

# JD Li

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

N°168 / 5 mars 2010

4,50€



## Easy tools for easy life.





# Urban Factory : être dif



Shiny Mouse



Crazy Mouse



Crazy Speakers

Crazy Hub



Wireless Ring Mouse

Bamboo Mouse



Anti Bacterial Keyboard



[www.urban-factory.com](http://www.urban-factory.com)





# différent tout simplement.



Save The Vinyl Bag  
Vintage Collection



Vynil Hard Disk Sleeve Flag



Jenny's Bag



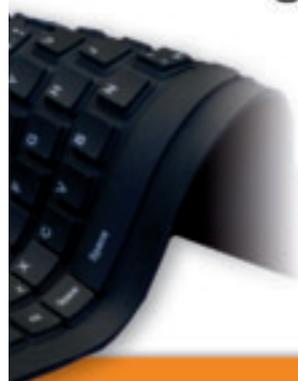
Eco Bag



Tripod  
Fiber Carbon

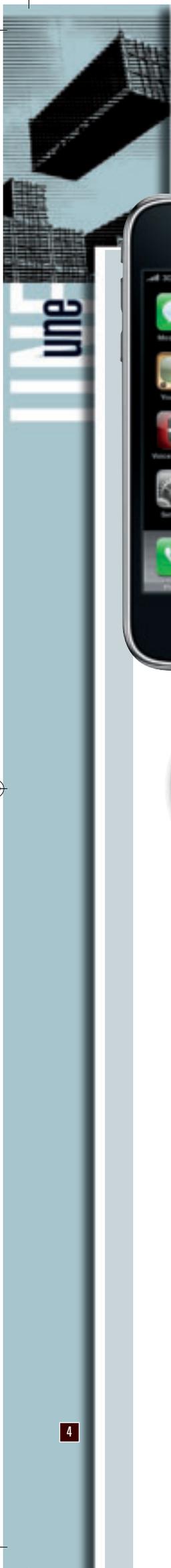


Natural  
Photo Bag



Urban Factory - 57, Rue de la Convention, 75015 Paris, France  
Tél.: +33 (0)1 45 78 45 78 - Fax : +33 (0)1 45 78 45 79





# iTunes

## 10 milliards de morceaux vendus

**C'**est un chiffre qui impressionne mais qui surtout illustre bien le statut de premier vendeur de musique au monde de la plate-forme d'Apple : en sept ans, depuis sa création, iTunes a vendu 10 milliards de morceaux de musique. Au passage, l'heureux acquéreur du dix-milliardième morceau a gagné un carte de téléchargement de 10 000 dollars. Apple proposerait actuellement plus de 12 millions de titres différents, 55 000 épisodes de séries et 8 500 films.

Selon le cabinet Piper Jaffray Apple aurait gagné la bagatelle de 520 millions de dollars sur le seul dernier trimestre calendaire 2009. Pour les curieux plus ou moins mélomanes, sachez que le titre le plus venu est celui des Black Eyed Peas, I gotta feeling. Très nettement dominé par l'industrie américaine, ce top rassemble également les nom de Lady Gaga, Jason Mraz, Coldplay, Pink, Beyoncé, Kane West ou Rihanna.

## Records sur App Store pour PopCap



**P**lants vs Zombies, la dernière production PopCap en date sur iPhone, vient d'enregistrer un record de vente lors d'une phase de lancement. L'éditeur annonce en effet avoir vendu 300 000 exemplaires du jeu sur App Store au cours de ses neuf premiers jours de commercialisation. Cette version iPhone du titre originellement paru sur PC aurait ainsi généré un chiffre d'affaires d'un million de dollars sur la période. PopCap annonce par ailleurs que Bejeweled 2, l'un des classiques de son catalogue, vient de passer le cap des trois millions d'exemplaires vendus sur iPhone et iPod Touch, un record pour une application payante. Voir l'interview de John Vehey, l'un des fondateurs de PopCap, page 42.

### Edito

#### Boom

C'est une radicale évolution qui est en train de se préparer dans le jeu vidéo, ne nous y trompons pas. Le social gaming, notamment via les média communautaires, va chambouler l'économie actuelle des jeux en élargissant son public et en popularisant de nouvelles façons de payer pour jouer. Richard Garriott, célèbre créateur de la série des jeux Ultima, déclarait récemment qu'il identifiait trois périodes dans l'histoire du jeu vidéo : la création de l'industrie elle-même, l'apparition du jeu en ligne et maintenant le décollage de la popularité des jeux sociaux. Ces « petits jeux » vont rapidement gagner en qualité, en complexité. Pour les réseaux sociaux, le jeu est un moyen de fidéliser ses visiteurs. Pour les développeurs-éditeurs, c'est la possibilité de s'adresser directement à une communauté très importante à moindres coûts. Ils ont intérêt à s'entendre. Et ils le feront. Le boom du social gaming n'en est qu'à ses balbutiements. Les interviews d'Ethan Beard (Facebook) et de John Vehey (PopCap) devraient vous en convaincre.

## Nintendo dévoile son plan d'attaque

**L**e constructeur japonais organisait le 25 février dernier l'European Gamers Summit 2010 à Londres. L'événement, destiné à la presse européenne, présentait les titres les plus attendus pour les prochains mois sur Wii et Nintendo DS. L'occasion de découvrir et prendre en main certains titres pour la première fois comme Super Mario Galaxy 2 ou encore Metroid : Other M sur Wii. Nintendo en a profité pour détailler son planning de sorties situant notamment les sorties de Super Mario Galaxy 2 à prochain, Dragon Quest IX : Les sentinelles du Firmament (DS) à cet été ou encore le surprenant Metroid : Other M au troisième trimestre. Plus de détails dans le prochain numéro du JDLI.



## Vivendi L'entertainment se porte bien



**L**e groupe Vivendi a publié ses résultats pour 2009. Le résultat net est certes en recul de 68 % mais les fondamentaux du groupe apparaissent solides. La téléphonie mobile et la vente d'accès Internet, regroupées sous la marque SFR, se portent bien avec un chiffre d'affaires en hausse de 1,6 %, à 12,4 milliards de dollars dont 8,983 pour le mobile. Le résultat opérationnel ajusté s'établit à 2,53 milliards. La chaîne de télévision à péage Canal+ voit son chiffre d'affaires augmenter de 1,6 % à 4,55 milliards d'euros ainsi que son résultat opérationnel, en hausse de 14,8 %. Jean-Bernard Lévy, Président du directoire de Vivendi s'est félicité d'avoir acquis Activision en 2008 : « Les acquisitions réalisées en 2008 ont été les principaux moteurs de notre croissance. Activision Blizzard et SFR ont en effet rempli les objectifs attendus lors des décisions d'investissement, grâce au succès phénoménal de Call of Duty : Modern Warfare 2, au leadership incontesté de World of Warcraft, à l'intégration réussie de Neuf Cegetel dans le nouvel SFR et aux importants gains de part de marché dans l'Internet à haut débit. Ces bons résultats nous permettent de poursuivre notre politique d'investissements et d'innovations. Nous continuons à investir fortement dans les réseaux et dans les contenus », a-t-il notamment déclaré. Si Activision est dans le rouge pour le quatrième trimestre (pertes dues à des dépréciations, l'ensemble de l'année est positif. Les ventes sont en hausse de 45,3 %, à trois milliards. Il « est le seul des grands éditeurs de jeux vidéos à être rentable sur 2009 », s'est félicité Jean-Bernard Lévy. Enfin, notons que du côté d'Universal Music la situation est attendue, compte tenue de la mauvaise santé du marché de la musique : baisse du CA de 6,2 %, à 4,3 milliards.



**TOSHIBA**  
Leading Innovation™ >>>

# > VOIR LE MONDE AUTREMENT.

NOUVELLE SÉRIE SV675, L'IMAGE REGZA LA PLUS  
ÉCLATANTE À CE JOUR.



- **RÉTRO-ÉCLAIRAGE PAR LED « LOCAL DIMMING<sup>(2)</sup> » : CONTRASTE 2 000 000 : 1**
- **FLUIDITÉ DES MOUVEMENTS GRÂCE AU TRAITEMENT D'IMAGE 200 HZ**
- **ACCÈS AU CONTENU PC VIA PASSERELLE MULTIMÉDIA DLNA<sup>(3)</sup>**
- **L'HARMONIE D'UN SON MAÎTRISÉ AVEC LE CONTRÔLE DOLBY VOLUME<sup>(4)</sup>**
- **DESIGN DEEP LAGOON AÉRIEN ET ENVOÛTANT**

REGZA



(1) TOSHIBA, à la pointe de l'innovation. (2) extinction par zone. (3) DLNA®, le logo DLNA et DLNA CERTIFIED™ sont des marques commerciales, des marques de services ou des marques de certification de la DLNA (Digital Living Network Alliance). (4) Dolby et le symbole du double D sont des marques déposées des laboratoires Dolby.

[www.toshiba.fr/leading-innovation](http://www.toshiba.fr/leading-innovation)

# 12

## Facebook

Qui ne connaît pas Facebook, le réseau social le plus populaire au monde ? Emblème du Web 2.0, participatif et interactif, en quelques années d'existence Facebook a remis les blogs au rang de dinosaure de la Toile et est une place rêvée pour soumettre des contenus au public à peu de frais. Ethan Beard, Directeur du réseau développeurs Facebook, nous a répondu depuis Palo Alto, ce coin de la Silicon Valley où l'entreprise est installée.



# 14

## Mobile World Congress 2010

Un bilan complet des tendances sur le salon de la téléphonie mobile qui s'est tenu à Barcelone en Espagne. Une édition un peu morose, notamment en raison de l'absence remarquée de plusieurs acteurs majeurs de l'industrie. L'événement, qui a attiré quelques 49 000 visiteurs issus de plus de 200 pays sont venus à la rencontre des 1 300 exposants présents sur l'événement.

# 30

## Samsung NX10

Combiner les avantages du compact et du reflex pour séduire par la compacité et la technologie semble prometteur pour aboutir à un appareil à forte valeur ajoutée. C'est la formule suivie par Samsung avec le NX10, un nouvel appareil hybride qui réunit les avantages des deux familles de produits.



# 42

## PopCap: une décennie de jeux casual

Rencontre avec John Vechey, co-fondateur de PopCap, l'un des principaux éditeurs sur le segment du jeu casual qui fête ses 10 ans d'existence. Avec des titres comme Bejeweled ou Zuma, PopCap s'est imposé dans le jeu en ligne sur PC mais aussi sur les autres plateformes dont les consoles et même Facebook. Le point sur les méthodes et projets de PopCap.

## Marché

**8** : News

**10** : Focus : Marché de l'entertainment 2009, année des réajustements

**12** : Interview : Facebook

Ethan Beard, Directeur du réseau développeurs de Facebook

**14** : Salon : Mobile World Congress 2010

Toutes les tendances du salon de la téléphonie mobile de Barcelone

## Mobilité

**20** : News

**24** : Panorama : GPS à valeur ajoutée

Six appareils entre 199 et 450 euros

**30** : Focus : Samsung NX 10

L'hybride de la photo

**34** : Interview : Omenex

Christophe Chanceneat, Directeur marketing Digital Imaging et Florent Pavillard, Directeur de la division

**36** : Interview : Samsung

Jacques Der Garabedian, Managing Director

## Salon

**38** : News

**42** : Interview : PopCap

John Vechey, co-fondateur

## Guides

**46** : Hardware

**48** : Jeux vidéo

**50** : DVD video

### 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 Guerdar

#### 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  
phelio@microscop.com

#### Secrétaire de rédaction

Guy Pichard  
guy@microscop.com

#### Journalistes

Driss Abdi, Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna

#### Photographe

Guy Pichard

Ont collaboré à ce numéro :  
Philippe Genesco et Marie-Sylvie Mausuf,  
Jean-Pierre Roche

#### Publicité

**Directeur de publicité**  
Miguel Mato : 01 41 58 58 23  
miguel@microscop.com

#### Directeur de clientèle

Manly Ramanamisata : 01 41 58 59 21  
manlyr@microscop.com

#### Directrice de clientèle

Valérie Millon : 01 41 58 59 22  
valerie@microscop.com

#### Maquette

**Directrice Artistique**  
Anastasia Babic  
anastasia@microscop.com

#### Rédacteurs graphistes

Benoît Maurice  
Christophe Monfort

#### 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 Guerdar.

#### 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.

# Opération Panier Plein

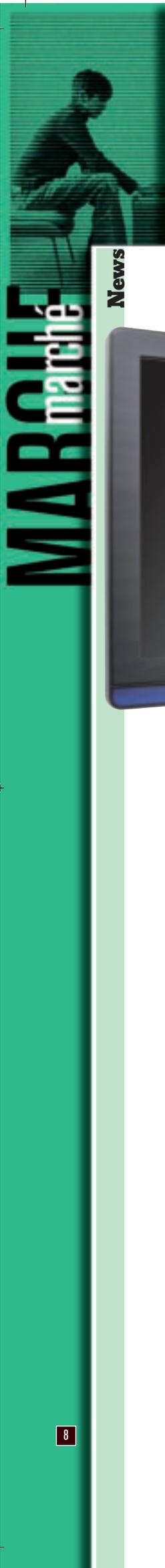
Pour **pâques**,  
re-découvrez la gamme Tradewest,  
des jeux qui font plaisir à toute la famille

Prix spécial de Pâques, 9,99€ seulement\*

\*prix de vente conseillé par jeu.

Nintendo DS and Wii are trademarks of Nintendo. ©2006 Nintendo All other trademarks are the property of their respective owners.





News

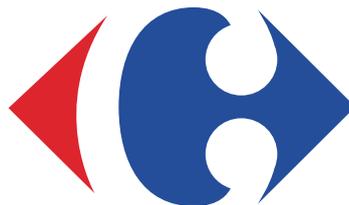
# TV Funai

## Cinq ans de garantie



Le fabriquant japonais Funai, qui est notamment présent sur le marché français des téléviseurs, vient d'annoncer qu'il proposait dorénavant une garantie de cinq ans pour l'ensemble de ses téléviseurs avec les enseignes partenaires. La garantie cinq ans de Funai comprend une réparation pièces et main d'œuvre pour tout achat d'un téléviseur LCD de la série LT6 et LH7 à partir du 1er septembre 2009 dans les enseignes partenaires. Funai teste chacun de ses téléviseurs plus de 600 fois lors du processus de fabrication. « À l'heure de la baisse du pouvoir d'achat, nous sommes conscients que l'acquisition d'un téléviseur LCD représente un investissement. En proposant la garantie cinq ans gratuite dans le cadre du programme L'Expérience de la Qualité Durable, nous récompensons nos clients de leur confiance et nous leur apportons le gage qu'ils ont acquis un téléviseur de très grande qualité et fiabilité » souligne Alexandre Sopocko, Directeur Général Europe du Sud.

## Carrefour confirme sa stratégie



explication des charges exceptionnelle (dépréciation, charges de restructuration et plan de transformation). Cependant, l'enseigne gagne des parts de marché, notamment grâce à ses supermarchés. C'est d'ailleurs le déploiement de la marque Carrefour, notamment avec Carrefour Market, qui semble donner des motifs de satisfaction aux dirigeants. « Les objectifs ont été atteints et les bases du Carrefour de demain sont désormais en place », a ainsi déclaré M. Olofson. Pour l'avenir, Carrefour tient une priorité ; le marché français. Les 200 hypermarchés du groupe réalisent 22 % du CA total et une réorganisation devrait être engagée. Parmi les objectifs, le remplacement des caissiers et caissières par des automates est assez bien engagée.

### Prix et promos

La politique de stabilité des prix, qualifiée de « combat de longue haleine » est une autre priorité pour le distributeur, conscient que son image n'est pas celle d'une enseigne très bon marché. Son concurrent Leclerc a de ce point de vue une sérieuse longueur d'avance. Lars Olofson insiste également sur la nécessité d'aborder différemment la problématique des promotions. « Nous devons faire moins de promotions mais en les rendant plus puissantes », a-t-il déclaré, prônant « un nouveau type de promotions nous permettant d'être plus proches de clients, et en leur donnant la possibilité de choisir les produits sur lesquels ils veulent bénéficier de promotion ».

À l'occasion de la publication de ses résultats, Carrefour a fait le point sur sa stratégie par la voix de Lars Olofson, Directeur général de la Distribution. Le chiffre d'affaires, établi à 36,94 milliards d'euros hors essence, recule de 0,9 %. Le résultat opérationnel est en baisse de 26,9 % et le bénéfice net chute de 69,8 %. Il atteint 385 millions d'euros. Carrefour avance comme

# Philips doit revoir sa copie



Le tribunal de grande instance de Chartres a ordonné vendredi 19 février, dans un jugement en référé, la reprise du travail à l'usine Philips de Dreux et la « suspension du projet de licenciements collectifs » dans l'attente d'une meilleure consultation des représentants du personnel. Les juges avaient été saisis d'un recours en référé par les salariés du site de fabrication de téléviseurs à écran plasma, qui contestent les conditions de la fermeture. Cette décision risque de ne faire que reculer l'échéance. Car c'est la bataille industriello-politique du moment : la fermeture de l'usine Philips de Dreux, en Eure-et-Loire. L'industriel néerlandais Philips a annoncé sa décision irrévocable de fermer son usine de fabrication de téléviseurs à Dreux. Les chaînes sont d'ailleurs à l'arrêt depuis le 12 février. Le Président de Philips France a d'ailleurs déclaré qu'« il n'y aura plus d'emplois Philips à Dreux prochainement », fermant ainsi les portes à tout espoir de continuation. Les pressions du gouvernement se sont avérées inutiles. Au total, ce sont 212 salariés qui vont se retrouver sans emploi, sauf à accepter une offre de reclassement en Hongrie pour... 450 euros mensuels. « L'obligation que l'on a eue de proposer les jobs en Hongrie à 450 euros, qui est une obligation légale pour une entreprise internationale comme la nôtre, est quelque chose de dramatique en termes d'impact », a reconnu le Président de Philips France.

# Naissance d'un studio outre-Manche

Lee Hutchinson et Matt Shepcar, deux anciens membres de Rockstar Leeds, viennent de créer leur studio de développement. Basé au Royaume-Uni, Double 11 travaillera prochainement sur des jeux destinés aux téléphones mobiles ainsi qu'àux iPhone. Par le passé, les deux fondateurs ont notamment participé à la conception de Grand Theft Auto : Chinatown Wars et Liberty City Stories.



# Proxima mobile m-portail d'Etat



Le Secrétariat d'Etat chargé de la Prospective et du Développement de l'Economie numérique se penche sur la fourniture de services pour les usagers du téléphone mobile. « *Proxima Mobile a trois principaux objectifs : susciter la création de nouveaux services qui facilitent le quotidien de tous les citoyens, favoriser le développement de l'écosystème des services sur mobiles, et enfin rassembler des communautés d'utilisateurs pour leur permettre d'exprimer leurs attentes* », estime Nathalie Kosciusko-Morizet, en charge du Secrétariat d'Etat. Il s'agit donc d'un portail de services d'intérêt général gratuits, accessible depuis les téléphones portables. Si 24 applications sont aujourd'hui disponibles, sur l'ensemble de l'année 2010 on en trouvera 68. Toutes les applications Proxima Mobile sont également sur [www.proximamobile.fr](http://www.proximamobile.fr).



# Apple, prude ou prudent ?

À force de voir arriver toujours plus d'applications pour l'App Store, Apple se serait-il un peu précipité pour en valider certaines ? Ou bien sa politique éditoriale changerait-elle ? En effet l'Américain vient de supprimer plus de 5 000 applications de sa boutique virtuelle. Le Wall Street Journal soutient que les développeurs ont été très récemment prévenus que les applications à contenus « *explicitement sexuels* » ne seraient plus acceptés, et que de facto celles déjà « en magasin » seraient supprimées. Finies donc les filles (ou les garçons) très légèrement vêtues. Selon un porte-parole de la société cité par l'AFP, « *à chaque fois [qu'Apple] reçoit des plaintes de clients sur un contenu contestable, nous les examinons. Si nous estimons que ces applications présentent des contenus qui ne sont pas décentes, nous les supprimons et demandons*



au programmeur de procéder aux changements requis pour pouvoir être distribués par Apple ». D'après les analystes, Apple a clairement revu les critères pour obtenir le droit d'être sur App Store. À cela plusieurs raisons. À quelques semaines du lancement de l'iPad qui s'adresse notamment à un public jeune, il s'agit d'éviter tout problème de communication. Pas question de ternir son image pour un bout de peau découvert ! Par ailleurs, on peut se demander si Apple n'a pas « pris » un maximum d'applications dans un premier temps pour annoncer un nombre très élevés d'applications disponibles, quitte à faire le ménage ensuite. Mais la question inhérente à cette décision, finalement pas si choquante, est bien évidemment de se demander si Apple se limitera aux contenus « *érotiques* », ou pourrait élargir cette décision à des contenus de type jeux violents susceptibles de choquer de jeunes âmes.

# Zallag, un nouveau positionnement



Créé l'an dernier par Christelle Chandavoine, professionnelle des loisirs interactifs passée par Emme, Wanadoo Edition, Parot et Nobilis, Zallag est un éditeur de jeux vidéo intégralement tourné vers le online. La société prétend donc à une compétence dans un métier qui est en plein développement : celui d'éditeur-distributeur pour des contenus totalement dématérialisés. Un métier naturellement différent de celui d'éditeur-développeur traditionnel, qui suppose d'autres connaissances techniques et commerciales ainsi qu'un carnet

d'adresses ciblé. Pour développer son activité, Zallag vient de créer une nouvelle société, Créatips, dont le positionnement se veut complémentaire. Il s'agit de proposer aux studios indépendants de promouvoir et d'aider à vendre leurs contenus. « *Creatips s'engage à utiliser son réseau et ses contacts afin de proposer ces jeux au plus large public possible.* », déclare la société dans un communiqué de presse. Nous reviendrons prochainement sur les ambitions de Zallag et Créatips.



# Marché de l'e

Au global, « l'entertainment » recule en valeur en 2009 mais progresse en volume. 7,86 milliards d'un côté (contre huit milliards l'année précédente) mais 571 millions d'unités contre 560 un an plus tôt. La demi-surprise vient de l'inversion qui s'est produite entre les marchés qui tiraient l'ensemble vers le bas et ceux qui, grâce à un beau dynamisme, constituaient le moteur. par Sébastien Anxolabéhère



C'est un bien maigre bilan des marchés de l'entertainment que nous sommes, à l'heure actuelle, en état de dresser pour vous cette année. La raison ? Sous la pression de certains de ses clients du monde de l'entertainment (Disque, Livre, Vidéo et Jeux Vidéo), GfK a renoncé à inviter et donc à informer la presse cette année de l'ensemble de son étude. 'est donc sur un communiqué de presse peu exhaustif que nous sommes contraints de nous baser pour tenter d'apporter des informations pourtant si importantes pour se faire une idée du marché. Nous déplorons évidemment cette situation, qui réserve à quelques-uns les informations pointues sur quatre marchés dont la portée n'est pas seulement économique. Au global, « l'entertainment » recule en valeur en 2009 mais progresse en volume. 7,86 milliards d'un côté (contre huit milliards l'année précédente) mais 571 millions d'unités contre 560 un an plus tôt. La demi-surprise vient de l'inversion qui s'est produite entre les marchés qui tiraient l'ensemble vers le bas et ceux qui, grâce à un beau dynamisme, constituaient le moteur.

site Jean-Pierre Coffe et son ouvrage, « La cuisine à petit prix » s'est vendu à 325 000 exemplaires ! Si l'on ajoute la littérature destinée à aider un individu dans sa recherche d'emploi, et tous les recueils de trucs et astuces pour dépenser moins, on voit bien en quoi le secteur est soutenu par la crise. La bonne santé du marché du livre tient également aux spécificités de sa distribution : un réseau de libraires dont les ventes sont stables tandis qu'en grande distribution et chez les multispécialistes on travaille suffisamment bien le produit pour que la croissance y soit de 5 %.

frappait depuis 2004. Dans les faits, on ne peut pas encore parler vraiment de retour de la croissance puisque la hausse du CA se limite à 0,5 % selon GfK, mais c'est déjà un heureux événement. En volume en revanche, c'est « l'explosion » (dixit GfK) avec + 12,4 % ! Certes cela suppose une baisse du prix moyen, mais ne boudons pas notre plaisir ! Les explications à ce retournement de tendance sont de plusieurs ordres. Tout d'abord, la bonne tenue du format Blu-ray. GfK qualifie d'ailleurs d'excellente l'année 2009 pour le blu-ray, nous serons plus mesurés.

## Vidéo : hémorragie stoppée

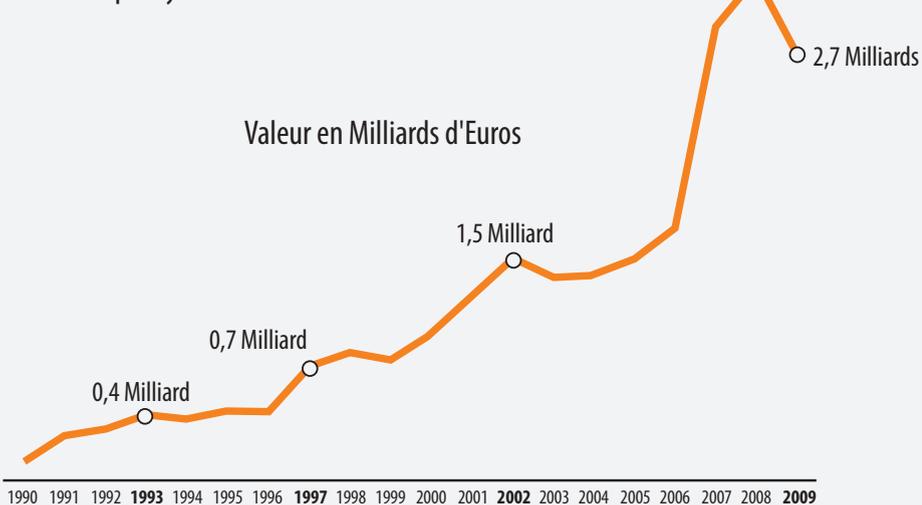
On finissait pas ne plus y croire, on avait tort. Le marché du DVD a commencé à stopper l'hémorragie de valeur qui le

## Livre : la crise fait la relance

Mais commençons par ce qui représente plus de la moitié (51 % en 2008) du marché de l'entertainment : le marché du livre. En léger recul en 2008, il a affiché une croissance non négligeable l'an dernier. À 4,2 milliards d'euros de CA, il est en progression de 3,9 %. La crise ne serait donc pas l'ennemie de la lecture ? Et bien non. Et à cela plusieurs raisons. Tout d'abord, le livre est un des moyens les moins onéreux de se distraire ou s'instruire : à 10,9 euros en moyenne, un livre demeure un objet bon marché. Qui réduit ses dépenses de vacances, de restaurant, de sorties diverses devient peut-être davantage consommateur de livres. Surtout si l'offre intéresse. Et en 2009, deux sujets ont passionné les lecteurs : les vampires avec le succès de la série Twilight notamment et... la crise elle-même. Twilight constitue d'ailleurs un véritable phénomène : tout épisode confondu, il s'est écoulé à deux millions et demi d'exemplaires, enfonçant littéralement le hit de 2008, Millennium et son 1,4 million. Plus de 600 000 livres traitant de la crise financière ont trouvé lecteurs, ce qui est déjà considérable, mais demeure peu par rapport aux livres permettant de « contourner » la crise. À titre d'exemple, GfK

## Le marché des loisirs interactifs

Evolution par cycle



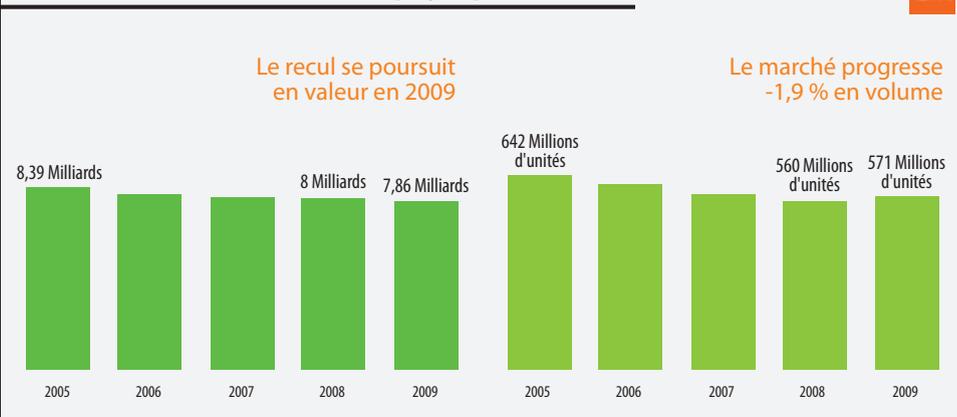
# Entertainment

## 2009, année des réajustements

Interview

Avec 8 % en valeur (108 millions d'euros de CA), nous ne sommes pas encore en présence d'un format qualifiable d'incontournable. Certes c'est un vrai marché, pas une niche, mais ce n'est pas encore un produit adopté par le grand public. D'autant que comme le précise GfK, la part du Blu-ray dans les ventes est « *extrêmement variable d'un titre à l'autre* ». Ce qui pourrait s'interpréter comme le signe que le public possesseur d'un lecteur Blu-ray accepte de faire l'effort financier nécessaire quand le film est suffisamment spectaculaire, mais reste au DVD pour des œuvres où la qualité de l'image paraît moins fondamentale. Cependant, entre la hausse des taux d'équipement de lecteurs et de téléviseurs HD et la baisse du prix des disques Blu-ray, il est certain que le marché va continuer à croître. GfK note par ailleurs que c'est la forte activité promotionnelle qui a permis la hausse en volume. « *Les films de catalogue qui ont massivement composé ces opérations promotionnelles se retrouvent logiquement en forte progression en volume* », explique GfK.

### Le marché de l'Entertainment physique



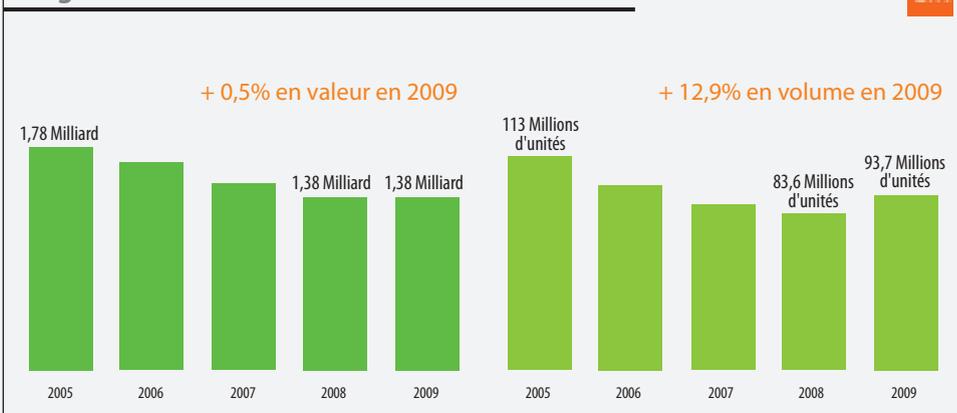
### Musique : une baisse pleine de mesure

Il ne fallait pas espérer l'impossible : la reprise n'était au rendez-vous de 2009. Mais la situation tend à se stabiliser. Le repli est de 8 % en valeur, avec un marché à 814 millions d'euros, contre 914 en 2008. Il faut cependant se souvenir que c'est avant tout à la plus grande star internationale que l'on doit au marché de ne pas chuter davantage. À une star, ou plutôt à la mort de LA star. La disparition en juin de Michael Jackson a en effet boosté les ventes de cet artiste. Pour les curieux, sachez que U2, Muse, Seal ou encore les Black Eyed Peas étaient dans le top 10 de l'année. Cette année, la variété internationale, avec 34 % a d'ailleurs pris le pas sur la variété française (34 contre 32 %). La piraterie sévit encore, c'est une évidence. D'ailleurs en ces temps de crise, 84 % des Français déclarent avoir moins d'argent à dépenser pour la musique. Comme si faire des économies sur la musique était devenu si naturel...

### Jeux vidéo : moins bien

Star des stars des marchés de l'entertainment ces dernières années, le jeu vidéo verrait-il son étoile pâlir ? En fait non. Certes, la baisse est là, nette, de 16 % en valeur sur l'ensemble des marchés composants les loisirs interactifs. Il faut en effet distinguer le marché software du marché hardware, même si les deux reculent de concert cette année ; pour le hardware, le recul en valeur s'explique aisément : toutes les consoles de salon ont vu leur prix public conseillé reculer et les ventes de consoles portables ont marqué le pas. Résultat, le marché du hardware, en s'établissant à 1,269 milliard d'euros, recule de 19 %. C'est un phénomène très bien connu dans le cycle de vie d'une génération de consoles. Plus contrariant est le recul du software. En effet, la taille des parcs augmentant, les ventes de jeux devraient augmenter, sauf que l'on observe une

### Progression du marché du DVD

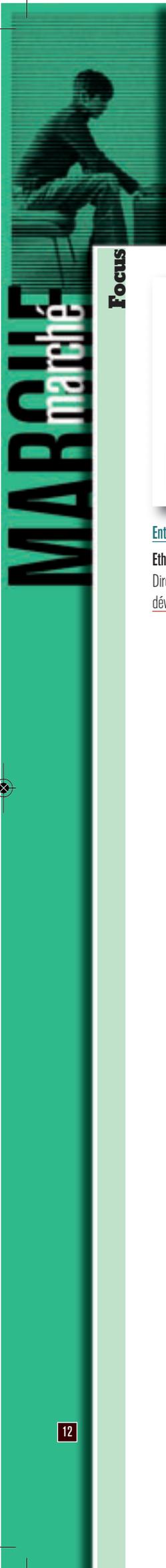


baisse du prix moyen. Le total marché software (logiciels pour consoles et jeux PC) recule de 12,3 % pour s'établir à 1,444 milliard d'euros. C'est surtout là que l'on voit l'impact de la crise, avec notamment des consommateurs qui se tournent vers le marché d'occasion. Mais n'oublions pas non plus l'impact du téléchargement illégal (le marché DS en a clairement souffert). Notons que malgré le net recul, le jeu vidéo software continue à réaliser un chiffre d'affaires supérieur aux marchés DVD et musique, étant ainsi le premier marché des contenus numériques.

### Dématérialisation : en bonne voie

C'est un peu la bonne nouvelle de cette étude : les ventes dématérialisées commencent à devenir une réalité. Sur ce secteur, la croissance de la vidéo à la demande et la musique numérique légale se poursuit (respectivement + 60 % pour la VOD et + 40 % pour la musique), mais ne permet pas de compenser le recul du physique. Toutefois, que ce soit pour la vidéo ou la musique, la proportion

reste encore faible, avec respectivement 6 et 8 %. Le livre numérique n'est pas encore un marché, cependant GfK révèle quelques informations intéressantes. En effet, selon l'institut d'études, si 61 % des Français se déclarent prêts à lire au format électronique un jour, parmi eux, 97 % attendent que le prix soit sensiblement inférieur à ce qu'on obtient sur le Web. Il faut dire de 83 % des Français ignorent tout du prix unique du livre... À l'heure où les tablets PC s'apprentent à s'installer dans les rayons du retail, il est intéressant de constater que les consommateurs sont prêts à sortir sept euros pour un roman électronique récent, quatre euros pour un roman de plus d'un an et 4,5 euros pour une bande dessinée. La VOD pour sa part n'a pas encore vraiment décollé. Avec 85 millions d'euros de CA, elle ne réalise que 6 % du CA du secteur. La multiplication des offres devrait cependant aider ce marché à décoller cette année. La situation est un peu plus favorable au dématérialisé avec la musique (effet iTunes), avec 8 % du CA (65 % du VA). Enfin du côté du jeu vidéo, GfK n'apporte aucune information sur le téléchargement légal. Il faudra bien pourtant rapidement suivre les ventes, notamment de DLC sur Xbox Live et PlayStation...



# Facebook réseau s



**Entretien avec**  
**Ethan Beard**  
 Directeur du réseau  
 développeurs Facebook

Qui ne connaît pas Facebook, le réseau social le plus populaire au monde ? Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, un étudiant de Harvard, Facebook devait se limiter aux membres de l'université... Emblème du Web 2.0, participatif et interactif, en quelques années d'existence il a remis les blogs au rang de dinosaure de la Toile et est devenu the « e-place to be » où l'on communique sur sa vie, son œuvre, ses amours, ses emmerdes. Mais c'est surtout devenu une place rêvée pour soumettre des contenus au public à peu de frais. Ethan Beard, Directeur du réseau développeurs Facebook, nous a répondu depuis Palo Alto, ce coin de la Silicon Valley où l'entreprise est installée.

par Sébastien Anxolabéhère

**JDLI : Facebook est le premier réseau social au monde. Quelle est la situation aujourd'hui en termes de membres et de temps passé par utilisateur ?**

**Ethan Beard :** Facebook compte aujourd'hui 400 millions de membres actifs (c'est-à-dire qui se sont connectés à leur compte et y ont fait au moins une action dans les 30 derniers jours) dans le monde, dont 15 millions en France. 50 % de ces utilisateurs actifs se connectent au moins une fois par jour. En termes d'usage, chaque jour un utilisateur se connecte en moyenne 55 minutes à Facebook. Un utilisateur moyen a 130 amis sur Facebook, envoie huit invitations par mois pour devenir ami avec de nouveaux contacts et est membre de 12 groupes. Plus de 35 millions d'utilisateurs mettent à jour leur statut au moins une fois par jour. Plus de 5,3 milliards d'utilisateurs sont fans de Pages Facebook. Enfin, chaque jour, plus de deux millions de mises à jour de statut sont effectuées par les utilisateurs français.

**Combien d'applications sont aujourd'hui disponibles ?**

Actuellement, plus de 500 000. Chaque mois, au moins 70 % des utilisateurs s'inscrivent à des applications et plus de 250 applications ont plus d'un million d'utilisateurs actifs mensuellement.

**En 2007, Facebook s'est ouvert aux applications tierces. Quelle est la part des applications ludiques dans ces contributions ? Exercez-vous un contrôle sur le contenu ?**

Depuis 2007, Facebook fournit une plate-forme ouverte pour que les développeurs puissent créer leurs propres business. Les développeurs deviennent de plus en plus créatifs et innovants avec leurs jeux, et nous assistons aujourd'hui à des entreprises entièrement construites sur Facebook Platform. Il n'y a pas de processus de validation pour démarrer avec « Facebook Platform », mais les développeurs doivent se conformer aux règles d'utilisation pour s'assurer que leurs applications



fournissent des expériences de jeux fiables. Nous sommes très scrupuleux sur les collectes d'informations, notamment le respect de la vie privée. Évidemment, tout contenu adulte est proscrit. Les règles sont clairement définies dans un document dont la dernière édition est de décembre 2009. Il est consultable à l'adresse <http://developers.facebook.com/policy/>. En plus des signalements des utilisateurs, des équipes Facebook se chargent de vérifier la conformité des applications avec ces règles.

**Connaissez-vous le profil des joueurs/joueuses de « jeux sociaux » sur Facebook ?**

Les jeux sont un des moyens favoris des utilisateurs pour interagir avec les autres sur Facebook. Ils constituent clairement une des catégories d'applications les plus populaires. Il y a plus de 100 millions d'utilisateurs uniques sur le top 10 des jeux, faisant de Facebook le site de jeu dans le monde le plus important. Il y a également 13 jeux sur Facebook qui dépassent les 12 millions de joueurs chacun tous les mois (soit le nombre total de joueur sur World of Warcraft). Farmville est l'application la plus populaire dans l'histoire de Facebook : elle est passée à 60

millions d'utilisateurs actifs mensuels actifs en trois mois, et compte désormais 80 millions d'utilisateurs actifs mensuels.

**Est-il envisageable que Facebook capte une partie des revenus générés par ces jeux ?**

Facebook a toujours fourni une plate-forme ouverte permettant aux développeurs de monétiser leurs applications comme ils le souhaitent. Facebook monétise les publicités visibles dans la colonne de droite des applications et jeux. Nous sommes actuellement en train de mener une série de tests avec Facebook Credits pour donner aux développeurs et utilisateurs davantage d'options de transactions sur Facebook.

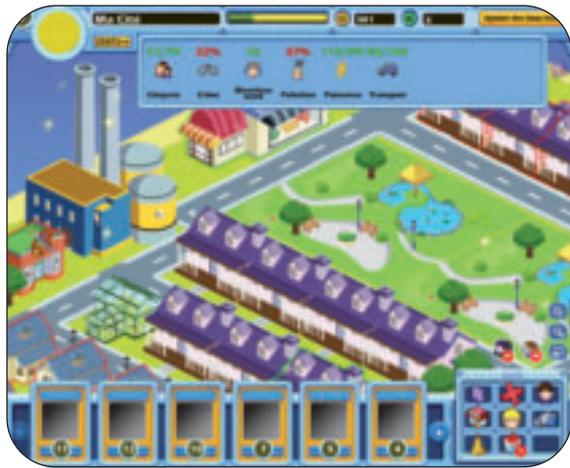
**De réseau social, Facebook n'est-il pas en train de devenir un média rassemblant un contenu éditorial qui devra à terme être en partie exclusif ? La diffusion exclusive de certains événements est-elle envisagée ?**

Facebook est une plate-forme d'échanges, dont les membres définissent avec qui ils souhaitent partager leurs contenus. La plate-forme en elle-même n'a pas vocation à prendre un virage davantage éditorial ni à rendre une partie exclusive. Mais l'usage de certaines



# Le social et nouveau mode de diffusion

Interview



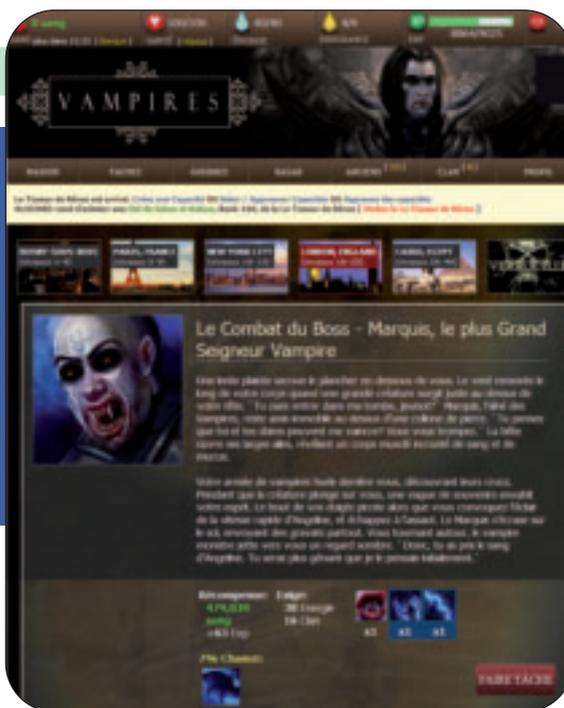
My City Life



Farm Country



Vampires



entités, dont les marques notamment à travers leurs pages fans, peut entrer dans une logique davantage axée sur l'exclusivité, avec des contenus uniquement accessibles par les fans, ou des concours et événements dédiés à ces derniers. Par exemple, France 24 a récemment ajouté une « live stream box » à son site pour y publier sa couverture du tremblement de terre à Haïti. Ce widget permettait aux gens de commenter sur le site et de partager leurs avis avec leurs amis sur Facebook. Facebook Connect donne la possibilité aux gens de partager des contenus avec leurs amis sur Facebook ou sur d'autres sites, à travers les commentaires, photos, vidéos ou encore d'autres contenus. À l'heure actuelle, plus de 80 000 sites Internet ont implémenté Facebook Connect depuis son lancement en décembre 2008 et plus de la moitié des 100 plus importants sites Internet référencés par comScore ont implémenté Facebook Connect.

**En dehors de votre partenariat avec Microsoft pour la Xbox 360, avez-vous l'intention de rendre Facebook davantage accessible depuis un téléviseur ?**

C'est en effet un angle qui est exploré par le biais des

consoles de jeu. En plus de la Xbox 360, la PlayStation propose également depuis novembre dernier de se connecter à Facebook avec la version 3.10 de son firmware. Facebook Connect permet à n'importe quelle technologie d'intégrer les fonctionnalités principales de Facebook. Facebook est un utilitaire social, un environnement authentique de partage sécurisé avec ses amis, qui passe aussi par le mobile (100 millions d'utilisateurs actifs), par le biais de Facebook Connect, et donc également des consoles de jeu. Facebook aspire à devenir la technologie que les gens utilisent pour se connecter où qu'ils soient, que ce soit depuis une télévision, un mobile, une console de jeu ou un ordinateur.

**Comment voyez-vous l'avenir du social gaming sur Facebook ?**

Nous savons que les jeux ont toujours été plus amusants quand on peut y jouer avec ses amis, et dans le futur,

tous les jeux seront sociaux. Facebook Connect simplifie l'intégration de n'importe quel jeu à Facebook et étend les fonctionnalités cœur de Facebook telles que l'identité réelle sur le Web. Et à mesure que les expériences de jeux prolifèrent sur tous les supports, nous commençons à voir du jeu multi-supports : un environnement de jeu unique et simple qui englobe tous les supports. Les joueurs peuvent débiter une partie sur leur Xbox, la continuer sur leur ordinateur au travail pendant la pause déjeuner, et même utiliser leur mobile pendant leurs déplacements, pourquoi pas pour aider un ami bloqué sur sa console ou son ordinateur.

**Pensez-vous que la participation et la création de jeux sociaux va décroître ?**

Le jeu social est un marché relativement nouveau, et nous assistons à son boom sur Facebook et en dehors grâce à Facebook Connect. À mesure que Facebook grandit, nous pensons que les jeux continueront à rencontrer le succès. En investissant dans le jeu et la plate-forme, nous supportons la croissance à long-terme et la santé de l'écosystème de la plateforme.

**Facebook peut-il encore croître ?**

Facebook est désormais présent dans chaque pays et compte des utilisateurs de tous profils, et nous pensons que ce n'est que le début. À ce jour, la typologie de population qui s'accroît le plus sur le site est celle des 35 ans et plus. Cela représente une formidable opportunité pour les développeurs, comme il y a maintenant une audience considérable de nouveaux joueurs qui sont attirés sur les jeux par leurs amis. Pour s'adresser à cette audience, les créateurs inventent des jeux dont les mécanismes de base sont de permettre aux gens de s'amuser et de passer du temps ensemble.





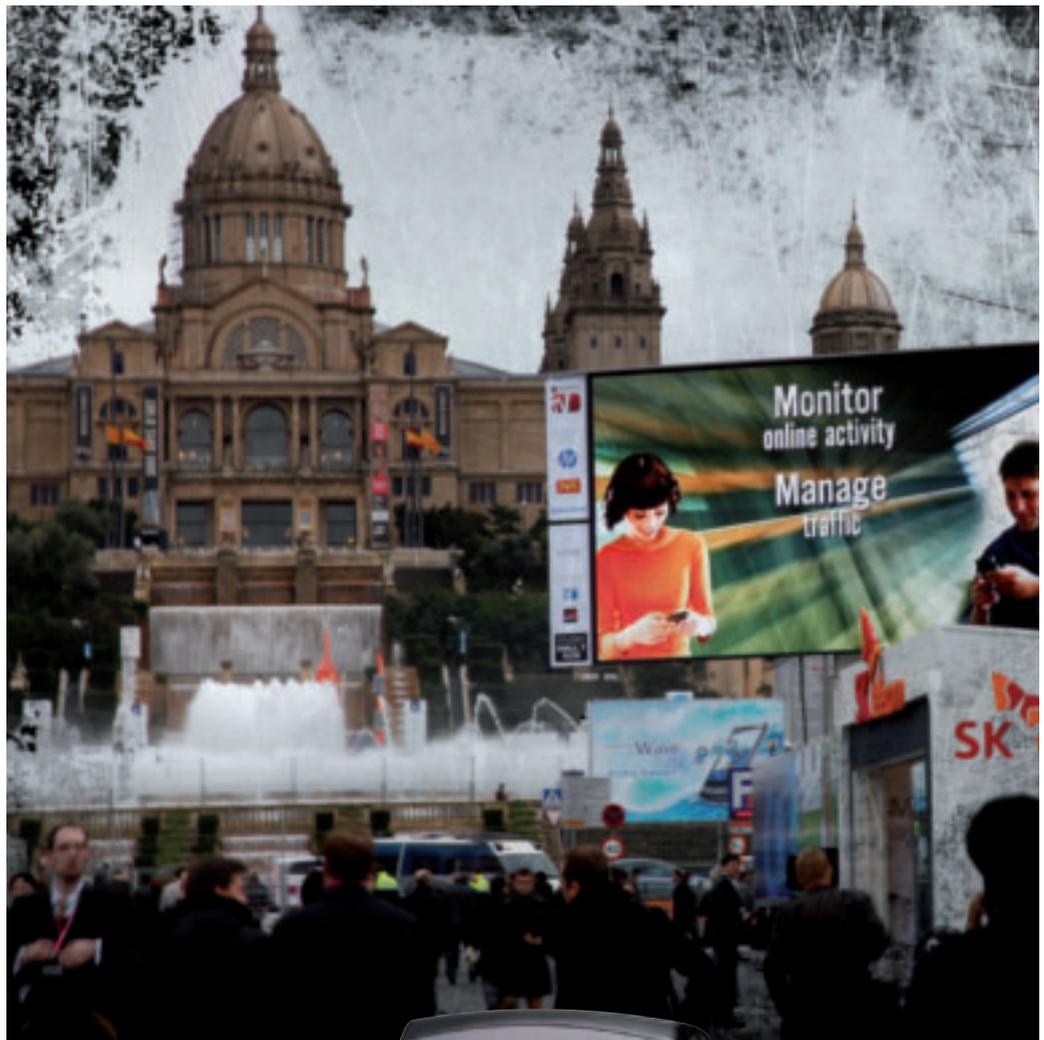
MOBILE WORLD CONGRESS 2010

Salon

# Mobile World C

## L'ère du smartphone

Le salon de la téléphonie mobile s'est déroulé à Barcelone en Espagne dans une ambiance un peu morose, notamment en raison de l'absence remarquée de plusieurs acteurs majeurs de l'industrie. De plus, il y eut nettement moins d'annonces produit que cette année. C'est d'autant plus paradoxal que le marché s'est très bien tenu l'année dernière et que le smartphone s'impose de plus en plus face au simple téléphone multimédia. par Driss Abdi



**M**étéo des plus moroses pour l'édition 2010 du Mobile World Congress. Qu'à cela ne tienne, les quelques 49 000 visiteurs issus de plus de 200 pays pouvaient trouver refuge dans les allées du salon où les attendaient 1 300 exposants. Toutefois, à contrario des précédentes années, il semble que les constructeurs aient tous décidé de ralentir la cadence. Pour preuve, Samsung qui dévoile chaque année plusieurs dizaines de téléphones, s'est contenté d'annoncer un modèle-phare lors d'une conférence de presse impressionnante.

### Un écran ahurissant

Le Coréen n'a pas lésiné sur les moyens pour la première apparition publique du Samsung Wave, un smartphone ayant la particularité d'embarquer le tout nouveau système d'exploitation maison Bada. Fort de sa position de numéro un mondial sur le marché des téléphones tactiles, Samsung surfe maintenant sur la

vague du système d'exploitation ouvert et des applications à télécharger. Outre Bada, le Wave accueille la plate-forme Samsung Apps pour télécharger logiciels et widgets. D'ores et déjà disponible dans trois pays dont la France, Samsung Apps devrait être élargi à plus de 50 territoires. Le Samsung Wave inaugure aussi un nouvel écran tactile Super AMOLED. Il offre un taux de contraste encore jamais vu et une meilleure luminosité qui facilitera la lecture au soleil, le tout avec une consommation d'énergie réduite. Et dans la pratique, le rendu est vraiment impressionnant et peu flatteur pour les modèles concurrents qui semblent alors bien ternes. Multipoint, l'écran du Samsung Wave permet de zoomer dans une



Samsung Wave

image en pinçant deux doigts sur l'écran à l'instar de l'iPhone. Si le design reste dans la lignée des précédents téléphones du constructeur avec cette fois une coque en aluminium brossée, l'interface Touchwiz 3.0 apporte son lot de nouveautés avec notamment plusieurs écrans configurables à l'aide de widgets. Multitâche, Bada est sensé faciliter la vie de l'utilisateur qui pourra sans quitter l'application ouverte répondre à un message à tout moment via un panneau coulissant en haut de l'écran. Pour ce faire, Samsung a équipé le Wave d'un processeur maison cadencé à 1 GHz. Pour avoir essayé l'un des prototypes disponibles, la navigation est effectivement très fluide et le Wave s'avère très réactif. Compatible 3G+ avec les indispensables accéléromètres et le





# Congress 2010

Salon

GPS, ce nouveau Smartphone met le push à l'honneur avec le Social Hub. Ainsi, la fiche contact donne accès sur une même page aux différentes informations (numéros de téléphones, adresses e-mails...) mais aussi à l'historique (appels, SMS, e-mails) ou encore aux messages postés sur les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter. Une fonctionnalité que l'on retrouve néanmoins chez la plupart des concurrents sous une appellation différente. Le Wave sera commercialisé au mois de mai.

## Les grands absents

Surprise cette année, Nokia, qui reste le numéro un mondial du secteur, n'avait ni stand, ni même aucun produit à présenter. Plusieurs rumeurs font néanmoins état d'annonces majeures dans les semaines à venir mais à Barcelone le constructeur a surtout brillé par son absence. Par ailleurs, LG a beau être sponsor Platinum du salon, le Coréen a lui aussi fait l'impasse sur un stand pour semble-t-il des raisons de coûts exponentiels, préférant s'installer aux abords de la Fira. Enfin, Apple est le dernier absent de marque, même si le constructeur n'a jamais montré le bout de son trognon à Barcelone. Ce désaveu est d'autant plus curieux que la téléphonie est un secteur qui se porte globalement bien, avec rappelés-le 3,5 millions de smartphones vendus en France en 2009 selon l'institut GfK. Il semble donc que ce soit plutôt le salon en lui-même qui soit en question, avec il est vrai des infrastructures pas toujours adaptées et selon les constructeurs des prix exorbitants.

## Plus petits

C'est un fait, le smartphone est en passe de remplacer le téléphone multimédia qui devrait être relégué à l'entrée de gamme avec des fonctionnalités réduites. Mieux connecté et doté d'un grand écran pour surfer sur Internet et consulter ses emails, c'est sur le smartphone que reposent tous les espoirs des constructeurs et pas une marque ne manque à l'appel. Tactile ou pas, c'est le téléphone par excellence pour consulter les réseaux sociaux à la mode et bénéficier de logiciels que l'on pourra installer à son gré, du plus utile au plus futile. D'ailleurs, chacun y va de son kiosque pour concurrencer Apple et son trio de choc iPhone/iTunes/App Store. C'est d'ailleurs l'ennemi à abattre pour tous et il semble que pour l'heure un certain consensus se forme autour d'Android pour y



Sony Xperia X10 Mini

Sony Xperia X10 Mini Pro



parvenir. Reste le problème de la taille, car l'intégration d'un grand écran conduit irrémédiablement à des dimensions plus conséquentes. Toutefois, quelques constructeurs semblent s'être donnés le mot et la tendance est au Mini pour 2010. Alors que le

Xperia X10 de Sony Ericsson n'est pas encore disponible, le constructeur annonce déjà la suite avec les Xperia X10 Mini et Xperia X10 Mini Pro. Comme son nom l'indique, le Xperia X10 Mini est une version plus compacte du X10 avec des dimensions de 83 x 50 x 16 mm pour 88 grammes contre 119 x 63 x 13 mm et 135 grammes. Doté d'un écran de 2,55 pouces, le X10 Mini renferme dans ses entrailles un processeur Qualcomm cadencé à 600 MHz et bénéficie des connexions HSDPA, HSUPA et WiFi sans oublier un appareil photo 5 Mpixels avec autofocus. Toujours équipé d'Android en version

1.6, il offre également la fonction Timescape qui agrège sur une même page toutes les informations sur un contact. Un peu plus épais (90 x 52 x 17 mm), le Xperia X10 Mini Pro bénéficie des mêmes caractéristiques tout en offrant un clavier Azerty coulissant pour faciliter la saisie de messages. Les Sony Ericsson Xperia X10 et Xperia X10 Mini seront disponibles au cours du second trimestre 2010. Le premier se déclinera en blanc, noir, rose, jaune, rouge et silver, le second en noir et en rouge.



## HTC rétrécit aussi

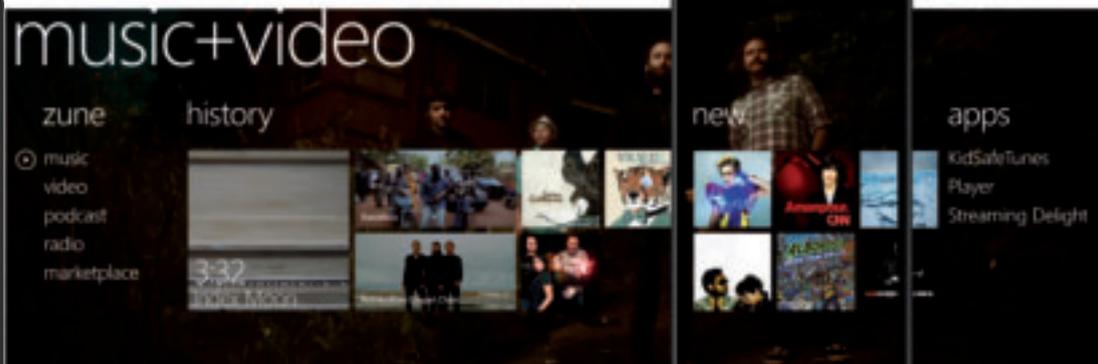
HTC n'est pas en reste avec le HD Mini. Plus petit que son grand frère HD, il embarque un écran et un processeur également plus modestes. Au passage, on notera que c'est le seul smartphone sous Windows Mobile qu'a présenté HTC cette année, preuve qu'Android a le vent en poupe comme nous le verrons plus loin. Enfin, LG proposera le LG Mini (GD880), un téléphone au design séduisant et aux dimensions réduites. Intégralement tactile, il bénéficie d'un écran de 3,2 pouces avec la technologie multipoint. On retrouve l'interface 3D S-Class avec l'intégration du push mail et des réseaux sociaux, Facebook et Twitter en tête. Outre le capteur 5 Mpixels, le LG Mini inaugure également LG Air Sync, un tout nouveau système de synchronisation des données. Photos, notes ou encore l'historique de navigation sont aisément transférables sans fil d'un PC au téléphone grâce à un petit logiciel qui offre de nouvelles options au menu contextuel de Windows. Entièrement gratuit, Air Sync offre aussi un espace de stockage en ligne de 200 Mo. Enfin, le LG Mini est le tout premier téléphone à bénéficier de la nouvelle version de Dolby Mobile qui offre un meilleur rendu audio dans les films et pour l'écoute musicale. À ce titre, le téléphone de LG est compatible DivX. Le LG Mini sera disponible courant avril au prix de 349 euros.



HTC HD Mini



# Mobile World Congress 2010



Windows Phone 7

automatiquement. « Ce sont de super icônes connectées au Web », explique Joe Belfiore, Vice-président du département Windows Phone chez Microsoft. Les mises à jour ne se limitent pas aux informations collectées depuis Internet, car toutes les activités de l'utilisateur sont elles aussi actualisées en permanence. La dernière photo prise apparaît ainsi dans les icônes de l'interface. Les briques qui composent la page d'accueil s'articulent autour de cinq univers distincts pour les contacts, les photos, le bureau, la musique et les jeux. La navigation est simplifiée avec des écrans successifs auxquels on accède en balayant l'écran du doigt de droite à gauche. Côté multimédia, le baladeur Zune de Microsoft arrivera enfin en Europe au travers des Windows Phone, tandis que les possesseurs de console Xbox pourront retrouver leur compte Live sur leur smartphone. Pour travailler, la suite Office assurera une compatibilité totale avec les documents créés sur PC. Enfin, le Marketplace sera complètement revu pour étoffer l'offre de logiciels, sans oublier de gérer l'installation et les mises à jour via une application

dédiée telle que l'App Store de l'iPhone. Côté hardware, Windows Phone 7 Series sera enfin en mesure de gérer les écrans multipoint pour zoomer sur une image des deux doigts. Enfin, déjà absent de l'iPhone et du futur iPad, la technologie Flash d'Adobe ne sera pas prise en charge. Les premiers terminaux équipés de Windows Phone 7 devraient être disponibles à l'automne 2010.

## Un Android incontournable

En attendant de voir ce que proposera Apple avec la version 4 de son iPhone OS, Google peut savourer le succès de son système d'exploitation Android qui est plébiscité par les constructeurs en tant qu'outil anti-Apple. Tous proposent au moins un modèle estampillé du petit robot vert, le plus souvent plusieurs. C'est notamment le cas de HTC avec deux nouveaux smartphones dont le Legend amené à prendre la relève du Hero, dont s'inspire grandement son design. Outre la

## Logiciels à la pelle

Si le smartphone est un tel succès, c'est en grande partie grâce aux systèmes d'exploitation récents qui rendent son utilisation plus simple et plus agréable au quotidien. Plus besoin de stylet pour utiliser l'écran tactile, le téléphone se manipule aujourd'hui d'une seule main. Face à un iPhone omniprésent et à un Android toujours plus envahissant, on attendait la réaction de Microsoft qui ne s'est pas faite attendre. Le géant du logiciel a enfin levé le voile sur la nouvelle version de son système d'exploitation mobile et Steve Ballmer lui-même a fait le déplacement. Avec Windows Phone 7 Series, l'éditeur de Redmond a complètement revu sa copie pour enfin se démarquer de son pendant sur PC. Composée d'icônes, l'interface s'articule autour des Live Tiles, des briques interactives mises à jour

**htc**  
quietly brilliant



HTC Desire

HTC Legend



# FUNAI : garantie **5 ans,** Kilométrage illimité...



Pour plus d'informations, allez sur le site [www.funai.fr](http://www.funai.fr)  
Offre soumise à conditions et sous réserve de l'inscription obligatoire  
sur le site internet [www.funai.fr](http://www.funai.fr)



**TV LCD**  
19", 22", 26", 32" et 40" Full HD



LG GW990



nouvelle version 2.1 d'Android, le Legend reprend une formule éprouvée avec une mise à jour de l'interface HTC Sense. Parmi les nouvelles fonctionnalités, on notera FriendStream qui centralise tous les échanges avec un contact sur une seule et même page qu'il s'agisse d'e-mails, de SMS ou des messages postés sur les réseaux sociaux. L'écran AMOLED bénéficie d'une résolution et d'une sensibilité élevées tandis que le processeur Qualcomm gagne quelques précieux MHz. Tout aussi désirable, le HTC Desire fait lui aussi le choix de l'écran AMOLED sous lequel se trouve également un trackpad pour la navigation. Si les autres caractéristiques sont sensiblement les mêmes que le Legend, on notera toutefois que le Desire bénéficie d'un processeur encore plus véloce avec le Snapdragon de Qualcomm cadencé à 1 GHz. Chez LG, le GT540 est le deuxième téléphone de la marque à être doté du système d'exploitation Android après le GW620. Il propose une intégration poussée des réseaux sociaux, tout en offrant un large éventail de fonctions multimédia, avec notamment la compatibilité avec les formats DivX et WMV. La mémoire interne pourra être étendue jusqu'à 32 Go grâce à une carte mémoire micro SD, tandis qu'un appareil photo 3 Mpx est intégré. Pour sa part, le GT540 sera commercialisé au mois de mai au prix de 300 euros.

## Des alternatives

Si Android et Windows Mobile furent incontestablement les grandes vedettes de l'édition 2010 du Mobile World Congress, d'autres systèmes sont également proposés. Avec le HTC Smart par exemple, le constructeur taïwanais est le premier à utiliser le système d'exploitation Brew développé par Qualcomm. On retrouve l'interface HTC Sense, même si les caractéristiques sont très modestes avec un processeur cadencé à 300 MHz seulement et un écran tactile de 2,8 pouces. Heureusement, la 3G n'a pas été oubliée pour ce smartphone entrée de gamme. À l'opposé, le LG GW990 inaugure les futurs terminaux qui intégreront la plateforme Moorestown d'Intel et le système d'exploitation Moblin 2.1 basé sur Linux pour une expérience proche du PC. À noter que ce système a fait l'objet d'une annonce lors de la conférence de presse que Nokia a

organisé aux abords de la Fira. En effet, Moblin et Maemo de Nokia devraient fusionner à terme pour créer MeeGo, une plate-forme déclinable sur tous les types de terminaux qu'il s'agisse d'un smartphone, d'un PC ou même d'un téléviseur connecté. Le LG GW990 embarque un grand écran de 4,8 pouces avec une résolution impressionnante de 1024 x 480 pixels pour afficher des pages Web en plein écran. Compatible 3G+,

il sera également en mesure de supporter la prochaine génération d'Internet mobile haut débit avec la norme LTE (Long Term Evolution). Aucun prix n'a été communiqué pour le LG GW990, qui devrait être commercialisé au second semestre 2010.

## Salvateur

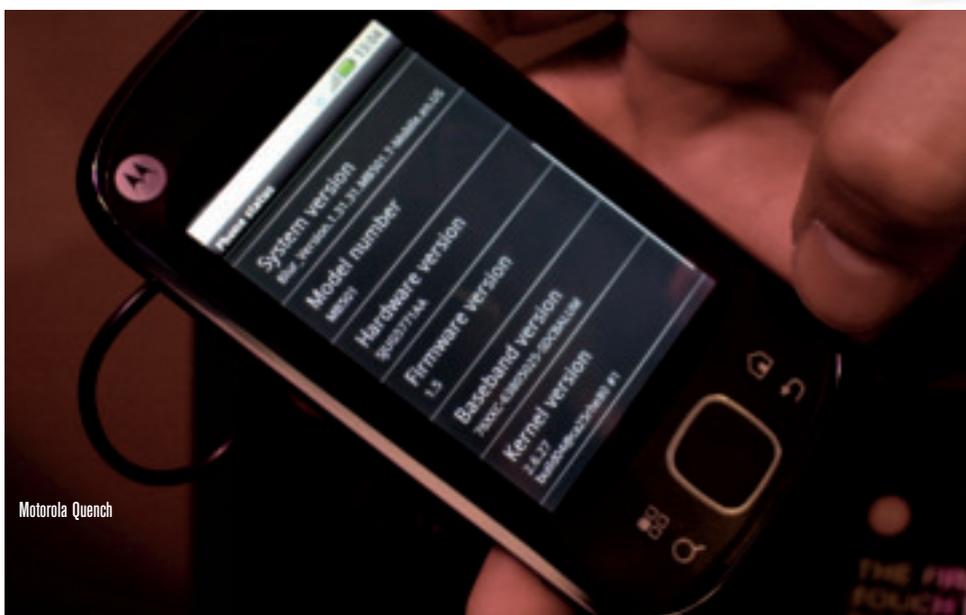
Android a réellement bouleversé l'échiquier de la téléphonie mobile. Pour preuve, alors que tout le monde donnait le constructeur pour mort, Motorola revient sur le devant de la scène avec de nombreux smartphones. Après le Dext, le Milestone et le BackFlip, voici donc le Quench qui reprend le logiciel Motoblur afin de personnaliser le terminal et donner un accès rapide aux principales fonctionnalités. Doté d'un écran de 3,1 pouces, le Quench propose lui aussi des applications dédiées aux réseaux sociaux, MySpace, Twitter et Facebook en tête. Complet, ce smartphone est également doté d'un appareil photo 5 Mpxels qui devient aujourd'hui le standard, d'un GPS sans oublier les connexions 3G et WiFi pour surfer en haut débit. Si le Motorola Quench sera disponible dès le mois de mars aux États-Unis, il faudra attendre un peu plus pour le voir débarquer sur le vieux continent. Même des constructeurs moins connus profitent de l'engouement pour Android. Après le 8230, l'équipementier chinois Huawei propose aujourd'hui deux smartphones dont l'U8800 qui bénéficie de la nouvelle version 2.1 du fameux système d'exploitation. Outre son écran de 3,8 pouces, celui-ci se caractérise également par sa compatibilité avec les réseaux HSPA+ pour bénéficier de débits jusqu'à 14 Mbit/s. Plus modeste, le Huawei U8100 est un smartphone Android entrée de gamme doté d'un écran de 2,8 pouces et des connexions 3G et WiFi.



Acer Be Touch E400

## Sur tous les fronts

Si certains jouent à fond la carte Android, d'autres préfèrent diversifier leurs gammes de smartphones. C'est notamment le cas d'Acer qui a racheté le constructeur Eten il y a un an et demi. Sur le Mobile World Congress, le constructeur a ainsi dévoilé cinq terminaux à commencer par le BeTouch E110. Il s'agit d'un smartphone 3G+ sous Android proposé à un prix vraiment abordable (179 euros) pour démocratiser l'usage du smartphone. Une démarche honorable mais l'utilisateur devra faire avec quelques concessions comme notamment accepter l'absence du kiosque



Motorola Quench



Acer Neo Touch P300

d'applications Google. Toutefois Acer a préchargé quelques logiciels et notamment le navigateur Internet d'Android. Doté d'un écran tactile résistif de 2,8 pouces, le BeTouch E110 sera disponible dès le mois d'avril. Pour ceux qui ne veulent pas se contenter de fonctionnalités de base, Acer proposera également à la fin du mois de mai le BeTouch E400 lui aussi équipé du système d'exploitation Android avec la toute dernière version 2.1. Il embarque lui aussi un écran tactile résistif dont la taille passe à 3,2 pouces tandis que le processeur 7227 de Qualcomm est cadencé à 600 MHz pour garantir de bonnes performances. Parmi les quatre boutons sensitifs qui ornent la face avant, on notera la



Acer Liquid e

touche Home dont la couleur varie pour notifier un nouveau message ou un appel manqué. Tous les services de Google sont intégrés et le BeTouch E400 sera proposé au prix de 299 euros. A noter qu'Acer proposera une copie conforme de l'E400 rebaptisé NewTouch P400 et équipé cette fois du système d'exploitation Windows Mobile 6.5. En attendant Windows Mobile 7, l'Acer NewTouch P300 se contentera de la toute dernière version du système d'exploitation mobile de Microsoft (6.5.3) censée ne plus requérir de stylet y compris dans les sous-menus. Ce smartphone relativement compact bénéficie néanmoins d'un écran tactile de 3,2 pouces et d'un clavier coulissant rétro éclairé de quatre lignes. Le processeur de Qualcomm affiche une fréquence modeste de 528 MHz et toutes les connexions haut débit sont



Garmin/Asus Nüvifone A50

intégrées (3G+ et WiFi). Le NewTouch P300 sera disponible à la mi-mai au prix de 329 euros. Enfin, l'Acer Liquid succèdera au Liquid e dès le mois d'avril avec des caractéristiques techniques inchangées mais la version plus récente du système d'exploitation Android 2.1. Le constructeur proposera par ailleurs une mise à jour pour les Liquid actuellement en vente.

## Changement de cap

Le cas de Garmin/Asus est encore plus édifiant. Après le Nüvifone G60, un GPS/téléphone plutôt décevant, le consortium revient à la charge avec deux nouveaux smartphones. Exit le logiciel propriétaire, le constructeur rentre dans le rang avec Android et Windows Mobile. Ainsi, le Nüvifone M10 bénéficie de la récente mise à jour du système d'exploitation de Microsoft (6.5.3) et d'un grand écran de 3,5 pouces doté d'une confortable résolution (480x800 pixels). Fidèle à son habitude, Garmin Asus met l'accent sur le GPS intégré avec une interface classique et surtout une fonction de commande vocale pour garder les mains sur le volant. Le Nüvifone A50 est équipé du système d'exploitation Android. Garmin Asus propose néanmoins sa propre couche logicielle et on retrouve l'interface dépouillée et très intuitive du G60. Comme ce dernier, le A50 est doté d'un écran mat bien adapté à une utilisation au soleil pour faire fi des reflets et offrir des angles de vision suffisamment larges.

## Fidèle au poste

Toshiba fait figure d'exception en restant fidèle à Windows Mobile exclusivement. Après le TG01 qui avait fait sensation l'an dernier avec sa taille de guêpe (9,9 mm) et son écran XXL de 4,1 pouces, Toshiba assure la relève avec le TG02. S'il est toujours relativement encombrant, il gagne encore quelques millimètres comparé à son prédécesseur (126 x 66 x 9,9 mm contre 129 x 70 x 9,9 mm). Le constructeur annonce une autonomie améliorée, tandis que l'écran tactile résistif évolue vers la technologie capacitive plus réactive. Le processeur Qualcomm Snapdragon reste de mise, d'autant que le lecteur Core Video assure la lecture des fichiers DivX et Xvid sans conversion préalable. Enfin, le Toshiba TG02 embarque la dernière version 6.5.3 de Windows Mobile. Par ailleurs, Toshiba a également annoncé le K01, le plus fin des smartphones à clavier coulissant. Là encore, le constructeur ne fait pas les choses à moitié en reprenant le processeur Snapdragon du TG02 tout en adoptant la technologie AMOLED pour l'écran de 4,1 pouces.



Garmin/Asus Nüvifone M10



Toshiba TG02



## Des vers chez EA Mobile !

L'éditeur américain vient d'annoncer avoir signé un partenariat entre THQ Wireless et Team 17 Software, donnant droit à EA mobile de publier des jeux existants de la série Worms sur téléphones portables. Ce contrat porte également sur les prochains opus de la série. « EA Mobile dispose d'une présence médiatique et de partenariats qui vont favoriser le positionnement de Worms et toucher plus directement une nouvelle génération de joueurs sur portable », soutient Debbie Bestwick, Directrice commerciale de Team 17, studio créateur de la série au milieu des années 90. Le premier titre concerné par l'accord est Worms, d'ores et déjà disponible à la vente sur téléphones mobiles. Développé par le studio EA de Roumanie, le jeu reprend la formule originale avec deux armées de vers s'affrontant à coups d'armes de destruction plus ou moins massives. Cet opus, qui sort tout juste 15 ans après le premier jeu, comprend également son lot de nouveautés comme des armes ou modes inédits. Le communiqué de l'éditeur précise que Team 17 Software conserve les droits d'édition pour les versions iPhone et iPod Touch existantes ou à venir.



## Sony

### Sous l'eau ou au loin

Sony vient d'annoncer de nouveaux modèles dans la gamme Cybershot avec les TX5 et H55. Le premier se classe dans la catégorie bijou avec seulement 18 mm d'épaisseur. Il a la particularité d'être étanche et comme certain de ses concurrents, il fonctionne sous l'eau jusqu'à 3 mètres. Il résiste également à la poussière, aux chocs et au gel. Côté technique, il intègre un capteur Exmor de 10,2 Mpixels associé à un zoom 4x grand angle. Le TX5 autorise la prise de vidéo au format HD 720p et des photos panoramiques par simple balayage de la scène. Le H55 est un compact un peu plus imposant avec un capteur CCD de 14 Mpixels et un zoom 10x grand angle. On retrouve les capacités d'enregistrement de vidéo en HD 720p. On notera aussi que la sensibilité peut atteindre les 3 200 ISO au besoin. Le TX5 sera disponible dans différents coloris en avril au prix de 350 euros et le H55 sera disponible fin mars à 250 euros.

## T'nB Nitro-cam

T'nB vient de présenter une nouvelle série de quatre webcams baptisées Nitro. Les deux premiers modèles de la gamme, les Nitro 300 (19,90 euros) et 1300 (29,90 euros), sont équipés respectivement d'un capteur CMOS de 300K pixels et 1,3 Mpixels. Elles disposent d'un micro intégré et proposent un mode surveillance grâce au détecteur de mouvement. Les Nitro 1300AF (39,90 euros) et 2000AF (49,90 euros), en plus de capteurs de 1,3 et 2 Mpixels, ajoutent l'autofocus à la panoplie. Notons également la possibilité d'ajouter des effets spéciaux et des animations ainsi que l'enregistrement de mini films vidéo.



## Gameloft repart en guerre



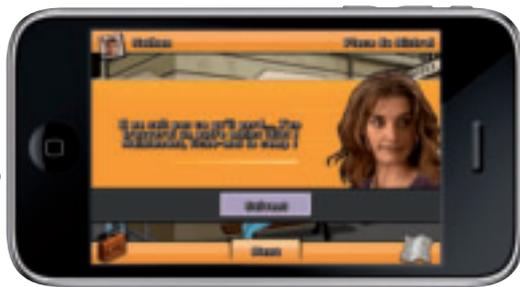
Le spécialiste français du jeu sur mobiles vient de publier un nouveau volet de la série de jeux d'action en vue subjective Brothers in Arms sur iPhone et iPod Touch. Sous-titré Global Front, Brothers in Arms 2 replonge les joueurs dans l'enfer de la Seconde Guerre mondiale dans un jeu au sein duquel les scènes de combat à la première personne ou à bord de véhicules comme un char ou un planeur. Pour toujours plus tendre vers les standards des jeux sur machines de salon, le titre propose des fonctionnalités multijoueurs avancées permettant à jusqu'à six joueurs de s'affronter sur cinq cartes différentes via trois modes différents. Côté campagne solo, l'éditeur annonce 13 niveaux différents dans différents décors comme le Pacifique, la Normandie, la Sicile... Le jeu est téléchargeable au prix de 5,99 euros. Le précédent titre de la série sur la machine est Hour of Heroes, paru en juillet 2009 et toujours disponible sur App Store.



## Plus belle la vie

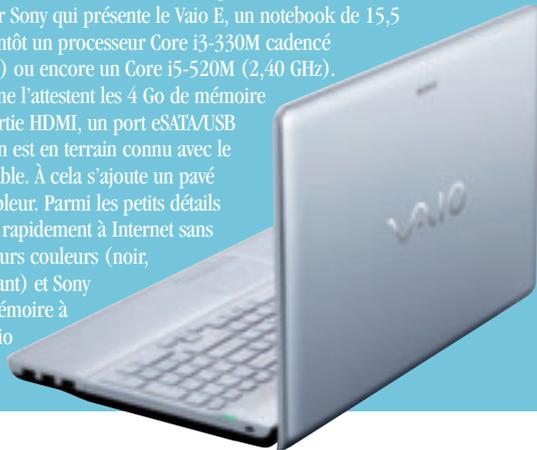
### avec l'iPhone

La fameuse série TV française se voit adaptée pour la seconde fois sous la forme d'un jeu vidéo pour iPhone et iPod Touch. Près d'un an après la parution du premier jeu, ce nouvel opus se présente comme un jeu d'enquête/aventure permettant de retrouver personnages et décors du feuilleton. Lors d'une exposition se tenant dans le célèbre quartier marseillais, une pièce appartenant à l'Ordre des Templiers disparaît mystérieusement. Qui se cache derrière le larcin ? Cette seconde aventure rejoint donc le premier volet sur l'App Store, au prix préférentiel de 0,79 euro (au 24/02).



## Sony Vaio à la carte

Avec l'arrivée des nouveaux processeurs Intel, les constructeurs informatiques vont tous renouveler leurs gammes. C'est d'ores et déjà le cas pour Sony qui présente le Vaio E, un notebook de 15,5 pouces. Il se décline dans plusieurs versions avec tantôt un processeur Core i3-330M cadencé à 2,13 GHz, un processeur Core i5-430M (2,26 GHz) ou encore un Core i5-520M (2,40 GHz). Le reste des caractéristiques est plus classique comme l'attestent les 4 Go de mémoire et une connectique qui regroupe notamment une sortie HDMI, un port eSATA/USB haut débit ainsi que trois ports USB. Pour le reste, on est en terrain connu avec le fameux clavier chiclet qui offre une saisie plus agréable. À cela s'ajoute un pavé numérique qui facilitera d'autant le travail sur un tableur. Parmi les petits détails pratiques, on notera une touche Web afin d'accéder rapidement à Internet sans démarrer Windows. Le Vaio E se décline dans plusieurs couleurs (noir, noir brillant, blanc, blanc brillant, brun et rose brillant) et Sony propose nombre d'options comme l'extension de mémoire à 8 Go ou encore un lecteur/graveur de Blu-ray. Le Vaio Série E est disponible à partir de 650 euros.



## Hedgren Essence pour portable

Discret, pratique et résistant, le sac Business Essence de Hedgren représente un bon compromis pour les femmes mobiles qui ont besoin d'une sacoche pour leur PC en déplacement. Ce modèle en nylon est sobre et passe-partout. Il n'est pas pour autant austère, deux couleurs sont proposées : le blanc et un mauve foncé. A noter que la sacoche est imperméable ! Vous pourrez soit le porter à la main, soit utiliser la bandoulière d'ailleurs réglable. Une longue fermeture éclair ouvre sur deux compartiments intérieurs. L'un des deux est plus molletonné pour pouvoir accueillir un PC portable (15,4"). Celui-ci est maintenu par une lanière et ainsi protégé des coups éventuels. La seconde partie intérieure permet de ranger des documents au format A4. À l'avant, le fabricant a prévu une poche plus accessible et suffisamment large. Elle comprend différents espaces pour des cartes de visite, des stylos, un téléphone portable... et même une petite poche fermée qui pourra être utile pour ranger sa clé USB par exemple. Le sac est disponible en maroquinerie (67 euros).



## Crazyphonic fait le plein

Crazyphonic propose pléthore de nouveaux accessoires sous sa marque Novodio. On commence avec l'USB Flexible Car Charger, un adaptateur allume-cigare disposant d'un indicateur de charge qui permet de recharger tout appareil USB. Disponible en noir et blanc au prix de 9,90 euros, le Novodio USB Traveling Partner recharge tout appareil USB grâce à ses différents embouts : iPod/iPhone, Nintendo Dsi/DS Lite, PSP, Micro USB et mini USB. Il permet en plus de recharger jusqu'à deux appareils via ses deux ports intégrés. Ce modèle est disponible au prix de 29,90 euros. Enfin, Crazyphonic propose toute une panoplie de nouveaux étuis pour protéger l'iPhone qui offre le choix des couleurs et des matériaux. Les prix s'échelonnent de 24,90 à 34,90 euros.



## MSI Il dure longtemps, longtemps...

MSI étouffe sa gamme de netbooks Wind avec l'U160. Il a la particularité d'embarquer une batterie six cellules qui lui confère une autonomie record de 15 heures ! Toujours aussi compact, il affiche une taille de guêpe avec moins de 2,5 cm d'épaisseur pour un poids de 1,25 kg. À l'intérieur, MSI adopte à son tour le processeur Intel Atom N450 doté de deux cœurs afin de lancer deux opérations simultanément sans bloquer le netbook. À cela s'ajoute la technologie maison « ECO » qui permet d'adapter le mode de fonctionnement et la consommation d'énergie selon l'usage. Le reste des caractéristiques est plus classique avec un clavier chiclet et un écran de 10,1 pouces. Le Netbook Wind U160 est d'ores et déjà disponible au prix de 379 euros. MSI propose deux coloris au choix : noir brillant ou or.



## Nvidia Optimus maximus

La plupart des portables font appel à une puce graphique intégrée qui convient à une utilisation bureautique, Internet et multimédia, mais devient vite le talon d'Achille dès que l'on a besoin de performances graphiques. C'est ici que Nvidia intervient avec une solution hybride qui consiste à intégrer dans les portables une seconde puce graphique plus vélocité qui ne sera sollicitée qu'en cas de besoin. Jusqu'à présent, l'activation de cette puce nécessitait d'éteindre la machine ce qui est assez contraignant. Avec Optimus, Nvidia enlève cette contrainte avec un passage transparent d'une puce à l'autre en fonction des exigences du logiciel. Des profils permettent de spécifier s'il est nécessaire ou pas d'activer la seconde puce graphique en fonction des applications utilisées.



## LiPad trouve chaussette à son pied

T'nB est d'ores et déjà prêt à accueillir l'iPad d'Apple. En effet, si les premiers modèles sont attendus au plus tôt à la fin mars, la marque française d'accessoires multimédia propose dès à présent une gamme d'accessoires dédiée à la tablette tactile d'Apple. Chargeur USB international et étui dédié attendent déjà les premiers propriétaires de l'iPad.



## Spore, l'aventure continue

Apparu sur PC, Spore de Will Wright a depuis colonisé plusieurs plates-formes de jeu dont l'iPhone avec Spore Origins. EA Mobile vient de lancer un nouveau volet avec Spore Creatures sur la même machine. Après Origins qui se penchait sur les premiers stades de l'évolution, Creatures permet de quitter l'environnement aquatique pour faire progresser ses personnages sur la terre ferme. On retrouve ici la formule du jeu PC/mac original visant à suivre l'évolution d'une espèce au fil de différents stades. Spore Creatures propose donc un nouvel environnement d'une vingtaine de niveaux bâtis autour de quatre univers (plage, désert, forêt et montagne). Après avoir élaboré son personnage à partir de différents éléments, il s'agira de combattre des races ennemies, sympathiser avec d'autres ou encore récupérer de l'Adn pour évoluer. Le jeu est proposé au prix de 5,49 euros.

## Samsung innove sur tous les fronts

La marque coréenne est décidément très active sur le marché de la photo numérique. Ainsi, Samsung a présenté trois nouveaux compacts numériques vraiment innovants. L'EX1 est un modèle expert clairement destiné aux connaisseurs. Son objectif grand angle 24 mm avec zoom 3x ouvre à 1,8 et la sensibilité va jusqu'à 3 200 ISO. Des images lumineuses en perspective ! De plus, l'écran est rotatif et doté d'une diagonale de trois pouces (7,6 cm). Si les modes automatiques sont de rigueur, le photographe plus expérimenté appréciera les nombreux contrôles manuels, ainsi que la possibilité de prendre les photos au format RAW. Enfin, le mode vidéo enregistre en 640 x 480 à 30 i/s. L'EX1 est annoncé pour avril prochain à un prix d'environ 450 euros. Le WB2000 est quant à lui doté d'un capteur 10 mégapixels et permet surtout d'enregistrer des vidéos en haute définition (Full-HD). Également grand angle à 24 mm, son zoom est un 5x stabilisé. Annoncé pour le

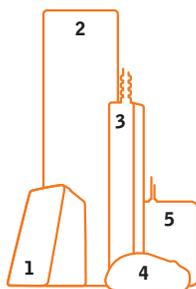
printemps 2010, le WB2000 sera commercialisé à 399 euros. Enfin, le WP10 entre dans la catégorie des tout-terrains. Étanche, il peut aller sous l'eau jusqu'à trois mètres de profondeur et bénéficie même d'un mode photo dédié, ce qui ne l'empêche pas d'être extrêmement compact avec seulement moins de 2 cm d'épaisseur... Son zoom optique est un 5x et l'écran au dos mesure 2,7 pouces, soit 6,8 cm. Côté vidéo, le WP10 permet des enregistrements en 720p, sous l'eau comme en surface ! Prévu pour le printemps, il coûtera 199 euros.





# MOBILITY CITY

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



## Be Mobile, Simply.

Spécialiste des périphériques informatiques orientés ultra mobilité, Mobility Lab répond à toutes les attentes avec des produits malins et peu encombrants. Grâce à une analyse pointue et dynamique du marché, la marque au kangourou orange sait rebondir en proposant des solutions design et innovantes qui couvrent l'ensemble des besoins en préservant un excellent rapport qualité/prix. **Soyez Mobile, Simplement.**

1 - V510 USB Speaker for Notebook / 2 - Design Touch for Mac / 3 - Ultra Slim UniverLab 65W / 4 - Travel Retractable Optical Mouse / 5 - KeyPad for Mac





# GPS à valeur

Panorama

MOBILITÉ  
mobilité

## Des innovations nécessaires

Le marché du GPS autonome n'est plus en croissance exponentielle et la valeur est même en recul pour la première fois en 2009. Certes, on a sans doute surestimé la population potentiellement intéressée par un système de navigation mais il y a aussi un certain manque d'innovation et surtout un prix moyen qui a tendance à s'effondrer. Pour corriger le tir, les constructeurs ont besoin de produits à forte valeur ajoutée et les nouveaux services connectés semblent tout indiqués pour y parvenir. par Roland Marianna

**A**vec un marché en perte de vitesse, les constructeurs cherchent un moyen de se renouveler et ils l'ont trouvé avec le Live. Il s'agit de rendre les GPS communicants en utilisant le réseau de téléphonie mobile. Cela leur permet de donner des informations en temps réel. Outre l'utilisation première de trouver son chemin si on ne connaît pas l'adresse de destination, les fabricants essaient ainsi de transformer les systèmes de navigation en véritables assistants de conduite au quotidien. Grâce à une carte SIM intégrée, le GPS accède directement à des serveurs qui peuvent relayer des informations en temps réel à partir de différentes sources, notamment Internet. Cela ouvre un champ de possibilités pratiquement infinies. Ainsi, il est possible d'avoir en temps réel le prix de l'essence dans les stations autour de soi, de disposer d'une carte des radars mise à jour



### TomTom

Go 750

## Trafic en temps réel

L'ergonomie des produits TomTom est toujours aussi excellente et la recherche d'une adresse s'avère très rapide. En plus des panneaux routiers et de l'alerte de dépassement de vitesse, l'utilisateur dispose d'une représentation en 3D des embranchements d'autoroute et de l'assistant au changement de voies. À cela s'ajoutent les services connectés. Bien entendu, cela implique un abonnement. TomTom offre trois mois, ensuite il faudra s'acquitter de 10 euros mensuels. Avec une mise à jour toutes les trois minutes, un serveur central distribue les informations qu'il récolte sur l'ensemble du territoire depuis plusieurs sources. Ces informations sont ensuite traitées par un algorithme. Lorsque le conducteur établit un nouvel itinéraire, le serveur est interrogé et le temps de parcours est alors calculé en conséquence. De plus, la carte des radars est également mise à jour en temps réel. La nouveauté vient du partenariat que le constructeur a établi avec Coyote. Cela garantit une information très pertinente puisqu'il s'agit de la communauté la plus développée dans le monde des avertisseurs de radars. À cela s'ajoutent les prix de l'essence en temps réel et les prévisions météo sur le parcours. Ce GPS dispose donc de tous les outils pour une information efficace en milieu urbain.

Écran : 4,3 pouces - Carte : Europe  
Fonctions : reconnaissance vocale, POI, TMC, Bluetooth, carte des radars, assistant changement de voie, sortie autoroute 3D, Text-to-Speech

Dimensions : 127 x 85 x 23 mm  
Poids : 224 grammes

280



### Navigon

8410 ViaMichelin

## Réalité virtuelle

Avec le 8410, Navigon innove vraiment. En effet, il s'agit du premier GPS proposant un système de modélisation des villes entièrement en 3D. Les bâtiments sont fidèlement représentés et les textures appliquées sont réalisées à partir de photos des façades. On se repère plus facilement et cela libère du temps autrefois nécessaire pour décoder entre une carte stylisée et la réalité. Pour l'heure, une quinzaine de villes européennes ont été numérisées. En France il s'agit de Paris, Nice et Lyon. 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 est encombrant. Notons enfin que l'écran est en verre minéral capacitif permettant une réactivité maximale en usage tactile. Sinon, la recherche d'une adresse et le calcul de l'itinéraire sont dans la moyenne. Le constructeur allemand propose également en option (100 euros) un module qui permet de recevoir des informations live comme le trafic info avancé remis à jour quasiment en temps réel. Il faudra aussi s'acquitter d'un abonnement à l'année de 80 euros.

Écran : 5 pouces - Carte : Europe  
Fonctions : reconnaissance vocale, POI, TMC, Bluetooth, guide Via Michelin, carte des radars, assistant changement de voie, sorties autoroute 3D, Text-to-Speech, modélisation 3D des grandes villes

Dimensions : 138 x 84 x 19 mm  
Poids : 225 grammes

450





# une ajoutée

en continu ou encore de connaître le temps qu'il fait sur le parcours. Mais c'est l'information sur le trafic qui y gagne le plus, car les embouteillages sont le principal obstacle au bon déroulement des trajets. Si tout cela est très utile, le GPS connecté introduit aussi une contrainte pour le consommateur et un nouveau modèle économique pour le constructeur : l'abonnement payant. Déjà pour que l'investissement soit rentable pour l'utilisateur, il doit résider dans une zone où les informations en temps réel lui sont vraiment utiles, ce qui se résume aux zones urbaines à forte concentration humaine et de trafic. Et en plus, il faut qu'il soit prêt à s'acquitter d'un abonnement alors que par le passé, l'utilisation après achat était gratuite. Il semble donc probable que les services connectés ne visent qu'une cible restreinte, ce qui n'exclut pas la réussite du concept mais donne aussi à penser qu'il y a

une réelle nécessité à proposer d'autres innovations à même de faire monter en gamme une clientèle plus large. Et cela passe sans doute par une assistance plus efficace et plus sûre lors du trajet.

## Sécurité et innovation

La différenciation et la valeur ajoutée passent donc également par des innovations en matière de sécurité et cela au niveau même de l'ergonomie. En effet, le conducteur doit rester concentré sur la route et toutes les manipulations effectuées sur le GPS doivent être réduites au maximum. C'est pourquoi de nombreux constructeurs proposent sur leurs modèles des systèmes de reconnaissance vocale. Une simple pression sur un bouton et le GPS est alors prêt à recevoir les instructions. Le niveau de perfectionnement

peut varier de la simple saisie de l'adresse jusqu'au contrôle total de l'appareil. Les algorithmes de reconnaissance vocale ne cessent de s'améliorer et ils sont plutôt efficaces aujourd'hui, tout comme le Text-To-Speech. Ce système permet d'énoncer le nom des rues, voies et autoroutes. Ainsi, il n'est plus nécessaire de détourner le regard vers le GPS. Directement lié à l'ergonomie, la taille de l'écran est aussi un facteur important pour une meilleure sécurité. L'écran de quatre pouces s'est largement démocratisé. Les fabricants passent donc à la vitesse supérieure avec des GPS dotés d'écrans de 4,8 ou même cinq pouces. Il y a aussi de plus en plus d'informations à afficher et si le conducteur doit se concentrer pour les lire, la mission de sécurité n'est plus respectée. Avec des écrans de plus grande taille, afficher davantage d'informations tout en conservant une lisibilité suffisante devient



## Garmin

Nüvi 1690

## Cherchez, trouvez

Le Nüvi 1690 est le premier GPS connecté de Garmin. Pour l'occasion, le logiciel de navigation a été revu pour correspondre aux standards actuels. Il intègre notamment l'assistant de changement de voies et le système de représentation des échangeurs routiers avec les vrais panneaux. Le 1690 dispose également d'un vocabulaire enrichi pour les indications de changement de direction. Il est maintenant envisageable de n'écouter que les informations vocales sans regarder la carte pour s'orienter. En revanche, cette dernière n'a guère évolué au niveau des graphismes. En plus d'une carte des radars, le conducteur sera averti des dépassements de vitesse. Garmin inclut un an d'abonnement à ses services Live. Ensuite, il faudra déboursier 79 euros par an. Si le système d'info trafic est moins évolué que celui de TomTom, on apprécie la recherche depuis les pages blanches avec simplement un numéro de téléphone. Enfin, notons que le GPS est compatible avec les cartes CityXplorer. Elles permettent de transformer l'appareil en véritable GPS urbain intégrant les chemins piétons et les transports en commun. Des cartes additionnelles sont également vendues entre 10 et 20 euros selon la ville.

Écran : 4,3 pouces - Carte : Europe  
Fonctions : POI, Text-To-Speech, Lane assist, Junc View, météo, Google Local, Pages Blanches, info trafic, horaires aéroports, alertes radar

Dimensions : 125 x 80 x 19 mm  
Poids : 176 grammes

350



## Goodkap

Goodkap

## Service haut de gamme

Goodkap est une société française qui développe des services avancés pour la navigation. Elle a décidé de proposer un GPS à son nom pour montrer de façon concrète la mise en œuvre de ses services. Le logiciel de navigation Destinator affiche une bonne ergonomie mais les fonctionnalités de navigation restent limitées. Il n'y a pas d'affichage réaliste des sorties d'autoroute, ni même d'assistant au changement de voies. Mais là où se différencie ce GPS, c'est dans les services Live proposés. Il y a un avertisseur radar qui s'appuie sur la communauté Coyote et qui en reprend les principales fonctionnalités, notamment l'affichage des « éclaireurs », c'est-à-dire les automobilistes équipés de Coyote qui roulent devant. Goodkap va encore plus loin en proposant également des services d'assistance routière et juridique (Europ Assistance). Le GPS permet aussi de joindre directement le service après-vente. Enfin, le constructeur inclut même un service de conciergerie qui fournira notamment une aide personnalisée pour des réservations d'hôtel et de restaurant, moyennant un abonnement très haut de gamme. Les tarifs s'échelonnent de 2,90 euros à l'acte à 399 euros pour deux ans et pour tous les services, sauf la conciergerie.

Écran : 4,3 pouces  
Carte : Europe  
Fonctions : service Live, Coyote, info trafic, prix carburant, parking, covoiturage, service conciergerie, assistance

Dimensions : 130 x 78 x 14 mm  
Poids : 240 grammes

200

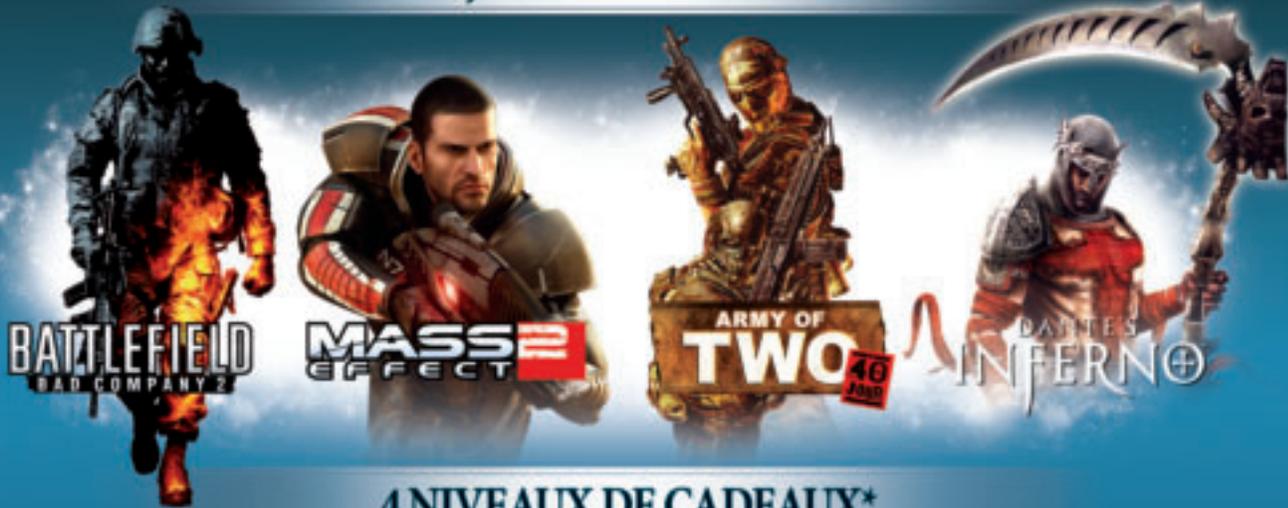


ELECTRONIC ARTS PRÉSENTE

# 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 Skullcondy

## 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](http://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. Dolby et le symbole de Dolby-D sont des marques commerciales de Dolby Laboratories. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

© 2010 EA International (Studio and Publishing) Ltd. Mass Effect, le logo Mass Effect, BioWare et le logo BioWare sont des marques commerciales ou des marques déposées d'EA International (Studio and Publishing) Ltd. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Tous droits réservés. 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. Unreal® est une marque déposée d'Epic Games, Inc. Unreal® Engine, Copyright 1998-2010, Epic Games, Inc. Tous droits réservés. 2010 Authorized Game. 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™.







# GPS à valeur ajoutée

Panorama

MOBILITÉ  
mobilité

possible. On réduit alors les manipulations à effectuer pour y accéder, ce qui augmente d'autant la vigilance du conducteur.

## Navigation virtuelle

La collecte d'informations des cartographes comme Navteq et Tele Atlas ne se résume plus à la numérisation des routes. D'innombrables renseignements annexes sont également enregistrés et géo-localisés. Les points d'intérêts spécifiques, la vitesse réelle praticable en courbe, les photos des monuments et bien d'autres détails encore sont déjà adjoints aux routes. Cela se traduit par une carte plus riche à l'écran, avec notamment la représentation des monuments en 3D. Mieux encore, des sociétés spécialisées se proposent de modéliser les grandes villes entièrement en 3D. C'est Navigon qui offre cela sur son haut de gamme et le résultat impressionne, bien au-delà du simple gadget. À

## Les services connectés peuvent être générateurs de valeur, mais la sécurité par les fonctions de navigation est une avancée tout aussi prometteuse.

la représentation courante s'ajoute la visualisation de la voie à emprunter lorsqu'elles sont multiples, c'est l'assistant de changement de voies ou lane assist en anglais. Certains vont même jusqu'à afficher une vue 3D réelle de l'échangeur d'autoroute avec les panneaux tels qu'ils sont. Là encore, il s'agit de fonctions très utiles qui améliorent la sécurité dans notre jungle périurbaine complexe. La cartographie fournie aux fabricants de GPS renseigne aussi sur la vitesse maximale autorisée sur tous les axes principaux. Il est donc particulièrement intéressant que le GPS informe le conducteur lorsque la limitation est dépassée. Cela peut se faire à l'écran par le panneau ou par une annonce

vocale en cas de dépassement, ou encore par les deux. Tous les GPS peuvent aussi intégrer une carte des radars grâce à la gestion des points d'intérêt mais dans ce cas, seule la zone est prise en compte et pas le sens ou la bonne route. Les modèles les plus perfectionnés sont capables de tenir compte de ces paramètres pour davantage de précision, ce qui évite d'affoler le conducteur inutilement. Si toutes ces avancées sont clairement mises en avant sur le point de vente, elles devraient pouvoir convaincre d'autant plus facilement que dans notre système de sécurité routière basé exclusivement sur la répression, une certaine paranoïa du conducteur commence à se répandre...



## Mio Spirit V505 TV TV et GPS

Le V505 TV dispose d'un écran d'une diagonale de 4,7 pouces et un tuner TNT est intégré. L'encombrement est issu d'un GPS classique et on trouve même une antenne escamotable. Sinon, le logiciel de navigation est celui de la nouvelle gamme Spirit. Le graphisme est chic et l'ergonomie plutôt bonne, avec des menus qui se manipulent au doigt en faisant des glissés à la manière de l'iPhone. Des fonctionnalités de navigation ont aussi été ajoutées, comme l'affichage en 3D des sorties d'autoroute et l'assistant de changement de voies qui est doublé d'une annonce vocale. En plus du système de recherche d'adresse classique, le constructeur a ajouté une recherche par mots-clés. Il suffit ainsi de mettre une partie de l'adresse et le GPS propose au conducteur les résultats s'en approchant. De plus, une carte des radars est intégrée, tout comme une alerte des dépassements de vitesse. Notons qu'en plus de l'itinéraire le plus court et le plus rapide, le GPS propose aussi le trajet le plus économique.

Écran : 4,7 pouces  
Carte : Europe  
Fonctions : POI, carte des radars, TMC, assistant changement de voie, sortie autoroute 3D, guide touristique Wcities, tuner TNT

Dimensions : 145 x 87 x 18 mm  
Poids : 220 grammes

250



## Medion GoPal P4245 GPS assisté

Le P4245 propose un écran 4,7 pouces mais conserve un encombrement limité. Son écran affleurant contribue grandement à la réussite globale du design. Le logiciel de navigation GoPal en est à la version AE5 et les graphismes ont été retravaillés. Ainsi, l'utilisateur peut choisir entre plusieurs modes d'affichage (carte plein écran, changement de direction en surimpression ou encore écran partagé...). C'est une option intéressante permettant de personnaliser le GPS à son goût. On retrouve l'assistant aux changements de voies, les panneaux réalistes et un indicateur de limitation de vitesse. Une carte des radars est également présente. On note aussi un assistant de configuration lors du premier démarrage pour que le conducteur se familiarise avec les différentes fonctions. La saisie des adresses est rapide, tout comme le calcul des itinéraires. Côté sécurité, Medion intègre toujours un lecteur d'empreinte digitale. Le GPS pourra donc être verrouillé. Pour agrémenter les voyages, le constructeur a également intégré un guide touristique.

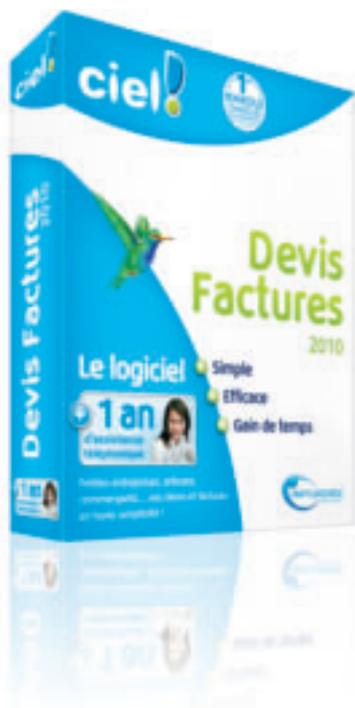
Écran : 4,7 pouces - Carte : Europe  
Fonctions : reconnaissance vocale, POI, TMC, Text-To Speech, Lane assist, sécurité par lecteur d'empreinte, carte des radars, guide touristique, transmetteur FM

Dimensions : 133 x 89 x 17 mm  
Poids : 177 grammes

199



# 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](http://ciel.com)

► N°Azur 0 810 181 000

Et tout devient facile



# Samsung

## L'hybride de la photo

La photo numérique connaît un engouement qui va même au-delà de ce que l'industrie pouvait espérer. De plus, les photographes passionnés sont de plus en plus nombreux comme l'illustrent les ventes d'appareils sophistiqués. Combiner les avantages du compact et du reflex pour séduire par la compacité et la technologie semble donc prometteur pour aboutir à un appareil à forte valeur ajoutée.

par Stéphane Kauffmann et Jean-Pierre Roche



L'ergonomie est vraiment proche de celle d'un reflex.

L'écran arrière est d'excellente qualité et offre de bons angles de vision.



Avec le 30 mm, l'encombrement est vraiment limité et permet de glisser le NX dans une grande poche.



# NX10



Focus



**M**ême la crise n'a pas pu entamer la bonne santé d'un marché sur lequel le taux d'équipement est

maximal et qui arrive un peu au bout de ce que la technologie est capable d'offrir, du moins si on s'en tient aux catégories traditionnelles. En 2009, le marché de la photo aura connu une progression de 3 % en volume et, plus remarquable encore, de 2 % en valeur avec plus de cinq millions d'appareils vendus, pour l'essentiel en renouvellement. En comparant à d'autres familles de produits hi-tech, on note que c'est l'une des rares (avec le smartphone et le casque) à avoir réussi à maintenir un prix moyen quasiment étale par rapport à l'année précédente alors qu'ordinateurs portables et téléviseurs ont augmenté le gap entre évolution en valeur et en volume pour s'approcher d'un tiers du chiffre. Le reflex s'est taillé la part du lion et tire le marché vers le haut avec une croissance volumique de 20 % qui correspond à 10 % du volume total et 30 % de la valeur, tous appareils confondus. Et là encore, les prix se sont maintenus en passant de 670 à 645 euros.

Seuls les bridges souffrent, ce qui s'explique sans doute d'un côté par la sophistication des compacts et surtout leurs zoom de plus en plus puissants et de l'autre côté par des reflex plus simples et moins encombrants. Ce n'est donc plus avec l'argumentaire traditionnel du bridge qui repose sur l'essentiel sur le zoom étendu associé à un prix abordable qu'il est possible de convaincre le photographe, qui s'intéresse de plus en plus à sa pratique mais cherche une alternative au reflex jugé trop encombrant et pas assez moderne.

## Le concept hybride

De ces constatations est née une nouvelle génération d'appareils à la croisée des chemins entre compact et reflex. Fort intelligemment, ce n'est pas sur le prix que se fait la différenciation sur un marché où le consommateur est prêt à investir. Sans chercher à faire moins cher qu'un reflex, c'est plutôt regrouper le meilleur des deux univers dont il s'agit. Du reflex, on retient les objectifs interchangeables, la réactivité et un capteur de grande taille mais pas la visée qui implique un certain encombrement. Du compact, on retient l'écran arrière pour la visée, les automatismes les plus sophistiqués et la vidéo en haute définition. À cela peut s'ajouter le viseur électronique emprunté au bridge.

Panasonic fut le premier à proposer un tel appareil hybride en reprenant le format micro 4/3 avec la série G bientôt suivi par Olympus avec la gamme Pen. Ce dernier essaie d'ailleurs de rompre un peu l'équilibre tarifaire en proposant prochainement un modèle plus proche du compact. Samsung franchit ici un pas de plus en proposant un réel hybride reflex qui en garde le capteur de plus grande taille en APS-C mais troque la visée optique pour une électronique. Quelle sera la cible de ces appareils et que peut-on espérer en termes de volumes ?

## Grand capteur, petit taille

Contrairement aux tenants du Micro 4/3 qui ont bâti leurs réalisations sur un capteur de format réduit, Samsung est donc resté fidèle à un capteur APS-C de taille identique à celle des reflex classiques proposés par Canon, Nikon, Pentax et Sony. On peut donc en attendre des performances un peu supérieures pour ce qui est du comportement en haute sensibilité. En revanche les focales seront plus longues, ce qui aura évidemment des avantages comme la meilleure gestion de la profondeur de champ et des inconvénients avec des optiques longues focales plus encombrantes et plus lourdes. Avec le NX10, plus de miroir et donc plus de nécessité d'éloigner l'optique du capteur. Pour les grands angles, on peut revenir à des formules optiques classiques et donc réaliser des objectifs plus simples et surtout plus compacts. Il est encore un peu difficile d'évaluer toutes les conséquences de cette importante modification, mais Samsung a eu l'excellente idée de proposer une optique 2/30 mm qui en est une excellente illustration. L'épaisseur de cette optique, montée sur le NX10, n'est que de 21 mm ! À titre de comparaison, un objectif très similaire pour reflex APS-C, le Nikon 1.8/35 mm ajoute 52 mm à l'épaisseur du boîtier.

## Plus petit, plus léger

Avec un poids de 490 grammes en ordre de marche, avec batterie, carte mémoire et l'objectif fixe 2/30 mm, le NX10 est un appareil léger et peu encombrant. Un poids et un encombrement assez comparables à ceux des produits Micro 4/3 proposés par Panasonic et Olympus, tout en disposant d'un capteur un peu plus grand. Sans être vraiment un appareil de poche, le NX10

peut se loger dans une très grande poche ou un petit sac dans cette configuration. Malheureusement, cet avantage se perd rapidement dès qu'il s'agit de focales plus longues. Les lois de l'optique se rappellent vite à notre souvenir puisque si l'on opte pour un classique zoom 18-55, la différence d'encombrement de l'optique devient beaucoup moins spectaculaire et elle sera même marginale en usage pratique. Et cette différence tendra à disparaître avec des focales vraiment longues, comme le montre le 50-200 proposé par Samsung. Sa longueur est supérieure à celle de certains modèles similaires pour reflex !

## Des capacités très étendues

Ayant évidemment l'ambition de se placer dans la recherche d'une qualité semblable voire supérieure à celle que peut procurer un reflex, le NX10 offre des possibilités similaires à celles d'un appareil de ce type. On retrouve donc sur la face supérieure un sélecteur de mode comparable à celui d'un reflex grand public avec le mode tout automatique et ceux plus ou moins experts comme Programme, Priorité diaphragme, Vitesse et Manuel ainsi que les modes Scène les plus courants comme Paysage ou Portrait. La classique roue de commande est également de la partie, tout comme les fonctions présentes sur tous les appareils de ce niveau. De ce point de vue, le NX10 ne se distingue guère et c'est une bonne chose, la prise en main étant immédiate pour un photographe. On retrouve très rapidement ses repères sans se torturer les méninges, ni devoir se plonger longuement dans un mode d'emploi. L'ergonomie est globalement très bonne, même si nous trouvons que Samsung a un peu trop multiplié les commandes, pas moins d'une bonne dizaine de touches à main droite sans compter la mise sous tension et le déclencheur. La réactivité de l'appareil est excellente, avec une mise sous tension très rapide et un mode rafale classique à trois images par seconde. Bref, on est dans les caractéristiques d'un reflex. Le flash intégré est aussi du même acabit de ce que l'on trouve sur un reflex grand public. À signaler que deux flashes externes sont disponibles en option.



# Samsung NX10

Focus

MORILLITE  
mobilité

La fabrication est sérieuse. C'est un appareil qui plait d'emblée et qui respire la solidité.



## Double visée électronique

La grande question avec les nouveaux appareils numériques dépourvus de viseur reflex est naturellement la visée. Le NX10 dispose pour cela d'un écran arrière trois pouces (75 mm de diagonale environ) et Samsung a choisi logiquement une formule haut de gamme avec un modèle AMOLED (Active Matrix Organic Light Emitting Diode) qui combine qualité d'image et faible consommation. Rien à redire donc de ce côté. Le rendu est très bon avec des couleurs très fidèles, une bonne définition et d'excellents angles de vision. C'est avec le viseur électronique que les choses se compliquent un peu. Le grossissement est du même ordre que celui d'un reflex grand public et on voit 100 % de l'image qui sera prise. Ces points sont donc très satisfaisants. En revanche, la qualité de l'image n'est pas aussi convaincante. C'est un rendu très vidéo qui a du mal à encaisser des contrastes très importants et on est loin de la finesse d'un viseur reflex.

Un tel viseur sera certainement considéré comme peu agréable par les utilisateurs de reflex, même s'il est

supérieur à ceux utilisés sur les bridges et peut suffire en complément de l'écran.

## Des optiques de qualité

Étant donné son principe, le NX10 arrive avec une nouvelle monture d'objectif. En toute logique, l'étendue de la gamme d'optiques va dépendre du succès du système NX. À ce jour, trois objectifs sont disponibles : deux zooms de base comparables à ce qui existe chez les marques de reflex pour leur offre grand public avec un 3.5-5.6/18-55 et un 4-5.6/50-200, auxquels s'ajoute le 2/30 mm dont nous vous avons parlé. C'est suffisant pour la plupart des amateurs mais évidemment plutôt juste pour des utilisateurs exigeants qui devront simplement attendre un peu puisque Samsung a annoncé cinq nouveaux objectifs qui seront disponibles avant la fin d'année. Il y aura notamment un zoom compact 20-50 ainsi qu'un objectif fixe 20 mm. Les optiques NX, très logiquement, utilisent un moteur interne pour la mise au point. Cette dernière est rapide et silencieuse. Le petit zoom 18-55 (27-82 mm en équivalent 24x36) est

stabilisé et se distingue des modèles concurrents par des capacités intéressantes en macro, la mise au point permettant de cadrer une largeur de 10 centimètres environ à 55 mm. Avec le 2/30 mm (45 mm en équivalent), la mise au point minimale est de 25 cm environ et ne permet donc pas un cadrage très serré étant donné sa focale. Le 50-200 permet d'accéder aux longues focales les plus utiles (équivalent 75-300 mm), il est naturellement stabilisé et sa distance minimale de mise au point est d'environ un mètre. À signaler que la stabilisation des optiques fonctionne correctement mais reste inférieure à ce que proposent les ténors du reflex.

## Efficace et agréable

Le NX10 s'avère très agréable en utilisation courante. Un capteur éteint l'écran et allume le viseur dès que l'on en approche l'œil, ce qui contribue à cet agrément. Pour la visée par l'écran comme par le viseur, le NX10 est clairement plus performant qu'un bridge ou un compact. Seul le reflex est meilleur par le viseur optique direct. Pour la vidéo, la chose prend naturellement une





Focus



importance particulière dans la mesure où le NX10 permet la mise au point pendant la prise de vue, ce qui n'est forcément le cas avec un reflex. Le système NX a donc des avantages pour l'utilisateur suivant sa pratique de la photo et de la vidéo. De son côté, l'autofocus s'est révélé rapide et convenablement précis grâce à ses 15 zones avec toutefois, comme ses concurrents, des performances inférieures à celles d'un reflex qui reste inégalé pour l'utilisation de très longues focales et les prises de vue exigeant une très grande vitesse de réaction.

## Une image de qualité

Au niveau de la qualité des images fournies, nous avons été impressionnés par celles du 2/30 vraiment très bon, excellent à toutes les ouvertures et sans déformations ou aberrations chromatiques visibles. Le zoom de base 18-55 est également de grande qualité et le 50-200 se comporte globalement bien, avec toutefois une petite faiblesse aux focales les plus longues. Plus généralement, les clichés sont conformes à ce que l'on pouvait attendre d'un capteur 14 Mpx de cette taille associé à des objectifs de qualité.

Les clichés sont détaillés et définis. Ils permettent des agrandissements conséquents ou des recadrages sérieux. L'exposition est juste et nous n'avons guère réussi à la mettre en défaut. La montée en sensibilité ISO est très bien gérée jusqu'à 800 ISO, l'image restant finement détaillée sans bruit sensible. À 1 600 ISO, le bruit devient visible et l'image perd de sa netteté mais le résultat est d'une qualité suffisante pour permettre toutes les tailles courantes d'image (jusqu'au A3). En revanche, le 3 200 ISO est assez fortement dégradé et sera donc réservé aux cas désespérés. C'est supérieur à ce que propose un compact ou un bridge mais inférieur aux meilleurs reflex. La vidéo est très satisfaisante avec le 30 mm comme avec le 18-55 et le choix du 720p associé à une sortie HDMI est judicieux. Le film qui en résulte pourra facilement être retravaillé sur un ordinateur.

## Pour qui ?

Il faut bien comprendre les avantages et les inconvénients d'un tel appareil pour en cerner la cible potentielle. Pour le poids et l'encombrement, le gain n'est vraiment sensible qu'en utilisant un objectif fixe de courte focale comme le très réussi 30 mm. Dans ce cas, aucun reflex ne peut lutter et il pourra réellement être emporté sans difficulté. Nous sommes d'ailleurs impatients de découvrir l'encombrement du grand angle 20 mm compact à venir. Avec le zoom standard et plus encore avec le téléobjectif, cet avantage se perd et les reflex les plus compacts de chez Pentax ou Olympus font aussi bien à quelque chose près, le poids restant un peu à l'avantage du NX10. Pour l'utilisation, il est vrai qu'elle est aussi agréable que celle d'un reflex, moins pour le viseur mais plus pour la visée par l'écran. Côté résultat, les clichés sont comparables à ceux d'un reflex avec toutefois une montée en sensibilité un peu moins performante. En contrepartie, la vidéo sera généralement meilleure, notamment grâce à l'autofocus permanent dans ce mode. Quant à l'ergonomie, elle est comparable à celle d'un reflex pas vraiment plus simple mais ce n'est guère nécessaire, un mode vert et tous les automatismes garantissant une bonne photo sans connaissance particulière. Typiquement, le NX10 pourra donc tenter celui qui dispose d'un compact et veut désormais étendre sa pratique de la photographie. Il va retrouver la visée par l'écran et les automatismes mais pourra s'exprimer plus personnellement avec divers objectifs et des clichés de plus haute tenue en conditions difficiles. De plus, il a la garantie d'un appareil qui pourra évoluer avec sa passion et son niveau de connaissance. L'autre cible est sans doute à chercher chez les possesseurs de reflex qui désirent désormais un appareil plus compact et/ou plus performant en vidéo. Ceux-là seront attirés par des objectifs fixes à faible encombrement. Reste qu'au final, il est vraiment très difficile d'évaluer le nombre de ces clients potentiels. Toutefois, les analystes prévoient jusqu'à 20 % de parts de marché.

## Prix

700 euros (kit avec 18-55)

## Caractéristiques

Capteur	CMOS 14,6 Mpx, format APS-C
Baionnette	Samsung NX
Facteur de conversion	1,5
Support mémoire	SD/SDHC
Autofocus	Détection de contraste 15 points
Sensibilité	80-3 200 ISO
Écran	3 pouces, AMOLED, 614 000 pixels
Vidéo	1280 x 720, 30 i/s, MP4 (H264), son mono
Dimensions/poids	122 x 92 x 60 mm / 350 g (nu)
Sortie	mini-HDMI

## Optiques

Samsung NX	2/30 mm
Samsung NX	3.5-5.6/18-55 mm
Samsung NX	3.5-5.6/50-200 mm



Avec le 18-55, l'encombrement devient similaire à celui d'un petit reflex.





# Samsung NX

MOBILITÉ

Interview

## Un système unique

En peu de temps, Samsung est devenue une marque qui compte sur le marché de la photo. Avec son système NX, l'ambition est de s'imposer aussi en tant qu'acteur majeur du segment de l'appareil expert. Pour cela, Samsung se propose même d'en donner une nouvelle définition. par Stéphane Kauffmann



Entretien avec  
Christophe Chancenest  
Directeur marketing Digital Imaging



Entretien avec  
Florent Pavillard  
Directeur de la division Digital Imaging

### JDLI : Quelle place occupe Samsung aujourd'hui sur le marché de la photo en France ?

Sur la dernière semaine de janvier et en total marché, Samsung est numéro deux en valeur, comme en volume, avec 12 % de parts de marché. Sur le segment du compact, nous occupons la même position avec 13,4 % en volume, trois points devant le troisième, et 11,5 % en valeur. Sur le mois de janvier dans son ensemble, nous occupons la troisième place en valeur sur le compact. Cette année, notre priorité est de travailler l'identité de la marque pour faire savoir que nous faisons partie des meilleurs à tous les niveaux. Après le NX10, il y aura prochainement de nouveaux produits uniques comme le X1, un compact expert doté d'un 24 mm qui ouvre à 1.8 et d'un écran AMOLED de trois pouces.

### Quels sont pour vous les principaux avantages du système NX ?

Tout d'abord, il y a la prouesse d'avoir mis en si gros capteur APS-C dans un si petit boîtier avec la possibilité de changer d'objectif. Ensuite, on peut citer la qualité d'image, la rapidité de l'autofocus et la polyvalence avec un mode vidéo HD qui permet la mise au point automatique en filmant. Pour autant, c'est un appareil très simple à utiliser, avec par exemple une détection automatique des scènes.

### Quelle est la cible du NX10 ?

Il y en a trois selon nous. D'abord le photographe expert qui dispose déjà d'un reflex et qui cherche un outil performant mais moins encombrant pour l'avoir toujours sur soi. Ensuite, il y a celui qui possède un compact et qui veut évoluer vers un modèle expert avec une meilleure qualité d'image, mais sans qu'il ne soit plus compliqué à utiliser et toujours avec un encombrement raisonnable. Enfin, il y a

sans doute aussi le jeune urbain créatif, peut-être même primo accédant qui cherche un appareil performant, compact et réactif pour saisir l'instant.

### Est-ce un appareil entièrement maison ?

Absolument. Les optiques sont entièrement développées et fabriquées par Samsung en Corée du Sud. Il en va de même pour le capteur, tous les composants électroniques et l'écran AMOLED. L'appareil est également assemblé en Corée du Sud.

### En magasin, le concept demande explication.

#### Comment comptez-vous y parvenir ?

Déjà, nous allons communiquer sur la qualité du capteur et de l'image qui en résulte et plus généralement sur le thème du meilleur des deux mondes, reflex et compact. Une équipe de vente va passer dans chaque magasin stratégique pour former les vendeurs au système NX. Il y aura aussi un road show faisant escale dans cinq villes pour que les revendeurs puissent découvrir l'appareil. Nous avons aussi un dispositif très élaboré pour la mise en avant en

magasin. Cela va de la PIV traditionnelle jusqu'au présentoir multimédia. C'est un grand totem avec le NX10 en libre toucher et en service continu. L'image est relayée sur un écran LCD au sommet et sous l'appareil, il y a tous les éléments du système dans une vitrine. Nous organisons aussi des démonstrations en magasin. Nous allons soutenir tout cela par un plan de communication ciblé qui inclut notamment des actions de co-branding avec les enseignes.

### Il y a le NX10 et le système NX ? Quelle sera la suite ?

Nous pensons qu'à moyen terme, le système NX peut remplacer le reflex entrée de gamme car il est plus adapté à l'usage créatif et qu'il est idéal pour saisir l'instant, sans pour autant nécessiter une grande compétence technique. D'autant que les fonctionnalités et le viseur électronique vont encore progresser. Dès la fin de cette année, il y aura des évolutions de produits et cinq optiques supplémentaires dont un grand angle ultra compact à focale fixe.

### La photo est un marché de tradition et votre présence y est encore récente. Comment convaincre face aux reflex et appareils experts des marques établies ?

Notre appareil a des spécificités uniques qui montrent notre savoir-faire et nous allons communiquer essentiellement sur cet argument. Nous sommes les seuls à intégrer un grand capteur dans un boîtier aussi compact, notre écran AMOLED est unique en son genre. Nous allons promouvoir le 100 % made by Samsung et capitaliser sur la notoriété dont jouit la marque sur les autres segments du hi-tech. Maîtriser tous les composants en les fabriquant soi-même garantit aussi la meilleure qualité et la dernière innovation au meilleur prix, sans oublier une disponibilité qui évite toute rupture de stock.



# MacWay-Pro, votre partenaire professionnel

Depuis 1990, **MacWay** s'est engagé sur des valeurs fortes : innovation technologique, performance, qualité des produits et de la relation clientèle. Désormais, tout ce savoir-faire a son espace dédié rien qu'aux **professionnels** !



**QNAP Turbo Station TS-659 Pro**  
Le NAS conçu pour les professionnels avec l'ultra-performance de l'iSCSI et la sécurité du RAID 5/6 !

À partir de **1154 € HT**  
(1380,18 € TTC - de 3 à 12 To)



**Drobo S Firewire 800, eSata et USB 2.0**  
Découvrez le RAID intelligent : sécurisé et extensible au fur et à mesure de vos besoins, sans reformatage !

À partir de **1128 € HT**  
(1349,01 € TTC - de 5 à 10 To)



**Tour de duplication Black SharkCopier**  
Le rapport qualité/prix de référence pour la duplication professionnelle !

À partir de **418 € HT**  
(399,50 € TTC - de 4 à 16 graveurs CD/DVD)



**Storeva SafeDisk II FW400/800/eSATA/USB 2.0**  
4 interfaces et un boîtier robuste pour des performances maximales en toutes circonstances !

À partir de **83 € HT**  
(99,27 € TTC - de 320 Go à 2 To)



**DriveDock Quattro + disque dur SATA 3,5"**  
Le dock ultime : 4 interfaces, ultra-rapide pour tout disque dur SATA 2,5" et 3,5" FW400/800/eSATA et USB 2.0

À partir de **116 € HT**  
(138,74 € TTC - de 500 Go à 2 To)



**Batterie d'appoint Novodio**  
Capacité monstre : 1900 mAh pour votre iPhone ou iPod !

**30 € HT**  
(35,88 € TTC)

## Vos besoins, notre écoute

Demande de conseil ou devis au travers d'une ligne dédiée aux professionnels : **03 88 182 188**  
(prix d'un appel local)

À la hauteur de l'exigence de nos clients professionnels, MacWay-Pro propose une offre claire et lisible, de nouvelles fonctionnalités et des services dédiés, le tout au meilleur prix.



Tarifs dégressifs exclusifs sur MacWay-Pro



Nos services joignables de 9h à 18h sur des lignes dédiées



Débit à l'expédition et livraison en 24-48 h



Disponibilité produits à 98 %

[www.macway-pro.com](http://www.macway-pro.com)

Tout MacWay au service des professionnels.



### Magasin de Paris MacWay-Pro

Magasin de Paris  
39, rue La Fayette  
75009 Paris  
Métro : Le Peletier (5 min de l'opéra)

Tél. : 03 88 182 188  
Fax : 03 88 182 181  
E-mail : paris@macway-pro.com

Horaires d'ouverture :  
Lundi au vendredi de 10h à 19h.

Horaires de l'accueil téléphonique :  
Lundi au vendredi 9h à 18h.

### Point de retrait de Strasbourg MacWay-Pro

Point de retrait de Strasbourg  
9, route d'Eschau  
67400 Illkirch-Griffenstaden

Tél. : 03 88 182 188  
Fax : 03 88 182 181  
E-mail : service.clients@macway-pro.com

Horaires d'ouverture :  
Lundi au vendredi 10h à 13h et 14h à 18h.

Horaires de l'accueil téléphonique :  
Lundi au vendredi 9h à 18h.

MACWAY PRO - JDLI MARS 2010 - Photos non contractuelles.  
Crédits photos shutterstock - Prix indicatifs soumis à fluctuations, valables jusqu'au 31 mars 2010.



# Omenex

## Un concept dans l'accessoire

Interview

MOBILITÉ



Tandis que les produits hi-tech et EGP sont entraînés dans une spirale de baisse des prix, les accessoires parviennent à garder de la valeur. Il est donc rentable de proposer en magasin des concepts organisés pour guider le consommateur et l'inciter à accessoriser avec des produits de qualité au bon endroit. C'est ce que propose Omenex. par Stéphane Kauffmann



Entretien avec

Jacques Der Garabedian  
Managing director

### JDLI : Êtes-vous un spécialiste de l'accessoire ?

Jacques Der Garabedian : Omenex est une société française qui existe depuis 30 ans et s'est rapidement spécialisée dans l'importation de produits d'Asie pour la grande distribution et les magasins spécialisés. Elle a ainsi apporté au marché des produits novateurs comme l'accessoire GSM et la connectique dans toutes les familles de produits. Omenex fut racheté par le groupe HF en 1999 et a poursuivi son développement en élargissant de plus en plus sa palette de produits. Avec une distribution de mieux en mieux organisée pour subvenir elle-même à ses besoins en produits, Omenex a revu sa stratégie à partir de 2006 pour se concentrer désormais sur sa propre gamme de périphériques et d'accessoires qui sont conçus et dessinés en France avant d'être fabriqués en Asie. Cela comprend une panoplie complète pour l'IT, l'EGP et la téléphonie avec aussi des produits à forte valeur ajoutée comme les enceintes multimédia, le CPL (en co-branding avec LEA, une autre société du groupe), les casques et les périphériques iPhone.

### Comment est-il possible de se différencier dans la masse d'accessoires qui inondent le marché ?

Nous proposons des concepts complets permettant de créer des rayons efficaces à la fois pour le consommateur comme pour le distributeur, le tout avec une valorisation maximale à la clef. Pour citer un exemple, il y a le rayon réseau à domicile qui va proposer tout ce qui est nécessaire depuis la prise CPL, en passant par les câbles, les filtres et toute la connectique associée. Nous faisons de même pour l'accessoire mobile, avec un rayon dans lequel on trouvera tout le nécessaire au bon fonctionnement de ses appareils nomades. Nous en avons d'ailleurs dérivé

récemment avec succès le concept énergie qui va permettre d'alimenter tous les appareils, notamment avec du solaire. Par ailleurs, nos produits sont qualitatifs car développés en interne et ils plaisent car nous concevons aussi le design chez nous ou avec des cabinets externes. Omenex compte désormais une quarantaine de salariés pour un chiffre d'affaires qui devrait dépasser les 12 millions en 2010 avec une progression de l'ordre de 35 %.

### Quels sont les avantages que vous offrez à la distribution ?

Nous sommes en distribution directe, ce qui simplifie beaucoup de choses surtout sur une famille de produits aussi complexe à gérer. Notre force commerciale se compose de 15 personnes, en partie sur le terrain, et notre logistique nous est propre avec une surface d'entrepôt de 5 000 m<sup>2</sup> ce qui nous permet de livrer en 48 heures, soit directement le magasin ou son entrepôt

centralisé. Nous pouvons aussi nous occuper d'un rayon à tous les niveaux pour en assurer la cohérence par l'actualité des références, des plans de merchandising, le remplissage automatique, etc. Nous pouvons créer des concepts de linéaires qui garantissent une rentabilité maximale en rendant l'accès aux produits visible et simple au consommateur. L'idée de base étant qu'un client trouve rapidement l'accessoire qu'il est venu chercher et ce quel qu'il soit.

### En quoi vos produits se distinguent-ils des autres ?

Déjà, nous avons su créer de la valeur par le design, notamment sur des familles de produits où cet aspect joue un rôle primordial. On peut citer par exemple un partenariat avec Christian Audigier pour une ligne d'accessoires pour téléphones mobiles. Pour le son, nous misons sur nos propres développements et sur des partenaires qui travaillent en étroite collaboration avec les studios d'enregistrement. Cela nous permet de proposer une gamme de casques et d'enceintes qui offrent une excellente écoute. Notre leitmotiv est d'ailleurs plus généralement la meilleure qualité au meilleur prix. Pour le réseau, nos produits CPL développés par LEA garantissent là encore une qualité sans faille. Si on combine cette recherche du design et de la qualité à notre capacité à offrir des lignes d'accessoires complètes avec des concepts cohérents par secteur, nous disposons au final d'une offre unique pour le marché.



# 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](http://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 !

# Pogoplug

## Sur le Web et sur l'iPhone



**F**ondée en 2007 par des entrepreneurs du monde des médias numériques et de la sécurité, Cloud Engines est située à San Francisco. La société veut changer la façon dont les contenus personnels sont stockés et diffusés sur Internet. Pour ce faire, le constructeur a lancé le Pogoplug, disponible aujourd'hui dans sa version deux. Ce périphérique permet de connecter jusqu'à quatre disques durs. Les données sont alors accessibles sur le réseau domestique mais également sur Internet. Une interface Web permet de partager et gérer sa bibliothèque multimédia (photo, vidéo et musique). L'utilisateur peut aussi créer des accès pour sa famille ou ses amis. Le contenu peut même être consulté depuis un iPhone. Le Pogoplug est d'ores et déjà disponible au prix de 99 euros.

# Iiyama voit grand



**L**e spécialiste des écrans LCD présente deux nouveaux modèles d'une diagonale de 27 pouces. Il s'agit des ProLite E2710HDS-B1 et E2710HDS-B1. Derrière ces noms quelque peu barbares, il faut distinguer une petite différence, à savoir la présence d'une prise HDMI sur le premier. Ces deux écrans affichent une résolution Full-HD (1920 x 1080) avec un temps de réponse de 2 ms. Le contraste annoncé est de 1000 :1, avec une luminosité de 400 cd/m2. Ces deux moniteurs permettront de profiter pleinement des vidéos en HD et des jeux de dernière génération. Garantis trois ans, les deux écrans sont disponibles au prix respectif de 349 euros et 329 euros.



# Nouvelle orientation pour Splinter Cell

**P**rès de quatre ans après le dernier volet, Double Agent, la série Splinter Cell fait son grand retour avec ce titre qui devrait marquer un nouveau départ pour la série. On retrouve ici Sam Fisher, plus âgé, trahi par son ancienne agence et qui va devoir tout faire pour mettre à mal un dangereux complot terroriste. « Ce nouveau volet est plus sombre que les précédents », situe Thomas Painçon, Chef de groupe Games chez Ubisoft. « Il est aussi davantage porté sur l'action et s'avère plus brutal que les autres jeux de la série ». Une volonté de faire évoluer une série dont le gameplay strictement infiltration commençait à se montrer quelque peu rigide ? « Le joueur peut choisir de miser sur l'infiltration comme dans les anciens jeux ou bien de privilégier l'action. L'objectif en faisant évoluer le gameplay est aussi de faire venir aujourd'hui de nouveaux joueurs à la série ». Lancée en 2002 sur Xbox, la série Splinter Cell s'est depuis vendue à environ un million d'exemplaires en France, ce qui en fait l'un des poids-lourds du catalogue Ubisoft. Attendu de longue date comme un vrai renouvellement de la saga, Conviction affiche un souci de renouveau, jusque dans les détails de sa mise en scène. « L'aspect cinématographique du jeu est bien plus développé qu'auparavant, avec par exemple ces objectifs qui s'inscrivent directement dans le décor du jeu ». L'interaction avec le décor est également plus développée puisque l'on peut utiliser les éléments qui entourent le personnage en guise d'armes contextuelles. Plus violent qu'autrefois, avec par exemple des séquences d'interrogatoires musclées, Splinter Cell



Conviction est classé PEGI 18, alors que ses prédécesseurs dépassaient rarement le cap du PEGI 16. « Splinter Cell est en fait complètement en phase avec l'image que l'on peut avoir actuellement d'un agent secret, moins lisse et plus viscérale que dans les clichés d'autrefois ». Sur le plan du multijoueurs, le titre proposera différents modes jouables à deux simultanément (Chasseur, Infiltration, Survie...) dont une section coop (écran splitté ou en ligne) basée sur des niveaux spécifiques. Exclusivité Xbox 360 oblige, le jeu devrait profiter du soutien de Microsoft, via par exemple un bundle réunissant le jeu et la console. Ubisoft va mettre en place un important dispositif marketing, dont le maître-mot sera de transmettre l'image plus sombre et orientée action de ce Splinter Cell nouveau. Une démo jouable sera





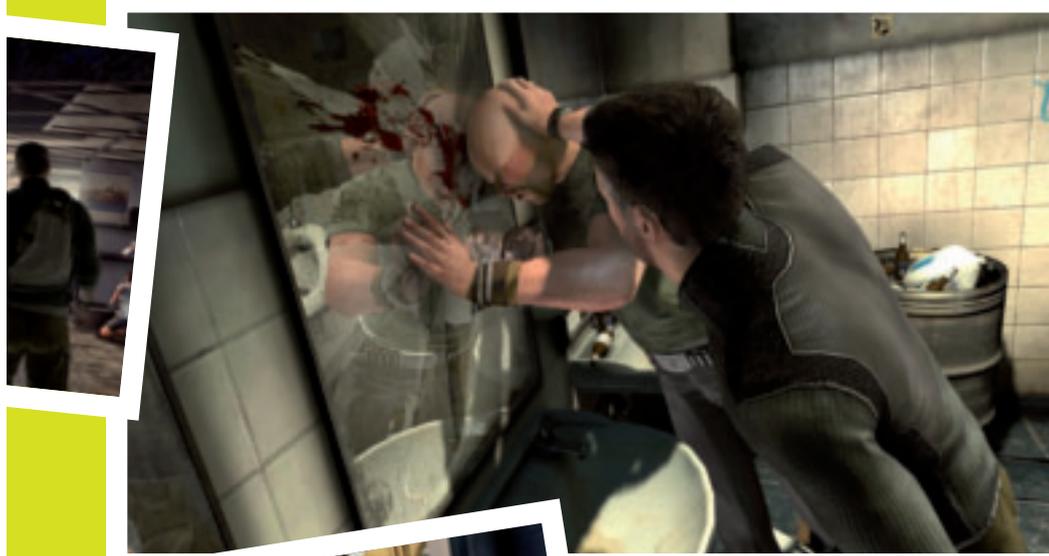
# KEF

## Elégance et immersion

Intégrer le meilleur du son dans le salon sans le défigurer, c'est le défi que KEF s'est lancé. C'est dans cette optique que le spécialiste de l'audio propose son système 5.1 KHT8005. Il comprend une barre son, un caisson de basses et deux satellites. La barre intègre sept haut-parleurs équipés de la technologie Uni-Q qui, selon KEF, permet une dispersion homogène du son où que l'on soit placé dans la pièce. Son rôle est de restituer les voies

de gauche et de droite ainsi que celle provenant du centre. Du point de vue esthétique, la barre son arbore un design épuré qui s'accordera avec la majorité des écrans plats et s'intégrera parfaitement avec le salon. Destiné au téléviseurs de 42 pouces et plus, le système KHT8005 est disponible au prix de 1 350 euros. À noter qu'une version pour les TV de 32 pouces est également disponible (KHT7005) à 1 000 euros.

# Splinter Cell

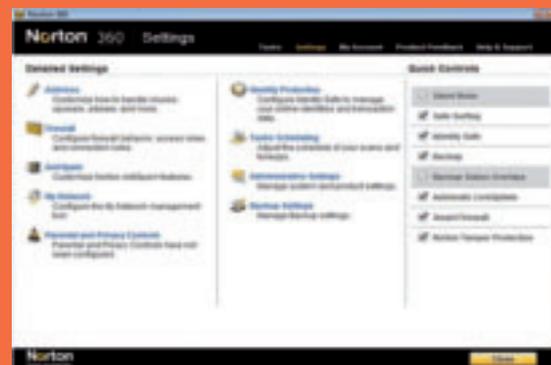
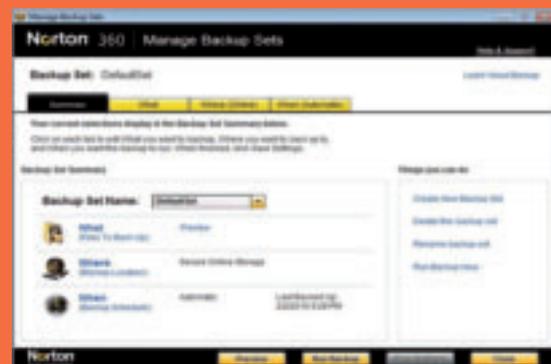
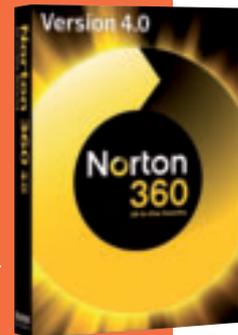


publiée début avril, notamment soutenue avec une campagne sur Internet et en presse. Un plan en TV (chaînes cabsat et TNT) sera déployé en teasing une semaine avant le lancement puis durant les trois semaines suivant la sortie du jeu. Tom Clancy's Splinter Cell Conviction sera publié le 15 avril sur PC et Xbox 360. Ubisoft annonce une mise en place totale d'environ 200 000 pièces.

## Évolution stratégique pour Norton 360



Symantec vient de publier la version 4.0 de sa suite de protection Norton 360. Une nouvelle édition placée sous le signe des passerelles avec les smartphones, le logiciel incluant cette fois-ci de nouvelles applications destinées à sécuriser les échanges avec iPhone, Android et le futur iPad. À l'instar de Norton Online Backup, le logiciel permet d'accéder de manière sécurisée avec ces appareils aux données enregistrées à distance. Outre un focus sur la sécurisation dans le cadre de l'utilisation des différents réseaux sociaux, cette nouvelle évolution du logiciel inclut également la technologie basée sur la réputation (déjà utilisé fin 2009 dans Norton Internet Security et Norton Antivirus 2010) qui permet d'identifier les programmes malveillants non encore détectés et les menaces actuelles les plus périlleuses. Les différentes fonctions de Norton 360 sont ici mises à jour comme PC Tuneup qui permet d'optimiser les performances du PC, ou encore le très pratique Smart Start-up Manager qui rend le démarrage de la machine plus rapide. Le nouveau Norton 360 est disponible en version standard au prix de 89,99 euros avec 2 Go de capacité de stockage en ligne (licence trois postes ou 79,99 euros pour un seul appareil). La version Premium (99,99 euros) propose 25 Go de stockage. L'éditeur le propose aussi en téléchargement sur son site.





SAISON salon

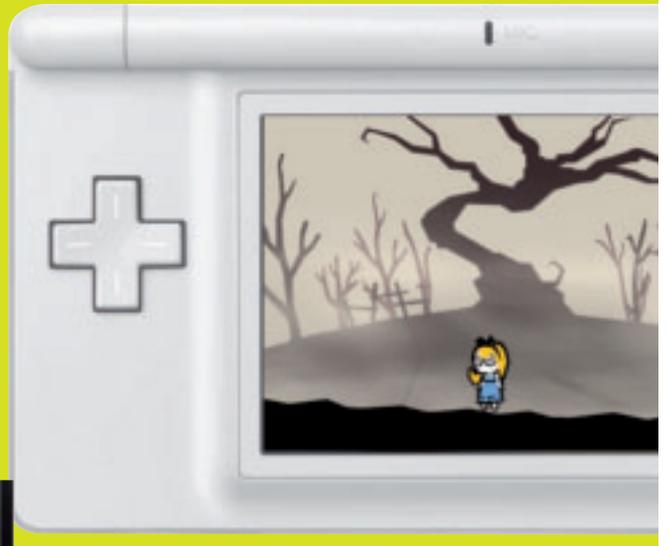
News



# Alice traverse l'écran

Disney Interactive Studios publiera le 25 mars un jeu vidéo basé sur l'univers d'Alice au Pays des Merveilles, prochain film de Tim Burton (Edward aux Mains d'Argent, Charlie et la Chocolaterie...), attendu en salles pour le 24 mars. Le titre, signé par le studio lyonnais Etranges Libellules (Arthur et les Minimoys, Asterix XXL 2...) sort sur PC, Wii et Nintendo DS. Film et jeux mettent en scène Alice, désormais âgée de 19 ans, qui retourne dans le monde fantastique qu'elle avait exploré lors de son enfance. Un scénario principalement basé sur De l'autre Côté du Miroir, roman qui fait suite à l'œuvre originale, dans lequel Alice a perdu le souvenir de son premier voyage dans le monde imaginaire. Elle va donc y retrouver plusieurs années plus tard la galerie de personnages

uniques imaginés par Lewis Carroll comme Le Chapelier Fou (Johnny Depp dans le film), le Lapin Blanc, Le Valet de Cœur ou encore la Chenille et devra mettre fin au règne de terreur de la Reine Rouge. Ce n'est pas Alice mais ces personnages hauts en couleurs que les jeux vont permettre de contrôler. « Nous avons très rapidement décidé



# Sony

## La 3D au printemps



La technologie 3D était incontestablement au centre de toutes les discussions lors du CES 2010. Sony confirme aujourd'hui son engagement dans ce domaine en élargissant son offre avec des produits compatibles 3D. Ainsi, le constructeur japonais a annoncé deux lecteurs Blu-ray (BDP-S470 et BDP-S570) qui seront capables de lire les films Blu-ray 3D. Sony précise toutefois que le modèle S470 nécessitera une mise à jour logicielle pour le rendre compatible. Ces lecteurs pourront également se connecter à Internet et permettre de regarder les sites de rattrapage des chaînes de télévision. En France, ce sera le contenu M6 Replay qui sera disponible sur les nouveaux lecteurs Blu-ray. En outre, les systèmes home cinéma 2.1 et 5.1 (BDV-E370 à 500 euros, BDV-E970W à 800 euros, BDV-F500 à 500 euros et BDV-F700 à 700 euros) seront compatibles 3D. Dernier maillon de la chaîne, le téléviseur Bravia LX900 sera l'un des premiers modèles à intégrer la technologie 3D d'ici deux à trois mois. Les lecteurs BDP-S470 et BDP-S570 seront disponibles respectivement en avril et mai au prix de 220 et 250 euros.



# Lenco

## Cook & Play

À ne pas confondre avec une hotte aspirante, le KDV, pour Kitchen DVD Player s'adresse à ceux qui passent du temps dans une cuisine étriquée. L'appareil se fixe sous un meuble haut, intègre un téléviseur LCD, un lecteur DVD, un tuner TNT/FM, deux haut-parleurs, une horloge et une fonction réveil. Le KDV-309 propose un écran de 22,5 cm (640 x 234) rotatif à 180 degrés contre 25,5 cm (800 x 480) pour le KDV-310. Les deux systèmes se pilotent à l'aide de la télécommande fournie. Ils sont disponibles dès à présent au prix de 199 euros pour le KDV-309 et 259 euros pour le KDV-310.





que le joueur ne contrôlerait pas Alice, mais les autres personnages », explique Etranges Libellules. « C'est lorsque nous avons commencé à travailler sur le chat de Chesbire, capable de se rendre invisible, que nous avons vraiment décidé que le joueur pourrait monter une équipe de personnages aux compétences diverses qui guideraient et protégeraient Alice pendant son aventure ». Les versions PC et Wii, qui s'annoncent assez proches, peuvent être jouées à deux en coopération. Selon l'éditeur, le titre est accessible aux moins de 12 ans, « accompagnés d'un adulte ». La version Nintendo DS est assez différente, avec un graphisme plus stylisé, un gameplay plus orienté puzzles et un cœur de cible un peu plus âgé, à savoir les neuf à 14 ans selon l'éditeur. Les développeurs lyonnais ont travaillé en relation avec Tim Burton. « Nous sommes restés en contact tout au long du développement pour prendre en compte ses éventuels commentaires et échanger des idées entre chaque rencontre », explique Etranges Libellules qui a rencontré le célèbre réalisateur dès le début du processus de développement. « Nous voulions savoir quels étaient pour lui les éléments les plus importants du monde d'Alice qu'il essayait de créer. Cela nous a énormément aidés à prendre des décisions de design, essentielles dès le début du projet, et à orienter le jeu dans la direction voulue ». Pour soutenir ce lancement qui prendra place en même temps que la sortie du long-métrage en salles, l'éditeur va communiquer via une campagne d'affichage en synergie avec le film, sur les sites Internet spécialisés ainsi qu'en TV via un sponsoring de la chaîne Gulli.

## Civilization

### La suite en chantier

**2**K Games vient d'annoncer que le développement de Sid Meier's Civilization V était actuellement sous la responsabilité de Firaxis Games. Cette série fondatrice dans le domaine de la stratégie tour par tour accueillera plusieurs nouveautés comme l'annonce l'éditeur à l'image d'un système de combat « entièrement renouvelé » ou des interactions diplomatiques plus développées qu'autrefois. Civilization V, dont le développement est toujours supervisé par Sid Meier (le créateur du jeu original), comprendra par ailleurs de nombreuses fonctionnalités communautaires comme l'annonce Christoph Hartmann, Président de 2K : « un hub communautaire in-game permet aux fans de Civ de partager leurs points de vue et de s'affronter sans devoir quitter leur partie ». Le jeu promet également une réalisation réactualisée avec un nouveau moteur graphique et une visualisation des différents leaders qui vont interagir directement avec le joueur dans des séquences en plein écran. Apparue il y a une vingtaine d'années sur PC, la série Civilization fera prochainement son apparition sur réseaux sociaux, Firaxis Games développant aussi actuellement une déclinaison du jeu pour Facebook intitulée Civilization Network.



## Storex sur ma télé

**S**torrex vient de lancer une passerelle multimédia pour diffuser à moindre frais tout le contenu audio, vidéo et photo de la maison. La MyTV Box est très compacte puisqu'elle ne mesure que 17 cm sur 12. Elle saura donc se montrer discrète, d'autant que son design reste très sobre. Elle est compatible avec tous les formats haute définition et dispose d'une sortie HDMI 1.3. Pour alimenter l'appareil en fichiers multimédia, l'utilisateur pourra passer par le lecteur de carte mémoire, les deux prises USB host et la prise réseau (WiFi en option). La MyTV Box peut également se connecter à Internet pour profiter de contenu en ligne comme Youtube, Picassa, etc. La MyTV Box est disponible à 99 euros.



## Devolo met le turbo

**L**e spécialiste du courant porteur en ligne vient d'annoncer des nouveaux adaptateurs CPL à 500 Mbits, compatibles IEEE P1901. Devolo promet des débits pouvant atteindre 150 Mbits réels. Ainsi, l'utilisateur pourra lire simultanément quatre vidéos en haute définition, ce qui présente peu d'intérêt et surtout copier par le réseau bien plus vite. Devolo devance ainsi les fournisseurs d'accès

Internet avec leurs futures offres à très haut débit en fibre optique (100 Mbits). « En annonçant notre nouvelle génération d'adaptateurs CPL en 500, nous voulons montrer que la technologie dLAN est la solution incontournable pour créer son réseau domestique », remarque Heiko Harbers, PDG de Devolo. « Nous complétons aussi notre gamme de produits en 200 Mbits avec des solutions innovantes telles que le CPL dLAN 200 AV Wireless N et le CPL dLAN 200 AV USB Extender. » Il s'agit d'étendre le réseau CPL par une zone WiFi ou de connecter au réseau en USB des périphériques comme une imprimante ou un disque dur externe. « Par ailleurs, la compatibilité de nos produits avec la norme internationale IEEE P1901 et notre garantie de trois ans sont des gages de qualité et de sécurité très importants pour nos partenaires », conclut-il. Les premiers produits seront disponibles dès le mois de Septembre.



## Hama prend le volant

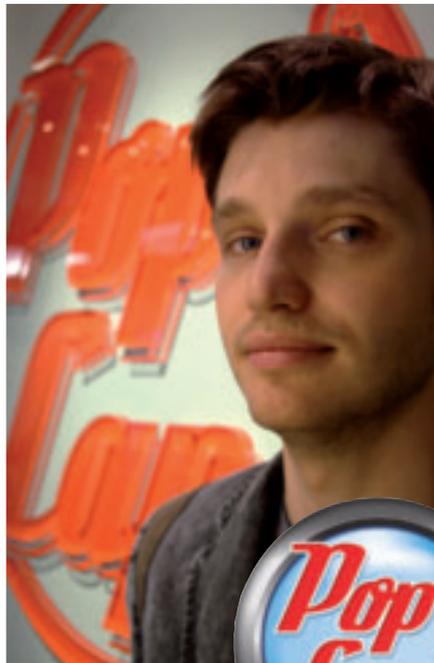
**H**ama vient d'annoncer la disponibilité de son volant Bluetooth pour la Wii. Le style simpliste et le blanc dominant du Thunder V24 reste en ligne avec la console de Nintendo. L'accessoire de jeu sans fil présente toutefois nombre de détails qui en feront un must-have pour les joueurs, comme la synchronisation automatique grâce au bouton « Sync », les effets vibratoires, la présence d'une boîte de vitesse et d'un pédalier, l'ensemble des touches de la Wiimote sur le volant ou la mise en veille automatique. Le Thunder V24 offre une portée pouvant atteindre 40 mètres et propose différents systèmes de fixation, pour jouer aussi bien le volant sur les genoux que fixé à une table. Le Thunder V24 est disponible au prix de 79,99 euros.



# PopCap Une

SAISON  
salon

Interview



Entretien avec

**John Vechey**  
Co-fondateur de PopCap

En 2000, trois jeunes de Seattle (États-Unis) fondaient avec PopCap une petite entreprise qui allait progressivement s'imposer comme l'un des leaders sur le marché du casual gaming. Focalisé dans un premier temps sur les jeux PC en ligne, l'éditeur a ensuite proposé avec brio ses hits comme Bejeweled ou Zuma sur de nombreuses autres plates-formes, dont dernièrement un titre sur Facebook. Rencontre avec John Vechey, l'un des fondateurs de PopCap. *par Patrick Hellio*

travaillent dans nos locaux de Seattle, une petite soixantaine à Shanghai, environ 40 dans notre structure à Dublin, sept à Vancouver, deux à San Francisco et enfin deux à Chicago. Notre catalogue de jeux complets à télécharger sur PC comprend 45 titres, mais on compte au total des centaines de références en cumulant les différentes versions des jeux pour les diverses plates-formes.

**Sur quelles machines trouve-t-on vos jeux et sur quels marchés mondiaux êtes-vous présents ?**

Nous travaillons sur pratiquement toutes les machines, depuis le PC bien sûr mais aussi évidemment le Mac, les consoles de salon via PlayStation Network et Xbox Live Arcade, la Nintendo DS via deux jeux sur le DSiWare américain et des jeux en magasins, jusqu'à l'iPhone et l'iPod Touch. Nos titres sont également distribués sur Steam. Nous sommes désormais présents sur les plates-formes sociales via Bejeweled Blitz, une version spécialement conçue pour être jouée via Facebook. Nous avons lancé en juin dernier nos premiers jeux Mac en version localisée en Français avec Plantes contre Zombies et Zuma's Revenge. Côté distribution, les jeux PopCap sont commercialisés dans le monde entier. L'Europe doit représenter environ 25 % de notre business, l'Asie environ 3 ou 4 % et tout le reste se fait sur le marché américain. Notre objectif sur 2010 est de développer fortement nos performances sur le marché européen.

**Êtes-vous en contact avec les portails Internet pour la distribution de vos jeux ? Vous êtes-vous par exemple rapprochés d'opérateurs Internet pour distribuer vos jeux en télévision interactive ?**

En plus de notre propre site, nos jeux sont accessibles sur les principaux portails grand public sur le Web. Pour ce faire, nous travaillons avec des agrégateurs de contenus

**JDLI : Que signifie le nom PopCap ?**

John Vechey : Nous voulions que la société porte un nom qui soit fun et simple à retenir ! Lorsque nous avons créé l'entreprise en 2000, elle s'appelait Sexy Action Cool. Nous développions alors uniquement en B to B des jeux sur Internet pour d'autres sociétés. Au moment de vendre Bejeweled directement aux consommateurs, nous avons compris que le nom Sexy Action Cool n'était pas idéal pour s'adresser au grand public, qui pouvait penser que nous donnions dans le jeu érotique ! Il était important pour nous de ne pas avoir les termes Games ou Gaming dans le nom, ce qui n'aide pas toujours pour se distinguer. Une « pop cap » est le bouchon d'une bouteille de soda, un mot qui sonne bien et évoque la fête.

**Dix ans après sa création, que représente aujourd'hui votre société ?**

PopCap est le leader du secteur du casual gaming, nous sommes développeurs et éditeurs de nos jeux et présents sur la plupart des machines de jeu sur le marché. Notre ligne éditoriale consiste à nous adresser à tous les types de joueurs en mettant au point des titres très simples d'accès, addictifs, mais qui proposent aussi du challenge pour les joueurs avertis. Nous distribuons des jeux jouables en ligne ou téléchargeables gratuitement pour tester le gameplay, les utilisateurs sont libres de passer ensuite à la version payante du titre, plus complète, en téléchargement. PopCap emploie environ 280 personnes à travers le monde. 175 personnes





# e décennie de jeux casual

comme Metaboli par exemple, qui incluent nos jeux au sein d'une offre globale. Les portails n'ont pas forcément envie d'avoir des dizaines de partenaires différents à gérer et préfèrent passer des accords avec des intermédiaires. En ce qui concerne le jeu sur la télévision via le haut débit, il y a encore et toujours le problème du hardware qui n'est pas spécialement adapté au jeu. Nous avons cela dit déjà procédé à des expérimentations dans le domaine. Par ailleurs, notre jeu Bejeweled est jouable sur les bornes interactives de certaines compagnies aériennes...

## Développez-vous tous vos jeux en interne ?

Pas tous, mais la plupart de nos développements se font en effet en interne, car nous trouvons assez difficile de travailler avec des structures tierces. Pour la simple et bonne raison que nous sommes très réactifs au cours du processus de développement et que nous procédons à de nombreux allers et retours et changements au cours de la création d'un jeu. Il est plus difficile à faire admettre à une équipe

externe de lui faire reprendre l'interface d'un jeu pour la quatrième fois consécutive ! Nous prenons par ailleurs beaucoup de temps en interne pour essayer de définir ce qui fait un bon jeu sur chacune des plates-formes sur lesquelles nous travaillons. S'il nous arrive de travailler avec des studios externes, c'est plutôt sur des suites ou des adaptations et jamais sur de nouvelles propriétés intellectuelles, que nous développons uniquement en interne.

## À ce propos, êtes-vous propriétaires de tous les titres de votre catalogue ?

Tout à fait. Un aspect important de notre activité consiste à inventer de nouvelles propriétés intellectuelles sur notre plate-forme de référence, à savoir le PC, puis de les décliner, si le succès est là, sur les autres machines de jeu. Cette phase d'expérimentation peut être assez longue, puisque par exemple la conception de Plantes contre Zombies a pris plus de trois ans pour être mis au point dans sa version PC ! Cela représente évidemment un certain investissement mais même en cas d'échec, un projet de ce genre représenterait une perte acceptable, bien plus que dans le cadre d'une parution en cartouche sur console par exemple. À l'inverse, en cas de succès comme c'est le cas sur ce titre précis, on peut adapter par la suite le principe du jeu sur d'autres plates-formes et donc très largement rentrer dans nos frais...

## Un jeu qui rencontre le succès sur PC va-t-il systématiquement fonctionner sur les autres plates-formes ?

Certains titres vont mieux fonctionner sur une plate-forme que sur les autres. Mais, en général, si un de nos jeux fait un succès en téléchargement sur PC, on sait que cela signifie qu'il dispose d'un fort potentiel pour les autres formats. Une fois que les fondamentaux du gameplay ont été élaborés pour la version PC, les adaptations sur d'autres machines de jeu se font plus facilement, il suffit alors de se concentrer sur les spécificités techniques de la plate-forme. L'investissement pour ces adaptations est donc moins conséquent par la suite. À l'heure actuelle, le PC reste donc notre plate-forme d'expérimentation mais nous allons probablement commencer prochainement à expérimenter aussi sur d'autres machines comme l'iPhone par exemple.

## Que représente l'investissement pour développer un jeu PopCap ?

Cela dépend des titres. Par exemple, pour Plantes contre Zombies, le cœur de l'équipe de développement était composé de quatre personnes, un game designer, sa petite amie qui a composé musiques et bruitages, un programmeur et un artiste... Le jeu a pris trois ans pour être développé. Bejeweled Blitz, la version Facebook du

jeu, nous a par exemple pris deux mois de développement car nous avons déjà le jeu original. Nous avons par ailleurs un très important département de test qualité, avec un responsable attitré dès le début d'un projet et une équipe qui augmente au fur et à mesure de la progression du développement. Ils s'assurent notamment que le jeu pourra convaincre aussi bien les néophytes que les gamers. Environ 15 % du temps de développement d'un jeu est consacré à l'aspect tutorial, à l'apprentissage du gameplay. Globalement, nous réfléchissons à la manière de travailler aussi sur des plannings de développements plus courts que pour des titres comme Plantes contre Zombies par exemple. Trois ans, cela peut être bien long pour les équipes de création.

## Quel est à ce jour votre best-seller ?

Il s'agit de Bejeweled, le tout premier jeu que nous avons publié il y a 10 ans et qui a tout récemment passé le cap des 50 millions d'exemplaires vendus dans le monde. Si l'on compte les versions gratuites et autres déclinaisons non comptabilisées, cela représente encore bien plus. Bejeweled fait partie du top 10 des plus grandes franchises du jeu vidéo et il a reçu une récompense dans le Guinness Book des records du jeu vidéo 2010 en tant que puzzle game le plus populaire du siècle.

## Le classement de vos ventes est-il le même dans tous les pays ?

On note certes des différences dans les classements, par exemple en Angleterre Bejeweled et Plantes contre Zombies rencontrent un très grand succès, alors qu'en France c'est Zuma qui est notre jeu le plus populaire. On sent de petites différences de sensibilité, mais les tendances sont fondamentalement les mêmes.

## Quelle politique suivez-vous en ce qui concerne le prix des jeux ?

Cela dépend principalement de la plate-forme. Nous faisons pas mal d'expérimentations en ce qui concerne le prix de nos jeux, sachant que nous ne nous positionnons jamais dans les tarifs les plus bas sur une plate-forme. Disons que nous nous situons dans les prix moyens sur chaque machine. Afficher des prix trop bas n'est pas bon pour la perception du jeu par le public et nous ne tenons pas à être identifiés comme un éditeur discounteur. À l'inverse, il ne s'agit pas d'être trop cher car nous nous adressons vraiment au grand public.

## Comment parvenez-vous à adresser grand public comme joueurs avertis ?

Nous nous efforçons d'abord de proposer nos jeux sur le plus grand nombre de machines, en téléchargement et en magasins. De par leur conception, nos jeux font un peu le lien entre ces deux publics car nos titres sont conçus pour s'adresser à tous les types de joueurs. La manière dont sont distribués les jeux est bien sûr importante. Prenons l'exemple de Peggle, un jeu très coloré, très second degré de la part des développeurs mais dont l'esthétique pouvait ne pas répondre aux canons des hard core gamers. On a une licorne et des arcs-en-ciel dans le jeu ! Nous avons donc travaillé avec Valve pour mettre au point une version du jeu habillée aux couleurs du jeu Team Fortress 2 et incluse au sein du pack Orange Box. Cela nous a permis de





salon

Interview

# PopCap



faire connaître le jeu auprès de la communauté des gamers Valve, cette version limitée du jeu invitant à découvrir notre jeu complet. Nous avons su que nous tenions quelque chose quand un responsable de chez Valve nous a envoyé un mail pour nous dire que Peggle ralentissait la productivité des équipes depuis deux jours !

## Pourriez-vous un jour développer des jeux plus orientés gamers ?

Nous ne ferons jamais de jeux exclusivement pour hard core gamers comme un GTA like et nous ne ferons certainement jamais non plus des simulations de course par exemple. En revanche, il faut se méfier de ces cloisonnements par catégories car il faut rappeler que Plantes contre Zombies est à la base un jeu de Tower defense, un type de gameplay qui se destine plutôt aux joueurs initiés. Nous allons continuer à questionner toujours plus le domaine des mécaniques de jeu, comme nous avons pu aussi le faire en partenariat avec Square Enix sur le titre Gyromancer, un jeu à mi-chemin entre puzzle et jeu de rôle qui est sorti fin 2009 sur PSN, XBLA et PC.

## Combien de jeux proposez-vous sur iPhone ? Quel regard portez-vous sur les machines Apple ?

Nous avons à ce jour cinq jeux disponibles sur App Store : Bejeweled 2, Plantes contre Zombies, Bookworm, Peggle et Chuzzle. C'est évidemment une plate-forme très importante pour nous et l'App Store a représenté une avancée phénoménale dans la distribution digitale. L'aspect connecté de la machine nous permet par ailleurs de développer l'aspect communautaire, ainsi Bejeweled 2 sur iPhone a reçu une mise à jour connectant le titre à Facebook pour partager ses scores avec ses contacts. Nous suivons aussi de très près l'annonce de l'iPad qui va, je pense, rencontrer un grand succès et sera une excellente plate-forme de jeu. Apple va probablement créer une nouvelle demande avec ce produit, qui va permettre de jouer dans des conditions particulièrement confortables. On pourra par exemple faire des titres jouables à deux simultanément, en positionnant la tablette comme un plateau de jeu d'échec. La machine devrait être idéale pour les jeux de stratégie par exemple. Nous prévoyons évidemment de publier des jeux spécifiquement dédiés à la machine.

## Considérez-vous Facebook comme une plate-forme de jeu à part entière ou un outil marketing ?

Jusqu'ici, nous l'avons surtout utilisé comme un support marketing qui nous a permis de promouvoir Popcap.com ainsi que nos applications iPhone. Pour l'avenir, nous avons à l'inverse le projet de développer notre offre de jeux sur Facebook avec un business model à part entière. Pour le moment, le jeu Bejeweled Blitz est totalement gratuit... À mon sens, Facebook peut effectivement être considéré

comme une plate-forme de jeu à part entière et le rachat de Playfish par Electronic Arts pour 400 millions de dollars prouve à quel point les enjeux y sont importants. Facebook va nous aider à développer l'aspect communautaire autour de nos jeux, ce que nous avons jusqu'ici plutôt négligé. Voir sur Facebook les scores que font vos contacts sur un de vos jeux a un aspect très motivant. Le jeu vidéo est toujours plus amusant lorsqu'il prend une dimension sociale et Facebook va être incontournable cette année dans le domaine du jeu sur Internet.

## Y a-t-il des restrictions techniques au développement de jeux sur Facebook ?

Facebook nous limite aujourd'hui globalement à ce que la technologie Flash nous permet de faire. Mais je pense qu'avec le temps, Facebook va s'ouvrir à de plus en plus de supports différents, à l'image de ces passerelles avec les consoles de salon ou l'iPhone, et que l'interface va donc être amenée à évoluer. À terme, je pense que Facebook ou un équivalent sera présent dans tous les jeux et sur toutes les plates-formes.

## Comment imaginez-vous le futur de PopCap ?

Je pense que dans les trois ou quatre ans qui viennent, tous nos jeux seront connectés entre eux, les joueurs vont être de plus en plus en contact entre eux et cela va nous permettre de développer un véritable écosystème PopCap. Nous souhaitons par ailleurs continuer à décliner nos jeux sur la plupart des machines présentes sur le marché.

## Que représente votre activité côté jeux physiques ?

C'est une part importante de notre business aux États-Unis mais aussi en Europe, car on sait qu'une part non négligeable des consommateurs préfère toujours avoir une version physique du jeu qu'ils achètent. En France, nous travaillons avec Mindscape, qui connaît bien le marché des jeux casual, pour la distribution de nos jeux sur PC et sur Mac. Notre offre en retail reprend les versions complètes de nos jeux, que l'on peut également acheter en dématérialisé, il ne s'agit donc pas de développements spécifiques mais plutôt d'un mode de diffusion complémentaire. Nous développerons cette activité tant qu'il y aura de la demande. Outre le PC et le Mac, nous avons publié plusieurs jeux retail sur Nintendo DS aux US avec un

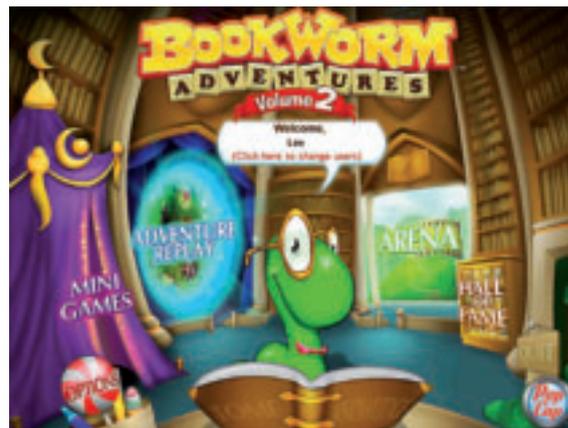
certain succès. Amazing Adventures sur DS a été publié en Europe par Ubisoft fin 2009, c'est notre premier jeu physique sur consoles en Europe.

## Le marché de la Nintendo DS n'est pourtant pas facile actuellement...

C'est vrai et nous avons même été à deux doigts d'annuler la sortie de Bejeweled Twist ! Pourtant, il a rencontré un franc succès et a même été classé numéro deux des ventes pendant quelques semaines aux États-Unis. La DS a toujours un potentiel intéressant sur le créneau du casual gaming car on sait que Nintendo est historiquement très impliqué dans le domaine.

## Avez-vous une filiale en France ?

Pour le moment, nous avons uniquement un bureau européen à Dublin mais pas encore de filiales dans les autres pays. C'est depuis ce bureau en Irlande que nous travaillons les différents marchés locaux. Il faut identifier le bon moment pour ouvrir une filiale, cela représente un coût certain mais c'est indiscutablement dans nos plans à terme, notamment en France. C'est indispensable pour réussir l'objectif que nous nous sommes fixé, notamment en termes de croissance sur le marché européen et de visibilité de nos titres.



L'ÉVÉNEMENT **TRADE**  
EUROPÉEN DU **JEU VIDÉO**

# Cannes the place to be

CANNES LA PRÉSENCE DES GRANDS **ACTEURS**  
**EUROPÉENS DU JEU VIDÉO**

**2 500** PARTICIPANTS

**3 500** RENDEZ-VOUS ORGANISÉS  
SUR **3 JOURS**

**12** PAYS REPRÉSENTÉS

France, Italie, Espagne, Belgique, Royaume-Uni,  
Portugal, Russie, Allemagne, Luxembourg, Suisse,  
Canada, Pays-Bas

## idef

INTERACTIVE &  
DIGITAL  
ENTERTAINMENT  
FESTIVAL



# CANNES

PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES - **29/06 > 01/07 2010**

Votre contact : Mélanie RIDEAU  
01 76 77 15 45 • [melanie.rideau@comexposium.com](mailto:melanie.rideau@comexposium.com)

Un événement / An event  
**comexposium**

Société par Actions simplifiées au capital de 60 000 000€  
316 780 519 RCS Nanterre  
70 avenue du Général de Gaulle - 92058 PARIS LA DEFENSE cedex

**S.E.L.L.**  
SYNDICAT DES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS



## Microsoft Notebook Cooling Base

### Support ordinateur portable

Quand il est beaucoup sollicité, un ordinateur portable se voit confronté à un problème de taille avec son fort dégagement de chaleur. Il est dû au processeur mais aussi au disque dur et à la carte graphique. Il suffit d'encoder une vidéo pour s'en rendre compte immédiatement. Outre la perte d'énergie, la chaleur nuit également aux composants. Et pour couronner le tout, il est parfois carrément impossible de poser l'ordinateur sur ses genoux. C'est là qu'intervient ce support doté d'un ventilateur qui évacue l'air chaud par les côtés. L'alimentation est assurée par un câble USB que l'on branche sur l'un des ports de l'ordinateur. Toutefois si le système est très efficace pour le refroidissement, il faudra en contrepartie s'accommoder d'un bruit relativement important. Utilisable sur les genoux ou posé sur un bureau, le Cooling Base dispose également d'une béquille pour surélever l'ordinateur. Toutefois celle-ci est un peu haute, on se retrouve avec les poignets cassés, un détail vite inconfortable pour la saisie !



#### Caractéristiques

Support refroidissant pour ordinateur portable, ventilateur central alimenté par USB, clip de rangement du câble, hauteur ajustable

Garantie 2 ans

Catégorie Entrée de gamme

Contact Microsoft France, tél : 0825 827 829

29€



## Built Cargo Camera Bag

### Sacoche

Si le reflex se vend mieux auprès des hommes que des femmes, c'est sans doute aussi en raison de son encombrement et de son côté techno peu chic. Sans tomber dans la psychologie de comptoir, on peut supposer que si certains hommes ont une relation émotionnelle avec leur reflex, les femmes lui trouvent moins de qualités sensuelles ! Built propose au moins de transporter son reflex avec style, ce qui pourrait lever quelques réticences. En forme de sac à main, on y loge très bien l'appareil et un objectif supplémentaire, pour cette version de taille moyenne. Un séparateur bien fait est livré mais c'est surtout la matière néoprène qui le distingue et lui permet de protéger efficacement l'appareil et ses optiques, tout en autorisant une forme qui nous change de la sacoche habituelle. On est vraiment plus proche du sac à main, même si une bandoulière permet aussi de le porter à l'épaule. Si les modèles prune et surtout rouge vif s'adressent principalement à une clientèle féminine, la version noire plus discrète ira à tous.



#### Caractéristiques

Sac pour appareil photo reflex et un objectif supplémentaire, séparateur, matière néoprène, bandoulière fournie

Garantie 1 an

Catégorie Haut de gamme

Contact Xtrium, tél. : 01 70 02 87 00

59€



## Samsung X520 I7P 410

### Ordinateur portable

Séduisant, ce notebook est habillé d'une coque laquée sur le capot et d'un cerclage chromé autour du châssis. À l'intérieur, le plastique mat domine et confère à l'ensemble un design très sobre. Le clavier chiclet est bien dimensionné, d'autant qu'un pavé numérique est intégré sans rogner sur la taille des touches. Aucun bouton d'accès direct n'est prévu, tout passe par une combinaison de touches. Le touchpad décalé sur la gauche est néanmoins relativement petit. Mais c'est surtout l'intégration de LEDs dans la même zone qui porte à confusion. On se surprend sans cesse à cliquer dessus plutôt que sur les boutons. D'autre part, les haut-parleurs intégrés au-dessus du clavier déçoivent. Ainsi, le rendu est trop aigu et agresse les oreilles, surtout à fort volume. Sans surprise, les performances sont modestes mais suffisantes pour un usage bureautique et un peu de multimédia. Toutefois, le processeur double cœur autorise le multitâche. De même, la carte graphique est un peu poussive. Enfin, l'autonomie s'avère très correcte pour la catégorie.



#### Caractéristiques

Processeur Intel Pentium SU4100 (1,3 GHz), mémoire 4 Go, écran 15,6 pouces (1366 x 768), puce graphique Intel GMA X4500, disque dur 320 Go, lecteur graveur DVD±R/RW, WiFi n, poids 2,09 kg

Garantie 1 an

Catégorie Milieu de gamme

Contact Samsung France, tél. : 0 825 08 65 65

699€



## Motorola Dext

### Téléphone mobile

Motorola revient sur le devant de la scène avec le Dext qui adopte le système d'exploitation Android. Ventripotent, il cache néanmoins un clavier intégral coulissant à l'instar du HTC Dream. La saisie y gagne grandement, avec des touches confortables qui feront le bonheur de ceux qui saisissent des e-mails sur leur téléphone. Relativement encombrant, le Dext bénéficie également d'un grand écran tactile suffisamment réactif et précis. Pour se démarquer de ses concurrents, Motorola propose le service Motoblur qui permet de gérer ses comptes Facebook et Twitter avec un seul identifiant et mot de passe. Le baladeur est plutôt basique, même si on pourra y accéder rapidement depuis la page d'accueil ou créer des listes de lecture. La photo est en revanche mieux lotie avec des clichés détaillés. Dépourvu de logiciel de navigation, le GPS est épaulé par Google Maps et pourra géo-localiser les photos. Enfin, l'autonomie est plutôt correcte, même en consultant régulièrement des informations sur le Web. Le Dext marque donc le retour de Motorola parmi les grands de la téléphonie mobile.



#### Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+, EDGE, Android Cupcake, écran 3,1 pouces, appareil photo 5 Mpx, baladeur audio/vidéo MP3, WMA, MPEG-4, WMV, H.264, A-GPS, Bluetooth 2.1, WiFi, mémoire 1 Go Mo et micro-SD, 114 x 58 x 15,6 mm/163 g

Garantie 2 ans

Catégorie Haut de gamme

Contact Motorola, tél. : 0 825 303 302

499€



## Philips HTS8161B

### Barre son Blu-ray

Avec une esthétique assez particulière mais plutôt épurée, l'ensemble HTS8161B associe une barre sonore de belle taille à un caisson de graves qui contient une grosse partie de l'électronique. L'élément central intègre évidemment un lecteur Blu-ray avec un système original pour insérer les disques. La partie centrale de la barre pivote légèrement pour dégager une fente d'introduction sur son côté droit. C'est amusant et paraît ne pas avoir d'inconvénient particulier. Les capacités de lecture d'une multitude de formats compressés, particulièrement en vidéo, seront naturellement très appréciables. Côté entrées, c'est l'abondance aussi bien en analogique qu'en numérique. En revanche, il est difficile d'accepter que le dock pour iPod soit en option, ce qui paraît mesquin sur un ensemble de ce prix ! À l'écoute en home cinéma, on découvre un son qui paraît manquer de haut-grave et de bas médium. Le caisson assurant réellement de l'extrême grave. La mise en avant du médium et de l'aigu est naturellement assez pénalisante pour les ambiances et le rendu sonore peut s'avérer fatiguant si on n'aime pas être bousculé. Le HTS8161B délivre donc un son assez caractérisé qui peut plaire ou pas suivant ses goûts, mais il est difficile de le trouver vraiment naturel. Il en est de même en écoute musicale. En revanche, la partie image est irréprochable avec un équilibre parfait en Blu-ray.



## Kodak EasyShare Z915

### Compact numérique

Le Z915 est assez logiquement plus volumineux que les compacts classiques, mais pour un modèle 10x cela reste tout à fait raisonnable. Première surprise, ce modèle n'est pas seulement automatique mais offre tous les modes pour expert jusqu'au totalement manuel. De quoi satisfaire ceux qui aiment peaufiner leurs réglages, une chose rare dans cette classe de prix. Naturellement, le point le plus attractif reste le zoom 10x qui est malheureusement dépourvu de vrai grand angle mais, côté positif, offre un téléobjectif vraiment puissant. Il est alimenté par deux éléments RG/AA, ce qui est une formule plutôt adaptée à une utilisation très grand public. En pratique, le Z915 fournit des images de bonne qualité quelle que soit la focale et c'est une bonne surprise, les zooms très puissants montrant fréquemment leurs limites, surtout lorsque le prix de l'appareil est modéré. Sans être un modèle pour passionné d'images, le Z915 pourra satisfaire la plupart des amateurs. Naturellement, ce n'est pas un champion des hautes sensibilités mais on peut aller jusqu'à 800 ISO pour des tirages de taille raisonnable et c'est déjà satisfaisant. Si on cherche un compact doté d'un zoom puissant mais à prix réduit, le Kodak Z915 est assurément le meilleur choix.



## MSI AE2220

### Ordinateur tout-en-un

Pour son troisième ordinateur tout-en-un, MSI passe d'un écran de 18,5 à 21,6 pouces. Il bénéficie d'une densité de pixels importante pour des images bien détaillées avec un excellent rendu global. Doté de la technologie multipoint, l'AE2220 offre une bonne sensibilité avec une précision qui est à même de rendre l'expérience tactile aussi agréable que possible. Le design est également réussi avec un cadre en plastique transparent qui fait tout le tour de l'ordinateur pour lui offrir un look très chic. Le clavier est basique mais il remplit bien son rôle grâce à des touches espacées très confortables. Par contre, la partie son déçoit avec un léger écho et des aigus trop appuyés qui rendent l'écoute fatigante, notamment à fort volume. Si les performances restent modestes, l'AE2220 suffit amplement pour travailler et se divertir d'autant que la carte graphique ION décharge en partie le processeur. À condition toutefois de bénéficier d'applications compatibles qui sont encore rares. En revanche, on pourra jouer à des jeux en 3D plus ou moins anciens.



## Sharp LC40LE700E

### Téléviseur

Le design de ce nouveau modèle reste très conventionnel, avec une finition seulement honorable. La nouvelle gamme du constructeur se démarque surtout par une consommation record (que nous avons mesurée en laboratoire), avec moins de 90 W sur la balance. C'est 20 % en dessous de la moyenne ! Voici donc un des premiers LED qui mérite vraiment le qualificatif d'écologique. Dans les jeux, la réactivité atteint elle aussi des records. L'action est fluide, les couleurs sont vives, bref, tout pour plaire à un joueur sur console. Dans les films en revanche, c'est moins convaincant. La HD est assez douce mais le vrai problème réside dans son manque de fluidité. En effet, le 100 Hz ne fonctionne pas en HD. Et malgré le 24p, il subsiste des saccades importantes. C'est dommage car le fonctionnement du 100 Hz en définition standard est irréprochable. À défaut, on peut activer le Movie Mode qui lisse un peu les trappings mais il fonctionne nettement moins bien que le Natural Motion de Philips. En haute définition toujours, l'image est assez propre, avec très peu de grain ou de fourmillements dans les aplats de couleurs. En définition standard, le rendu est plutôt bon. Là aussi, l'image est assez douce. Pour le reste, la dalle est assez bien réglée par défaut, avec un taux de contraste de 1800:1 dans les images claires. C'est très honorable à ce niveau de tarif.



#### Caractéristiques

Lecteur optique Blu-ray, DVD, CD, formats MP3, WMA, JPEG, DivX, Xvid, MPEG-2, MPEG-4, AVCH, WMV, MKV, entrées audio 4 lignes, optique, coaxiale, sorties vidéo composite, YUV, HDMI 1080p 24p, connexions USB, prise réseau Ethernet (pour BD Live seulement)

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

1199€

#### Caractéristiques

Capteur 10 Mpixels, écran 2,5 pouces, optique (équivalent 24x36) 35-350 mm stabilisée 10x, vidéo 640 x 480, support mémoire SD/SDHC + 32 Mo internes, 107 x 72,4 x 35,7 mm/220 g

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Kodak, tél. : 01 55 17 40 77

179€

#### Caractéristiques

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

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	MSI Computer, tél. : 01 64 76 49 49

799€

#### Caractéristiques

Technologie LCD/LED, taille 40 pouces, résolution 1920 x 1080, contraste 2 000 000 :1, luminosité 450 cd/m<sup>2</sup>, tuner TNT HD, connectiques 4 HDMI, 2 PériTel, VGA, YUV, USB host

Garantie	1 an
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Sharp, tél. : 08 20 85 63 33

1099€



Tom Clancy's  
Splinter Cell Conviction



Le 15 avril

Presque quatre ans déjà que Sam Fischer n'était pas apparu dans un nouveau Splinter Cell. Sam a pris quelques années et il ne travaille plus pour Echelon 3. Il se lance dans une enquête musclée pour mettre à mal une conspiration et un complot terroriste très dangereux. Si la composante infiltration, inhérente à la série, est toujours présente, ce nouveau Splinter Cell donne davantage de place à l'action et l'ambiance est plus noire. De nouvelles techniques de combat font leur apparition comme « marquer et exécuter » qui permet d'éliminer plusieurs ennemis simultanément.

PLAN MARKETING

Le plan de communication va comporter de la visibilité sur Internet et en presse. La parution de la démo jouable début avril y sera notamment soutenue. Par ailleurs, une importante campagne TV (chaînes TNT, cabsat) est annoncée, comprenant une phase de teasing d'une semaine avant le lancement du jeu, puis un plan de trois semaines.

MISE EN PLACE

150 000 exemplaires (version Xbox 360) et 50 000 (version PC).

Développeur	Ubisoft Montréal
Éditeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui

Prix publics conseillés Entre 50€ 65€ environ



Coupe du Monde de la  
FIFA, Afrique du Sud 2010



Avril

A l'occasion de la tenue de la Coupe du Monde de Football, Electronic Arts propose une version spéciale de sa simulation FIFA. Cette déclinaison, unique jeu basé sur la licence officielle, repose sur le moteur de FIFA 10, paru en octobre dernier. Le jeu comprend les 199 équipes nationales engagées dans les éliminatoires ainsi qu'entre autres la dizaine de stades officiels situés en Afrique du Sud. Pour la première fois, Electronic Arts annonce une Coupe du Monde de la FIFA 2010 jouable en ligne face à d'autres joueurs. L'éditeur annonce avoir travaillé l'ambiance des matchs pour pleinement rendre compte de l'atmosphère durant les rencontres de la Coupe du Monde.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

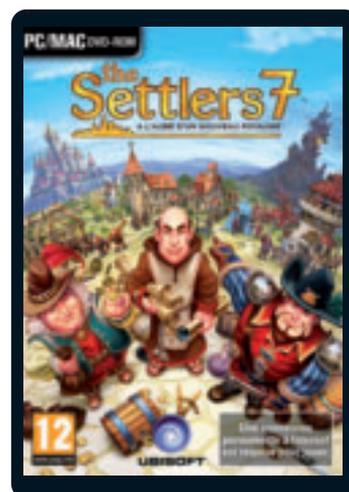
Non communiquée.

Développeur	Electronic Arts
Éditeur	Electronic Arts
Distributeur	Electronic Arts
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé NC



The Settlers 7  
A l'Aube d'un  
Nouveau Royaume



Le 25 mars

Deux ans après le dernier opus en date, Ubisoft commercialise une nouvelle version de Settlers, le fameux jeu de gestion. Il s'agit ici de conquérir un territoire et de vaincre ses opposants tout en assurant le développement économique de sa communauté. Ce septième opus est basé sur un nouveau moteur graphique. Le jeu aborde cette fois-ci l'univers de la Renaissance et propose un mode multi-joueurs jouable jusqu'à huit simultanément. Trois piliers différents pourront être optés par le joueur pour développer le savoir-faire de sa population, l'aspect commercial, militaire ou scientifique.

PLAN MARKETING

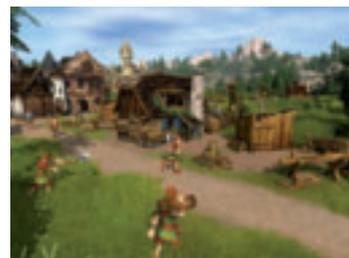
Ubisoft va communiquer sur le titre via une campagne en presse et sur Internet. Une démo jouable sera proposée en téléchargement le 19 mars prochain.

MISE EN PLACE

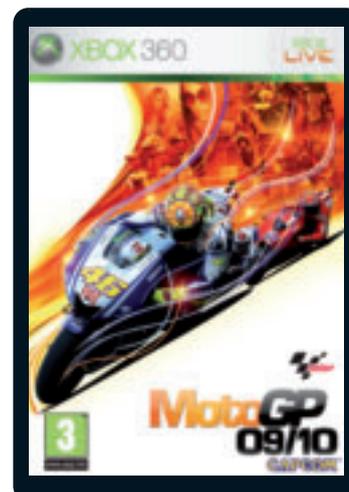
Environ 40 000 exemplaires.

Développeur	Blue Byte Software
Éditeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 8
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé Environ 50€



Moto GP 09/10



Mars

Cette version de la simulation de course de moto publiée par Capcom inclut son lot de nouveautés comme un mode « arcade » qui demandera de parcourir divers tracés en temps limité. Du temps supplémentaire sera alloué à ceux prenant des risques sur la piste. En parallèle, les développeurs ont enrichi le jeu d'une section Carrière plus développée pour participer à une saison complète de championnat (125cc, 250cc, 800cc). Le titre comprend les 17 circuits officiels de la saison 2009. Selon Capcom, les données relatives à la saison 2010 seront proposées en téléchargement dès qu'elles seront disponibles.

PLAN MARKETING

Capcom prévoit de communiquer autour de la saison 2010 des Grands Prix MotoGP. Des opérations événementielles, des RP et partenariats sont au programme.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Monumental Games
Éditeur	Capcom
Distributeur	Capcom
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé Environ 60€





Action/aventure

## Alice au Pays des Merveilles



Le 25 mars

Adaptation du film de Tim Burton, ce jeu propose de retrouver l'univers inventé par Lewis Carroll. Le scénario prend place 10 ans après les événements d'Alice au Pays des Merveilles, alors qu'Alice doit mettre fin aux agissements de la Reine de Cœur. Le joueur pourra ici diriger les différents personnages aidant Alice, chacun doté d'un pouvoir spécifique : le Lapin Blanc manipule le temps, le Loir pratique le kung-fu, le Chapelier Fou joue avec les perspectives, le chat devient invisible et le Lièvre de Mars utilise la télékinésie. La version DS, au look plus stylisé, est plus orientée puzzles.

### PLAN MARKETING

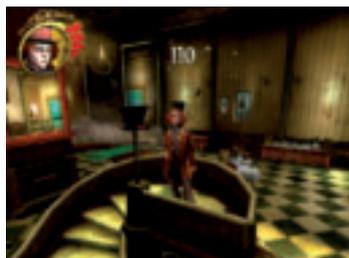
L'éditeur va communiquer en TV (sponsor de la chaîne du câble Gulli) ainsi que sur Internet (sites spécialisés, mini-site du film et du jeu sur NRJ.fr). Le jeu vidéo est également présent dans la campagne d'affichage déployée pour le film. Un plan de précommandes est mis en place chez les enseignes spécialisées et la Fnac.

### MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Etranges Libellules
Éditeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé Entre 40€ 60€ environ



Action

## Dead to Rights Retribution



Le 16 avril

Apparue sur consoles en 2003 puis déclinée en quelques suites, la série Dead to Rights de Namco Bandai fait aujourd'hui son retour sur les consoles de salon actuelles. Le principe du jeu reste fidèle à la formule originale, avec un personnage principal castagneur accompagné de son chien de combat qui lui prête main forte pour faire respecter la loi à Grant City. Séquences de fusillades et de combats au corps-à-corps expéditifs sont au programme. Ce nouvel opus permettra pour la première fois de prendre le contrôle de Shadow, le chien du héros, l'occasion de découvrir un gameplay différent.

### PLAN MARKETING

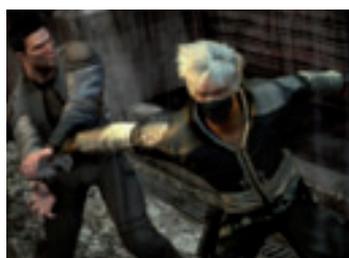
L'éditeur va soutenir le titre en RP auprès de la presse spécialisée notamment ainsi que sur Internet (newsletter, site web dédié). Le nouveau Dead to Rights sera aussi mis en avant en magasins et des opérations de trade marketing sont au programme autour des précommandes.

### MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Volatile Games
Éditeur	Namco Bandai Games
Distributeur	Namco Bandai Games
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé 60€



Jeu de rôle

## Pokémon Version Or HeartGold Version Argent SoulSilver



Le 26 mars

Ces nouvelles versions permettent d'explorer l'univers de Johto, découvert en 2001 dans les premiers jeux du même nom à l'époque du GameBoy Color. Outre des graphismes revus et corrigés ainsi qu'une nouvelle interface exploitant les caractéristiques de la console, cette nouvelle version permet également d'explorer des contrées inédites. Les nouveautés introduites dans les opus suivants répondent aussi à l'appel comme la possibilité de rencontrer des joueurs en ligne. Ces versions sont par ailleurs livrées avec un nouvel accessoire, le pokéwalker. Il suffit d'y transférer un pokémon pour que les pas de l'utilisateur se transforment en points d'expérience pour les créatures.

### PLAN MARKETING

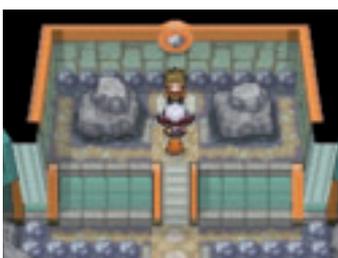
Non communiqué.

### MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Game Freak
Éditeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé Environ 40€



Jeu musical

## Lips Party Classics



Disponible

La famille des jeux musicaux Lips de Microsoft s'agrandit avec cette troisième galette. Le principe consiste à chanter sur les clips d'artistes via des micros compatibles avec la console. Party Classics propose une quarantaine de titres supplémentaires avec des titres populaires signés The Cure, New Order, Village People, Black Eyed Peas, Aqua, Robert Palmer ou encore UB 40 et autres REM. Il est toujours possible de télécharger des titres supplémentaires via la boutique en ligne. Microsoft rappelle qu'une grande partie des micros filaires USB fournis avec Guitar Hero ou Rock Band sont désormais compatibles avec le jeu.

### PLAN MARKETING

Non communiqué.

### MISE EN PLACE

Non communiquée.

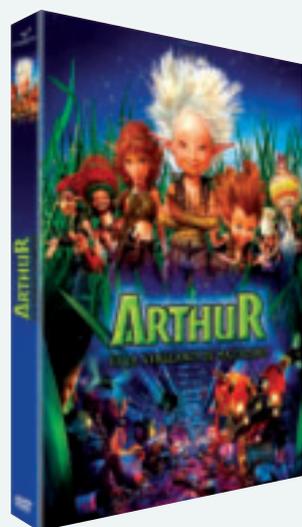
Développeur	iNis
Éditeur	Microsoft
Distributeur	Microsoft
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé Environ 40€



**Le nouvel événement Besson**  
Arthur et la Vengeance de Maltazard

Aventure



31 mars

**A**rthur, le petit garçon capable de pénétrer dans le monde des lutins, est de retour pour cette nouvelle histoire qui se compose de deux parties et le troisième film, Arthur et la guerre des deux mondes, tourné simultanément, reprendra l'intrigue là où s'est arrêté Arthur et la revanche de Maltazard. Véritable ode à la nature, Arthur, imaginé d'abord en roman par Luc Besson, met en scène un univers coloré et onirique qui a séduit petits et grands. Ce deuxième volet a totalisé 3,8 millions d'entrées.

**MISE EN PLACE**

700 000 exemplaires (tous formats confondus).

**PLAN MARKETING**

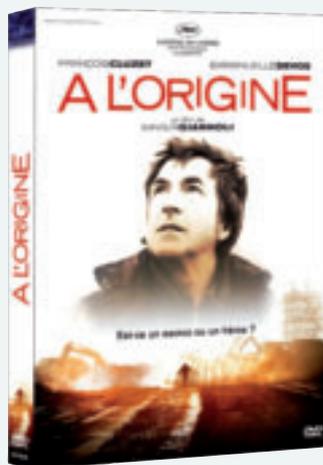
Une puissante campagne TV est investie sur le réseau hertzien (TF1, M6), en TNT et en cabsat touchant à la fois les ménages avec enfants et les enfants. Le titre est également soutenu par de l'affichage, une campagne radio de deux semaines sur RTL et des pages en presse TV et dans les magazines pour enfants. Arthur sera co-partenaire officiel du Salon de l'Agriculture avec RTL avec une énorme visibilité pendant les 10 jours du salon. Il sera aussi le partenaire officiel de la Géode pendant un mois.

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

Prix public conseillé **19,99€**

**Fiction sociale**  
À l'origine

Drame



24 mars

**B**énéficiant de 11 nominations aux César 2010 et d'une présentation en compétition officielle au dernier Festival de Cannes, À l'origine sous la direction de Xavier Giannoli (Quand j'étais chanteur) est tiré d'une histoire vraie relatant l'escroquerie d'un homme qui s'est fait passer pour un chef de chantier dans le Nord de la France. François Cluzet (Ne le dis à personne), Emmanuelle Devos (Sur mes lèvres) et l'incontournable Gérard Depardieu font partie du casting de ce film qui a totalisé 340 000 entrées en salles.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

**PLAN MARKETING**

Ciblant un public mixte 25-49 ans, le film est appuyé par une campagne TV de 100 000 euros sur W9, Direct 8, BFM TV et I-Télé et une campagne presse sur Direct Matin et Direct Plus.

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

Prix public conseillé **19,99€**

**Woody, Buzz et les autres**  
Toy Story

Animation



7 avril

**P**remier film d'animation entièrement en images de synthèse des studios Pixar, Toy Story sous la houlette de John Lasseter a permis de découvrir deux nouveaux héros, Woody, le cow-boy et Buzz l'éclair, le ranger de l'espace. Ce premier opus a totalisé 2,7 millions d'entrées en salles et a été suivi par un deuxième long métrage en 2000 réalisant 4,5 millions d'entrées. Les deux personnages entourés de leurs amis jouets reviennent en DVD et pour la première fois en Haute Définition. Par ailleurs, de nouvelles aventures sont attendues au cinéma en juillet avec Toy Story 3.

**MISE EN PLACE**

15 000 exemplaires pour chacun des films.

**PLAN MARKETING**

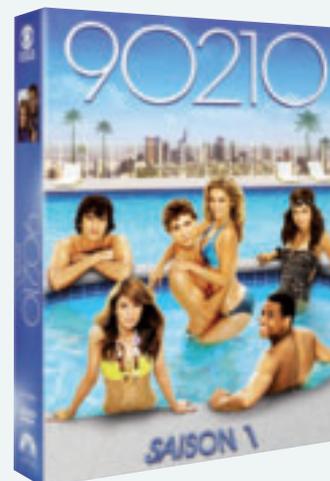
La promotion du titre est assurée par une campagne presse ciblant les 20-40 ans fans de Pixar et les 25-49 ans avec enfants et une campagne Web de trois semaines ciblant également ces deux catégories. Un écart dans le catalogue Lego est diffusé à 1,2 million d'exemplaires.

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

Prix public conseillé **20€**

**Jeunesse dorée de Beverly Hills**  
90210, Saison 1

Série TV



30 mars

**S**exe, drogue et ciel azur pour cette nouvelle série à sensation où l'argent et la luxure règnent en maître. 90210 a recruté des anciens de la série Beverly Hills, mais voit aussi l'apparition de nouveaux personnages dans cette mouture plus directe et plus audacieuse qui a fait les beaux jours de la chaîne américaine CW. En France, le premier épisode diffusé sur M6 a totalisé 1,1 million de téléspectateurs et la série a réuni en moyenne 900 000 fidèles. Une saison 2 s'annonce aussi explosive !

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

**PLAN MARKETING**

Deux semaines de campagne TV sur M6 et W9 (plus de 120 spots), des pages de pub dans la presse, une campagne sur Fun Radio (60 spots) et une présence Internet sur allocine.com, Closer, Voici et Adobuzz sont les atouts promotionnels de la série.

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

Prix public conseillé **34,99€**  
(le coffret 6 DVD)



Dane-Elec vous ouvre les portes d'une nouvelle dimension dans le stockage numérique.

my **Ditto**  
Everywhere You Go  
Home Network Server



### Clé MyDitto : Votre réseau dans votre poche

Dane-Elec invente le premier disque dur réseau, (de 500Go à 1To), zéro configuration, zéro installation, 100% sécurisé. Accessible partout de votre ordinateur via une clé USB ou de votre smartphone, restez toujours connecté à vos données.

[www.my-ditto.com](http://www.my-ditto.com)



SO  
**S**PEAKY  
Black Diamond

### Un bijou multimédia pour votre salon

Bijou de technologie, le So Speaky Black Diamond est un disque dur multimédia Design HD, doté d'un port HDMI pour regarder vos films, photos et vidéos personnelles dans les meilleures conditions (disponible 1To)

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

**DANE-ELEC**



*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](http://www.iiyama.fr)

**iiyama**