business to business.

Quel est le coût de développement d'un jeu pour iPhone ?

Ca se situe entre 30 000 et 80 000 euros pour rester dans un niveau de risque acceptable pour une société comme la nôtre. Il faut savoir que les sociétés qui développent des contenus iPhone sont à 97 % des sociétés de trois personnes maximum, Gameloft et EA Mobile sont les exceptions.

Parmi ces micro-sociétés, combien parviendront à survivre ?

Le marché des contenus pour l'AppStore pourrait bien être un marché Nintendo accéléré : de nombreux y voient une opportunité, mais beaucoup ne parviendront pas tirer leur épingle du jeu. C'est darwinien : les boîtes qui font de mauvais jeux ne survivront pas. La qualité et l'innovation payent toujours, il faut que les joueurs en aient pour leur argent... à condition aussi de savoir marketer !

Quel est le juste prix pour un jeu sur l'AppStore ?

Selon la profondeur et la qualité du jeu, le prix doit se situer entre 2,99 et 7,99 euros. Ensuite, il y a une véritable barrière psychologique. En revanche, en dessous, on tombe dans le non-sens. Je m'insurge contre un positionnement à 0,79 euros comme on le voit parfois. Ca ne fait pas sens économiquement, et ça donne de mauvaises habitudes aux consommateurs. Certes, on peut générer beaucoup d'achat et par conséquent est haut placé dans le classement, mais une fois qu'Apple a pris sa marge (30 %, nldr), que reste-il ? Rien ou presque.

L'AppStore permet de changer le prix de vente de son application n'importe quand. Utilisez-vous ce moyen ?

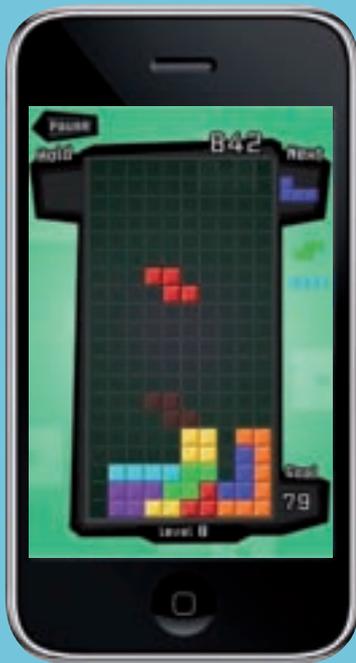


Ca peut être intéressant pour faire des promotions limitées dans le temps, en accompagnement d'une campagne de publicité par exemple.

Les licences ont-elles le même impact que dans le retail ?

Avoir une licence forte est toujours intéressant, c'est vrai. Mais dans le système de l'AppStore, il n'y a pas de problème de place, comme dans une boutique physique, donc la licence n'est pas une prime au référencement. Ca change tout ! Je pense d'ailleurs qu'à terme nous verrons des propriétés intellectuelles nées sur l'AppStore partir à la conquête d'autres marchés.





Tetris

Carton sur mobiles

EA Mobile et Blue Planet Software, société gérant les droits du jeu Tetris, viennent d'annoncer que la série s'est vendue à plus de 100 millions d'exemplaires dans le monde, en téléchargement payant sur mobile depuis 2005. Depuis qu'il a signé les droits d'adaptation en 2006, EA Mobile a décliné la marque Tetris en de multiples versions, y compris sous la forme d'une application sur App Store. « *Tetris représente la franchise de jeu la plus importante sur mobile* », estime Adam Sussman, VP Worldwide publishing d'EA Mobile. « *Elle témoigne de la nature toujours aussi innovante de la marque et de sa capacité à s'adapter sur n'importe quelle plate-forme* ». Créé en 1984 par le Russe Alexey Pajitnov, Tetris a depuis été adapté sur la plupart des machines de jeu, dont la Game Boy avec une version dédiée qui a fait les beaux jours de la première console portable de Nintendo.

Canon relance les enchères

Le constructeur a présenté sa nouvelle gamme d'appareils photo numériques pour le printemps. La première nouveauté concerne la catégorie reflex avec l'EOS 550D qui remplace le 500D. Outre un capteur 18 Mpixels qui paraît démesuré par rapport à l'usage grand public, ce nouveau reflex apporte diverses améliorations plus intéressantes aussi. Doté d'un processeur Digic 4, il permet de photographier avec des sensibilités allant de 100 à 12 800 ISO. Canon annonce par ailleurs avoir beaucoup amélioré le système de mesure avec des techniques dérivées des modèles professionnels comme l'EOS 7D. Le plus spectaculaire concerne néanmoins la vidéo avec la possibilité d'enregistrer en Full-HD (1920 x 1080) à 30 images par seconde. L'enregistrement en 720P permet de choisir entre 60 et 50 i/s pour réaliser des ralentis. On notera l'utilisation d'un nouvel écran trois pouces Clear View offrant une résolution de 1 Mpixels. Le 550D sera disponible à 799 euros boîtier nu ou 899 euros avec un zoom 18-55 mm. Pour les compacts, on retrouve une gamme très orientée grand public, les modèles pour amateur exigeant comme les G11 et S90 restent naturellement inchangés au catalogue. Cette gamme ne fait guère que reprendre les techniques existantes pour suivre des tendances déjà connues : plus de zooms grand angle



stabilisés, des automatismes de plus en plus sophistiqués et des écrans plus performants sous forte lumière. Le tout combiné à des capteurs de 10 à 14 mégapixels. Côté interface utilisateur, le haut de gamme comme l'IXUS 210 passe à l'écran tactile. La vidéo HD et la sortie HDMI sont également de la partie dès que l'on monte en gamme. Beaucoup de séduction donc mais rien de fondamentalement nouveau. Le seul modèle qui fasse un peu exception est le PowerShot SX210, modèle superzoom doté d'une optique grand angle 14x (28-392 mm équivalents) qui pourra tenter les amateurs à la recherche d'un zoom très puissant sous un petit volume et un poids réduit puisqu'il ne pèse que 215 g avec batterie et carte mémoire. Les Ixus 105 (179 euros), Ixus 130 (249 euros) et Ixus 210 (349 euros) seront disponibles en mars, tandis que le PowerShot SX210IS (329 euros) fera son apparition en avril.



SuperTooth sans les mains



Spécialiste des solutions Bluetooth, SuperTooth présente Buddy, un tout nouveau kit mains-libres pour la voiture. Il est surtout très compact (13 x 49 x 130 mm). Compatible Bluetooth 2.1, il peut réaliser automatiquement le jumelage avec les téléphones compatibles. Supertooth annonce une autonomie de 20 heures en conversation et de 1 000 heures en veille. Le Buddy dispose en outre d'un micro souple anti-écho, d'un haut parleur puissant et d'une petite pince aimantée pour l'installer facilement sur le pare-soleil. Le Buddy de Supertooth sera disponible au mois de mars au prix de 59 euros.

Jabra, une oreillette branchée

Après la Stone, Jabra poursuit son retour sur le devant de la scène avec une nouvelle oreillette Bluetooth baptisée Extreme. Le constructeur a cette fois mis l'accent sur la technologie avec le Noise Blackout Extreme. Ce système optimisé s'appuie sur deux microphones épaulés par le contrôle automatique du volume en fonction de l'environnement sonore. Le tout est censé améliorer la qualité des appels. L'Extreme profite également d'embouts Ultimate-fit Eargel qui s'adaptent au mieux à l'oreille de l'utilisateur. À cela s'ajoute la technologie Acoustic Shock Protection qui palie les brusques augmentations de volume, sans oublier la connexion multipoint qui permet de jumeler l'oreillette simultanément avec deux terminaux. D'un poids de 10 grammes, l'Extreme devrait offrir une autonomie de 5,5 heures en communication et de 10,5 heures en veille. L'oreillette est livrée avec deux crochets auriculaires orientables pour un meilleur maintien et un ensemble boîtier/chargeur auto. La Jabra Extreme est disponible au prix de 79 euros.



Olympus

change tout



Pour ce printemps, Olympus a décidé de renouveler entièrement sa gamme de compacts avec une nouvelle conception et pas seulement des retouches cosmétiques ou de détail. Changement notoire, Olympus adopte définitivement la carte SD ce qui marque la fin de la xD et l'apparition de la vidéo HD. Elle est disponible sur la plupart des modèles de la nouvelle gamme. Comme ses concurrents, Olympus adopte largement les capteurs 14 mégapixels. La course aux pixels est décidément difficile à arrêter ! Olympus a également décidé d'équiper ses compacts d'une mémoire interne conséquente de 1 ou 2 Go, ce qui facilite d'autant l'usage album photos. Une nouvelle interface a été développée et le mode d'emploi est intégré dans l'appareil, évitant ainsi de l'oublier ou de le perdre ! Nous n'allons pas détailler tous les nouveaux modèles de compacts mais ils sont, comme la gamme précédente, répartis entre la série FE très abordable, la série μ plus luxueuse et la série Tough pour les baroudeurs. La plupart des modèles sont disponibles en plusieurs couleurs et intègrent un zoom grand angle. Les prix s'étagent de 99 à 399 euros, ce qui

couvre pratiquement tout le marché du compact ! Du côté des bridges, Olympus propose deux nouveaux modèles avec les SP-800UZ et SP-600UZ qui partagent les mêmes caractéristiques essentielles, le 800UZ se distinguant surtout par son zoom record qui atteint 30x (28-840 mm équivalents) ! Les prix sont de 299 et 379 euros. Enfin, nouveauté qui ne manquera pas d'attirer l'attention des passionnés, la gamme Olympus Pen voit apparaître un nouveau modèle destiné au grand public exigeant, l'E-PL1. Plus abordable, il est doté d'une interface sur

écran spécifiquement destinée à faciliter l'utilisation, l'E-PL1 est plus compact que ses grands frères mais il partage les caractéristiques essentielles (capteur et traitement d'image en particulier). Naturellement, les modes d'utilisation classiques pour photographes expérimentés sont également présents ! Il est doté du port externe pour périphériques, comme l'E-P2, mais le kit de base ne comprend pas le viseur électronique disponible en option. La cible visée par Olympus est celle du compact haut de gamme, le PL1 offrant des performances et des capacités supérieures grâce à son grand capteur et ses objectifs interchangeables. Il sera disponible en mars 2010 pour 549 euros boîtier nu ou 599 euros avec zoom 14-42 (équivalent 28-84 mm).



Samsung, rien que pour elles



Samsung continue d'étoffer sa gamme Player avec un modèle à destination des femmes. Le Miss Player se pare d'une coque matelassée blanche et glossy, d'une touche de navigation en forme de diamant et d'un contour argenté. L'interface n'est pas en reste avec également des thèmes glamour. Le menu Pink Diamond offre un bureau qui s'étend sur trois volets pour accéder directement aux portails communautaires comme Facebook ou Twitter par exemple, sans oublier une application pour gérer sa liste d'achats. Ah les clichs... Du côté des caractéristiques techniques, le Miss Player est doté d'un écran tactile de 2,8 pouces, d'un baladeur audio avec radio FM RDS sans oublier un appareil photo 3 Mpx avec détecteur de sourire et mode panorama. Enfin, Samsung propose également un mode sécurité avec traçage du mobile en cas de vol, envoi de SOS sans oublier l'indispensable appel simulé pour celles qui veulent avoir la paix. Le Miss Player de Samsung est disponible au prix de 219 euros.

Gameloft appuie sur l'accélérateur

L'éditeur spécialiste du jeu sur mobiles vient de publier GT Racing Motor Academy sur l'App Store. Cette simulation de course automobile à la réalisation particulièrement soignée repose ses des licences officielles de constructeurs prestigieux (Ferrari, Lamborghini, Mercedes...) et permet de concourir sur d'authentiques circuits, routes et autres tracés de rallye. Jouable en mode vue arrière ou cockpit, le titre met à disposition du joueur une centaine de voitures, dotées de comportements propres et plusieurs modes de jeu (arcade, carrière, jeu en ligne). Côté multijoueurs, le jeu permet d'affronter des pilotes en local ou en ligne jusqu'à six simultanément. GT Racing Motor Academy est disponible au prix de 5,49 euros (au 09/02).





Pentax

en mode vintage

Comme la concurrence, Pentax présente sa nouvelle gamme d'APN pour le printemps. Les nouveautés concernent la gamme Optio qui couvre tous les compacts avec les H90 (149 euros), E90 (79 euros) et I-10 (199 euros). Le premier compact arbore un design épuré et intègre un capteur 12,1 Mpixels associé à un zoom 5x grand angle (équivalent 28-140mm). Il autorise l'enregistrement de vidéos au format HD (1280 x 720) à la vitesse de 30 i/s. Outre les habituels systèmes de détection, le H90 permet de créer une image panoramique à partir de plusieurs clichés ou encore de composer une image large à partir de deux photos. L'E90 se destine quant à lui aux débutants ou aux adeptes de la simplicité. En appuyant sur le bouton « vert », tous les réglages se font automatiquement sans avoir à entrer dans les menus. Il suffit de cadrer, de déclencher et le tour est joué. L'E90 s'appuie sur un capteur 10,1 Mpixels et un zoom 3x grand angle. Enfin, Pentax propose avec le I-10 un APN original de part son « look » puisqu'il adopte le design « néo-vintage » des anciens boîtiers reflex. Doté d'un capteur 12,1 Mpixels et d'un zoom 5x (équivalent 28-140mm), l'I-10 permet également de réaliser des vidéos au format HD. Mais la spécificité de ce modèle est sa compatibilité avec les nouvelles cartes SD Eye-fi qui sont munies d'un émetteur WiFi pour transférer directement les photos prises vers un ordinateur.

Sherlock Holmes poursuit l'enquête



En parallèle au film de Guy Ritchie actuellement en salles, Sherlock Holmes se voit également adapté en jeu vidéo pour mobiles par les bons soins de Gameloft. L'éditeur propose en effet le jeu vidéo officiel basé sur la licence du film, reprenant personnages et intrigues du long-métrage : le joueur incarne le célèbre enquêteur ou son acolyte, le docteur Watson, alors qu'ils enquêtent sur une secte maléfique menée par Lord Blackwood. Sur une dizaine de chapitres, le jeu alterne entre scènes d'action, de combats, de résolution d'énigmes et autres recherches d'indices. Il est vendu entre trois et cinq euros.



Mobility Lab, l'accessoire mobile



Le spécialiste des accessoires pour utilisateurs nomades présente sa toute nouvelle gamme de périphériques. Parmi les principales nouveautés, on trouve la Webcam Nano Cam X9 qui affiche un design moderne et pourra se fixer sur n'importe quel écran d'ordinateur portable grâce à son support adaptable. Pour les utilisateurs d'ordinateurs portables, Mobility Lab propose toute une série d'adaptateurs secteur dont la puissance varie de 40W à 120W ainsi qu'un support équipé d'un ventilateur pour éviter toute surchauffe. Un hub USB est aussi proposé pour augmenter les possibilités de connexion. Autre périphérique indispensable, la souris. Mobility Lab propose divers modèles comme la Travel Optical Mouse avec son cordon rétractable, la souris Wireless Nano X9 Optical dotée d'un récepteur miniature et un autre modèle sans fil qui se recharge grâce à sa base connectée en USB (Wireless Rechargeable WR100). Bien entendu, les claviers ne sont pas oubliés avec une gamme destinée aussi bien aux ordinateurs de bureau qu'aux portables, ainsi qu'aux ordinateurs de la marque à la pomme avec un design spécifique. Enfin, Mobility Lab propose toute une série d'enceintes pour notebook.



Be Mobile, Simply.



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

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



CUBE USB MINI SPEAKER



WIRELESS RECHARGEABLE OPTICAL WR100



MINI DESIGN TOUCH USB



FASHION HD OPTICAL MOUSE



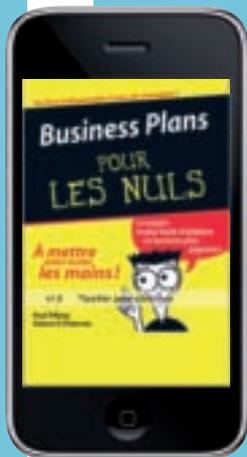
ULTRASLIM UNIVERLAB 90 W





News

Anuman pense aux nuls



L'éditeur vient de lancer une gamme complète d'applications « Pour les nuls » sur iPhone et iPod Touch. Le concept est directement issu des ouvrages du même nom, disponibles en librairies. Téléchargeables dans la section livres numériques de la boutique App Store, les 16 références abordent une multitude de sujets différents autour de deux thématiques principales (vie pratique et religions) comme l'Anglais, le sexe, la Bible, le bricolage ou encore la cuisine. On retrouve à chaque fois le volume en question divisé en chapitres et une fonction de recherche par mot-clé est également incluse. Les applications sont vendues entre 1,59 euro et 3,88 euros en fonction des références (au 09/02).



Fujifilm en super grand angle



Autre constructeur à présenter sa nouvelle gamme d'APN, Fujifilm vient de dévoiler ses nouveaux modèles de la gamme FinePix dont le bridge HS10. Équipé d'un capteur 10 Mpixels et d'un zoom super grand angle, cet APN permet une prise de vue en rafale à 10 i/s avec suivi des sujets en mouvement et des vidéos au format Full-HD (1080p). L'appareil propose également un mode panoramique en mouvement qui consiste à faire un balayage de droite à gauche ou de bas en haut, le HS10 enregistrant une rafale des vues

qui seront ensuite montées ensemble pour obtenir une vue panoramique homogène. Le HS10 sera disponible à la mi-avril. Dans la catégorie compacts-bridges on trouve les FinePix S2500HD, S1800 et S1600. Tous trois sont équipés d'un capteur 12 Mpixels et d'un zoom grand angle. Parmi les fonctions avancées, on notera le zoom « bracketing » qui permet de prendre successivement trois images à des taux d'agrandissement différents (normal, 1,4x et 2x). On choisit ensuite directement l'image qui convient sans avoir à passer par un recadrage sur l'ordinateur. Ces APN seront disponibles à la fin du mois de février. Dernier APN annoncé, le F80EXR permet de réaliser des vidéos au format HD (720p) qui pourront être diffusées sur un téléviseur compatible via la prise mini-HDMI. Mais la principale nouveauté est la rotation automatique des images quelque soit l'orientation de l'appareil ce qui permet de l'avoir toujours dans le bon sens de lecture. Le F80EXR sera disponible mi-avril.

Shield habille l'iPhone



Qu'est-ce qui ressemble plus à une semi-coque rigide pour iPhone qu'une autre semi-coque rigide ? Elles sont tantôt noires, tantôt transparentes, avec des striures ou sans. Partant de ce constat, le fabricant taïwanais Shield a eu l'idée de se distinguer par les coloris. Et pas seulement avec deux ou trois couleurs comme souvent. Il y en a plus d'une dizaine qui se distinguent aussi par un traitement spécial qui leur donne un rendu mat métallisé très réussi. De plus, les créateurs de la marque ne se sont pas contentés des couleurs primaires, des coloris plus subtils sont proposés qui vont bien à l'iPhone. Chic et tendance ! La matière est également très agréable au toucher, ce qui a son importance. Enfin, une découpe ronde laisse voir le logo d'Apple. La marque Shield est distribuée en exclusivité par TouchMods sur le territoire français.

Urban Factory

La Ring Mouse d'Urban Factory est une souris sans fil vraiment atypique. Destinée à un usage mobile ou quand la place vient à manquer, elle se compose d'un bracelet et d'une bague. Ultra compacte et légère (25 grammes), elle offre toutes les fonctions de base comme le clic droit et gauche mais aussi le défilement. L'ensemble fonctionne grâce à une petite batterie rechargeable et offre une portée jusqu'à six mètres. La Ring Mouse d'Urban Factory est disponible au prix de 44,90 euros.



Soyez du matin...



- Permet de recharger votre iPod et d'écouter votre musique préférée.
- Radio FM avec 9 stations pré-programmables.
- Fonctionne sur piles (6 x LR06 – non incluses) ou secteur (alimentation incluse).
- Fonctions Snooze et Sleep timer.
- Entrée auxiliaire 3,5mm pour connecter toute source audio.
- Haut-parleurs stéréo large bande.



FM
RADIO



Batteries
or 220V



Stereo



TIME
12/24



BLUE
SCREEN

WakeUpWeekly

iPod **ALARM CLOCK RADIO**



INDUSTRY
BLUESTORK
Easy technology®

AUDIO SOLUTIONS

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



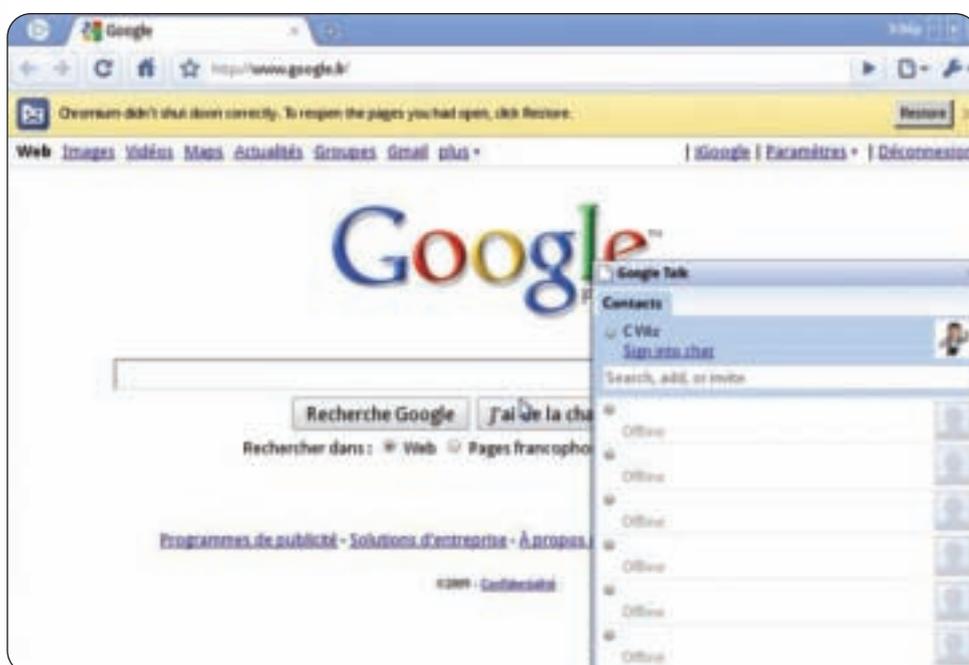
Google Ch

Focus

MORILLITE
mobilité

Après s'être lancé dans les systèmes d'exploitation pour téléphones avec Android, Google a décidé de s'attaquer à l'un des status quo les plus persistants du monde de l'informatique : les systèmes d'exploitation pour PC. Pour autant, Chrome OS a-t-il des arguments suffisants pour défier le géant Windows ? par Guillaume Louel

Un PC de



Ce n'est pas un secret, les deux géants de l'informatique que sont Google et Microsoft ne s'apprécient pas particulièrement et s'empressent de le faire savoir en venant attaquer ce qui est le cœur de métier de leur concurrent. Pour Microsoft en 2009, c'était le lancement de Bing, nouvelle itération du moteur de recherche sur Internet de la firme de Redmond. De son côté, Google n'est pas en reste. Le numéro un mondial de la recherche sur Internet s'est lui découvert une vocation pour les systèmes d'exploitation ! Tout d'abord avec Android, un système dédié aux smartphones qui vient directement attaquer l'offre d'Apple avec l'iPhone en proposant un niveau de fonctionnalités assez similaire, mais aussi Windows Mobile, OS historique qui avait lancé les smartphones et dont l'évolution ces dernières années aura été chaotique. C'est cependant un tout autre challenge qu'envisage aujourd'hui Google puisque la société a annoncé Chrome OS, un système d'exploitation « Internet » qui visera dans un premier temps tout particulièrement les netbooks, cette nouvelle génération de PC portables au prix réduit et surtout aux performances limitées.

Question de philosophie

Pour bien comprendre les ambitions de Google, il faut se pencher sur l'histoire de l'informatique. Assez périodiquement revient vers nous une querelle qui aura opposé des générations successives d'informaticiens, la question de l'épaisseur du client. Rassurez-vous, contrairement aux compagnies aériennes on ne va pas essayer de vous vendre un second PC en fonction de votre masse corporelle. Par client, c'est le PC que vous utilisez et son rôle qui sont remis en cause. Certains le voient léger, d'autres riche. Commençons par ces derniers qui pensaient avoir gagné la bataille. Un client riche, c'est un ordinateur suffisamment puissant pour se débrouiller tout seul. Et c'est à peu près la définition de la totalité des machines que l'on trouve sur le marché. Du traitement de texte à l'encodage de vidéos, les ordinateurs personnels sont capables de tout faire dans des conditions souvent acceptables. Porté par les grands noms du matériel informatique, ce mouvement a gagné. Le PC moderne est une bête de calcul équipée d'un système d'exploitation complet et complexe, la puissance de calcul accessible à tous, en somme. L'inconvénient principal de cette approche





Chrome OS

devenu navigateur



Focus

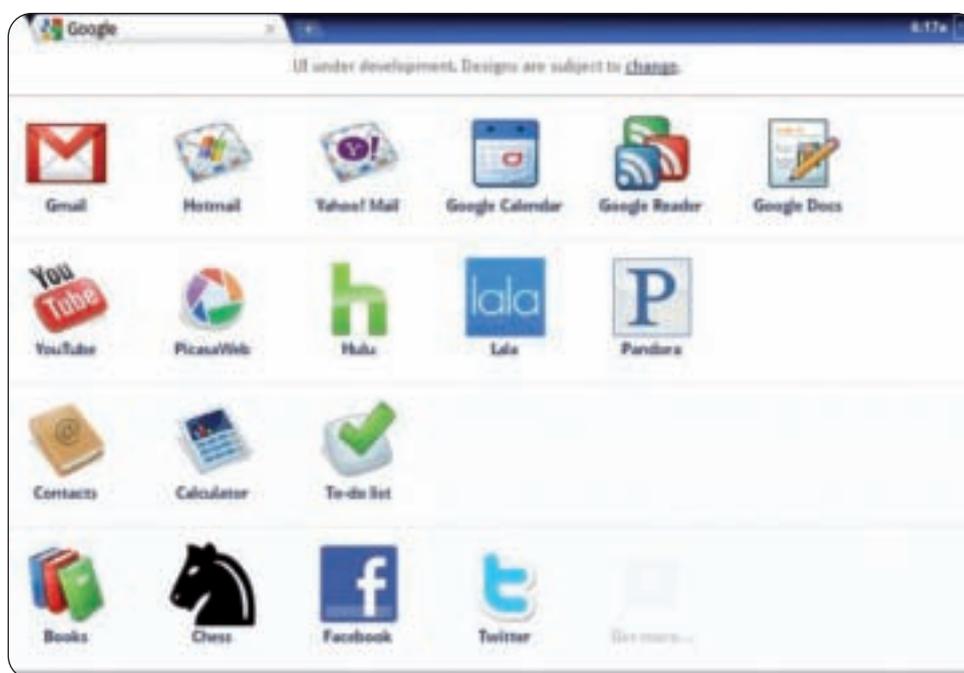
Chrome OS est-il un système d'exploitation pour PC transformé en simple terminal Web ? Les choses ne sont pas si simples.

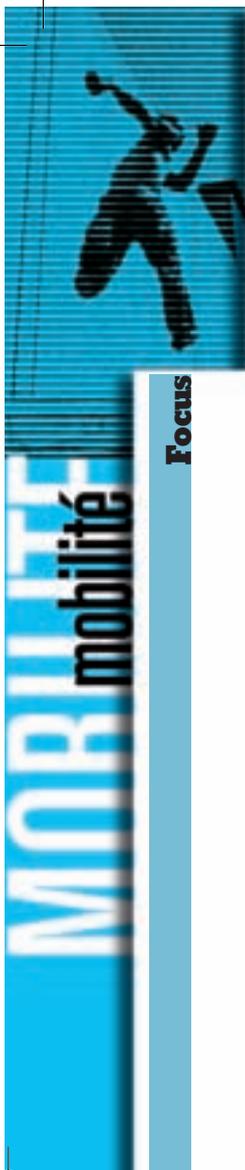
réside justement dans les systèmes d'exploitation. Puissants, ils doivent pouvoir s'adapter à toutes les situations. Avec le danger parfois qu'ils dépassent les utilisateurs par leur complexité. Failles de sécurité, virus, logiciels indésirables mais aussi pertes de données : les faiblesses du monde du PC sont malheureusement connues de tous. C'est pour cela que l'on trouve une autre frange d'informaticiens, ceux qui pensent qu'un utilisateur ne devrait pas avoir à connaître toutes les subtilités liées à l'administration de sa machine. Pour eux, les tâches de maintenance, de mise à jour, de diagnostic et de sauvegarde de données ne devraient pas incomber à l'utilisateur. Cette idée qui semblait brillante dans les années 80 avec le concept du terminal et du serveur pour les entreprises était pour le moins passée de mode et n'a jamais atteint le grand public.

L'effet Internet

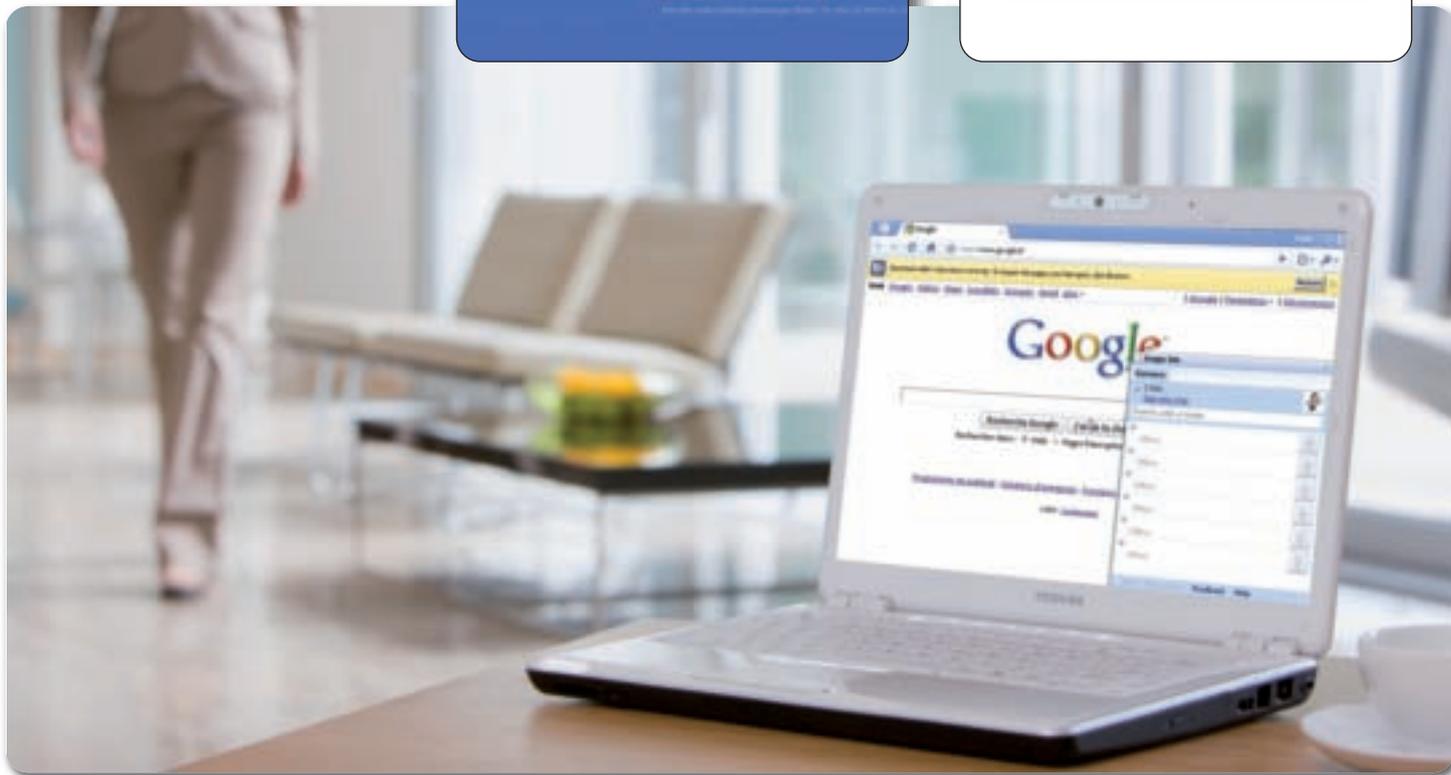
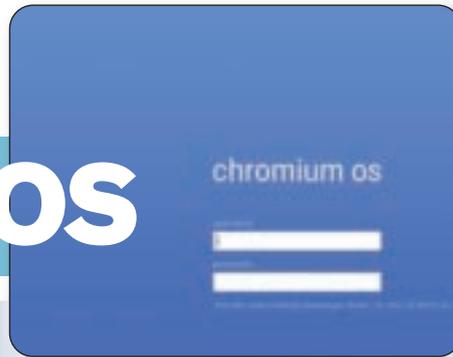
Si l'approche du terminal/serveur peut sembler marginale de nos jours, elle est revenue de manière assez insidieuse par le Web ! S'il s'agissait dans un premier temps d'accéder à du contenu à distance, ces

dernières années Internet s'est transformé en un nid à applications interactives. D'abord dans un premier temps, il s'agissait de partager le contenu. Vidéos (YouTube), photos (Flickr), écrits (blogs...), le Web est devenu un lieu de partage dont l'apogée est atteinte par les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter. Mais le Web est aussi devenu la porte des applications interactives riches. On y reçoit, classe et écrit ses e-mails (Hotmail, Gmail...), on y retouche ses photos, édite ses vidéos et parfois même l'on y joue. Une tendance poussée par les jeux en Flash mais qui aura aussi abouti à des projets comme Quake Online. Tout cela sur des serveurs distants auxquels l'utilisateur accède par le biais d'un navigateur Web. Le retour d'un modèle client/serveur ? Oui, mais pas forcément pour des raisons matérielles. Si l'on utilise un service de courrier comme Gmail, c'est avant tout pour pouvoir accéder à ses données de manière distante et ce sur de nombreux périphériques. Mais aussi pour ne pas avoir à s'occuper de gérer ses sauvegardes. Des cas d'usages existent également et profitent à être mutualisés, comme la gestion des messages indésirables. Il est plus facile de détecter le SPAM de manière collective qu'individuelle. Un avantage souvent mis en avant par ces services.





Google Chrome OS



Le tout en ligne

Google mise sur un avenir des applications qui passera par le Web et les services en ligne offerts au sein du navigateur. C'est une façon de pensée radicale pour certains, innovante pour d'autres. Allons un instant dans leur sens. Si l'on estime que l'on peut tout faire dans un navigateur, à quoi sert alors le système d'exploitation qui l'entoure ? Peut-on l'alléger, le rendre simple, fiable, hors de portée des virus ? Peut-on créer des PC si peu chers qu'ils soient interchangeables, au point qu'en cas de panne matérielle ou de vol, on ne perde rien de ses données ? Google pense que ce type de matériel existe déjà avec les netbooks. Restait à leur créer un

système d'exploitation dédié, et c'est ce à quoi aspire Chrome OS.

Linux, encore

Au cœur de Chrome OS on retrouve avant tout Linux, le système d'exploitation libre et gratuit. Google y a cependant opéré un certain nombre de modifications importantes. La première est un écrémage de la partie logicielle. C'est presque à la hache que Google aura modifié Linux en supprimant ce qui en fait habituellement sa force, soit sa capacité à tout faire dans tous les rôles, du téléphone portable aux serveurs de recherche. Ici, Linux est réduit à sa plus

simple expression : gérer le matériel du netbook et lancer les applications Web. Alors c'est ça Chrome OS, Linux transformé en simple navigateur Internet ? En quelque sorte, mais les choses ne sont pas aussi simples. Commençons par ce qui surprend. Contrairement à Windows ou Mac OS X, Chrome OS ne fait pas tourner d'applications locales. Vous n'y installerez pas de programme, ni de jeu. Pas plus que vous ne trouverez d'applications préinstallées comme un éditeur de texte ou un lecteur de vidéo. Chrome OS ne sait faire tourner qu'une seule application : le navigateur Web Chrome que Google a lancé en septembre 2008. Pour le stockage local, de la même manière vous ne pourrez pas enregistrer de fichiers sur votre machine, sauf à utiliser un périphérique externe (clef USB, disque dur externe...). Vous ne trouverez pas d'explorateur de fichiers pour voir à quoi ressemble le système de Google. Tout est fermé. Ce côté extrêmement restrictif ressemble pourtant à un retour en arrière. Pourquoi ne pas autoriser toutes ces tâches que l'on fait au jour le jour sur d'autres ordinateurs ? La réponse tient dans le concept même de Chrome OS : la sécurité.

Un système infaillible ?

En limitant les possibilités d'interaction de l'utilisateur avec le système, Google pense arriver à créer un système d'exploitation capable de résister aux virus et autres logiciels malveillants. Un système tellement robuste qu'il serait imperméable à toutes les attaques des pirates et hackers sur Internet. La fiabilité serait telle qu'aucun utilisateur maladroit ne pourrait compromettre parce qu'il aurait cliqué là où il n'aurait pas dû. Des objectifs très ambitieux qui expliquent ces restrictions pouvant sembler radicales.

Image Name	User Name	CPU	Memory (P...	Description
AppleMobileDev...	SYSTEM	00	1 516 K	Apple Mobile Device Service
atiectlo.exe	SYSTEM	00	2 864 K	AMD External Events Client Module
atiextco.exe	SYSTEM	00	2 140 K	AMD External Events Service Module
audiobg.exe	LOCAL S...	00	12 380 K	Windows Audio Device Graph Isolation
CCC.exe		00	3 544 K	Catalyst Control Centre: Host application
chrome.exe *32		00	5 312 K	Chromium
chrome.exe *32		00	12 528 K	Chromium
chrome.exe *32		00	26 776 K	Chromium
chrome.exe *32		00	6 208 K	Chromium
conhost.exe	postgres	00	1 524 K	Console Window Host
csrss.exe	SYSTEM	00	2 380 K	Client Server Runtime Process
csrss.exe	SYSTEM	00	11 660 K	Client Server Runtime Process
dmv.exe		01	23 460 K	Desktop Window Manager
explorer.exe		00	34 168 K	Windows Explorer

NETGEAR®

Connect with Innovation™

Transformez vos prises électriques en connexions Internet haut-débit

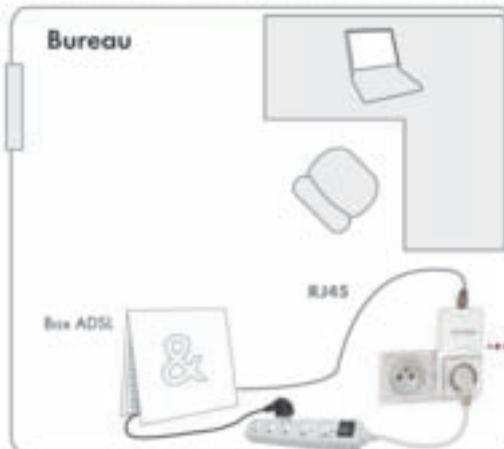
Kit CPL 200Mbit/s **XAVB2501**

Ne perdez plus de prise de courant !

- Filtre anti-parasites intégré
- Grâce à la LED **Pick-a-plug** sélectionnez les prises de courant les plus performantes
- Connectez PC, BoxTV, Console de jeux, lecteur multimédia, etc., en réseau et à Internet
- Fonctions éco-énergétiques
- Compatible avec tous les adaptateurs CPL HomePlug AV* du marché



RESEAU ELECTRIQUE



Pack de 2 CPL **XAVB2501**
Existe à l'unité : **XAV2501**



NOUVEAU FORMAT COMPACT
Pack de 2 CPL **XAVB2001**
Existe à l'unité : **XAV2001**

www.netgear.fr



- Désactivation des diodes pour économiser de l'énergie
- Mise en veille automatique en cas de non utilisation
- Packaging fabriqué à partir de 80% minimum de matières recyclées

Toutes les marques ou noms de produits cités sont la propriété de leur détenteurs respectifs.

Compatible avec toutes les Box

livebox®, freebox®, neufbox®

ELECTRONIC ARTS PRÉSENTE

EA GAMES 4 YOU

**ACHETEZ LE MEILLEUR DES JEUX EA GAMES
ET RECEVEZ DES CADEAUX COLLECTORS* !
DU 14/01/2010 AU 31/03/2010.**

4 JEUX EA GAMES



4 NIVEAUX DE CADEAUX*



- 1 JEU = 1 KIT DE STICKERS POUR CONSOLES
- 2 JEUX = 1 KIT + 1 TEE SHIRT ÉDITION LIMITÉE
- 3 JEUX + 1€ = 1 KIT + 1 TEE SHIRT + 1 SAC EA
- 4 JEUX + 1€ = 1 KIT + 1 TEE SHIRT + 1 SAC EA + 1 CASQUE AUDIO Skullcandy

CONCOURS : JOUEZ EN HD !



**PARTICIPEZ AU GRAND TIRAGE AU SORT
POUR GAGNER 1 ENSEMBLE HAUTE
DEFINITION AVEC ÉCRAN LED (47")
+ 1 HOME CINÉMA 2.1 BLU-RAY !**



JUSQU'OU IREZ-VOUS ?



Voir conditions de l'offre en magasin ou sur le site www.electronicarts.fr
© 2010 Electronic Arts Inc. EA, le logo EA, Battlefield Games, le logo Battlefield Games et Dante's Inferno sont des marques commerciales ou déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Tous droits réservés. Battlefield et le logo Battlefield sont des marques commerciales de Digital Illusions CE AB. Electronic Arts, EA et le logo EA sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
© 2010 Electronic Arts Inc. EA, le logo EA et Army of Two sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Tous droits réservés.
© 2010 Digital Illusions CE AB. Tous droits réservés. Battlefield Bad Company 2 est une marque commerciale de Digital Illusions CE AB. Electronic Arts, EA et le logo EA sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs. EA™ est une marque déposée d'Electronic Arts™.





MORILLITE

Focus

Google Chrome OS



Contrairement à Windows ou Mac OS X, Chrome ne fait pas tourner d'applications, vous n'y installerez ni programmes ni jeux !

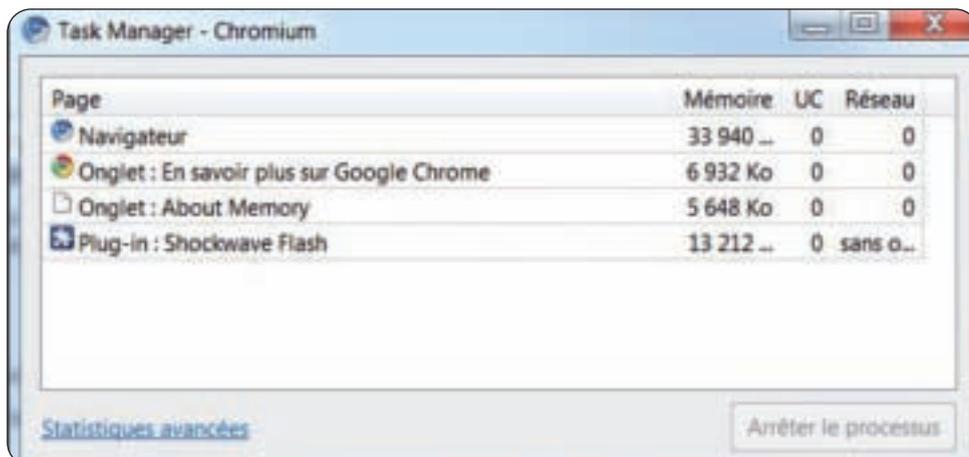
Mais technologiquement, est-ce que cela tient debout ? Il est encore trop tôt pour se prononcer, Chrome OS n'est prévu que pour la seconde moitié de l'année 2010 mais d'ores et déjà, quelques pistes mènent à un certain optimisme. Tout d'abord, à chaque démarrage Chrome OS vérifie étape par étape qu'il n'a pas été corrompu. Si cela a été le cas, il pourra se réparer automatiquement par le biais d'Internet en téléchargeant les morceaux corrompus. Ce concept de surveillance persiste lorsque l'on utilise la machine, un peu à l'image d'un antivirus sur PC. La tâche est ici cependant simplifiée par les choix de design de Chrome OS, un système fixe étant plus facile à surveiller. Bien entendu, il faudra rester prudent sur de telles promesses. Si la technique fait sens, on sait également que les navigateurs Internet sont souvent des vecteurs d'infection. Parfois à leur dépend, les plug-ins comme Flash d'Adobe étant souvent sujets à

des failles de sécurité. Chrome OS sera-t-il suffisamment réactif pour éviter ce type de problème ? Des concepts d'isolation ont été introduits mais en pratique, d'éviter les failles à 100 %. Google a cependant mis toutes les chances de son côté pour les minimiser au maximum.

Et les données dans tout ça ?

Un système fiable est intéressant, mais quid des données ? Google mise sur ses applications en ligne avant tout comme Gmail (courrier électronique) ou Documents (traitement de texte, tableur). C'est la logique du « cloud » computing qui préside : les données et la puissance sont externalisées. Tous les fichiers créés sont stockés en ligne sur les serveurs de Google. Envie d'envoyer une photo sur votre profil Facebook ? Pas de problème en utilisant un lecteur de

cartes mémoires (qui peut être inclus dans la machine) ou une clef USB. Le navigateur est capable d'ouvrir ces fichiers pour que vous puissiez choisir lequel envoyer. Pour ce qui est d'écouter de la musique, si l'on peut ouvrir individuellement des fichiers MP3 sur un disque externe, Google met en avant les services en ligne de streaming comme Deezer et autres. Autant être clair, l'approche de Google pour Chrome OS ne conviendra pas à tout le monde. La société en est consciente et proposera uniquement son système sur des netbooks qui seront clairement vendus comme des PC d'appoint. Si une version open source et gratuite pourra être installée par quiconque sur sa machine, elle portera un nom différent, Chromium OS. Google travaille ainsi avec les constructeurs de netbook pour intégrer directement Chrome OS pour que leurs machines soient vendues ainsi. Pas forcément pour des raisons commerciales, le système reste gratuit, mais pour des raisons de sécurité. Un netbook vendu avec Chrome OS devra disposer d'un BIOS spécifique (qui gère les vérifications d'intégrité du système dont nous parlions plus tôt) et d'un espace de stockage local sous forme de mémoire flash. Conséquence directe, les temps de chargements seront ultra-rapides. Pour l'instant en dessous des 10 secondes, le constructeur espère encore diviser ce temps de démarrage par deux !



Relancer la mode du netbook

Reste un double problème de confiance. Stocker ses données en ligne requiert que l'on ait une confiance totale auprès de l'opérateur qui s'occupera de ses données, aussi bien pour la fiabilité de leur stockage que pour leur respect de notre vie privée. Le second est plus insidieux. Google Chrome ne stocke aucune donnée de manière locale, toutes les machines « Chrome OS » seront interchangeables. Chacun pourra ainsi utiliser un netbook Chrome pour se connecter à ses applications Google, il peut être partagé entre famille et amis. Au démarrage du système, il suffit d'entrer son identifiant et son mot de passe du compte Google. Un concept certes pratique, mais à force de centraliser la totalité de ses données en ligne derrière un mot de passe unique, on augmente les risques en cas de perte dudit mot de passe. Une personne malveillante vous voit le taper dans un café et il aura accès à la totalité de vos données en ligne ! Un déplacement des risques qu'il faudra apprendre à gérer, et pour lequel Google aura probablement des réponses d'ici au lancement du système dans la seconde moitié de l'année. À défaut de venir concurrencer Windows ou Mac OS X, Google aura peut-être trouvé un cas d'usage intéressant pour les netbooks, qui pourraient reprendre de l'intérêt au moment où leur attrait s'essouffle par leur manque de puissance pour faire tourner d'autres systèmes d'exploitation classiques. À signaler aussi qu'il y aura une concurrence interne par les netbooks sous Android.

iiyama lance son tout nouveau moniteur tactile

MultiTouch

pour une utilisation optimisée de MICROSOFT Windows 7



ProLite T2250MTS | 22"

Compatible with



Notre moniteur ProLite T2250MTS a été spécialement conçu pour une parfaite utilisation du système d'exploitation MICROSOFT Windows® 7. Grâce à sa technologie tactile "Multitouch", il vous permettra de piloter toutes vos applications du bout de vos doigts, ou avec le stylet inclus dans le moniteur.

Il vous fera découvrir une nouvelle façon, plus intuitive, d'utiliser votre ordinateur.



www.iiyama.fr

iiyama



Netbooks 11

Panorama

MORBIITE
mobilité

À valeur ajoutée

Le marché du PC portable a connu une forte croissance en volume en 2009, en grande partie grâce aux netbooks. Néanmoins, les prix de vente très bas n'ont pas eu le même effet sur la valeur. Tous les regards se portent donc maintenant sur cette nouvelle génération de netbooks plus confortables mais aussi nettement plus polyvalents. *par Driss Abdi*

L'année 2009 a été marquée par une forte croissance en volume sur le marché des notebooks. D'après GfK, il s'est vendu 4,6 millions d'unités soit une croissance en volume de 32 % par rapport à 2008. En revanche, la croissance en valeur est bien plus modeste à seulement 6 %. Cela confirme sans trop de surprise l'attrait du grand public pour le netbook, dont le prix est suffisamment bas pour inciter à l'achat d'impulsion pour des usages de base ou encore pour du multi-équipement. Sur ce seul segment, les ventes en volume se sont élevées à 1,1 million d'unités en 2009 contre 500 000 en 2008, soit une hausse de plus de 120 %. Toutefois, l'hémorragie de perte de valeur pourrait marquer le pas avec plusieurs facteurs qui changent. Tout d'abord, le lancement de Windows 7 s'est traduit en semaine 44 par une baisse du poids des netbooks. Par ailleurs, une nouvelle génération plus polyvalente arrive avec un prix de vente à même de générer plus de valeur, tout en maintenant une demande soutenue du consommateur.



Asus

Eee PC 1201N

Confort et performance

L'inventeur du netbook se distingue avec ce modèle de 12 pouces. La résolution reste la même mais le confort y gagne encore un peu. Comme en témoigne le clavier qui est des plus agréables, la finition est irréprochable. Les touches carrées sont bien dimensionnées et leur espacement favorise la saisie. De plus, l'ensemble est suffisamment rigide et ne s'enfoncé pas quand on appuie franchement dessus. De même, le touchpad n'est pas très agréable au touché avec une surface rugueuse constituée de minuscules points en plastique. Comme pour les modèles concurrents, l'écran brillant est sujet aux reflets et cela ne favorise pas une utilisation au soleil. Asus intègre la plate-forme ION en plus du processeur Atom double cœur. Un bon point, notamment pour regarder des vidéos en haute définition sur l'écran ou sur un téléviseur via la prise HDMI. Plus généralement, ce netbook sera plus apte à tous les usages, y compris le jeu tant qu'il n'est pas trop exigeant. Du côté de l'autonomie, on pourra travailler pendant pratiquement cinq heures WiFi allumé.



Compaq

Mini 311c

La mobilité abordable

Habitué des configurations abordables, Compaq/HP récidive avec ce netbook sous ION à un prix très compétitif. La finition est soignée, avec une coque laquée aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. Toutefois, entrée de gamme oblige, les plastiques sont moins fermes que sur les modèles concurrents. C'est notamment flagrant au niveau des boutons du touchpad qui manque de fermeté. Bon point, le clavier est doté de larges touches et saisir du texte n'est plus un exercice crispant pour les doigts. Sans surprise, l'écran flatte le design mais au soleil on n'y voit pratiquement plus rien. Par ailleurs, la connectique va à l'essentiel et inclut trois ports USB et une sortie HDMI. Côté performances, la plate-forme ION autorise la lecture de vidéos HD malgré un processeur simple cœur poussif. Toutefois, la mémoire est limitée à 1 Go et on devra aussi limiter le nombre de logiciels ouverts en même temps. Enfin, le WiFi reste encore cantonné à la norme g et l'autonomie se situe dans la moyenne.

Processeur : Intel Atom Dual Core N330 (1,6 GHz)
Mémoire : 2 Go, Ecran 12,1 pouces (1366 x 768)
Carte graphique : Nvidia ION, Disque dur : 250 Go
Connexions : WiFi n, Lecteur de cartes mémoire SDHC, 3 ports

USB, Sorties HDMI et VGA,
Poids : 1,4 kg, OS : Windows 7 Home Premium

450

Processeur : Intel Atom N270 (1,6 GHz)
mémoire : 1 Go DDR-2, Ecran : 11,6 pouces (1366 x 768)
Carte graphique : Nvidia Geforce ION, Disque dur : 160 Go
Connexions : WiFi g, Lecteur de cartes mémoire 5 en 1, 3 ports

USB, Sorties HDMI et VGA
Poids : 1,46 kg, OS : Windows XP édition familiale

350





1,6 pouces

Quels sont les avantages offerts par ces nouveaux netbooks ? En quoi diffèrent-ils de la génération précédente et en quoi la différence de prix se justifie-t-elle ?

Vraiment mobile

Le succès du netbook s'explique par plusieurs éléments. Tout d'abord, ses dimensions permettent de l'emporter absolument partout, aussi bien dans un sac qu'à bout de bras comme on porterait un livre par exemple. Autre point important, son poids est également très modéré. Des arguments autrefois réservés à des ultraportables hors de prix et réservés aux professionnels. Aux yeux du consommateur, le netbook représente donc une véritable aubaine avec un nouveau prix psychologique qui s'est créé. Néanmoins, des limitations intrinsèques au concept même existent et peuvent justifier une montée en gamme. En effet, les performances sont très modestes et le netbook se

cantonne à des usages très spécifiques. De plus, le clavier est généralement étriqué et l'écran de petite taille ce qui ne facilite pas la navigation sur Internet ou dans de longs documents. Au final, il n'est pas aisé de travailler pendant des heures sur ce type de machine. Depuis, les 10 pouces sont arrivés et ont déjà changé la donne. Cette tendance à l'augmentation de la taille de l'écran continue aujourd'hui, avec des modèles de pratiquement 12 pouces. Côté confort, les netbooks rivalisent ainsi directement avec les ultraportables plus onéreux.

À l'aise

Plus large, l'écran est logiquement plus confortable, aussi bien pour travailler que pour surfer sur le Web ou bien regarder une vidéo. De plus, le châssis est à même d'accueillir un clavier dont les touches sont plus généreuses afin de faciliter la saisie. Fini les crispations des doigts, les longues séances de travail sont maintenant envisageables. Et pour couronner le tout,

l'encombrement et le poids sont encore très raisonnables à l'instar de la génération précédente. La finition n'est pas en reste et les constructeurs ont à cœur d'offrir un design plus soigné et plus valorisant pour le consommateur, qui sera alors peut-être plus à même de dépenser quelques euros de plus. Néanmoins, avec des composants encore très modestes, les performances restent en retrait la plupart du temps. En clair, aussi séduisant et pratique soit-il, le netbook se conçoit avant tout comme un second équipement ou pour des applications peu exigeantes comme la navigation sur Internet ou encore la consultation des emails et des documents de bureautique légère.

Limités

Jusqu'à présent, il était particulièrement difficile de différencier les netbooks. Les constructeurs semblaient se copier les uns les autres afin de profiter au plus vite de l'engouement pour ces mini PC. Ainsi, la liste des



Samsung

N510

La finition en plus

Le N510 de Samsung reprend le design noir laqué si cher à la marque rehaussé d'un élégant liseré chromé sur la tranche. Premier netbook de 11,6 pouces du constructeur coréen, il marque sa différence avec une finition plus soignée qui se traduit notamment au niveau du châssis. Ce dernier est plus rigide et plus solide. En contrepartie d'un prix supérieur, Samsung propose aussi le Bluetooth sans oublier le WiFi n. Le clavier est agréable pour la saisie, tandis que l'écran mat est adapté à un usage mobile pour une lecture en toutes circonstances. Grâce à la plate-forme ION, le N510 fait bien mieux que les netbooks proposés jusqu'à présent, sans pour autant rivaliser avec un notebook Core 2 Duo. Il n'empêche, la HD et le jeu sont enfin praticables. En revanche, la connectique est classique et regroupe l'essentiel avec notamment trois ports USB et une prise HDMI. Enfin, le ventilateur est très silencieux et la batterie six cellules offre une bonne autonomie tout en surélevant légèrement le N510. A signaler qu'une nouvelle version du N510 va sortir prochainement avec un processeur un peu plus rapide (Atom N280), une carte graphique un cran au-dessus, un disque de 250 Go et Windows 7 Home Premium.

Processeur : Intel Atom N270 (1,6 GHz),
Mémoire : 2 Go, Écran : 11,6 pouces (1366 x 768),
Carte graphique : Nvidia GeForce ION, Disque dur : 160 Go,
Connections : WiFi n et Bluetooth, Lecteur de cartes mémoire 3 en 1,

3 ports USB, Sorties HDMI et VGA,
Poids : 1,41 kg, OS : Windows XP édition familiale

500



Acer

Aspire 1810T

Parent proche

Si en apparence l'acer Aspire 1810T ressemble à un netbook, ses composants font plutôt penser à un ultraportable d'entrée de gamme. En effet, le constructeur taiwanais préfère un Pentium SU4100 cadencé à 1,3 GHz au traditionnel Atom. Compatible 64 bits, il a surtout l'avantage d'intégrer deux cœurs pour lancer plusieurs opérations simultanément sans pour autant bloquer l'ordinateur. Ceci étant, sa fréquence de fonctionnement reste très modeste et il ne faut pas trop lui en demander non plus. On pourra néanmoins travailler et profiter d'applications multimédia même sans la solution ION de Nvidia. De plus, la mémoire embarquée tout comme le disque dur sont très confortables pour la catégorie. En revanche, la carte graphique se limite au strict minimum. Ceci étant, l'autonomie est plutôt bonne avec près de cinq heures. Côté look, ce n'est pas forcément flagrant mais l'Aspire 1810T est un peu plus compact que ses concurrents. La finition extérieure est soignée bien que certains détails laissent à désirer. C'est notamment le cas de l'écran, dont la charnière est beaucoup trop souple ou encore du clavier aux touches qui s'affaissent pendant la saisie.

Processeur : Intel Pentium SU 4100 (1,3 GHz),
Mémoire : 4 Go, Écran : 11,6 pouces (1366 x 768),
Carte graphique : Intel GMA 4500 MHD, Disque dur : 250 Go,
Connections : WiFi n, Lecteur de cartes mémoire 5 en 1, 3 ports

USB, Sorties HDMI et VGA,
Poids : 1,4 kg, OS : Windows 7 Home Premium

500





Netbooks 11,6 pouces

MOBILITE

Panorama

caractéristiques variaient peu avec notamment l'incontournable processeur Atom d'Intel au centre de la configuration. Si celui-ci suffit pour faire fonctionner un système d'exploitation ancien tel que Windows XP et pour lancer des applications peu exigeantes, ses limites sont très vite atteintes. Par exemple, le lancement de deux applications en même temps permet de vite s'en rendre compte. Les autres caractéristiques sont du même acabit et les netbooks restent cantonnés à un usage trop spécifique. Pour regarder des vidéos sans saccade, il faut se contenter de contenu en basse définition tandis que le jeu est proscrit. Pour des raisons de coûts, la mémoire vive embarquée dans les netbooks est aussi généralement limitée à 1 Go. Là encore, cela peut suffire mais il ne faut pas laisser plusieurs programmes ouverts. En effet, pour compenser le manque de mémoire, le netbook va utiliser le disque dur. À nouveau, on constate une baisse très notable des

performances déjà pas mirobolantes. Enfin, la carte graphique n'a d'autre ambition que d'afficher les applications courantes sur l'écran ou sur un moniteur externe. Néanmoins, certains modèles récents se démarquent clairement grâce à la plate-forme ION de Nvidia. Elle pourrait bien bouleverser cet état de fait sans pour autant grever le prix.

L'union fait la force

Tout comme les processeurs qui équipent n'importe quel ordinateur, les puces graphiques ont également évolué rapidement. Les modèles récents offrent même une puissance de calcul réellement impressionnante pour offrir un rendu toujours plus proche de la réalité. Reste qu'en dehors d'usages spécifiques tels que le jeu en 3D, la puce graphique est généralement sous-exploitée. Avec ION, Nvidia propose donc d'utiliser cette réserve de

puissance pour d'autres applications et notamment le multimédia. Qu'il s'agisse de la lecture de vidéos HD, de l'encodage vidéo ou audio ou encore de la retouche photo et même du jeu, toutes ces applications inconcevables jusqu'à présent sur un netbook sont aujourd'hui possibles. Pour autant, le processeur Atom reste d'actualité et il ne faut pas non plus s'attendre à bénéficier de performances telles que celles offertes par un Core 2 Duo par exemple. Toutefois, là aussi les choses bougent avec la disponibilité d'une nouvelle génération de processeurs Atom à double cœur. Il est ainsi possible d'aller un peu plus loin grâce au multitâche, qui jusqu'à présent bloquait complètement le netbook pendant de longues minutes. Plus confortables, plus beaux et plus polyvalents, les nouveaux netbooks pourraient bien redonner des couleurs à un marché en quête de valeur d'autant que les tablettes arrivent elles aussi. 2010 s'annonce chargé sur le front de l'IT.



Packard Bell EasyNote Butterfly Touch Edition Le tactile en plus

Si le Butterfly Touch Edition ressemble à s'y méprendre à ses concurrents, il se différencie néanmoins avec son écran monté sur une charnière rotative. Celle-ci permet donc de l'orienter à sa guise mais surtout de le retourner, afin d'utiliser le netbook comme une tablette. L'écran tactile bénéficie d'une bonne sensibilité d'autant que la technologie multipoint est de la partie. On peut donc pincer l'écran pour zoomer ou agrandir une photo. Cependant, l'écran brillant souffre de reflets et ce ne sont pas les traces de doigts qui vont arranger les choses au soleil. Plus gênant encore, la finition laisse à désirer avec notamment un système de fermeture à revoir pour maintenir l'écran en position durant le transport. D'autre part, si le clavier est bien conçu avec de larges touches très confortables, il a néanmoins tendance à s'enfoncer quand on appuie franchement dessus. À l'usage, le processeur basse consommation fait mieux qu'un simple Atom avec ses deux cœurs, tout en offrant une autonomie correcte de près de cinq heures. Les performances sont modestes mais suffisantes pour de la bureautique et un peu de multimédia.



Acer Ferrari One 200 312G25n Moteur bridé

Acer a complètement revu son Aspire One. Toujours aux couleurs de la célèbre marque italienne, il voit son capot orné du légendaire cheval cabré. Le touchpad en forme de trapèze et le repose-poignets en imitation carbone participe aussi au look du One 200, sans pour autant négliger les aspects pratiques. Et pour couronner le tout, Acer a préinstallé des fonds d'écran qui raviront les amateurs des automobiles de la marque. Toutefois, le moteur n'est pas à la hauteur de la carrosserie. En effet, AMD, qui est un autre sponsor notoire de Ferrari, propose un processeur double cœur basse consommation qui montre assez vite ses limites. On pourra néanmoins lire des vidéos HD sur l'écran brillant qui n'échappe pas aux reflets. Plus gênant, l'autonomie laisse à désirer et Windows 7 semble à l'étroit avec les 2 Go de mémoire. Enfin à défaut d'entendre ronronner un moteur, c'est le ventilateur qui se fera remarquer. La connectique est équivalente à celle de l'Aspire 1810T à ceci près que le HDMI manque à l'appel. A la place, un port propriétaire ATI XGP est intégré sur la tranche gauche pour connecter un dock optionnel.

Processeur : Intel Pentium SU 4100 (1,3 GHz)
Mémoire : 2 Go, Ecran : 11,6 pouces tactile (1366 x 768)
Carte graphique : Intel GMA 4500 MHD, Disque dur : 250 Go
Connexions : WiFi n, Lecteur de cartes mémoire 5 en 1, 3 ports

USB, Sorties HDMI et VGA
Poids : 1,35 kg, OS : Windows 7 Home Premium

500

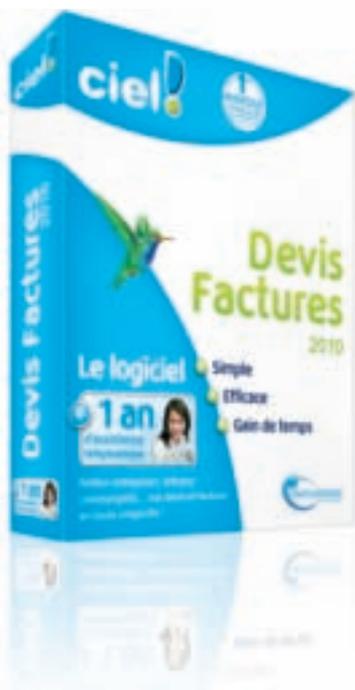
Processeur : AMD Athlon 64 X2 L310 (1,2 GHz)
Mémoire : 2 Go, Ecran : 11,6 pouces (1366 x 768)
Carte graphique : ATI Radeon HD3200, Disque dur : 250 Go
Connexions : WiFi n, Lecteur de cartes mémoire 5 en 1, 3 ports USB

Poids : 1,5 kg, OS : Windows 7 Home Premium

500



Avec Ciel, vous êtes toujours gagnant!



**Simplicité, efficacité, prix...
avec Ciel vos avantages comptent triple !**

Ciel Devis Factures est un logiciel spécialement conçu pour les petites entreprises, artisans, commerçants qui souhaitent réaliser des devis et factures professionnels.

Saisies simples et rapides, calculs automatisés, chiffres clés de votre activité... avec Ciel Devis Factures, vous gagnez du temps pour vous consacrer pleinement à votre activité.

ciel.com

► N°Azur 0 810 181 000

Et tout devient facile



SALON NEWS

News

Liberty City pour tous



Après de longs mois d'exclusivité sur Xbox 360, les possesseurs de PlayStation 3 et de PC vont enfin pouvoir profiter des épisodes supplémentaires pour GTA IV. Grand Theft Auto Episodes from Liberty City est prévu pour le 30 mars. Le point commun avec le jeu original est la ville de Liberty City, mais aussi quelques personnages que l'on croise au fil des scénarios. Deux aventures différentes sont présentes sur le disque : The Lost and Damned, dans lequel le joueur incarne un motard au sein d'un gang mais aussi The Ballad of Gay Tony où c'est le garde du corps d'un patron de boîte de nuit qui tient la vedette. Il n'est pas nécessaire de posséder GTA IV pour jouer à cette compilation qui réunit sur un même disque ces deux épisodes supplémentaires, qui pourront aussi par ailleurs être achetés en téléchargement.

Fallout

la saga continue



Après Fallout 3, sorti en 2008 puis ses contenus additionnels, le développeur Bethesda vient d'annoncer qu'un nouveau chapitre de la saga était prévu pour « l'automne 2010 ». Fallout : New Vegas sera publié sur PC, PS3 et Xbox 360 et, comme son nom l'indique, prendra place dans la cité du vice. Pour le moment, l'éditeur a uniquement publié un premier trailer vidéo.



Black Mirror enfin la suite !



Les amateurs de jeux d'aventure ayant joué au premier volet à sa sortie en 2003 attendaient désespérément d'avoir le fin mot d'une histoire qui finissait de façon un peu... abrupte. Leur patience va bientôt être récompensée puisque Micro Application, qui avait déjà publié le premier jeu dans nos contrées, vient de confirmer la sortie du deuxième opus pour le 13 mai prochain sur PC. 12 ans après les événements du premier jeu, le joueur va incarner Daren, un étudiant qui vient en aide à une jeune fille harcelée par un personnage mystérieux. Un scénario qui va notamment le mener sur les inquiétants lieux du premier Black Mirror...



Microsoft tire plus vite que son ombre

Après le SideWinder X6 qui a surpris par son pavé numérique amovible, Microsoft présente son deuxième clavier à destination des joueurs, le X4. Il offre des lignes beaucoup plus sages que son prédécesseur tout en intégrant l'ensemble des fonctionnalités que l'on est en droit d'attendre sur ce segment. La liste commence par l'anti-ghosting développé en interne par l'équipe de recherche Applied Sciences Group. Cette technologie autorise l'utilisateur à appuyer simultanément sur 26 touches, une surenchère qui ne profitera qu'aux as du raccourci combo. On retrouve également l'enregistrement de macros et de profils. À noter que le rétro-éclairage des touches est ajustable. Le SideWinder X4 sera disponible le 7 mars 2010 au prix de 59 euros, garantie constructeur de trois ans incluse.



Négatifs et diapositives revivent

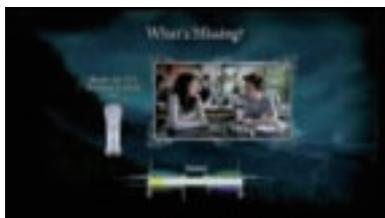


Pour donner une seconde vie aux diapositives et autres négatifs qui vieillissent au fond d'un placard, ION propose le Film2PC. Ce scanner est doté de rails sur lesquels prennent place les films négatifs ou les diapositives pour les numériser et disposer ainsi d'un fichier numérique insensible aux aléas du temps. L'installation est un jeu d'enfant avec un câble USB à relier à l'ordinateur et un logiciel qui permet également de corriger et modifier les photos. Le Film2PC de ION est disponible au prix de 99 euros.

Les vampires en questions

Konami va publier une version dédiée à l'univers de Twilight du jeu de quizz Scene it. Prévu pour le 25 mars sur PC, Wii et Nintendo DS, le jeu invite à répondre à plus de 500 questions au sujet du premier film de la série, avec des énigmes à partir de photos et autres extraits audio ou vidéo du film.

L'éditeur annonce que du contenu additionnel pourra être débloqué en répondant aux questions. Le jeu sera jouable jusqu'à quatre simultanément.



Belkin double N

Pour augmenter les performances du Wi-Fi n, Belkin propose un routeur sans fil double N+. Pour arriver à ce résultat, le constructeur a combiné les deux bandes de fréquences 2,4 et 5 GHz. Le réseau domestique est alors moins sensible aux interférences. Les débits et la portée pratique devraient donc se rapprocher plus des chiffres théoriques de 300 Mbits/s et 100 mètres. Pour profiter pleinement de ce haut débit, Belkin a inclus un client BitTorrent. L'utilisateur pourra ainsi partager et télécharger de façon autonome, puisque le routeur dispose d'une prise USB host sur laquelle il pourra connecter tout type d'unité de stockage. Compatible UPnP, il pourra également faire office de serveur multimédia basique. Le routeur Double N+ est disponible au prix de 155,99 euros. Pour profiter de la double bande de fréquence, il faudra également utiliser un adaptateur Double N+ côté ordinateur, il est proposé à 71,99 euros.

Acer

passe à la 3D



Acer lance le GD235HZ, premier moniteur du constructeur à afficher un taux de rafraîchissement de 120 Hz. Combiné au kit 3D Vision de Nvidia, cette spécificité ouvre les portes du jeu vidéo en 3D stéréoscopique. L'écran de 23,6 pouces en 16/9ème offre un temps de réponse de 2 ms de gris à gris et une résolution Full-HD de 1920 x 1080. La connectique est variée avec le HDMI, le VGA et le DVI mais seul ce dernier sera à même de faire transiter les images en 3D. Disponible sous peu, le moniteur sera proposé au prix public de 330 euros.



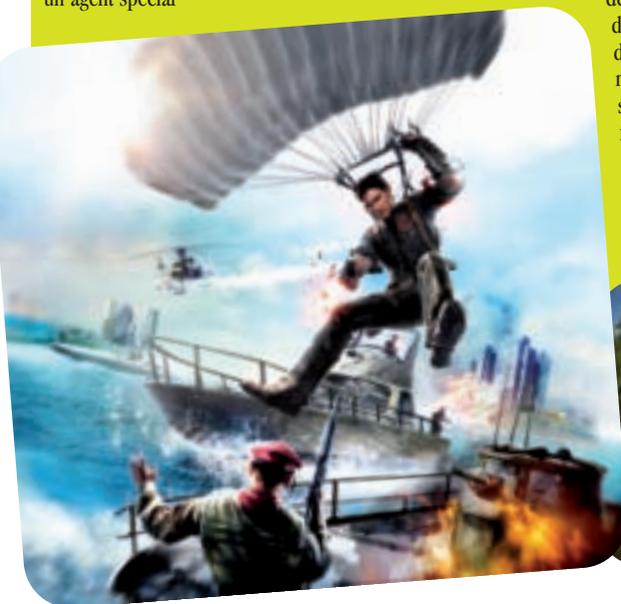
Square Enix

Pour la bonne cause

Square Enix prépare le lancement d'une suite à Just Cause, sous le label Eidos. Prévu pour le 26 mars sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360, Just Cause 2 reprend la formule du premier titre paru en 2006 : le joueur incarne un agent spécial

casse-cou qui explore une destination paradisiaque gigantesque avec l'objectif de renverser le pouvoir en place. Selon l'éditeur, le premier volet s'était vendu à plus de 60 000 exemplaires en France. Cette fois-ci, l'île tropicale de Panau sert de décor à l'action, pour une superficie de plus de 1 000 km² incluant différents paysages dont des plages paradisiaques, des montagnes, du désert et même de la jungle. L'intrépide Rico Rodriguez, spécialiste de la cascade spectaculaire, se lance cette fois-ci sur la piste de son ancien chef et mentor qui s'est avéré être un traître. Comme son prédécesseur, Just Cause 2 permet de participer à de nombreuses missions (50 principales, 250 secondaires selon l'éditeur) et de « jouer » avec la centaine de

véhicules (terrestres, aériens ou marins) proposés. Les développeurs du studio Avalanche ont bâti ce second Just Cause sur un nouveau moteur, Avalanche Engine. La conception du jeu aura pris quatre ans. Pour soutenir le lancement du titre, Square-Enix va mettre en place une campagne en TV (chaînes cabsat), sur Internet et le jeu devrait être soutenu en magasins et en RP. Des démos jouables seront proposées aux revendeurs ainsi qu'en téléchargement fin février. L'éditeur annonce une campagne marketing d'un budget de 400 000 euros pour ce titre qui devrait être implanté à environ 100 000 exemplaires (50 000 sur PS3, 35 000 sur Xbox 360 et 15 000 sur PC).





MacWay

sur la route du multimédia

News

Le spécialiste des périphériques de stockage pour Mac et PC propose un nouveau disque dur multimédia, le Storeva Bollo NMP-MOB. Il permet la diffusion des fichiers HD stockés sur le disque interne ou tout autre périphérique de stockage USB. Côté connectique, on trouve une prise HDMI, des sorties composites et du YUV. Il embarque la puce Sigma SMP8635 qui assure une compatibilité avec la majorité des fichiers vidéo comme le MKV notamment. Le Storeva Bollo se différencie un peu de la concurrence en affiche un design compact grâce à l'utilisation d'un disque dur de 2,5 pouces. Il peut également diffuser le contenu accessible depuis le réseau via un adaptateur USB avec prise Ethernet ou un autre qui le rend WiFi. Les tarifs vont de 139 (sans disque) à 199 euros (500 Go).



Asus investit le salon

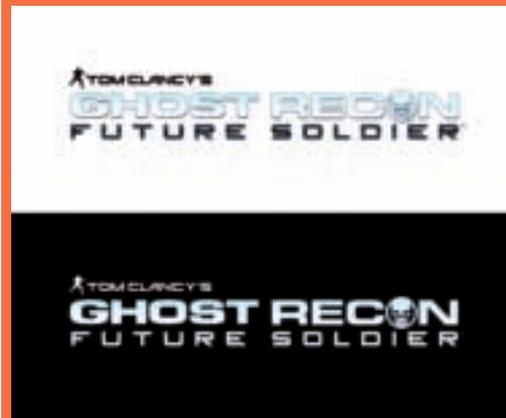


Le constructeur taïwanais vient d'ajouter à son catalogue un disque dur multimédia haut de gamme, vendu sans espace de stockage. Le O!Play Air HDP-R3 affiche un design moderne et il est tout de noir vêtu. Il prend en charge quasiment tous les formats de fichiers audio, vidéo et photo et il est capable de restituer une image en Full-HD via sa prise HDMI 1.3. L'appareil accepte également les cartes mémoire (CF, SD et MS) ainsi que les périphériques de stockage externes en USB et en eSATA. Côté communication, le boîtier dispose d'une prise réseau et d'un module WiFi n. O!Play Air HDP-R3 est d'ores et déjà disponible au prix de 159 euros. Ce tarif n'inclut pas le prix du disque dur optionnel.

Ghost Recon

le futur cette année

Splinter Cell ne sera pas l'unique univers Tom Clancy à faire son retour cette année, puisqu'Ubisoft vient d'annoncer la sortie en fin d'année d'un nouveau volet de la série Ghost Recon. Sous-titré Future Soldier, le prochain Ghost Recon promet de mettre en avant technologies de pointe et autres prototypes d'armes sophistiquées. Ubisoft promet des « modes solo et multijoueurs innovants, en phase avec les nouvelles attentes des joueurs ». Une beta multijoueurs du jeu sera accessible dès cet été, en avant-première pour les possesseurs de Splinter Cell Conviction sur Xbox 360. Le jeu est actuellement en développement dans le studio Ubisoft Paris.



Red Steel 2

Ubi affine sa lame

Plus de trois ans après le premier volet qui avait accompagné les premiers temps de la Wii, Ubisoft prépare le lancement de la suite de Red Steel. Si ce titre repose sur le même principe que le premier opus, à savoir le jeu d'action en vue subjective combinant combats à l'arme à feu et à l'arme blanche, Red Steel 2 change de décor en plongeant cette fois-ci le joueur dans l'ambiance du western. Le scénario prend place dans une métropole moderne en plein désert, mêlant cultures orientale et occidentale. Le jeu est exclusivement jouable avec l'accessoire Wii MotionPlus, qui permet une meilleure détection des mouvements de la wiimote ou de la force des gestes et promet donc une gestion plus fine et concluante du katana que dans le premier opus. Il s'agit de l'un des premiers jeux, avec Wii Sport Resort, à exiger l'accessoire pour fonctionner. Pour soutenir le titre, Ubisoft annonce une campagne TV en chaînes hertziennes et cabsat ainsi que sur Internet, via les sites spécialisés. De la communication est aussi prévue en presse gratuite au moment de la parution du jeu. Red Steel 2 est prévu pour fin mars et sera commercialisé seul ou sous forme d'un bundle avec un Wii MotionPlus, sachant que l'accent devrait être mis sur la version livrée avec l'accessoire.



Metro 2033

trafic perturbé



Les amateurs d'ambiances post-apocalyptiques devraient être ravis le 19 mars prochain avec la sortie de Metro 2033, un jeu publié par THQ sur PC et Xbox 360. « Le jeu combine action en vue subjective, aventure et survival horror », situe Julien Marcaut, Chef de produits chez THQ France. Le scénario du jeu prend place dans une ville de Moscou plongée dans le chaos après l'apocalypse. Les survivants ont échappé à la surface contaminée par radiations pour se réfugier dans les couloirs du métro. 20 ans après l'apocalypse, le joueur va devoir explorer le réseau pour prévenir une menace qui pourrait mettre en danger l'espèce humaine toute entière. « Metro 2033 est basé sur le roman russe du même nom de Dmitry Glukhovskiy, un grand succès qui sort en version française en mai prochain », précise Julien Marcaut. Outre les différentes factions de survivants parqués dans les stations de métro, de dangereux êtres mutants sont également au programme. Le scénario du jeu est directement basé sur celui du roman et propose plusieurs fins différentes en fonction des actions du joueur. « Metro 2033 sera compatible avec Direct X11 », explique l'éditeur. Le jeu est basé sur un moteur propriétaire, mis au point par le studio ukrainien 4A Games, qui signe ici son premier jeu mais compte parmi ses rangs des développeurs ayant travaillé sur Stalker, un jeu à l'ambiance comparable (mais plus orienté jeu de rôle). Jouable en solo uniquement, le jeu affiche une réalisation assez prometteuse. THQ France prévoit de soutenir le lancement de cette nouvelle licence en misant sur une campagne en presse spécialisée gamers et sur Internet. L'éditeur annonce aussi une opération virale qui sera déployée avant le lancement. Sachant qu'une suite au roman est parue en Russie, Metro 2034, on peut parier qu'en cas de succès du jeu, les développeurs ont d'ores et déjà matière pour développer l'univers via une hypothétique séquelle.



HANNspree

Ménagerie numérique

HANNspree devrait prochainement proposer une série de cadres numériques à destination des plus petits. Les HANNSelephant, HANNsgirafe, HANNSpanda et HANNSpolarbear sont autant de modèles en hommage à ces animaux qui bercent l'enfance. Ils offrent une diagonale de 8 pouces (800 x 480 pixels) et embarquent une mémoire interne de 256 Mo. Pour transférer les photos, un lecteur de cartes multi format est intégré (SD, Memory Stick, xD ou encore Compact Flash) tout comme un haut-parleur pour écouter de la musique ou regarder des vidéos. Aucun prix n'a encore été annoncé.



Yakuza

sur la PS3



Sega confirme la parution le 12 mars prochain de Yakuza 3, un jeu exclusif à la PlayStation 3. Comme ses deux prédécesseurs sortis à l'époque de la PS2, ce jeu d'action/aventure à la troisième personne plonge le joueur dans l'univers de la mafia japonaise. Alors que Kazuma et Haruka se sont éloignés du monde des yakuza et s'occupent désormais d'un orphelinat, une suite d'événement vont obliger Kazuma à replonger dans son passé. Le jeu combine aventure et combats de rue, une centaine de missions et mini-jeux attendent le joueur. Sega prévoit de soutenir le lancement du titre avec une campagne en magazines spécialisés mangas ainsi que sur Internet, en visant des sites d'amateurs de la culture japonaise et possesseurs de PS3.

Devolvo

miniaturise le CPL

L'augmentation des performances du courant porteur en ligne est allée de paire avec l'encombrement des prises CPL. Devolo propose désormais un adaptateur beaucoup plus compact de 9 x 5 x 3 cm. Sa mise en place est ainsi plus aisée et il devient plus discret. Toujours soucieux de l'environnement, le dLAN 200AV mini est doté d'un mode d'économie d'énergie intelligent, nommé Dynamic PowerSave. Il réduit automatiquement la consommation en mode veille de près de 60%. Il est disponible en pack de trois prises pour 129,90 euros, de deux prises pour 99,90 euros et enfin seul pour 54,90 euros.



Square Eni

Interview



À quelques semaines du lancement de Final Fantasy XIII, jeu emblématique de l'éditeur japonais, le JDLI a rencontré Patrick Melchior, Directeur général de la filiale française de Square Enix. L'occasion de faire le point sur ce qu'a signifié pour la structure hexagonale le rachat de Eidos par Square Enix mi-2009, mais aussi sur la stratégie et l'actualité du groupe. par Patrick Helliou



Entretien avec

Patrick Melchior

Directeur général de la filiale française de Square Enix

JDLI : La filiale française a-t-elle connu des changements depuis le rachat ?

Patrick Melchior : Le seul changement qui est intervenu au niveau de la structure en France concerne son nom, puisque l'on est passé d'une filiale à 100% de Eidos à une filiale à 100% du groupe Square Enix. Nous nous appelons donc désormais Square Enix France, mais cela n'a pas eu d'autres incidences à ce jour sur la structure en elle-même ou nos méthodes de travail. Le seul changement récent, mais qui n'est pas lié directement au rachat, concerne l'arrêt de notre force de vente terrain, afin de nous concentrer sur les clients centralisés, pour mieux travailler avec les distributeurs grossistes, pour améliorer notre stratégie de trade marketing et globalement développer notre communication en direction du consommateur final. Nous avons en effet constaté dernièrement une baisse importante de l'activité générée par le terrain, dont la valeur ajoutée était en train de disparaître. Nous faisons tout pour réduire l'impact que cela peut avoir auprès de nos clients qui étaient visités régulièrement par notre ancienne force terrain. Notre objectif est globalement d'optimiser les performances de la filiale et, avec notre arrivée sous le giron du groupe Square Enix, nous entendons naturellement développer nos parts de marché.

Comment Square-Enix est-il implanté aujourd'hui en Europe ? Que représente ce marché pour le groupe ?

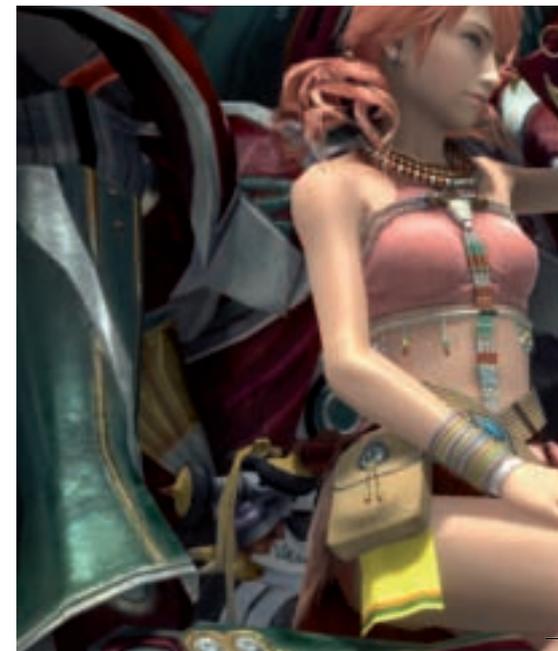
En dehors de la filiale France, Square-Enix dispose d'un bureau européen basé à Londres, qui répond directement au Japon. En Allemagne, il existe une petite cellule dédiée au marketing, sachant que la distribution est assurée par Koch Media. C'est le bureau de Londres qui gère la distribution dans toute l'Europe, hors France, via les différents accords qui

ont été signés avec des partenaires locaux. L'Europe est un marché stratégique pour Square Enix, qui souhaite y développer ses performances. Si l'on regarde les chiffres de l'exercice de l'année dernière, publiés en mars 2009, on voit que 83,6 % de l'activité du groupe se faisait au Japon, 10,5 % aux Etats-Unis, 4,9 % en Europe et 1 % en Asie. Le poids d'Eidos va contribuer à rééquilibrer le business du groupe, au même titre que le développement des activités en ligne, sur mobiles ou encore les salles d'arcade, des domaines sur lesquels le groupe est présent.

L'intégralité des titres Square Enix est donc désormais sous votre responsabilité en France ?

Tout à fait, à l'exception de titres dont la distribution avait été signée auparavant avec d'autres acteurs du marché comme Koch Media ou Ubisoft et qui sont encore sur le marché. A partir de maintenant, nous travaillons l'intégralité du catalogue.

“ Avec notre arrivée sous le giron du groupe Square Enix, nous entendons naturellement développer nos parts de marché. ”





ix Le point en France



Just Cause 2

et de réunir peut-être un jour, ou pas, tous les jeux sous le même label.

Allez-vous poursuivre votre activité de distribution de produits tiers en France ?

A date, nous n'avons plus de contrats de distribution en cours. C'est à la fois une volonté de notre part mais aussi le constat d'une évolution du marché. On trouve en effet aujourd'hui moins de produits intéressants à distribuer. On rencontre surtout actuellement des titres à signer sur Nintendo DS et sur Wii, des plates-formes où on observe un phénomène important de polarisation des ventes sur quelques titres et où il est difficile de se distinguer.

Quel bilan faites-vous aujourd'hui de votre année 2009 ?

Selon le point de vue, on peut voir le verre à moitié plein ou à moitié vide ! D'un côté, nous avons une partie de l'activité

Avez-vous rencontré des difficultés à « intégrer » le groupe Square Enix ?

Une difficulté a été que nous avons eu peu de temps pour préparer les lancements de nos premiers jeux Square Enix, car leurs sorties étaient très proches du moment où nous avons signé la distribution de ces produits, l'acquisition de Eidos était alors en cours. Travailler les produits Square Enix en soi s'est fait naturellement car avant tout cela, nous avions déjà une importante activité de distribution d'éditeurs tiers et nous aurions très bien pu à l'époque nous mettre sur les rangs pour signer la distribution des jeux Square Enix en France... D'autres filiales du groupe Eidos ont, à

une époque, pu distribuer des produits Square Enix comme en Espagne par exemple. Square Enix est un magnifique label, avec évidemment ses prérogatives.

Que va-t-il advenir de la marque Eidos ?

Elle reste active pour le moment et constitue aujourd'hui un label d'édition sous le giron de Square Enix. On va trouver sous cette marque les jeux signés par les studios qui sont toujours gérés par l'entité Eidos comme IO Interactive (Hitman, Kane and Lynch), Crystal Dynamics (Tomb Raider), Eidos Montréal (Deus Ex, Thief)... Nous verrons à terme comment le groupe décide de faire évoluer la marque



Final Fantasy XIII



Interview





SAISON

Interview



Just Cause 2

qui a été assez difficile car nous avons souffert de la baisse d'activité du marché enregistrée en fin d'année 2008 et début 2009. Il a donc fallu gérer les baisses de prix et les retours massifs de certains produits que nous avons signés en 2007. Les résultats sur Tomb Raider Underworld ont par ailleurs été en deça de ce que nous attendions... D'un autre côté, nous avons eu de jolis succès avec par exemple Batman Arkham Asylum, une licence très anglo-saxonne mais que la qualité du jeu nous a permis de très bien vendre en France, avec notamment une presse très enthousiaste. A peu de choses près, nous avons atteint l'objectif que nous nous étions fixé sur ce titre. Mini Ninjas en multi-plateformes a aussi été satisfaisant. Et puis nous avons eu également au catalogue nos premiers jeux Square Enix qui ont bien fonctionné comme Dissidia : Final Fantasy sur PSP, Kingdom Hearts sur Nintendo DS, des jeux qui se vendent sur la longueur.

Sur quelles machines travaille aujourd'hui Square Enix ?

Les deux consoles haute définition bien sûr qui représentent notre offre la plus prépondérante, mais aussi la Wii avec Final Fantasy : The Crystal Bearers, les consoles portables Nintendo DS et PSP. Square Enix publie également des jeux sur mobiles, une activité gérée depuis le Japon, avec une application du territoire en RP. Nous travaillons aussi sur PC, avec principalement les jeux du label Eidos.

Trouvera-t-on à terme des produits Eidos au Japon ?

C'est déjà arrivé par le passé et on peut imaginer qu'avec l'acquisition d'Eidos, Square Enix puisse chercher à

développer la présence des jeux occidentaux du groupe au Japon. D'autant plus que Square Enix se charge déjà de la distribution de jeux comme Call of Duty Modern Warfare 2 ou Assassin's Creed 2 sur le marché japonais. Batman Arkham Asylum y est aussi prévu ainsi que d'autres jeux Eidos lorsque les équipes japonaises identifient un potentiel suffisant justifiant une localisation. Le marché japonais est très différent et les grands éditeurs occidentaux font des scores très réduits au Japon.

Square Enix publie de nombreux produits dérivés au Japon. Allez-vous développer cette activité en France ?

Tout à fait, nous allons nous charger de la distribution de tous les produits dérivés comme les figurines, les CD de bandes originales que nous commercialisons d'ores et déjà. Nous avons débuté à l'occasion du Micromania Game Show où nous vendions des figurines. Ce sont des produits que nous allons vendre à certains revendeurs jeux vidéo spécialisés et à certains grossistes. C'est clairement un axe de développement pour nous, nous allons gérer notre participation à divers événements dédiés comme la Japan Expo par exemple.

Comment se présente votre catalogue 2010 ?

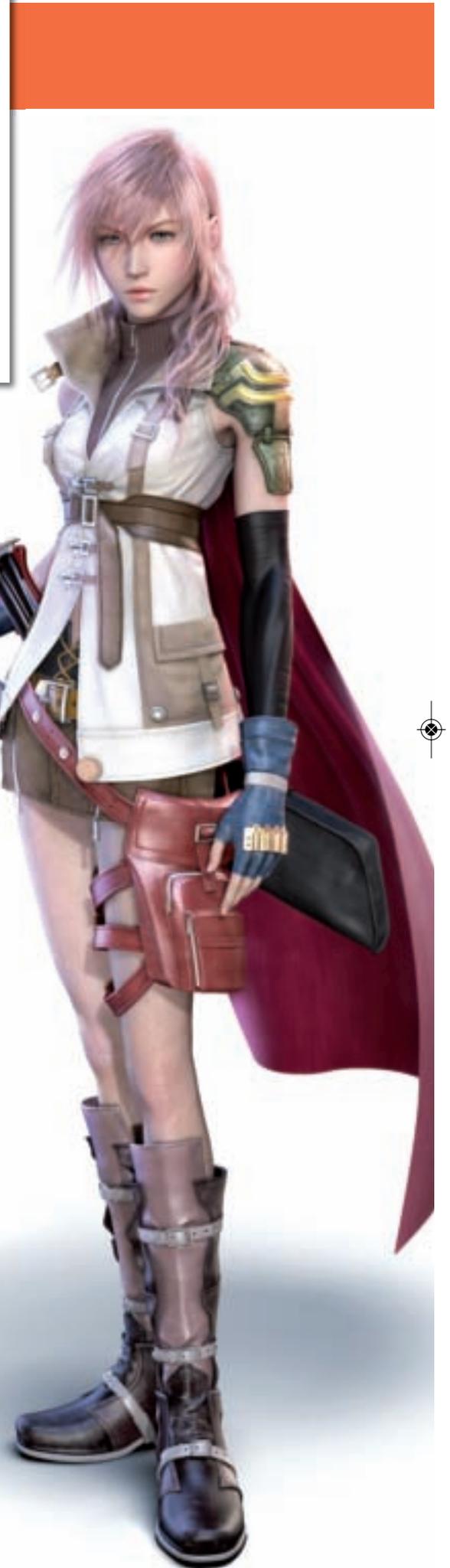
Moins large que certaines années précédentes, il va en revanche être poussé par des locomotives comme Final Fantasy XIII, le jeu massivement multijoueurs Final Fantasy XIV, Just Cause 2 mais aussi Kane & Lynch 2. Deus Ex 3 arrivera pour sa part un peu plus tard.

Final Fantasy XIII

Premier blockbuster de Square Enix France



Le 9 mars, Square Enix publiera Final Fantasy XIII, nouveau chapitre de l'une des plus grandes sagas du jeu vidéo et référence dans le domaine du jeu de rôle japonais. « Il s'agit du premier volet sur consoles haute définition », rappelle Rodney Lelu, Responsable marketing senior chez Square Enix France. Le jeu sera en effet proposé sur PlayStation 3 et Xbox 360. « Cette version française arrive moins de trois mois après la version japonaise, ce qui est bien plus court que d'habitude ». Les voix du jeu sont en anglais, les sous-titres en Français. « Il s'agit à ce jour du jeu le plus vendu sur PlayStation 3 au Japon, c'est aussi le premier titre à y avoir dépassé le million d'exemplaires écoulés ». Dans le cadre du lancement français, l'éditeur cible un public assez large, depuis les fans de la série (garçons ou filles) jusqu'aux joueurs occasionnels en passant par les amateurs de science-fiction, d'univers fantasy et bien sûr de jeux de rôle. Square Enix France va notamment mettre en place une campagne en TV hertzienne en mars. Des pages de publicité sont prévues dans la presse et une campagne en ligne est au programme. De nombreux outils de PLV vont être proposés aux revendeurs avec théâtralisation à la clé. Les différents produits Final Fantasy XIII (édition collector du jeu, figurines, bande originale sur quatre CD) seront ainsi valorisés.



**Ne restez plus seul derrière votre PC...
Diffusez directement vos films, photos et musiques
sur votre écran TV en Full HD !**



Bewan iMedia HD100 :

Enfin un lecteur multimédia de salon HD qui lit tout... et bien !

Ne laissez pas dormir vos films, photos et musiques sur votre PC. Profitez-en sur votre grand écran TV et redécouvrez tous ces chefs d'œuvre en Full-HD 1080p, confortablement installé dans votre salon ! Avec Bewan iMedia HD100, accédez directement à tous vos contenus multimédias, quel que soit le média de stockage USB ou Ethernet utilisé, en local ou en réseau (UPnP, Samba, DLNA). Ce lecteur multimédia de nouvelle génération décode la quasi-totalité des formats photo, audio et vidéo y compris les fichiers MKV et MPEG-4 (ASP, AVC HD/H.264). Son interface TV très intuitive le rend extrêmement simple à installer et à utiliser. Compact et élégant, il s'intègre facilement dans votre salon.

Disponible auprès des grossistes suivants :
ACTN, Banque Magnétique, Cris Réseaux,
Edox, Intervalle, Nemo, SQP, Tech Data.

 **bewan**

www.bewan.fr

01 43 34 69 20



God of War 3

Focus

Coup de poing de Sony

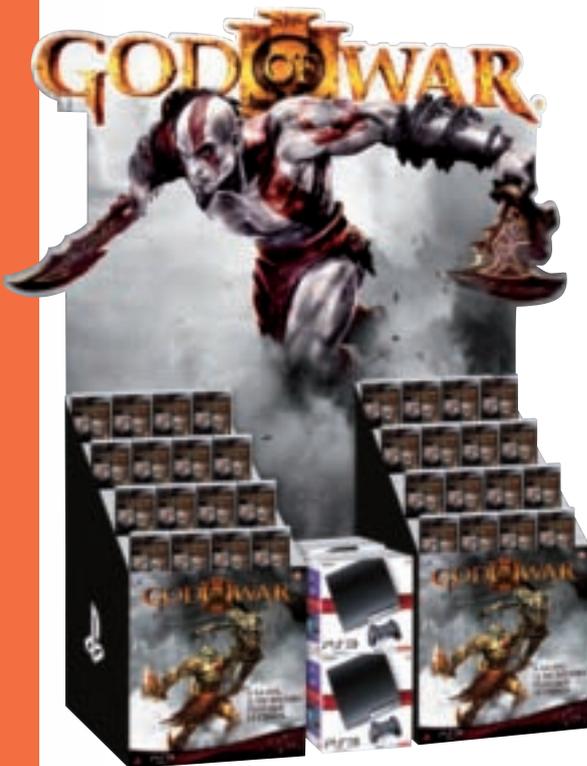
C'est le 17 mars que Sony Computer publiera God of War 3 sur PlayStation 3, l'une des exclusivités les plus attendues sur la machine. Il s'agit de la première apparition sur l'actuelle génération de consoles d'une série de jeux d'action qui marquent les esprits, tant pas la maestria de sa réalisation que l'aspect sanglant de son action. Un titre clairement stratégique pour le constructeur. par Patrick Helliö



Il s'agit de notre plus important lancement sur le début de l'année », affirme Ralph Champeau, Marketing group manager chez Sony Computer France. Dans God of War 3, le musculeux et sanglant Kratos reprend donc du service et se venge de ceux qui l'ont trahi, même s'ils résident en Olympes. Depuis ses débuts sur PlayStation 2 en 2005, la série God of War se plaît à revisiter l'imagerie de la mythologie grecque en mettant particulièrement en avant la violence des affrontements entre le héros et ses adversaires d'origine plus ou moins divines. Pour faire simple, Kratos ne se contente pas de

terrasser ses adversaires, il leur inflige des morts violentes, sanglantes et souvent très impressionnantes, qui justifient amplement le classement PEGI 18 du jeu. « L'action de God of War 3 est la suite logique du second opus », situe Ralph Champeau. « God of War offre une prise en main immédiate, qui permet à tous les joueurs de s'amuser immédiatement ». Aux gamers en revanche de développer des techniques et combinaisons de coups... Pour la première fois en haute définition, God of War se surpasse ici en termes de violence graphique. « Une violence qui n'est pas gratuite », soutient l'éditeur, qui rappelle que la mythologie est elle-même loin d'être un conte de fées. Dans ce nouvel opus, Kratos toujours armé de ses deux épées, va découvrir de nouveaux moyens de malmenager ses pauvres adversaires (comprendre de nouvelles armes) ou encore obtenir des pouvoirs conférés par les ailes d'Icare ou les bottes d'Hermès. C'est le studio Sony Computer de Santa Monica, déjà auteur des précédents volets sur PS2, qui signe ce nouveau titre qui aura demandé trois ans de développement et jouit d'un nouveau moteur graphique.

parmi les poids lourds de l'univers PlayStation et ce troisième volet s'inscrit parmi les jeux exclusifs à la console les plus prometteurs de ce début d'année. Le constructeur annonce par ailleurs un bundle réunissant une console 250 Go et le jeu. Côté marketing, Sony Computer entend capitaliser sur le titre en valorisant notamment sa réalisation de haut vol. God of War 3 va profiter dans cette optique d'un dispositif TV en chaînes hertziennes et cabsat mais aussi d'une campagne en cinéma. Un programme d'affichage est aussi au programme, en milieu urbain et en gares (cinq parisiennes et six grandes gares dans le reste de la France). Une démo jouable du jeu sera disponible fin février. Bref, les dieux n'ont pas fini de tomber sur la tête...



Un demi-million de jeux vendus en France

Affichant l'une des plus belles réalisations du moment sur PlayStation 3, God of War 3 peut faire office de véritable vitrine technologique pour la console. Sony Computer l'avait par exemple largement mis en avant lors de sa conférence sur le salon de l'E3 2009 à Los Angeles. « Il s'agit aujourd'hui de l'une des licences phares sur consoles PlayStation et qui est devenu une référence dans son domaine ». Selon l'éditeur, près de 500 000 exemplaires de la série ont été vendus en France depuis 2005. Le premier volet se serait écoulé à plus de 200 000 pièces, sa suite à 190 000 et la version PSP du jeu à environ 100 000 exemplaires. God of War compte indiscutablement

God of War : l'intégrale

Pour rafraîchir la mémoire des joueurs n'ayant pas pratiqué les deux premiers volets sur PS2, Sony Computer a lancé aux Etats-Unis un coffret réunissant les deux opus en version remasterisées pour profiter de l'affichage HD de la PS3. Une compilation que l'on retrouvera en France dans la version Pandora du jeu. Positionnée à 149 euros, elle comprendra God of War 3, les deux précédents jeux en version HD, les musiques du jeu, un artbook et un mode de jeu supplémentaire. Selon l'éditeur, la compilation des versions remaniées des deux premiers volets sera commercialisée de manière indépendante ultérieurement.





Spécialiste des accessoires dédiés à l'image et au son



www.kimcorp.fr



PROFIGOLD®



Bravo®



15 rue du Château de Ribaute - 31130 Quint-Fonsegrives - France
 tél.: +33 (0) 963 58 58 32 - e-mail : contact@kimcorp.fr

Un certain regard sur le cinéma
Cinéman

Comédie



10 mars

Le réalisateur de Podium Yann Moix et l'acteur de Camping Franck Dubosc unissent leurs forces pour cette comédie décalée qui se veut une déclaration d'amour délirante au cinéma. Franck Dubosc incarne un professeur de mathématiques qui découvre qu'il a le pouvoir magique de voyager dans les films. Ce film multipliant les références cinématographiques, Tarzan, Sissi, Pour une poignée de dollars, Orange mécanique entre autres n'a pas vraiment trouvé son public en France et a totalisé à peine 300 000 entrées.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Ciblant les jeunes 15-34 ans, les fans de comédie et de Franck Dubosc, le film est soutenu par une campagne TV de 200 000 euros sur TF1, M6, W9, NRJ12, NT1 et Virgin 17.

Editeur **Pathé**
Distributeur **Fox Pathé Europa**
Prix public conseillé **19,99€**

Parodie d'enfer
Dance Movie

Comédie



2 mars

Les frères Wayans frappent une nouvelle fois ! Après s'être attaqués aux genres cinématographiques les plus populaires avec la saga Scary Movie, ils se défoulent sur la danse et égratignent au passage quelques grands succès de comédies musicales comme Mamma Mia ! et Dirty Dancing. L'humour audessous de la ceinture et les blagues scabreuses font ravage dans cette comédie déjantée réservée aux inconditionnels des frères potaches. La série Scary Movie a tout de même engendré plus de huit millions d'entrées en France et 500 000 DVD vendus. Et le cinquième volet est en préparation !

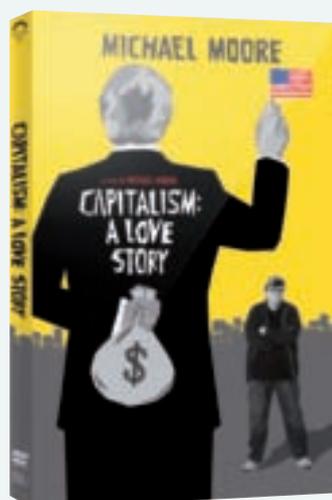
MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Le lancement du titre est assuré par des pages de pub dans la presse, un partenariat avec Fun Radio, une présence sur Virgin 17 et une campagne Internet sur les sites en affinité avec la cible (allocine.com, VDM, inrocks.com).

Editeur **Paramount Home Entertainment**
Distributeur **Paramount Home Entertainment**
Prix public conseillé **14,99€**

Michael Moore l'agitateur
Capitalism : A Love Story

Documentaire



25 mars

Après Bowling for Columbine, Oscar du meilleur film étranger et César du meilleur film étranger et Fahrenheit 9/11, le trublion Michael Moore mène dans son nouveau documentaire l'enquête sur les milieux américains de la finance. Avec un regard acerbe et insolent, il dénonce les dérives d'un système qui a provoqué la crise. Capitalism : A Love Story a été présenté en compétition officielle au Festival de Venise en septembre 2009 et a réalisé 114 000 entrées en France.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Le film est appuyé par une campagne presse avec un partenariat avec Le Monde et une présence sur Internet (allocine.com, LeMonde.fr, Libération.fr, LeFigaro.fr, L'Express.fr).

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

Source moscovite
L'Affaire Farewell

Espionnage



3 mars

Basée sur l'histoire authentique de Vladimir Vetrov, un colonel du KGB qui, en pleine Guerre Froide, a transmis à l'Ouest des informations confidentielles pouvant faire tomber le système soviétique, L'Affaire Farewell sous la direction de Christian Carion (Une Hirondelle a fait le printemps, Joyeux Noël) réunit Guillaume Canet (Le Dernier vol, Les Liens du sang) et le réalisateur-interprète bosniaque Emir Kusturica (Underground, Arizona Dream). Niels Arestrup, David Soul et Willem Dafoe complètent la distribution internationale de ce thriller d'espionnage qui a totalisé 765 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Ciblant une clientèle mixte et urbaine de plus de 25 ans, le film bénéficie d'une campagne TV sur Canal +, W9, TMC et d'un partenariat avec Le Point.

Editeur **Pathé**
Distributeur **Fox Pathé Europa**
Prix public conseillé **19,99€**

ABONNEZ-VOUS!

LE JDLI VOUS PROPOSE
UNE OFFRE EXCEPTIONNELLE D'ABONNEMENT!
79€ AU LIEU DE 99€ SOIT UNE ÉCONOMIE DE 20%



22 NUMÉROS PAR AN ET LEURS SUPPLÉMENTS

ABONNEZ-VOUS!

- JE DÉSIRES M'ABONNER AU JOURNAL DES LOISIRS INTERACTIFS POUR 1 AN (22 NUMÉROS) AU PRIX DE 79 EUROS (AU LIEU DE 99 EUROS)
 - JE RÉGLE PAR CHÈQUE À L'ORDRE DE MICROSCOOP - À ENVOYER À L'ADRESSE SUIVANTE :
MICROSCOOP, ABONNEMENT JDLI, 66/72 RUE MARCEAU, 93100 MONTREUIL
- SOCIÉTÉ TITRE
- NOM PRÉNOM
- ADRESSE VILLE
- CODE POSTAL E-MAIL
- TÉLÉPHONE
- JE DÉSIRES RECEVOIR UNE FACTURE

MICROSCOOP
66-72 RUE MARCEAU
93100 MONTREUIL
TEL. : 01 41 58 58 20
FAX : 01 48 58 55 34
CBONO@MICROSCOOP.COM



Apple iMac

Ordinateur tout-en-un

L'iMac d'Apple vient de connaître une mise à jour majeure qui s'accompagne d'une baisse de prix notable. Côté design d'abord, la coque en aluminium et la finition restent un ton au-dessus de la concurrence, aucune vis ni raccord ne sont visibles. L'écran 16/9 fait fi du tactile mais offre une diagonale impressionnante de 27 pouces. Il bénéficie d'une résolution très élevée et les images sont particulièrement détaillées. Revers de la médaille, à la longue la lecture de textes est difficile. La technologie LED garantit une bonne restitution des couleurs et un taux de contraste élevé. Si la partie son est très correcte, la configuration est aussi suffisamment puissante pour pratiquement tous les usages à l'exception du jeu. En effet, vu la résolution de l'écran, la carte graphique aura bien du mal à tenir le rythme. La souris Magic Mouse qui innove avec une surface tactile multipoint qui manque toutefois de confort. Puissant et séduisant, l'iMac risque de faire de l'ombre à ses concurrents directs avec son grand écran.



Caractéristiques

Processeur Intel Core 2 Duo (3.06 GHz), mémoire 4 Go, écran 27 pouces (2560 x 1440), puce graphique ATI Radeon HD 4670, disque dur 1 To, graveur DVD±R/RW, WiFi n, Bluetooth, 517 x 650 x 207 mm, Mac OS X Leopard

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Apple, tél. : 01 56 52 96 00

1 500€



Yoo Digital MP5 6001

Baladeur

Ce baladeur n'est pas un énième clone de l'iPod en moins bien. Doté d'une finition très soignée, il bénéficie d'une coque en plastique noir laqué cerclée par un cadre métallique gris lui donnant ainsi un look qui n'est pas sans rappeler l'iMac. Concurrent sérieux d'Apple et d'Archos, il est en mesure de lire la plupart des formats vidéo, y compris le MKV en haute définition. Si on s'en tient à des vidéos DivX en 720p, la lecture est fluide et sans saccades. L'écran de grande taille suffisamment défini ajoute encore au confort de visionnement. Petit regret, le curseur d'avancement ne permet pas d'accéder à une séquence précise en le faisant glisser du doigt. L'écran tactile affiche une bonne sensibilité mais étant brillant, il est sujet aux reflets et les traces de doigts n'arrangent rien. À noter aussi une bonne autonomie et le rechargement comme le transfert par prise USB standard. Doué pour le multimédia et plus particulièrement la vidéo, le MP5 6001 est proposé à un prix très abordable.



Caractéristiques

Ecran tactile 4,3 pouces, haut parleur intégré, mémoire 8 Go et lecteur de cartes micro SD, batterie li-ion, formats H.264 MKV, MPEG4, AVI, AVC, RMVB, MP3, WMA, FLAC, WAV, AC3, OGG, AAC, JPEG, BMP, GIF, 112 x 72 x 16 mm/250 g

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Yoo Digital, tél. : 01 46 76 43 82

129€



HTC HD2

Téléphone mobile

Ce smartphone embarque le plus grand écran actuellement disponible sur un téléphone. Pour autant, le HD2 est relativement fin et on pourra toujours le glisser dans une poche de pantalon. La finition est soignée et la manipulation aisée d'une seule main. Réactif et multipoints pour zoomer d'un pincement de doigts, l'écran s'avère parfaitement adapté à la navigation sur Internet ou à la lecture des vidéos mais il est dommage que le DivX ne soit pas reconnu nativement. Une limitation de Windows Mobile qui est d'ailleurs le maillon faible de ce smartphone surdoué. Malgré un processeur Snapdragon très véloce, le lancement de certaines applications est parfois long. HTC propose néanmoins sa propre interface Sense qui apporte au HD2 une touche de convivialité supplémentaire. Le baladeur en bénéficie grandement avec une navigation parmi les pochettes des albums du bout du doigt. L'appareil photo aurait gagné à avoir une touche d'accès direct. Les clichés sont de bonne qualité mais le flash a une portée limitée. Enfin, il faudra recharger la batterie tous les deux jours.



Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE, Windows Mobile 6.5, écran 4,3 pouces, 5 Mpixels, audio/vidéo MP3, WMA, MPEG-4, WMV, H.264, A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi, micro USB 2.0, mémoire 448 Mo, Micro SD, 120,5 x 67 x 11 mm/157 g

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Bewan, tél. : 01 43 34 69 20

649€



Navigon 8450 Live

GPS autonome

Voici le modèle le plus haut de gamme chez Navigon. Il intègre l'affichage 3D et les fonctionnalités Live. Les villes sont donc modélisées en trois dimensions. Les bâtiments sont fidèlement représentés et les textures appliquées sont reproduites à partir de photos des façades. À cela s'ajoute l'affichage des routes et des feux tricolores. Le conducteur sait alors exactement où il se trouve avec confirmation visuelle. Pas seulement un gadget, c'est un réel avantage à l'usage. Pour le reste, Navigon a conservé son interface qui demeure une référence, notamment grâce à son excellente ergonomie. L'assistant au changement de voies se révèle aussi très précis. Le design est sobre mais avec un écran de cinq pouces, ce GPS reste encombrant. Sinon, la recherche d'une adresse et le calcul de l'itinéraire sont dans la moyenne. Le constructeur allemand offre trois mois d'abonnement à ses services Live, ensuite il faudra s'acquitter d'un abonnement à l'année de 80 euros. Ces services nécessitent toujours un module externe permettant de recevoir des informations comme le trafic info avancé remis à jour quasiment en temps réel.



Caractéristiques

Carte Europe, écran tactile 5 pouces, reconnaissance vocale, POI, Bluetooth, guide Via Michelin, carte des radars, assistant changement de voie, sortie autoroute 3D, Text-to-Speech, modélisation 3D services live, 138 x 84 x 19 mm, 225 g

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	HTC, tél. : 01 41 10 03 10

449€



Philips 40PFL8664

Téléviseur

Ce 40 pouces Philips intègre une dalle LCD à rétro-éclairage LED sur les bords de l'écran. Le téléviseur est d'ailleurs très fin et la finition exemplaire, on reste dans le haut de gamme. Côté performances, nous avons apprécié le contraste de ce modèle avec plus de 2400 :1 à la mesure. L'écran est bardé d'électronique, un peu trop sans doute. Comme souvent sur les téléviseurs de la marque, l'appareil est difficile à régler. C'est d'autant plus gênant que le réglage à choisir vaut pour toutes les sources ce qui est une drôle d'idée ! L'écran n'est pas 200 Hz, mais le 100 Hz suffit amplement pour fluidifier l'action sur les Bluray. Nous avons trouvé le rendu HD vraiment de haute tenue. Les couleurs sont assez justes, la netteté impressionne. Cela étant, il est vraiment regrettable que le contraste soit si variable au risque de boucher les teintes sombres et de brûler les tons clairs, un écueil décidément difficile à éviter sur les modèles LED. En définition standard, c'est également très correct, tout comme pour les DVD. L'image n'est pas aussi nette mais le constructeur fait partie des meilleurs dès qu'il s'agit de remettre à l'échelle du contenu en basse définition. Petit bonus, l'écran dispose de l'Ambilight, ce système d'éclairage ambiant cher au constructeur hollandais.



Caractéristiques
Technologie LCD/LED, taille 40 pouces, résolution 1920 x 1080 pixels, contraste 2 000 000 :1, luminosité 450 cd/m2, connectiques 4 HDMI, 2 Péritel, VGA, YUV, USB host

Garantie 2 ans
Catégorie Milieu de gamme
Contact Philips, tél. : 01 47 28 10 00

1 440€



Canon PowerShot S90

Appareil photo compact

Le S90 est un petit modèle à l'esthétique et à la présentation classiques mais il cache bien son jeu car ses prétentions sont toutes autres, en substance satisfaire les photographes exigeants à la recherche d'un outil performant de petite taille. Déjà, son capteur est plus grand que sur les appareils grand public et avec moins de pixels. Fort logiquement, on peut donc en attendre de meilleures prestations, surtout lorsque l'on monte en sensibilité ISO. Autre point très attractif, le petit zoom ouvre à f/2 en grand angle (28 mm équivalent), soit un diaphragme de plus que les optiques les plus lumineuses que l'on trouve couramment sur le marché. Le S90 offre aussi une ergonomie vraiment réussie et efficace car il comporte deux roues de réglage, comme un reflex haut de gamme ! Outre tous les automatismes attendus, le S90 dispose aussi des modes pour photographes expérimentés et exigeants. Enfin, un grand écran de trois pouces peu sensible aux angles de vision permet de cadrer efficacement. À l'usage, tout cela se confirme avec une ergonomie réellement efficace grâce notamment à la roue qui entoure l'objectif et dont la fonction est personnalisable. Les clichés sont également de haute tenue avec notamment une haute sensibilité performante, du moins jusqu'à 800 ISO. Dommage que Canon n'ait pas ajouté la vidéo HD pour s'approcher encore un peu plus de l'appareil idéal.



Caractéristiques
Capteur 10 Mpixels, vidéo 640 x 480, mémoire SD/SDHC, écran 3 pouces, zoom 28-105 mm en équivalent, 100 x 58,4 x 30,9 mm, 175 grammes

Garantie 2 ans
Catégorie Haut de gamme
Contact Canon, tél. : 01 41 99 88 88

429€



TnB Music Trend

Casque

Ce casque est disponible dans quatre déclinaisons : Electro, Rock, Punky et Death Metal. C'est évidemment le même modèle, mais les couleurs et le décor diffèrent. On a donc le choix du look en fonction de ses goûts. Le Music Trend est un petit casque que l'on peut néanmoins ranger dans la catégorie des circum-auraux qui enveloppent donc le pavillon de l'oreille, même si ce n'est ici que très relatif. Étant repliable, son encombrement pour le transport est donc limité. Rien à redire de ce côté, même si le volume n'a évidemment rien à voir avec celui d'un casque bouton ou intra-auriculaire ! Le réglage est aisé et le port confortable, son poids étant faible. On peut donc s'estimer satisfait pour le côté pratique. À l'écoute, la réponse reste identique quelle que soit l'esthétique choisie ! Elle est marquée par une nette prédominance du grave mais le reste du spectre est présent, même s'il n'est pas très linéaire. Globalement, c'est un choix qui devrait plaire aux amateurs de grave sans que le résultat ne soit inaudible pour les autres. Logiquement, la sensibilité est élevée et on obtiendra des niveaux sonores assez élevés en combinaison avec un baladeur.



Caractéristiques
Type circum-aural clos, réponse en fréquence 20 Hz-20 kHz, impédance nominale 18 ohms, sensibilité 108 dB, longueur cordon 1,2 m, prise jack 3,5 mm droit

Garantie 1 an
Catégorie Entrée de gamme
Contact TnB, tél. : 04 90 42 38 38

29€



Medion S5611 MD97248

Ordinateur portable

Tout en finesse, cet ordinateur est idéal pour ne pas s'encombrer pendant des déplacements tout en bénéficiant d'une taille d'écran confortable. La finition est soignée mais gare à ne rien poser sur le capot qui semble fragile. Le repose-poignets est très large et le touchpad précis. En revanche, le rendu de l'écran est trop chaud et la luminosité par défaut élevée. Étant donné l'épaisseur du châssis, il ne faut pas s'attendre à des miracles du côté audio avec un son étriqué et trop aigu. La connectique va à l'essentiel avec notamment trois ports USB, une sortie HDMI et un port eSATA. Le processeur est relativement limité ce qui se ressent dans les performances. Toutefois, cela suffira pour les travaux de bureautique et un peu de multimédia. Reste un prix planché pour un ordinateur qui offre à la fois un encombrement réduit et un vrai confort d'utilisation grâce à son écran 15 pouces.



Caractéristiques
Processeur Intel Celeron SU2300 (1,2 GHz), mémoire 4 Go, écran 15,6 pouces (1366 x 768), puce graphique ATI Mobility Radeon HD4530, disque dur 320 Go, WiFi n, poids 2,1 kg

Garantie 1 an
Catégorie Entrée de gamme
Contact Medion, tél. : 02 43 48 15 20

599€



Action

God of War 3



Le 17 mars

Après deux épisodes sur PS2 qui ont remporté les suffrages de la presse et du public (500 000 jeux vendus en incluant l'opus PSP), God of War fait sa première apparition sur cette génération de consoles. On retrouve Kratos, combattant hargneux aux prises avec les Dieux de l'Olympe. Le jeu profite d'une réalisation et d'une mise en scène impressionnantes, au service d'une action soutenue particulièrement violente. Kratos ne ménage pas ses ennemis et les extermine en masse dans de jolies effusions de sang. Pour public averti.

PLAN MARKETING

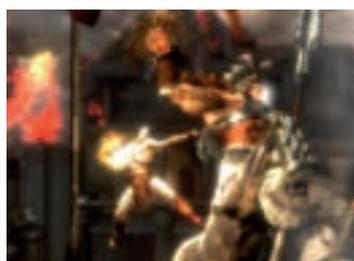
Le jeu va profiter d'une campagne en TV (chaînes hertziennes et cabsat). Des spots vont être projetés en cinémas. Sur Internet, l'éditeur va communiquer vers les gamers mais aussi les fans de cinéma, de hi-tech et de sport. Une campagne d'affichage est prévue en ville et dans les gares les plus importantes. En magasins, des outils de PLV seront proposés aux revendeurs. Démo jouable prévue pour fin février.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

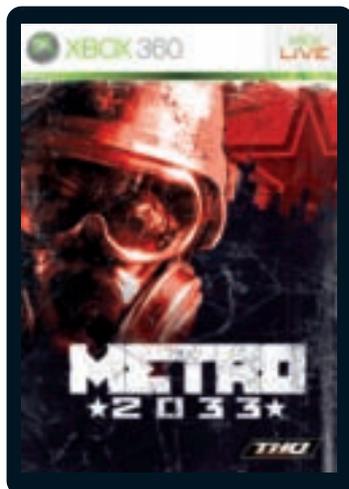
Développeur	SCEA
Editeur	SCEE
Distributeur	Sony Computer France
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé 70€ environ (version standard)



Action

Metro 2033



Le 19 mars

Basé sur un roman d'anticipation russe à succès, Metro 2033 est un jeu d'action en vue subjective reposant sur un scénario post-apocalyptique. Vingt ans après l'apocalypse, les survivants vivent sous terre et occupent le réseau de métro à Moscou. Pour faire face à une menace compromettant l'avenir de la race humaine, le joueur va devoir entrer avec les différentes factions hantant le métro mais aussi affronter les races mutantes apparues depuis la fin du monde. Il faudra aussi explorer la surface empoisonnée où le danger est également omniprésent. Sur PC, le jeu sera compatible DirectX 11.

PLAN MARKETING

THQ va communiquer sur le jeu par le biais d'une campagne en presse spécialisée et sur Internet. Une campagne de communication virale est prévue avant le lancement.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	4A Games
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix publics conseillés Entre 50€ et 65€ environ



Stratégie temps réel

Supreme Commander 2



Le 12 mars

Ce jeu de stratégie en temps réel à l'ambiance futuriste met en scène des affrontements de grande ampleur entre trois factions différentes, la Fédération Terrienne Unifiée, la nation Cybranne et les Illuminés Aeon. Par rapport au premier volet paru début 2007, cette suite propose une interface de contrôle revue, une campagne plus aboutie et est cette fois proposée également sur console. Supreme Commander 2 permet de personnaliser ses armées ou encore d'utiliser des unités expérimentales. Le mode solo repose sur 18 missions et de nombreux modes multijoueurs en ligne répondent également à l'appel.

PLAN MARKETING

L'éditeur annonce une campagne en presse spécialisée et sur Internet (sites jeux vidéo). Une opération de promotion en salles de jeux en réseau est également au programme.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Gas Powered Games
Editeur	Square Enix
Distributeur	Square Enix
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix publics conseillés Entre 50€ et 60€ environ



Action

Just Cause 2



Le 26 mars

Après une première mission fin 2006 (60 000 ventes en France), l'agent spécial Rico Rodriguez revient pour une nouvelle aventure en monde ouvert. Le scénario de ce jeu d'action à la troisième personne prend à nouveau place dans un environnement paradisiaque, des îles de Panau cette fois. Il s'agit de neutraliser l'ancien chef et mentor du héros. Une aire de jeu de plus de 1000 km² est disponible et une cinquantaine de missions principales (plus quelques 250 secondaires). Une centaine de véhicules différents répondent à l'appel pour cette suite qui devrait être bien plus diversifiée que son prédécesseur. Démo jouable prévue en février.

PLAN MARKETING

L'éditeur va communiquer en TV (chaînes TNT et cabsat) et en sites Internet spécialisés (à la sortie de la démo puis à la parution du jeu). Des opérations en trade sont aussi prévues.

MISE EN PLACE

Environ 50 000 sur PS3, 35 000 sur Xbox 360 et 15 000 sur PC.

Développeur	Avalanche Studios
Editeur	Eidos
Distributeur	Square Enix
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix publics conseillés Entre 50€ et 70€ environ





Action

Red Steel 2



Fin mars

Après un premier volet qui avait accompagné les premiers pas de la Wii, Ubisoft propose une suite à Red Steel. On retrouve le principe du jeu d'action en vue subjective mêlant combats à l'arme blanche et au pistolet mais le titre change d'univers. Le scénario plonge cette fois-ci le joueur dans une métropole au cœur du grand Ouest américain mêlant cultures orientale et occidentale. Le jeu est uniquement jouable avec le Wii MotionPlus, garant d'une meilleure prise en compte des mouvements de la wiimote et de la force donnée aux coups. Voilà qui promet un opus plus physique que son prédécesseur !

PLAN MARKETING

Ubisoft met en place une campagne en TV (chaînes hertziennes et cabsat) ainsi que sur Internet (sites de jeux vidéo). Des bornes de démos devraient être proposées en magasins. Au lancement, le jeu devrait être soutenu par une campagne en presse gratuite.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Ubisoft
Editeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

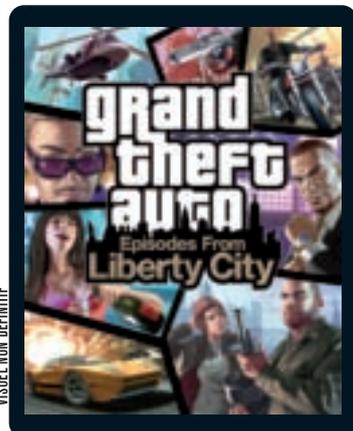
Prix publics conseillés 50€ (seul)

60€ (avec Wii MotionPlus)



Action

Grand Theft Auto Episodes from Liberty City



Le 30 mars

Après de longs mois d'exclusivité sur Xbox 360, les possesseurs de PS3 et de PC vont enfin pouvoir profiter des épisodes supplémentaires pour GTA IV. Le point commun avec le jeu original est la ville de Liberty City, mais aussi quelques personnages que l'on croise au fil des scénarii. Deux aventures différentes sont présentes sur le disque : The Lost and Damned, dans lequel le joueur incarne un biker au sein d'un gang mais aussi The Ballad of Gay Tony où c'est le garde du corps d'un patron de boîte de nuit qui tient la vedette. À noter qu'il n'est pas nécessaire de posséder GTA IV pour jouer à cette compilation qui réunit sur un même disque ces deux épisodes supplémentaires.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Rockstar
Editeur	Rockstar
Distributeur	Take Two
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 45€ environ



Stratégie temps réel

Warhammer 40,000 Dawn of War 2 Chaos Rising



Le 12 mars

Avec plus de 330 000 jeux vendus en France, la série Dawn of War (basée sur la licence Warhammer) s'est imposée comme une référence dans le domaine de la stratégie temps réel. THQ propose aujourd'hui une première extension stand alone (jouable indépendamment) de Dawn of War 2. L'occasion de découvrir une nouvelle race de personnages, les Space Marine du Chaos (pour un total de cinq races jouables en multijoueurs) ou encore de gérer un nouveau paramètre dans le jeu avec une jauge de corruption. De nouvelles cartes répondent également à l'appel.

PLAN MARKETING

L'éditeur commercialise une édition Game of the Year de Dawn of War 2 ainsi qu'une édition Gold reprenant le jeu original plus cette extension stand alone.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Relic Entertainment
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 6
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 34,99€



Action/aventure

Resident Evil 5 Gold Edition



Le 12 mars

Capcom sort une nouvelle édition de Resident Evil 5, dernier volet en date de la fameuse série horrifique sur consoles haute définition. L'éditeur ajoute ici sur la galette les contenus supplémentaires qui seront auparavant vendus en ligne indépendamment. De nouveaux épisodes font leur apparition : Lost in Nightmares revisitant le manoir du tout premier jeu et Desperate Escape, mettant en vedette Jill Valentine. Le mode Mercenaire est enrichi avec des armes et personnages inédits, des packs de costumes supplémentaires sont aussi ajoutés.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Capcom
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 40€ environ





WebPlus X4

Utilitaire

Ce logiciel se destine à ceux désireux de créer un site Internet, débutant comme utilisateurs avertis. Il n'est pas nécessaire d'avoir de connaissance en HTML pour se lancer dans la création d'un site. Le logiciel permet de bâtir son propre site ou bien de partir d'un site Internet déjà existant. Conception, animation, personnalisation des sites sont au programme du logiciel qui permet également de commercialiser des produits et comprend aussi des outils de statistiques et analyses des visites. Selon l'éditeur, le logiciel s'adresse aux particuliers, aux entreprises et aux associations.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Photos sur CD & DVD 9 Deluxe

Vie pratique

Ce titre est tout indiqué pour les utilisateurs désireux de créer des panoramas de leurs photos numériques pour les diffuser sur l'écran de la TV. Il est possible d'ajouter un accompagnement musical et du texte en profitant ici d'une nouvelle version de l'interface Slideshow Maker. Le logiciel est pleinement compatible haute définition (cette version permet désormais d'exporter des fichiers en HD) et permet aussi par exemple de créer des images panoramiques en assemblant six photos différentes avec effets animés. Effets de transition et modification des clichés sont également inclus, ainsi que le nécessaire pour mettre au point des menus animés.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



ABBYY FineReader 10

Utilitaire

Ce logiciel de reconnaissance de caractères permet de convertir documents scannés, fichiers PDF ou même photos numériques en texte éditable donc à volonté. FineReader 10 permet de conserver la mise en page et le formatage des documents originaux et reconnaît automatiquement selon l'éditeur pas moins de 186 langues. Les fichiers obtenus peuvent ensuite être sauvegardés sous divers formats comme PDF, HTML, DOCX... En cas de possible erreur dans le cadre d'une reconnaissance de texte, le logiciel en prévient l'utilisateur.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

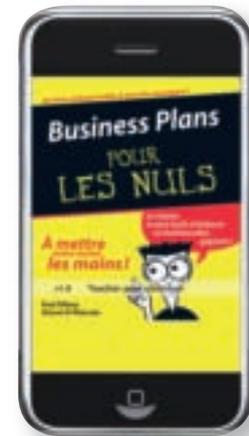
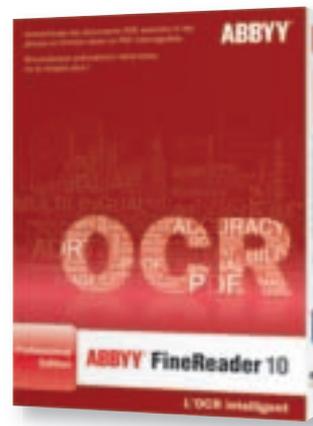


Pour les Nuls

Vie pratique

Anuman vient de lancer une gamme complète d'applications « Pour les nuls » sur iPhone et iPod Touch. Le concept est directement issu des ouvrages du même nom, disponibles en librairies. Téléchargeables dans la section livres numériques de la boutique App Store, les 16 références abordent une multitude de sujets différents autour de deux thématiques principales (vie pratique et religions) comme l'Anglais, le sexe, la Bible, le bricolage ou encore la cuisine. On retrouve à chaque fois le volume en question divisé en chapitres et une fonction de recherche par mot-clé est également inclus.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Le 12 mars



Développeur **Serif**
Éditeur **Micro Application**
Distributeur **Micro Application**

Prix public conseillé **99,95€**

Mars



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

Prix publics conseillés **29,99€** (version classique)
59,99€ (Deluxe)

Disponible



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

Prix public conseillé **149€**

Disponible



Développeur **Anuman Interactive**
Éditeur **Anuman interactive**
Distributeur **Sur App Store**

Prix publics conseillés **1,59€**
Entre **3,99€** (au 09/02)

Edifier | Lifestyle

www.xtrium.com

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



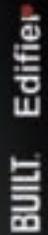
On The Go iF350

Emportez votre musique n'importe où...

Puissance : 12 W RMS au prix de 129,99 € TTC*



iPod non inclus



XTRIMUM
DISTRIBUTEUR EXCLUSIF



Dock iPod/iPhone rétractable



Radio réveil (Station FM/iPod) avec antenne rétractable



Compartment 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



Le réseau
à domicile universel.
Rapide, fiable et robuste.



dLAN® 200 AVsmart+
Starter Kit



dLAN 200® AVmini
Network Kit

- + Chaque prise de courant devient une prise réseau.
- + CPL dLAN fonctionne où vous voulez: télévision haute définition, Internet, applications multimédia, photos, jeux en ligne, ... tout devient possible.



Les adaptateurs CPL dLAN® de devolo sont les plus appréciés en France !

www.devolo.fr

En vente chez: Darty, Fnac, Boulanger, Saturn, Surcouf, Carrefour, Auchan, E.Leclerc, ...

devolo

