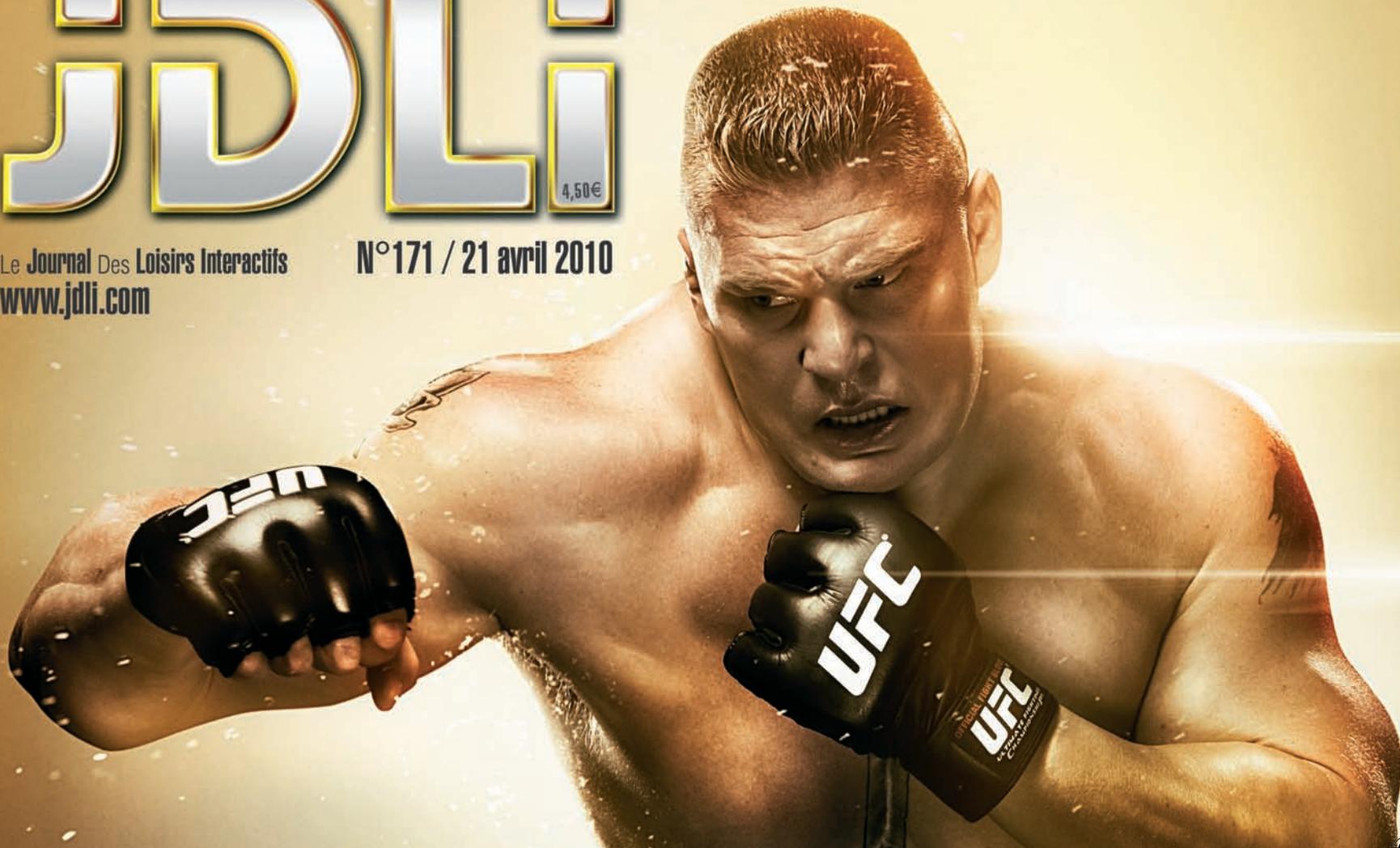


jdLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°171 / 21 avril 2010



UFC[®] UNDISPUTED[™] 2010

“ UFC 2010 FRAPPE FORT ”

jeuxvideo.fr





LOST PLANET 2™

TITANIUM

WWW.LOSTPLANET2GAME.COM

16
www.pegi.info



©CAPCOM CO., LTD. 2010 ALL RIGHTS RESERVED. "P", "PlayStation", "PS3" and "X" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Microsoft, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies and are used under license from Microsoft.

www.capcom-europe.com

CAPCOM®





États-Unis

retour de la croissance



Bon mois de mars pour le marché américain du jeu vidéo. Selon NPD, il a gagné 6 % d'une année à l'autre. Ce sont les ventes de jeux qui tirent le marché, avec une hausse de 10 % à 875,3 millions. Une situation logique étant donné les importantes sorties de blockbusters sur la période. En revanche, le marché du matériel a reculé de 4 %, à 440,5 millions de dollars. Enfin, les ventes d'accessoires ont augmenté de 11 % à 206,8 millions. Au total, le chiffre d'affaires du jeu vidéo en mars aux États-Unis a atteint 1,52 milliard de dollars. Du côté des fabricants, Nintendo continue à truster les premières places, en consoles de salon (557 500 Wii vendues) comme en consoles portables (700 000 NDS). La Xbox arrive en troisième position, avec 338 400 exemplaires vendus, juste devant la PS3 à 313 900. La PSP est à la peine, avec 119 900 ventes. À peine plus que la PS2...

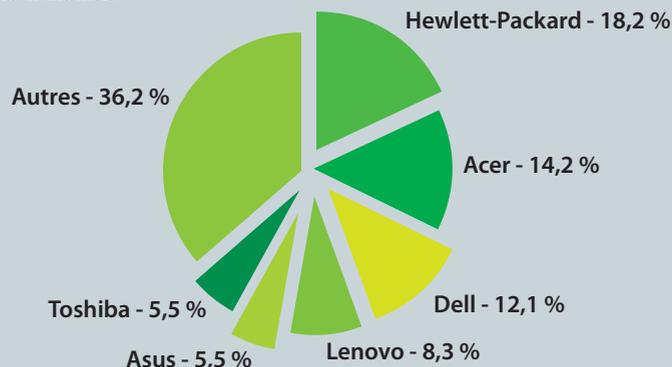
Electronic Arts chasse les créateurs



L'éditeur américain Electronic Arts vient de réussir un joli coup sur le marché des transferts de créateurs de jeux : Jason West et Vince Zampella, créateur de la franchise Call of Duty dont le quatrième opus baptisé Modern Warfare s'est écoulé à plus de 20 millions d'exemplaires, créent une nouvelle société dont les productions seront distribuées par EA. Depuis quelques semaines les deux créateurs étaient en conflit avec Activision Blizzard, propriétaire du studio Infinity Ward, d'où sont sortis les Call of Duty. Baptisé Respawn Entertainment, le nouveau studio de West et Zampella annonce clairement avoir l'ambition de créer des jeux d'envergure mondiale. Il faut dire qu'avant de se pencher sur le Call of Duty, ces deux là travaillaient déjà pour EA, sur Medal of Honor... Par ailleurs, EA a annoncé que Richard Morgan, auteur de livres de science-fiction à succès avait signé pour écrire le scénario de Crysis 2.

PC : Acer N°2

Selon Gartner les constructeurs américains Dell et HP ont perdu des parts de marché sur le premier trimestre 2010. Acer a réalisé un véritable bond en avant en vendant 54,4 % de PC supplémentaires devenant à cette occasion le deuxième fabricant mondial, derrière HP mais devant Dell. Sa part de marché passe de 11,7 à 14,2 %. Dans le même temps, HP perdait 0,9 point, pour tomber à 18,2 % de parts de marché mondiales, malgré des ventes en progression de 19,9 %. Autre constructeur asiatique à avoir le vent en poupe : Lenovo. Ses ventes ont grimpé de 59,2 %. Ces surperformances des constructeurs asiatiques s'expliquent en grande partie par leur marché local où la reprise est plus forte qu'ailleurs. Mais Gartner estime que la reprise du marché professionnel pourrait avantager HP dans les prochains mois.



Dicota OSM

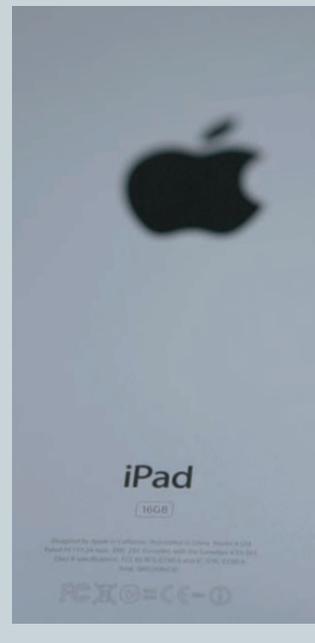
mariage réussi

Le spécialiste mondial en accessoires pour la téléphonie mobile OSM vient d'annoncer par le biais d'un communiqué la réussite de l'acquisition de la société Dicota, réalisée il y a déjà un an. Michel Bracke, PDG du groupe OSM, a déclaré « *Au cours de notre première année de collaboration, nous avons identifié les compétences essentielles des deux sociétés, ce qui nous a permis de constituer un groupe plus léger et plus souple, mieux équipé pour répondre à nos clients dans différents secteurs partout dans le monde* ».



Ce sera fin mai

Apple, par l'intermédiaire d'un communiqué de presse, vient d'annoncer le report de la commercialisation de l'iPad pour la fin mai au lieu de fin avril en Europe. Les précommandes débiteront le 10 mai, et l'on connaîtra aussi également son prix. Ce retard s'explique, selon le communiqué, par des ventes plus importantes que prévues. « *La demande est beaucoup plus importante que ce que nous avions prévu et devrait continuer d'excéder notre offre sur les prochaines semaines* », explique Apple.



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



1 PC Portable Toshiba acheté*

Entre le 1^{er} avril 2010 et le 30 juin 2010

1 billet d'avion A/R offert!!**



Les PC Portables de cette offre
sont équipés des nouveaux processeurs
Intel® Core™ i3, Intel® Core™ i5
et Intel® Core™ i7

TOSHIBA
Leading Innovation >>>>

www.toshiba.fr/pc/avion

* Les produits porteurs de l'offre sont listés sur le site www.toshiba.fr/pc/avion. ** Hors taxes d'aéroport, éventuel surcoût kérosène, les suppléments, les frais d'assurance. Le règlement complet de cette offre est disponible sur www.toshiba.fr/pc/avion. Microsoft et Windows sont soit des marques déposées, soit des marques de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou d'autres pays. Intel, le logo Intel, Intel Core et Core Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. ©2010 Intel Corporation. Tous droits réservés. Photos non contractuelles.

* TOSHIBA, à la pointe de l'innovation

14

Avanquest La dynamique mondiale

Acquisitions, restructuration, augmentation de capital, avec l'entrée du FSI, l'actualité d'Avanquest ces dernières années est mouvementée. Le JDLI a rencontré Laurent Guerry, Directeur Général d'Avanquest France, qui fait le point avec nous sur la société.



Marché

8 : News

12 : Interview : MIPTV

Laurine Garaude, Directrice de la division Télévision chez Reed

14 : Interview: Avanquest

Directeur Général d'Avanquest France

16 : Interview : Yoo Digital

Jacky Dhayon, Président Directeur Général

Mobilité

18 : News

22 : Focus iPad

La séduction opère

28 : Panorama : Ordinateurs portables Core iX

Un nouveau souffle

Salon

32 : News

36 : Interview : Trendnet

Le spécialiste du réseau

38 : Focus : Alan Wake

L'Arlésienne bientôt dans les bacs !

40 : Focus : Téléviseur & lecteur Blu-ray 3D

Samsung Premier en magasin

Guides

46 : Hardware

48 : Jeux vidéo

50 : DVD

22

iPad, la séduction opère

L'iPad, la fameuse tablette d'Apple, a fait ses premiers pas aux États-Unis début avril. Ni une ni deux, nous avons effectué un aller/retour express à New York pour un premier test en exclusivité. Ergonomie, rapidité, autonomie, lisibilité de l'écran, autant de questions auxquelles nous avons déjà des réponses.



38

Alan Wake L'Arlésienne bientôt dans les bacs !

Remedy Entertainment, le studio finlandais à qui l'on doit la série des Max Payne, signe un nouveau titre avec Alan Wake. On quitte ici l'univers inspiré des polars les plus noirs pour se plonger dans une histoire tout aussi sombre mais flirtant plus que jamais avec le surnaturel. L'heure est venue de faire la lumière sur le lancement de l'un des titres de la Xbox 360 les plus attendus du moment, dont la sortie est fixée au 14 mai prochain.



40

Téléviseur & lecteur Blu-ray 3D Samsung Premier en magasin

La révolution 3D est en marche et les premiers téléviseurs 3D arrivent en magasin. Samsung a déjà fourni au JDLI une solution complète pour une première impression très positive au demeurant. Le système 3D fonctionne avec des lunettes actives et contrairement à ce que l'on pouvait craindre, leur port n'est guère gênant et le résultat franchement impressionnant.



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
phellio@microscop.com

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

Ont collaboré à ce numéro :
Philippe Genesco et Marie-Sylvie Maufras

Publicité
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscop.com
Directeur de clientèle
Many Ramanamisata : 01 41 58 59 21
manyr@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.

« On l'aime déjà »
jeuxvideo.com

« Un univers
assez délirant »
PSMB

« On l'attend avec
impatience »
Consoles+

« Ça va faire mal ! »
OPM

UN PEU DE TERREUR DANS CE MONDE DE PELUCHES

Plus de 200 façons différentes
d'être méchant.



www.naughtybearthegame.com

12



PS3



XBOX 360

XBOX LIVE



505 GAMES

Published by 505 Games. 505 Games and the 505 Games logo are registered trademarks of 505 Games s.r.l. All rights reserved. Developed by Artificial Mind and Movement © 2010 Artificial Mind and Movement Inc. Naughty Bear and logo are trademarks of Artificial Mind and Movement Inc. All rights reserved.

Codemasters

Sous le signe indien



Le célèbre éditeur anglais Codemasters change de mains. C'est bien ce qu'il faut comprendre avec l'arrivée d'un investisseur indien, Reliance Big Entertainment, à son capital à hauteur de 50 %. Balderton Capital, la société d'investissements européenne qui avait pris une participation majoritaire en 2005 reste au capital. Reliance a confié à sa division jeux vidéo, nommé Zapak, la supervision de cette opération. Selon Codemasters, Zapak est la plus importante division de jeux vidéo en Inde, et se consacre essentiellement au casual gaming et au MMO en ligne. Zapak possède également des salles de jeux (gaming café) et un réseau de magasins. C'est également l'actionnaire majoritaire de Jump Games, spécialiste du jeu sur téléphone. L'exploitation des licences de Codemasters sur téléphones mobiles semble d'ailleurs être la priorité pour les dirigeants de Zapak. Pour Codemasters, cela pourrait aussi signifier une ouverture plus rapide vers les marchés orientaux et extrême-orientaux. Rien n'est encore décidé quant au sort des filiales. Rappelons que si Koch Media se distribue seul en France, ce n'est pas le cas en ou en Grande-Bretagne par exemple, pays où ses produits passent par Koch Media. La filiale française compte 14 personnes.

Sharp France : nouveau PDG

Keichi Katsuta succède à Philippe Lefort à la tête de Sharp France. Japonais d'origine, il a passé l'ensemble de sa carrière au sein du groupe. Avant d'être nommé à la tête de Sharp France, il a occupé les fonctions de Senior Vice Président de la division Information System de Sharp Electronics aux Etats-Unis (2000 à 2002), puis de Sharp Document Solutions Company of America (2003 à 2004) ; de 2004 à 2008, il dirigea Sharp Electronics Canada en tant que Président Directeur Général ; depuis 2008, il dirigeait la division Information Systems de Sharp Europe. En prenant la tête de Sharp France, il a donc sous son autorité trois secteurs : EGP, électroménager, systèmes d'impression et d'encaissement.

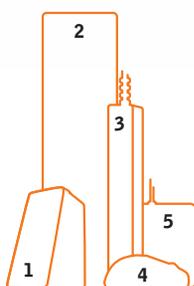


Apple en chiffres

Hormis la présentation de la future version de l'iPhone OS 4.0, l'événement tenu début avril à Cupertino aux États-Unis a été l'occasion pour Apple de faire un premier point sur les ventes de son iPad. On a ainsi appris que la tablette s'est écoulée à 300 000 exemplaires le premier jour de sa commercialisation et à 150 000 exemplaires les jours suivants, soit un total de 450 000 pièces vendues aux États-Unis. Sur l'App Store, on dénombre plus de 3 500 applications pour l'iPad pour 3,5 millions de téléchargements. Les utilisateurs ont téléchargé quelques 600 000 ebooks sur l'iBookstore. Au total, ce sont désormais 185 000 applications qui sont proposées sur l'App Store pour plus de quatre milliards de téléchargements. Notons enfin que l'iPhone et l'iPod Touch se sont vendus à 50 millions et 35 millions d'unités dans le monde.

MOBILITY CITY

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

Microïds

Retour sur scène

Questions à Stéphane Longeard, Directeur Général d'Anuman interactive

JDLI : Anuman a fait l'acquisition de Microïds fin 2009. Que trouvait-on alors dans le panier de la mariée ?

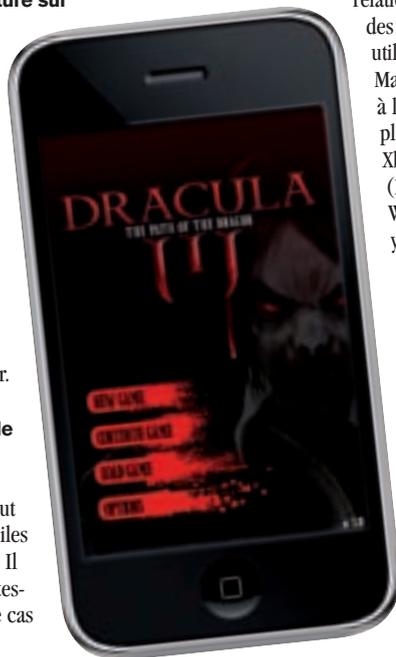
Stéphane Longeard : L'acquisition de Microïds nous a permis de récupérer un catalogue de licences à succès reconnues sur le marché du jeu d'aventure. On peut citer Égypte, Syberia, Dracula ou encore Retour vers l'Île Mystérieuse. Ceci nous a également permis de d'acquérir plusieurs tickets d'entrée, à l'international, étant donné que Microïds avait déjà amorcée une politique d'ouverture très forte.

Vous dites vouloir devenir un acteur incontournable du jeu d'aventure sur toutes plates-formes. Mais le jeu d'aventure est-il adapté à toutes les plates-formes ?

Nous pensons que le jeu d'aventure peut être transposé sur de nombreuses plates-formes, soit sous forme de déclinaisons de l'histoire originale, soit sous forme de compléments. Cela implique parfois des adaptations sur le gameplay ou le scénario, mais n'enlève en rien le plaisir de jouer.

iPhone, Ipad, iPad : c'est Apple le vrai fabricant de plates-formes de jeux ?

À l'heure actuelle, Apple est surtout le fabricant de plates-formes mobiles qui a le plus de succès. À ce titre, il existe un réel marché sur ces plates-formes, ce qui n'est pas encore le cas sur les plates-formes mobiles



concurrentes. Il est normal que nous saisissons ces opportunités pour proposer nos licences sur ces supports, d'autant que nous avons de très bonnes relations avec eux et que nous possédons des licences qui correspondent aux utilisateurs de ces plateformes. Maintenant, nous travaillons également à l'adaptation de nos produits sur des plates-formes comme le PSN, le XboxLive, les réseaux sociaux (Facebook notamment) ou encore les Web TV parce que nous pensons qu'il y a des choses à faire.

Syberia 3 serait en développement. Mais un Syberia sans Sokal, est-ce encore un Syberia ?

Qui a dit qu'il se ferait sans Benoit Sokal ? De plus, nous sommes encore en pré-production. Actuellement, nous tentons d'aborder les aspects techniques afin de déterminer quelle orientation nous souhaitons donner à cette licence par la suite. L'aspect scénaristique viendra par la suite.

Le Musée du Jeu Vidéo a ouvert ses portes !



C'est aujourd'hui qu'a ouvert le Musée du Jeu Vidéo au sommet de la Grande Arche de la Défense à Paris. 40 ans de loisir vidéoludique sont ainsi retracés par le biais des consoles de jeu, des créateurs de jeu vidéo ou encore des personnages historiques. Ouvert en collaboration avec l'agence de communication Alerte Orange et différents partenaires (NRJ, Jeux Actus, Game One, Nickelodeon, Cap Digital et le Ministère de la Culture pour ne citer qu'eux), ce lieu a pour but de « démocratiser et promouvoir la culture vidéoludique auprès du grand public ».

www.jdli-medpi.com

Départ imminent

À nouveau cette année, Microscoop édite le site d'informations dédié du MedPi (www.jdli-medpi.com) où vous pouvez d'ores et déjà nous faire part (à guy@microscoop.com) de vos communiqués de presse concernant le salon qui aura lieu du 25 au 28 mai au Grimaldi Forum de Monaco. Lancé début mai jusqu'à toute la durée du MedPi, www.jdli-medpi.com est le moyen le plus efficace d'annoncer l'actualité de votre marque sur le salon. De plus, des newsletters seront envoyés au moins chaque semaine.

Actualité	Titre	Statut	Statut
2009-05-11	TV sur le Rocher	TV	Actif
2009-05-11	Salon IFA, Actes, Documentation de MedPi	Speed Link	Supprimé
2009-05-11	Salon IFA, pour votre branche	Site Corp	En Cours
2009-05-11	Medias à Monaco	Medias	En Cours
2009-05-11	News pour faire le salon	News	Actif
2009-05-11	News sur le MedPi	News	Actif
2009-05-11	News en direct pour le salon	News	Supprimé
2009-05-11	Medias préparés par genres	Medias	Stat
2009-05-11	News sur le Rocher	News	Stat
2009-05-11	Charte pour un MedPi 2009	Charte	Supprimé
2009-05-11	Energy Products lance une nouvelle gamme	Energy Products	Stat

[J-1](#)
[l'actualité de la semaine](#)
[toute l'actualité](#)
[Accéder au site du MedPi 2009](#)



Le million pour Heavy Rain

David Cage, le créateur d'Heavy Rain, a annoncé dans une interview au site allemand Play3.de que son titre s'était écoulé à plus d'un million d'exemplaires à travers le monde depuis sa sortie fin février. Lui-même s'est déclaré « surpris » par ces chiffres et estime que pour la fin de l'année, un demi-million supplémentaire de copies devraient être vendues. Pour rappel, Heavy Rain est exclusif à la PlayStation 3.

Renault et Ubisoft En voiture les Crétins !

Le partenariat entre Renault et Ubisoft débuté en 2009 se poursuit cette année. Rappelons qu'il s'agit de fournir un véhicule à un type bien particulier d'Ubisofties : les Lapins Crétins. Pas rancunier, le fabricant français d'automobiles, qui s'était fait voler son tout récent Grand Scénic 3 par des Lapins Crétins pour une campagne de pub Web fort réussie, leur en a carrément prêté en cette année pour faire le tour du monde. Concrètement, cette année, les deux marques françaises se sont à nouveau associées pour une campagne cross-produits qui voit les Lapins Crétins parcourir le monde dans le monospace Renault dans quatre spots de pub télé. Quatre spots pour quatre pays : la France, la Chine (et ses vases Ming), le Brésil (et ses bimbos) et le Japon (et ses sumos). Le tout évidemment pour illustrer les qualités du Scénic sur un ton très « lapins crétins »... un peu potache quoi ! Un site et une page de fans sur Facebook viennent compléter le dispositif.



Netgear, le réseau profitable

En 2009, le chiffre d'affaires de Netgear a chuté de 8 %, à 686,6 millions de dollars (contre 743,3 millions en 2008). Le bénéfice net est en recul de 4,9 % à 9,3 millions. Malgré cette performance en recul, le fabricant d'équipement réseau pour les particuliers et les PME est satisfait compte tenu de la crise. De plus, il peut se réjouir d'avoir réalisé un excellent quatrième trimestre avec 218,8 millions, contre 161,4 un an plus tôt. Une croissance à mettre en grande partie sur le compte des ventes aux fournisseurs d'accès Internet qui représentent 28 % de la demande globale.



L'OS 4 d'Apple : le multitâches arrive

Apple a présenté le 7 avril le prochain OS pour iPhone. Parmi les annonces, on retient d'abord que l'OS 4 sera (enfin) multitâches. Il va donc être désormais possible d'utiliser par exemple les applis audios ou de VoIP (comme Skype) tout en faisant autre chose. Apple s'est voulu rassurant quant à la performance et la consommation de batterie de cette fonction. Parmi les autres nouveautés, iBooks, la boutique librairie qui existe déjà sur iPad aux États-Unis, fera aussi son apparition sur iPhone avec une interface similaire. Apple a également décidé de mettre un peu d'ordre dans la publicité sur iPhone avec la création d'iAd, une plate-forme publicitaire mobile qui permettra aux annonceurs de proposer des publicités de meilleure qualité sous des formats plus conséquents et sans quitter les applications grâce au multitâches. C'est Apple qui commercialisera ces publicités en récupérant 40 % des revenus au passage (au lieu de 30 % pour les recettes de ventes d'applis). Même souci d'organisation du côté des jeux avec la création de Game Center, une plate-forme communautaire pour rassembler les joueurs. Liste d'amis, tableaux de score et on l'imagine système de Succès/Trophées géré par Apple viennent s'imposer face aux réseaux sociaux tiers déjà existants comme OpenFeint, Crystal, Plus+ ou Gameloft Live. Cet OS 4 sera disponible l'été prochain pour tous les possesseurs d'iPhone 3GS, 3G, iPod Touch V2 et 3. Les iPhone et iPod Touch de première génération sont donc exclus et la fonction de multitâches ne sera disponible que pour les iPhone 3GS et les iPod Touch V3. Quant à l'iPad, il ne pourra profiter de l'OS 4 qu'à l'automne.



Le MIPTV

Un œil sur le jeu



Entretien avec

Laurine Garaude

Directrice de la division Télévision chez Reed

Du 12 au 16 avril se déroulait le MIPTV 2010. Alors que le PAF mondial ne cesse d'évoluer avec la migration des contenus audiovisuels, le célèbre salon organisé par Reed Midem s'efforce d'être tant un marché qu'un lieu de réflexion. Cette année, sa ligne sera d'ailleurs « *Charting the next decade* », établir le profil de la prochaine décennie. Laurine Garaude, Directrice de la division Télévision chez Reed, et à ce titre directrice des MIP (MIPTV, MIPDOC, MIPJunior, MIPCOM) nous a reçus. Par Sébastien Anxolabéhère



milliards d'euros qui ont été générés par ce type de contenus et l'association Frapa estime à plus de trois milliards le chiffre annuellement généré. Le Mip Formats abordera différentes problématique comme les meilleures façons de protéger son concept et le vendre. Évidemment, ce sera l'occasion de découvrir de nouveaux projets. Nous en avons reçu 110 et 10 ont été retenus par un jury de professionnels. Les acheteurs de programmes se montrent.

amené à rapidement être le lieu de rencontre des industries de l'entertainment interactif. Cette année nous aurons des intervenants de Twitter, de Facebook, autour de thèmes sur le social gaming, ou des changements induits par l'interactivité immédiate que permettent ces deux média. Nous aborderons également la question de la façon dont les marques peuvent profiter de ces nouveaux médias et de la multiplication des plates-formes. Dans le futur, le MIP Digital va s'ouvrir davantage au jeu vidéo sous toutes ses formes, c'est une évidence. Mais il faut travailler en amont avec les personnes intéressées pour bien cerner les besoins des uns et des autres, et maximiser la valeur ajoutée que peut apporter un salon mondial comme le MIP. Il y a d'évidence d'un côté des diffuseurs, très présents au MIP et de l'autre des professionnels des programmes interactifs, jeux vidéo ou autre, qui ont tout intérêt à se rapprocher. Les technologies, mais aussi les logiques de financement, permettent aujourd'hui de nouvelles convergences que l'on pressent depuis longtemps, et qui commencent à prendre

JDLI : MIPTV, MIPCOM... quelles sont les spécificités de chacun de ces salons ?

Laurine Garaude : Le MIPTV et le MIPCOM sont deux salons très proches dans leur conception et leur déroulement. Ce sont deux rendez-vous mondiaux que j'espère incontournables pour les professionnels de l'audiovisuel et du numérique. Ils scandent l'année, le premier en se tenant à avril, le second en octobre. Ils ont entre 11 000 et 12 000 visiteurs dont beaucoup viennent aux deux événements. Dans le détail, le MIPTV est davantage tourné vers les contenus de type traditionnel.

Cette année, dans le cadre du MIPTV vous avez créé le MIP Formats. De quoi s'agit-il ?

Les formats, ce sont les concepts d'émissions de type TV réalité, ou comme Camera Café par exemple. À chaque fois, une des caractéristiques est que l'émission est adaptable aux particularismes locaux. Les sociétés sont impliquées dans la production, donc le coût est faible et les risques assez minimes. En temps de crise, c'est assez appréciable. Entre 2006 et 2008, ce sont plus de 9,3

Productions transmedias, diffusion cross plates-formes... Comment le MIP s'adapte-t-il à ces changements ?

La fragmentation des écrans que l'on observe est prise en compte depuis longtemps. Nokia ou Sony Ericsson font partie de nos sponsors habituels. Mais il est exact que cette année c'est une réalité encore plus forte et que la concurrence, mais aussi la complémentarité des trois écrans que sont le téléviseur, le micro-ordinateur et le téléphone, sont de plus en plus centrale.

La Content 360 semble là pour organiser ces problématiques...

C'est un festival qui s'articule autour des audiences multiplateformes. L'idée est de monter des partenariats avec de grandes marques qui débloquent des fonds pour permettre à certains projets qui auront été présentés de se concrétiser.

Comment se positionne alors le MIP Digital ?

C'est une rencontre, toujours dans le cadre du MIPTV, entre des personnalités des loisirs numériques. Le MIP Digital est

miptv.

corps. Mais les décideurs de la télévision ont-ils pris la mesure de la popularité des jeux vidéo en ligne et des opportunités qu'ils présentent, en termes de public ou de sources de revenus ? Et les spécialistes du jeu vidéo ont-ils conscience que la télévision peut être pour eux de nouvelles solutions de création et de diffusion ? Le MIP est là pour permettre à toutes ces nouvelles problématiques de s'exprimer. Ce sera un des axes de développement ces prochaines années.

LA VIE EN ROSE AVEC
Hello Kitty

by **BLUESTORK** INDUSTRY
Easy technology®



Pack multimédia
clavier + souris



Paire d'enceintes
lumineuses 2.0



Paire d'enceintes
lumineuses 2.0



Hubs USB 2.0
4 ports

Souris sans fil
& filaires



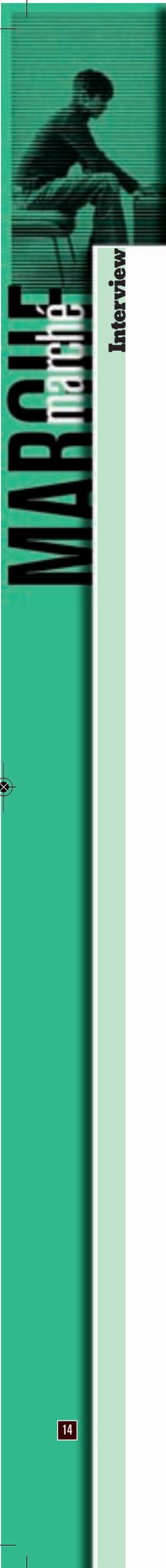
À sa création en 1974 au Japon par Sanrio, le chaton de Hello Kitty était un symbole offert en signe d'amitié. Bluestork Industry a noué un partenariat avec cette licence mythique pour créer une gamme de périphériques informatiques tels que des souris, claviers, hubs USB, card readers, enceintes lumineuses multimédia, etc...

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

BLUESTORK INDUSTRY
Easy technology®

Sanrio
License
©'76,'10 SANRIO

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



Avanquest

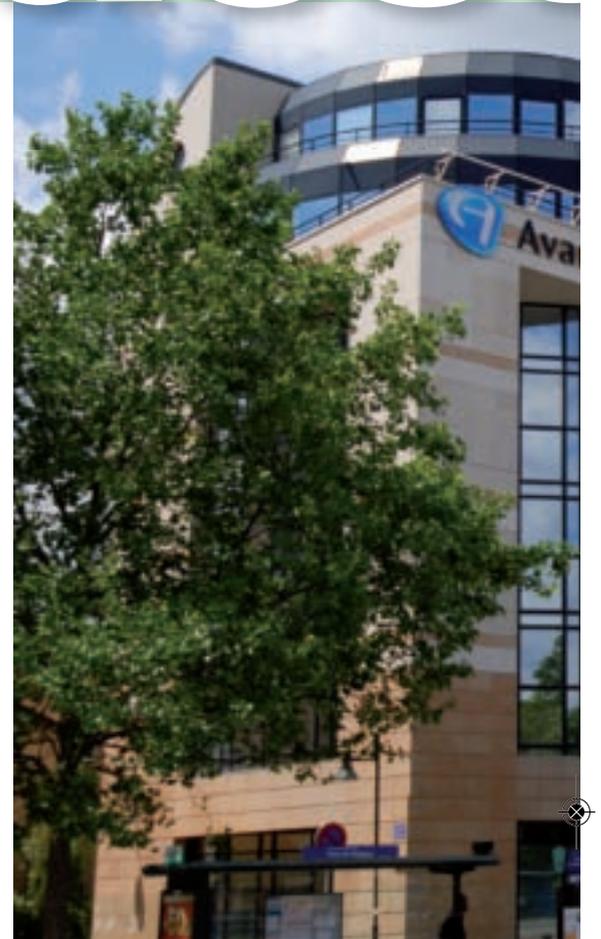


Entretien avec

Laurent Guerry

Directeur Général d'Avanquest France

Acquisitions, restructuration, augmentation de capital, avec l'entrée du FSI, l'actualité d'Avanquest ces dernières années est mouvementée. Le JDLI a rencontré Laurent Guerry, Directeur Général d'Avanquest France, qui fait le point avec nous sur la société. Par Sébastien Anxolabéhère



JDLI : Pouvez-vous nous rappeler d'où vient le groupe Avanquest ?

Laurent Guerry : Avanquest est né de BVRP Software, créée en 1984, des initiales venues des noms des deux fondateurs, Bruno Vanryb et Roger Politis. La société connaîtra une phase d'accélération avec le lancement en 1995 de WinPhone puis de Mobile PhoneTools, dont nous avons vendu à ce jour plus de 120 millions de licences. L'année suivante, BVRP Software rentre en bourse. À partir de 1998, la société va accélérer sa croissance par des acquisitions. Ce sera notamment Kommunikate en Grande-Bretagne dès 1998, AB Soft en France en 2001, de MediaGold en 2003 en Allemagne. En 2005, année du changement du nom en Avanquest, le groupe est présent sur trois continents ; l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie, avec 300 logiciels traduits en 27 langues.

En 2007, Avanquest acquiert Nova Development aux États-Unis et Emme en Europe. Pourquoi ?

Nous avons souhaité changer de dimension en réalisant une double acquisition, l'une aux États-Unis et l'autre en Europe. Les deux sociétés acquises étaient fortement positionnées sur le marché retail, alors que la chute du marché du « hors-jeu » ne faisait malheureusement que commencer. Mais, un mal pour un bien, nous avons rapidement compris qu'il ne serait pas efficient de vouloir exploiter en retail l'ensemble de produits que nous venions d'acquérir. Cela a entraîné une remise en cause de nos plans et nous a poussés, dès la période 2008-2009, à réorganiser le groupe et rationaliser le catalogue. Nous étions donc parfaitement dimensionnés, et dotés d'une ligne éditoriale claire et volontariste quand la crise est arrivée.

Avanquest vient de procéder à une augmentation de son capital pour accueillir le FSI, le Fonds Stratégique d'Investissements. Pourquoi ?

Le FSI est un fonds souverain né de la volonté de l'Etat. Avec son aide nous allons pouvoir acquérir de nouvelles technologies, nerf de la guerre dans notre métier. Il ne s'agit pas de financer des opérations de croissance externe pour un renforcement sur une zone géographique, mais bien d'acquérir des technologies qui viendraient compléter notre propre expertise de développeur.

Quelle a été l'évolution du chiffre d'affaires au cours de ces années ?

Si l'on traduit en euros les chiffres d'affaires des années précédant le passage à la monnaie unique européenne, il est passé de 100 000 euros sur le premier exercice à trois millions d'euros en 1995. Depuis, la croissance a été constamment très forte, avec 55 millions 10 ans plus tard, en 2005. Nous avons réalisé 104,1 millions en 2008/2009. Le chiffre d'affaires 2009/2010 sera communiqué en juin prochain. Par ailleurs, n'oublions pas que plus de 90 % de notre chiffre d'affaires est réalisé hors de France.

Quelle place occupe le retail dans l'activité d'Avanquest ?

Prenons le cas d'Avanquest France, que je dirige. Le retail y fait 52 % du chiffre d'affaires. Nous sommes présents dans plus de 3 000 points de vente.

La société a été restructurée en 2008-2009. Quels ont été les axes de cette restructuration du point de vue de votre offre retail ?

Nous avons voulu simplifier notre catalogue pour optimiser la

présence de nos produits au meilleur potentiel. Autant on ne peut pas soutenir un catalogue pléthorique de plus de 500 titres ou gammes, autant avec une cinquantaine de gammes à deux ou trois boîtes en moyenne par gamme, un travail de fond est possible. Nous avons donc opéré des choix drastiques dans la composition de notre offre avec des principes simples. Garder des produits « long seller » que nous travaillerons tout au long de l'année et être présents sur tous les segments porteurs du marché hors-jeux avec des logiciels à forte valeur ajoutée, capables de générer de la marge pour tout le monde. Nous avons porté beaucoup d'attention aux packagings, avec des focus group notamment, pour que le consommateur comprenne tout de suite qu'avec nous il est dans le haut de gamme. Avanquest doit rimer avec qualité, il n'est pas question de dévier de ce point. Aujourd'hui, Avanquest est en mesure de proposer aux consommateurs le meilleur de ce qu'il est en droit d'attendre dans les segments de la productivité, des utilitaires (Fix-It, Perfect Image, ExpertPDF), de la création de site Web avec WebEasy, de l'architecture, du permis de conduire, de la sauvegarde, etc. Nous nous refusons à commercialiser des logiciels médiocres sous prétexte de privilégier le prix. Avec ce type de politique, on tire le marché vers le bas, on le dévalorise. Ce n'est pas un hasard si dans le classement GfK valeur, tous nos logiciels stratégiques trustent la première ou la deuxième place.

On trouve des jeux pour console Nintendo dans votre catalogue. C'est un des axes de développement d'Avanquest ?

Le jeu vidéo proprement dit n'est pas au cœur de notre





La dynamique mondiale

Focus

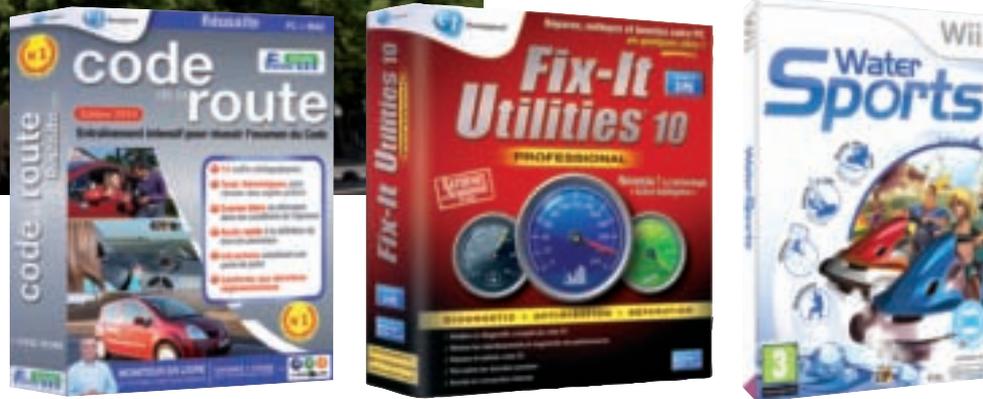


« N'oublions pas que plus de 90 % de notre chiffre d'affaires est réalisé hors de France ! »

achat et revente de licences, en bénéficiant de remises et de facilité de paiement. Évidemment nous travaillons également avec des grossistes comme Tech Data ou Ingram. Le téléchargement est également une bonne solution pour monter des opérations spéciales comme nous avons pu le faire avec Epson, Port, le Crédit Agricole ou d'autres. Ils offrent un logiciel Avanquest en téléchargement à leurs clients lors d'opérations particulières. En dématérialisant, on réduit fortement les coûts.

Quels sont vos titres stratégiques à l'heure actuelle ?

Parmi les titres que nous allons particulièrement choyer dans les prochains mois, on peut citer Water Sports, qui est un produit européen avec pour spécificité d'utiliser la balance board pour de vraies sensations de glisse. Nous avons un partenariat avec l'UCPA qui nous permet de cibler précisément les fans du genre. Berlitz English est également un titre auquel nous portons un soin particulier. Si on arrive à démontrer aux consommateurs que c'est une méthode très efficace mais surtout très économique par rapport à des



métier. Mais c'est un axe de développement opportuniste pour nous. Il nous intéresse et grâce à notre société britannique GSP, qui est un acteur de premier plan dans le jeu au Royaume-Uni, nous pouvons cultiver une certaine proximité avec Nintendo et transformer les lancements britanniques en lancements européens pour certains titres forts. Nous avons donc des jeux pour Nintendo DS et pour Wii. Et puis n'oublions pas non plus que nous avons une présence forte sur Mac, que nous allons encore développer.

Comment est organisée votre distribution ?

Nous n'avons plus de force de vente directe, excepté évidemment pour les grands comptes. Les enseignes centralisées sont donc traitées en direct par Avanquest. Mais ils ne travaillent que le référencement, ce sont ensuite nos grossistes qui prennent le relais. Nous passons par Innelec, DEG, Sodifa, SDO. Mohican, qui est un distributeur et non pas un grossiste, prend quelques-unes de nos références quand il n'y a pas de concurrence entre nos catalogues.

Cette transition d'un travail en direct vers les grossistes s'est faite sans difficultés ?

Certaines enseignes ont manifesté un peu de dépit, car il leur semble plus avantageux de travailler en direct avec le fournisseur. Mais tout rentre progressivement dans l'ordre.

Quelle place tient le Web dans votre stratégie ?

Le Web tient une grande place dans notre politique. En France, les ventes par téléchargements représentent 17 % du chiffre d'affaires, notamment depuis notre site Internet avanquest.com. Mais nous sommes également partenaires

des sites d'e-commerce comme Metaboli, Nexway, Amazon.fr... Nous travaillons également avec des portails tels que Orange, OI.Net... Le téléchargement nous permet par ailleurs de proposer des titres que nous ne souhaitons pas, ou plus, vendre en retail. La stratégie de vente directe par le Web est d'ailleurs mondiale, et n'oublions pas qu'Internet est un moyen marketing important pour pousser les consommateurs vers le retail. Nous sommes capables d'adresser des e-mailing à près d'un million de personnes en France pour leur proposer des offres en téléchargement ou les inviter à se rendre dans les points de ventes.

Vous avez également une activité B to B...

Nous vendons en effet nos logiciels de mobilité ou utilitaires en OEM, à des constructeurs comme Sony Ericsson, Motorola ou à des opérateurs et EAL. En plus de la vente de nos logiciels en licences à des grands comptes, nous pouvons faire de la vente groupée à des institutionnels et nous nous adressons aux revendeurs indépendants de type VAR's, qui peuvent eux-mêmes faire de la revente vers d'autres indépendants. Nous avons d'ailleurs pour cela mis en place une structure Internet, Avanquest Partner Online qui permet aux revendeurs de tout faire par téléchargement,

cours particuliers, nous aurons atteint notre but. Nous avons fait un gros travail sur le packaging avec des focus groups, parce que c'est le premier contact avec le produit, ce qui est déterminant pour déclencher l'acte d'achat. Nous faisons également un e-mailing sur 400 000 abonnés Eurostar et mettons l'accent sur le Web. De plus, on poursuit le sponsoring de l'émission Motus. C'est aussi l'occasion pour nous de présenter les autres titres de la gamme Avanquest. Évidemment, Architecte 3D, basé sur le moteur Punch totalement revu cette année et la technologie nexGen, demeure un produit-phare pour Avanquest, d'autant que la mode est plus que jamais à la maison en général et à la décoration et la construction en particulier. Architecte 3D est un bon exemple de la façon dont nous pouvons décliner une gamme à partir d'un titre puisque notre offre s'échelonne entre 29,99 euros et 149,99 euros en prix public conseillé. Enfin, dans notre catalogue, impossible de ne pas évoquer la Gamme Code de la Route remise à jour pour être en parfaite adéquation avec les nouvelles réglementations, et Fix-It, notre titre dédié à la maintenance et l'optimisation d'un PC. Pourquoi changer de PC sous prétexte qu'il est lent alors qu'avec Fix-it il peut retrouver une seconde jeunesse ?





Yoo Digital

MOBILITÉ

Interview



Entretien avec

Jacky Ohayon
Président Directeur Général

La flexibilité pour atout

Yoo Digital attaque de front les ténors du baladeur numérique. Pour ce faire, cette jeune société française peut s'appuyer sur une gamme complète avec un rapport qualité/prix des plus intéressants. Sans oublier une vraie flexibilité afin de répondre aux attentes de ses clients. par Driss Abdi



clés USB, sans oublier les disques durs multimédia. Le modèle économique de Yoo Digital repose sur une gamme que nous avons créée mais aussi sur des produits que nous pouvons concevoir sur commande pour nos clients afin d'adresser leurs demandes spécifiques. Notre souplesse et notre réactivité nous permettent de produire sur mesure tout type de produit électronique parallèlement à notre gamme. Les produits Yoo Digital sont tous conçus en France, du design à l'interface en passant par les options. Nous sommes également en mesure de répondre aux attentes de nos clients en leur donnant le choix sur les finitions, les couleurs ou les options.

Comment sont-ils distribués ?

Nos produits ont d'abord été disponibles chez des spécialistes en France, mais aussi en Europe grâce au e-commerce. Depuis, nous avons étoffé notre réseau en allant vers la grande distribution et les produits Yoo Digital sont aujourd'hui référencés chez les alimentaires comme chez les spécialistes. Notre objectif est d'être présent partout d'ici à la fin de l'année.

Comment faire la différence sur un marché aussi mature que celui du baladeur ?

Yoo Digital fait la différence en approchant le marché non pas en tant qu'importateur mais en tant que fabricant. De la sorte, nous sommes en mesure d'apporter l'innovation et un soin très particulier à nos produits. Cela se retrouve aussi bien au niveau du design que du packaging ou encore des interfaces. Avec un

Yoo Digital au MedPi

Pour sa première année d'existence, la jeune société ne pouvait pas rater le rendez-vous de la distribution avec les fournisseurs. Yoo Digital sera donc présent au MedPi (Monaco 25-28 mai) dans l'espace Le Guelfe, stand A13.

marché mondial en crise, nous positionnons nos produits avec un rapport qualité/prix exceptionnel. Yoo Digital offre un niveau de qualité à même de concurrencer les plus grandes marques, mais avec un prix adapté à un budget plus modeste. À cela s'ajoute un service après-vente irréprochable.

Avez-vous encore d'autres cordes à votre arc ?

Tout à fait, nous sommes capables de répondre à tout type de demande bien au-delà du baladeur. Nous proposons par exemple une gamme Home Design avec une lampe chromatique à variation de couleur ou encore un robot aspirateur automatique avec batterie lithium. Nous essayons de nous adapter aux modes, avec des produits qui viennent grignoter des parts de marché aux grands constructeurs. De plus, nous limitons les intermédiaires pour offrir un prix le plus attractif possible.

JDLI : Qui est Yoo Digital ?

Jacky Ohayon : Yoo Digital est une marque française dédiée à l'électronique grand public. Notre siège social se situe à Paris avec les départements design, marketing, juridique et financier. La production est réalisée à Shenzhen en Chine et nous disposons également d'un bureau de sourcing à Hong Kong. 20 personnes travaillent à Paris et 300 à Shenzhen et Hong Kong. La société a été créée fin 2008 et nous proposons aujourd'hui non seulement des baladeurs et des unités de stockage (disques durs ou clés USB), mais aussi tous types de produits en fonction des demandes de nos clients.

Quels produits proposez-vous ?

Yoo Digital se concentre sur les produits d'électronique grand public qui sont destinés aux magasins spécialisés et à la grande distribution. Nous proposons des baladeurs MP3 et MPEG-4 tout comme des unités de stockage avec une large gamme de disques durs et de



hama®

MULTIMEDIA • PHOTO • AUDIO-VIDEO • MOBILITE

THE SMART SOLUTION

UNE ATTRANCE EXTRÊME POUR LA QUALITÉ !

RACCORDEZ VOTRE MP3 A VOTRE ORDINATEUR



Design en aluminium brossé
Couleur à l'intérieur du connecteur

Matériaux nobles

(fiche aluminium, conducteur cuivre, connecteur Or 24K)

100% compatible Apple



RACCORDEZ VOTRE LECTEUR A VOTRE AMPLIFICATEUR

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



RACCORDEZ VOTRE MP4 A VOTRE TELEVISEUR

La nouvelle gamme de connectique en aluminium by Hama

www.hama.fr
www.generationhama.fr

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



News

MOBILITE
mobilité

Sanyo À chacun son caméscope

Le constructeur japonais Sanyo vient de mettre à jour sa gamme de caméscopes Xacti. Le CS1 est un modèle très compact (62,5 x 26,8 x 123,5 mm) et suffisamment léger pour être emporté partout (142 g). Autre atout, son prix est fixé à 329 euros. Plus classique et proposé au même prix, le Xacti SH1 bénéficie d'une focale de 35 mm et d'un zoom 30x. Encore plus abordable (249 euros), le Xacti CG100 est quant à lui équipé d'un zoom 12x et peut être manipulé d'une seule main grâce à sa conception verticale. Sanyo propose également une version CG100 avec un zoom plus modeste de 5x et un prix agressif de 199 euros. Enfin, le Xacti GH1 (249 euros) s'apparente à un caméscope traditionnel. Néanmoins, il dispose d'un bouton d'enregistrement situé au dessus de l'objectif. Ainsi, l'utilisateur peut le tenir dans n'importe quelle position.



Samsung et DivX La HD sur mobile

Non content d'offrir un écran Super AMOLED époustouflant, le Samsung Wave devient le premier téléphone mobile capable de lire des vidéos DivX HD avec une résolution de 720p. « En 2007, nous étions très fiers d'être les premiers à proposer au grand public des téléphones portables certifiés DivX », a commenté Younghee Lee, Vice-président Mobile Communications chez Samsung. « Depuis, nous avons poursuivi notre collaboration avec DivX pour faire progresser l'utilisation de la vidéo sur les appareils mobiles. Afin de conserver ce même esprit d'innovation, nous commercialisons aujourd'hui les premiers smartphones haute technologie compatibles DivX HD ». Pour rappel, le Wave est en outre équipé de Bada, le nouveau système d'exploitation maison du fabricant coréen. Par ailleurs, Samsung et DivX ont annoncé qu'ils poursuivront leur collaboration avec notamment le futur Samsung Galaxy S qui sera le prochain smartphone sous Android du géant coréen.



Acer Né sous X

Acer avait initié l'année dernière le concept de l'ordinateur portable ultra fin et autonome à un prix devenu abordable. Toutefois, il fallait encore faire de concessions sur les performances avec des processeurs UIV assez modestes. C'est désormais du passé avec la nouvelle gamme Timeline X extérieurement très semblable mais qui intègre désormais la gamme Core i de Intel. Le constructeur insiste une nouvelle fois sur l'autonomie qui atteint 12 heures malgré des performances décuplées. La gamme Timeline X se décline en 13,3, 14 et 15,6 pouces avec des processeurs Core i3 et Core i5. Côté prix, il faudra compter 600 euros pour le modèle entrée de gamme. Le Core i7 reste réservé à l'Aspire Ethos qui vient remplacer le Gemstone Blue. Acer a beaucoup travaillé le design pour cet ordinateur qui se décline en 15,6 et 18,4 pouces. Destiné au multimédia, l'Aspire Ethos ne manque de rien avec une carte graphique dédiée, une sortie HDMI ou encore un espace de stockage confortable. Plusieurs options seront proposées comme le lecteur Blu-ray ou encore 8 Go de mémoire vive. Et comme pour le Gemstone Blue, Acer a réussi à intégrer un véritable système 5.1 dans la version 18,4 pouces dont l'écran affiche une résolution Full-HD. L'Aspire Ethos sera proposé à partir de 1 000 euros.

Philips tout de Go

Philips profite du printemps pour annoncer une mise à jour de sa gamme de baladeurs GoGear. Tous bénéficient d'un nouveau design qui fait la part belle à l'aluminium brossé. À cela s'ajoute la technologie FullSound censée offrir une restitution proche de la qualité d'un CD. Le GoGear Ariaz est équipé d'un écran couleur de 2,4 pouces avec un affichage en mode portrait ou paysage. Livré avec des écouteurs intra-auriculaires, il se décline dans des capacités de 4 à 16 Go pour un prix à partir de 79 euros. Mêmes capacités pour le GoGear Vibe qui est cette fois doté d'un écran de 1,5 pouce pour un prix à partir de 59 euros. Enfin, le GoGear RaGa peut se targuer d'offrir une autonomie de plus de 20 heures pour un prix à partir de 39 euros. Trois versions sont proposées avec une mémoire embarquée de 2, 4 ou 8 Go. Enfin, tous les baladeurs GoGear de Philips bénéficient de la vidéo, d'un dictaphone sans oublier un tuner radio.



Western Digital



voit gros

Le spécialiste du disque dur vient d'annoncer une nouvelle prouesse technologique avec le WD Scorpio Blue 750 Go. En effet, ce disque dur n'embarque que deux plateaux d'une densité de 375 Go chacun. Ainsi, l'espace de stockage total atteint les 750 Go dans un disque dur de 2,5 pouces seulement. Nul doute que les prochains ordinateurs portables en seront équipés. Western Digital annonce un prix de 100 euros pour le WD Scorpio Blue 750.

Gameloft investit l'iPad

A peine la nouvelle machine d'Apple arrivait-elle sur le marché que l'éditeur spécialiste du jeu sur mobiles annonçait pas moins de huit titres disponibles, spécifiquement adaptés aux caractéristiques du support. Nova, Modern Combat : Sandstorm, Dungeon Hunter, Asphalt 5, Uno, NFL 2010, Let's Golf et Real Football 2010 sont ainsi les premiers titres de l'éditeur français à être commercialisés sur App Store, la boutique en ligne du fabricant. « Nous utilisons les nouvelles possibilités et avantages qu'offre l'iPad pour offrir des jeux qui transformeront encore une fois l'univers du jeu vidéo numérique », déclare Michel Guillemot, Président de Gameloft. Contrôles enrichis et modes multijoueurs conviviaux sont notamment au programme des productions Gameloft sur iPad.



Navigon

Un GPS rechapé

Poursuivant sa politique de mise à jour avancée via son portail Fresh, Navigon donne une nouvelle jeunesse à son best-seller, le 2110 max. Via une mise à jour de 69,95 euros, le GPS se voit doté de nouvelles fonctions pour une navigation encore plus facile. « Le 2110 max avait été présenté pour la première fois au Cebit en 2008. Avec cette mise à jour, Navigon améliore son appareil avec les derniers standards de la navigation en intégrant des fonctions récentes et la toute dernière version de la cartographie Europe », explique Jörn Watzke, Vice-président of Product Line Management de Navigon. Au menu des nouvelles fonctionnalités on trouve par exemple MyRoutes et le TMC Routing Info. MyRoute permet notamment d'adapter les planifications d'itinéraire en fonction du style de conduite, de l'heure et du jour. Enfin, la mise à jour actualise également la carte des radars.



Koss

Le son ciblé



Le spécialiste des casques audio propose deux nouveaux écouteurs, l'un destiné aux joueurs et l'autre aux possesseurs de baladeurs. Ainsi, le HQ2 sera le parfait compagnon des amateurs de jeux vidéo de type FPS ou MMORPG. Ce casque stéréo fermé est équipé d'un microphone et d'un système d'amplification des basses pour une plus grande immersion ludique. À noter que l'arceau est ajustable pour un meilleur maintien et pliable pour faciliter son transport. Le HQ2 est disponible au prix de 69 euros. Dans un autre registre, Koss décline le modèle KE29 dans diverses couleurs (aqua, bronze, ivoire, ébène, bleu, rose, argent et violet). On trouve sur ce casque intra-auriculaire une télécommande permettant de régler le volume sans avoir à sortir le baladeur et des embouts en silicone de différentes tailles pour un confort optimal. Les KE29 sont disponibles au prix de 29 euros et garantis à vie.



Football Manager

coache sur iPhone

La fameuse série Football Manager de Sega a fait son entrée en fanfare sur l'iPhone. Bien connu des joueurs sur PC et PSP, Football Manager 2010 vous place dans la peau d'un dirigeant de club de foot, avec une équipe à gérer, les schémas tactiques et les formations à régler et tout un tas de décisions à prendre. Il y a de quoi faire avec 34 ligues de 11 nations, mettant en scène plus de 20 000 joueurs ! Le prix de Football Manager 2010 a été fixé à 9,99 euros.





Fujifilm, la photo tout-en-un

News



Fujifilm vient de présenter sa collection de printemps, une jolie brochette de compacts et de bridges couvrant à peu près tous les segments. En revanche, les rumeurs concernant un appareil hybride Micro 4/3 Fujifilm ne se concrétiseront pas avant l'été. Il faudra probablement attendre la rentrée pour savoir si elles étaient fondées. La nouvelle vedette de la marque est le bridge FinePix HS10, qualifié de tout-en-un ultime. Ce modèle grand public de taille moyenne regroupe en effet une impressionnante liste de possibilités avec un zoom 30x qui couvre du 24 au 720 mm équivalents, c'est-à-dire du très grand angle au super téléobjectif. Il permet aussi la vidéo en Full HD (1920 x 1080, 30 i/s) avec son stéréo et même la vidéo haute vitesse (jusqu'à 1 000 i/s en résolution réduite). Le capteur est un CMOS BSI (BackSide Illumination) stabilisé 10 mégapixels 1/2,3" et permet d'enregistrer en JPEG comme en RAW. L'ergonomie est proche de celle d'un reflex avec une commande manuelle du zoom et de nombreuses commandes directes évitant de passer par les menus pour l'utilisation courante. Enfin, l'écran arrière est orientable pour les prises de vue hors normes. Le tout pour 429 euros. Plus grand public, trois nouveaux bridges viennent épauler le HS10. Les S1600,

S1800 et S2500HD partagent la même base avec un zoom grand angle 15x pour le S1600 et 18x pour les deux autres. Tous utilisent un capteur 12 mégapixels stabilisé, disposent d'un écran trois pouces et permettent la vidéo HD (1280 x 720, 30 i/s). Les prix sont respectivement de 179, 199 et 219 euros. Dans le domaine du compact haut de gamme, le Finepix F80EXR succède au F70. Comme lui, il est équipé d'un capteur EXR 12 mégapixels stabilisé et d'un zoom 10x. Les grandes nouveautés sont la possibilité de réaliser des vidéos HD (1280 x 720, 30 i/s) et la présence d'une sortie HDMI. Le tout accompagné de nouvelles fonctions comme la reconnaissance de visage ainsi que la détection des chiens et des chats pour photographier au mieux ses animaux domestiques. Le F80 est annoncé à 239 euros. Dans le domaine de l'appareil bijou, Fujifilm propose le Z700EXR doté d'un capteur EXR 12 mégapixels stabilisé. Il dispose d'un zoom 5x (35-175 mm) et d'un écran tactile 3,5 pouces haute résolution. Il permet l'enregistrement vidéo HD (1280 x 720, 24 i/s). Le tout pour 229 euros, ce qui semble très compétitif.



T'nB Des accessoires bien protégés

T'nB propose une large gamme d'accessoires pour notebooks et netbooks. Le fabricant français a donc logiquement imaginé des housses de protection et de rangement pour les emporter. Les housses Voyager se proposent d'accueillir tous les types d'accessoires, qu'il s'agisse des câbles, de la souris ou du chargeur. Chacune comprend au choix deux ou trois compartiments zippés et plusieurs poches et filets qui facilitent le rangement. Les housses Voyager sont disponibles aux prix respectifs de 12,90 et 14,90 euros.



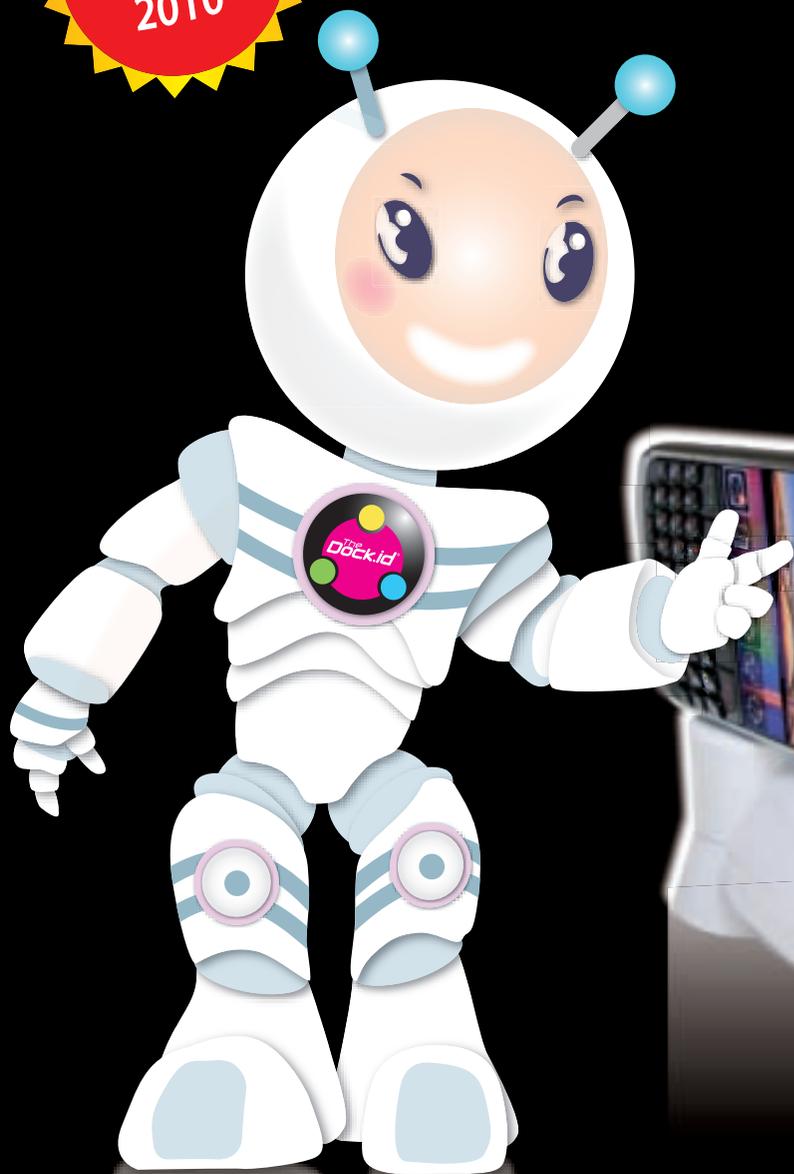
PopCap lance ses zombies sur iPad

L'éditeur PopCap vient de lancer une version iPad de l'un de ses jeux-phares, apparu sur PC et Mac, *Plants vs Zombies*, sur l'App Store américain. « Dans cette adaptation, nous nous sommes focalisés sur les capacités multi-touch de l'iPad et sur ses opportunités de nouveaux modes de jeu tels que le nouveau mini-jeu *Buttered popcorn* qui ravira aussi bien les joueurs actuels que les néophytes », a souligné Andrew Stein, Directeur du développement commercial mobile. *Plants vs Zombies HD* propose quatre nouveaux défis inédits et 18 mini-jeux au total. La résolution du jeu monte ici à 1040 x 768. Depuis sa sortie en février sur iPhone, le titre s'est vendu à plus de 650 000 exemplaires dans cette version. Le jeu est vendu 9,99 dollars aux États-Unis, le prix européen devrait être confirmé prochainement.



Le 1^{er} chargeur et hub universel arrive en France

NOUVEAUTÉ
2010



Pour tout
appareil mobile
Téléphone, console de jeux,
lecteur MP3,
GPS, appareil photo...

The
Dock.id[®]



Fonctionne
en USB
et sur secteur



Distribué par



Paxton France :
ZAC DE RUN AR PUNS
29150 CHATEAULIN
02.98.86.09.07
www.paxton.fr



Espace apollinaire





iPad, la séduction

Focus

MORBILE
mobilité

L'iPad, la fameuse tablette d'Apple, a fait ses premiers pas aux États-Unis début avril. Ni une ni deux, nous avons effectué un aller/retour express à New York pour un premier test en exclusivité. Ergonomie, rapidité, autonomie, lisibilité de l'écran, autant de questions auxquelles nous avons déjà des réponses. par Driss Abdi



Tout le monde en semble persuadé, l'iPad est promis à un bel avenir, et par-delà son seul cas, il devrait redonner un peu de valeur au marché hi-tech en défrichant un nouveau segment de marché : les tablettes PC. Il est donc primordial pour tout le monde que l'iPad soit une réussite capable de jouer son rôle de moteur, comme l'iPhone l'a fait avec les smartphones. Mais l'iPad, qu'est-ce que c'est exactement ? Un ultraportable ? Une console de jeu ? Un terminal Internet ? Un cadre photo ? Un peu de tout ça, même si cette version 1.0 a quelques lacunes.

l'iPad est dépourvu de boutons en façade, si ce n'est le raccourci pour revenir à la page d'accueil située en dessous de l'écran à l'instar de l'iPod Touch et de l'iPhone. Sur la tranche droite prennent place la commande du volume et un loquet pour verrouiller l'inclinaison de l'écran. Sur le dessus sont discrètement intégrés la prise casque et un microphone. Enfin, la partie inférieure comprend le connecteur Dock qu'on connaissait déjà sur l'iPod comme l'iPhone et un petit haut-parleur. Malgré ses dimensions, ce dernier délivre un son puissant et clair. Certes, le médium fait office de basses mais globalement, le rendu est plutôt bon. Enfin, il est tout

Un iPod Touch XXL

Du premier coup d'œil, on comprend que l'iPad s'inscrit naturellement dans la famille des produits Apple, avec ses codes esthétiques habituels, pour en faire un produit haut de gamme. C'est beau et dépouillé. Pas besoin d'être un aficionado de la marque pour se sentir attiré.

À première vue, l'iPad ressemble à un iPod Touch boosté aux hormones. Il s'articule autour d'un écran LED tactile et multipoint de 9,7 pouces (24 centimètres) qui affiche une résolution conséquente de 1024 x 768 pixels. Il pèse 680 grammes, tout en se limitant à 1,27 cm d'épaisseur seulement. Idéal pour une utilisation nomade glissée dans un sac. Au bout de quelques secondes d'utilisation, on s'aperçoit cependant qu'il s'utilise de préférence avec les deux mains. Comme les précédentes productions d'Apple,

Apple à Big Apple

Après des mois de spéculations et une culture du secret qu'Apple affectionne tout particulièrement, la tablette tant attendue est enfin disponible. Tout du moins aux États-Unis, car en France il faudra attendre fin avril. Nous nous sommes donc mêlés à la foule d'aficionados devant la boutique emblématique de la marque sur la Cinquième Avenue pour vous proposer ce test en exclusivité. Et comme pour le lancement de l'iPhone, Apple avait savamment orchestré celui de l'iPad en réquisitionnant quelques 600 employés pour le jour J. Les journalistes de nombreux pays se mêlaient aux fans de la marque à la pomme, dont certains sont allés jusqu'à passer la nuit sur le trottoir. Et c'est sous les applaudissements et les cris de joie des employés tous vêtus de bleu que les premiers acheteurs ont enfin pu dépenser au minimum 499 dollars pour acquérir la version WiFi de l'iPad qui se décline en 16, 32 et 64 Go.





opère

ON L'A DÉJÀ
TESTÉ

Focus



de même étonnant qu'Apple n'ait pas jugé bon d'intégrer une webcam alors que son utilité coule de source sur un tel produit.

avant de pouvoir en utiliser une autre. Des rumeurs font état que la version 4.0 de l'iPhone OS devrait apporter cette fonctionnalité tant attendue.

Plus puissant

Pour l'iPad, Apple a développé son propre processeur A4. Ainsi, on comprend mieux pourquoi le géant californien avait récemment racheté la société PA Semiconductor. Cadencé à 1 GHz, le processeur Apple A4 s'avère bien plus vélocité que celui qui est embarqué dans les iPhone 3G S. Pour preuve, nous avons lancé les mêmes applications sur le téléphone et la nouvelle tablette, et c'est toujours l'iPad qui était largement devant pour chaque opération. Apple insiste également sur la faible consommation de la puce qui devrait offrir une autonomie conséquente. Le constructeur annonce qu'il est possible d'utiliser l'iPad pendant 10 heures d'affilée et cela s'est vérifié car c'est le temps que la batterie a mis pour se décharger avec le WiFi activé et la musique en tâche de fond. À ce propos, s'il est possible d'écouter de la musique tout en surfant sur Internet par exemple, le multitâche n'est pas à l'ordre du jour. Il faut donc fermer une application

Un bel écran

Sans surprise, l'interface ne déroutera pas les utilisateurs de l'iPhone ou de l'iPod Touch. La navigation est très fluide et aucun ralentissement ne vient gâcher le plaisir grâce au processeur vraiment vélocité. À cela s'ajoute un écran tactile que lui envieront sûrement ses futurs concurrents. Très sensible, il répond parfaitement à la moindre pression du doigt. On retrouve un accéléromètre basculant automatiquement l'affichage en mode paysage et un capteur de lumière ambiante qui adapte la luminosité de l'écran en fonction. L'écran de l'iPad bénéficie d'un revêtement oléo-phobique, c'est à dire qu'il résiste (plus ou moins...) aux traces de doigts. Dans la pratique, il faut bien reconnaître que le procédé est efficace à condition de ne pas y aller avec les mains pleines de graisse en mangeant des beignets. En revanche, les reflets sont toujours là, même si la lecture reste possible au soleil grâce à une luminosité suffisamment forte.





Focus

MORBIITE
mobilité

iPad, la séduction opère

Un surfeur-né

L'iPad est aussi idéal pour surfer sur Internet sans s'encombrer avec un ordinateur portable, ni s'abimer les yeux sur un petit écran. La consultation de sites Web est vraiment son point fort. Non seulement, c'est agréable par la taille et la résolution de l'écran, mais l'ergonomie est également très adaptée. Et si l'iPad se destine avant tout à la consultation, cela ne l'empêche pas de proposer une version optimisée de la suite bureautique iWork. Traitement de texte, tableur, outil de présentation, tous les logiciels d'Apple ont été repensés pour une utilisation tactile. Un bémol toutefois, contrairement à iWork pour Mac, chaque application est vendue séparément, il n'y a pas de petit profit... Quoi qu'il en soit, si on s'imaginait mal créer des feuilles de calcul complexes ou écrire un long texte, l'iPad s'avère très à l'aise dans cet exercice. En effet, un clavier virtuel s'affiche pour la saisie. Doté de touches très pratiques, il va même jusqu'à envahir la moitié de l'écran en mode paysage. Certes, ce n'est pas la même chose qu'un vrai clavier et on n'écrit pas un roman mais pour la saisie de messages, corriger un texte ou encore pour la recherche Internet, c'est vraiment très bien. Outre l'application photo, d'autres logiciels préinstallés ont fait peau neuve pour l'iPad. Ainsi, pour relever ses mails, le logiciel courrier s'offre une présentation en deux volets, avec sur la gauche la liste des messages et sur la droite le contenu. Il en va de même pour le calendrier, les contacts et les notes avec à chaque fois une interface agréable qui profite pleinement de l'écran de l'iPad.

Une console portable

Française succès sur l'iPhone et l'iPod Touch, le jeu vidéo est devenu incontournable sur l'App Store. Sur l'iPad, il y en aura aussi pour tous les goûts d'autant que les

partenaires de renom ne manquent pas (Electronic Arts, Ubisoft, etc.). Détail important, pour les possesseurs de jeux actuels sur iPod Touch ou iPhone, ils seront automatiquement copiés sur l'iPad lors de la synchronisation avec votre ordinateur. Avec son processeur plus puissant, la tablette d'Apple pourrait bien faire encore plus d'ombre à la PSP de Sony et à la DS de Nintendo, surtout sa version XL. Là encore, les jeux démarrent plus rapidement et s'exécutent bien plus vite que sur l'iPhone. Cela laisse augurer des jeux dédiés à l'iPad qui se placeront vraiment au niveau des consoles avec en plus l'atout de la taille et de la résolution de l'écran. Déjà avec les premiers titres adaptés pour l'iPad, l'expérience ludique est sans commune mesure par rapport à l'iPhone. Ainsi, le jeu d'action NOVA en HD offre des graphismes grandioses, du jamais vu sur machine portable. Les commandes tactiles réagissent à la moindre sollicitation et bénéficient de la superficie supplémentaire. Quant à Real Racing HD, il profite de graphismes améliorés mais surtout d'un pilotage instinctif à l'accéléromètre qui transforme l'iPad en volant.

Des limites

Si l'iPad a de nombreuses qualités, il est loin d'être parfait. Une limitation vraiment agaçante est l'impossibilité de lire un format vidéo autre que le H.264. Exit donc les DivX et Xvid, à moins d'acquérir



un logiciel pour effectuer une longue conversion de toutes vos vidéos. En effet, iTunes, qui est par ailleurs obligatoire pour les transferts, n'en est toujours pas capable. On comprend qu'Apple veuille vendre des films via sa plate-forme de téléchargement légal mais vu l'offre disponible chez nous, la vidéo reste le parent pauvre d'iTunes et a fortiori de l'iPad. De plus, son incapacité à lire le flash interdit l'accès à de nombreuses vidéos présentes sur les sites d'informations notamment. Pour les vidéos compatibles, l'affichage peut se faire en mode plein écran en zoomant ou avec des barres noires en haut et en bas de l'image pour respecter le format d'origine. Là où le bât blesse, c'est pour les

Un cadre photo

La résolution est parfaitement adaptée aux photos et Apple en a pleinement conscience. Pour preuve, le constructeur propose de se servir de l'iPad comme d'un cadre photo lorsqu'il n'est pas utilisé. Sur la page de déverrouillage, une icône permet de lancer automatiquement un diaporama. Un accessoire est également vendu pour poser l'iPad sur un meuble. L'application photo embarquée a bénéficié d'un lifting, avec notamment le classement par lieux ou par albums. Lorsqu'une photo est affichée, une ligne discrète en bas de l'écran fait apparaître les images quand on l'effleure. On peut ainsi accéder rapidement à la photo désirée plutôt que de naviguer parmi tous les clichés en balayant l'écran du doigt. À noter que plusieurs solutions s'offrent à vous pour importer des photos dans l'iPad. On peut classiquement effectuer une synchronisation avec un ordinateur équipé d'iTunes mais aussi connecter directement un appareil photo, chose impossible avec un iPod Touch ou un iPhone. Pour cela, un kit de connexion optionnel est proposé par Apple. Dans cette optique, il sera utile d'avoir une mémoire embarquée conséquente afin de pouvoir vider une carte mémoire sans retenue.



applications développées pour l'iPhone dont la résolution est beaucoup plus faible que celle de l'iPad. Là encore, on peut choisir entre de garder la taille d'origine ou de zoomer, avec à la clef des pixels bien visibles et un rendu moins joli. Toutefois, de très nombreuses applications sont ou seront modifiées pour offrir une résolution adaptée. Bien entendu, l'iPad est aussi un iPod ! Les commandes de lecture sont affichées en haut de l'écran et rappellent celles d'iTunes. En bas, il est possible d'afficher les morceaux, les artistes, les albums ou encore les genres ou les compositeurs. L'interface est comme toujours très soignée, avec notamment une présentation des albums identique à celle que l'on trouve dans iTunes. Malheureusement, alors que l'iPod Touch, l'iPod Nano, l'iPhone et même le vieillissant iPod Classic offrent tous la navigation



Coverflow, elle est absente de l'iPad. Pour rappel, elle permet de parcourir les jaquettes des albums du bout du doigt en basculant le baladeur en mode paysage.

Une bibliothèque virtuelle

L'iPad vient aussi marcher sur les plates-bandes

mais qui a l'avantage d'offrir la couleur. Ce test fut trop court pour se prononcer sur la lecture d'un livre mais ayant testé le Kindle, il est clair que l'iPad fatiguera davantage les yeux, reste à voir dans quelles proportions et cela dépendra sans doute aussi de la sensibilité de chacun. D'autant qu'on ignore quelle sera l'offre en France au lancement.

acheter un vrai ordinateur plus polyvalent avec un espace de stockage sans commune mesure. Question encombrement et poids, l'iPad a évidemment l'avantage mais il est quand même trop gros pour une poche. Que l'on glisse un netbook ou un iPad dans un sac ne fera pas une énorme différence avec une augmentation du poids de 500 grammes environ. En fait, c'est l'usage qui va déterminer la décision d'aller vers l'un ou vers l'autre. S'il s'agit d'écrire régulièrement, que ce soit des textes ou des mails, s'il s'agit de stocker beaucoup et souvent, comme des photos et des vidéos en déplacement, c'est clairement l'ordinateur qui sera le plus adapté. Pour consulter le Web, lire, jouer, regarder des photos et relever ses mails sans répondre longuement, l'iPad semble le mieux placé. L'App Store sera évidemment un atout de taille aussi, même si de nombreuses applications qui font sens sur un téléphone seront moins pertinentes sur l'iPad. On peut cependant faire confiance aux développeurs pour avoir des idées de génie comme ce fut le cas pour l'iPhone. Ajoutons qu'il générera beaucoup de ventes additionnelles : sac, protections, enceintes, chargeurs, la liste sera longue. L'iPad a aussi de grosses lacunes comme l'absence de réel multitâche, l'incompatibilité vidéo et le flash qui n'est pas géré mais, comme pour l'iPhone, il y aura sans doute une « V2 » plus aboutie. D'autant que la concurrence PC est en train de fourbir ses armes.



d'Amazon dont le livre électronique Kindle bénéficie d'un grand succès outre-Atlantique. Ce dernier va d'ailleurs vendre ses ouvrages pour l'iPad même s'il concurrence ainsi son propre e-book. Un nouveau magasin en ligne d'Apple fait également son apparition avec iBook. Il s'agit d'une application destinée au téléchargement et à la lecture de livres. Un iTunes pour lecteurs acharnés, de livres ou de journaux. Plusieurs éditeurs ont déjà annoncé leur présence, dont Hachette et d'autres grands groupes de presse qui espèrent trouver là un nouveau débouché. Si les e-book séduisent, c'est aussi grâce à leurs écrans à même d'imiter le papier pour une lecture agréable sans fatiguer la vue. À l'inverse, l'iPad reste plus proche d'un ordinateur avec son écran brillant

On craque ou pas ?

L'iPad est un hybride à mi-chemin entre l'ordinateur portable et le smartphone. Son écran tactile est une réussite, tout comme l'interface qu'on ne présente plus. Il est vraiment très vélocité et le tactile y est sans doute plus abouti que jamais. Si les prix français n'ont pas été annoncés au moment de ce test, on se doute qu'il faudra déboursier près de 500 euros pour l'acquérir dans la version de base. Pour le même budget, vous pourrez



SPLIT/SECOND VELOCITY

LES CARACTERISTIQUES



Une ville prête à exploser
où chaque tour est unique !



Personnalisez votre voiture
pour devenir le plus rapide



Devenez une superstar
online et affrontez vous
jusqu'à 8 joueurs !



Des effets spéciaux à couper
le souffle dignes d'un film
hollywoodien

LA PRESSE EST UNANIME !

Consoles+

« En matière de style, d'énergie
dépensée, de beauté graphique,
de bande-son (bref, tout),
Split n'a de cesse d'étaler
une virtuosité certaine. »
Avril 2010

PSM3

Graphismes splendides,
gameplay nerveux et spectaculaire,
Split/Second Velocity est un jeu
d'arcade boosté à la nitroglycérine
hollywoodienne qui s'annonce comme
l'une des nouvelles références du genre.
Avril 2010

**GAME
CRITICS
AWARD
WINNER**

MEILLEUR JEU
DE COURSE

XBOX 360
LE MAGAZINE OFFICIEL

« Split Second va faire
mal aux rétines »
Été 2009

PlayStation
LE MAGAZINE OFFICIEL

Par son ambiance volcanique et sa
jouabilité prometteuse, Split / Second
Velocity devrait ménager de beaux
moments aux inconditionnels des jeux
de course mâtinés d'action.
Avril 2010

jeuxvideo.com

Cela sent bon le carton plein pour
ceux qui cherchent un palliatif
aux nombreuses simulations
qui existent sur le marché.
Mars 2010

Quand la vitesse ne suffit plus...



Date de sortie : 20 mai 2010
Plateformes : PlayStation 3, Xbox 360, PC
Genre : Course arcade
Pegi : 7+
Joueurs : 1 à 2 (offline) – 1 à 8 (online)
Studio : Black Rock Studio
Cible : Hommes 12-35
Awards : Meilleur jeu de course de l'E3 2009

DESCRIPTION

IMAGINEZ UN JEU DE COURSE OÙ VOS ADVERSAIRES PEUVENT MANIPULER CERTAINS ÉLÉMENTS DU CIRCUIT AFIN DE S'EN SERVIR CONTRE VOUS.

SPLIT SECOND EST UN JEU DE COURSE INTENSE SE DÉROULANT AU CŒUR D'UNE ÉMISSION DE TÉLÉRÉALITÉ. LES CANDIDATS VONT DEVOIR RIVALISER POUR ÊTRE LES PREMIERS À FRANCHIR LA LIGNE D'ARRIVÉE, AVEC COMME BUT ULTIME DE DEVENIR LE CHAMPION DE LA SAISON, DANS UNE VILLE FAITE POUR UN SHOW TV ENTièrement DESTRUCTIBLE.

Passez à l'action !

UN DISPOSITIF MEDIA EXPLOSIF GÉNÉRANT PLUS DE 100 MILLIONS DE CONTACTS !

MEDIA	SUPPORT	AVRIL	MAI	JUIN	TRADE MARKETING
PRESSE					<p>CD de Démo. Démo également téléchargeable gratuitement sur Xbox LIVE® & PlayStation® Store - Mai 2010</p>
TV					
RADIO					
INTERNET					
RELATIONS PRESSE					
					<p>Silhouette</p> <p>Box 48 pièces</p> <p>DISPOSITIF PLV ÉVÉNEMENTIEL</p> <p>NOMBREUX VISUELS & VIDEOS À DISPOSITION</p>



© Disney, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, et les logos Xbox sont des marques du groupe Microsoft et sont utilisés sous licence de Microsoft. "L", "PlayStation", "PSS" and "PS3" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS3" is a trademark of the same company.



Ordinateurs portables

Panorama

MOBILITE
mobilité

Un nouveau souffle

Après le desktop, les nouveaux processeurs Intel Core i3, Core i5 et Core i7 sont maintenant déclinés sur les ordinateurs portables. Toujours aussi polyvalents, ils offrent des fonctionnalités inédites pour décupler les performances tout en préservant l'autonomie. par Driss Abdi

Le marché du notebook a été épargné par la crise. D'après GfK, quelques 4,6 millions d'unités ont été vendues en 2009, soit une hausse de 27 % par rapport à l'année précédente. La croissance devrait encore être soutenue en 2010, avec une prévision des ventes à hauteur de 5,4 millions d'ordinateurs soit une hausse de 17 %. Sans atteindre une telle croissance à deux chiffres, le bilan en valeur est également positif avec 2,63 milliards d'euros pour 2009 (+4 % par rapport à 2008) et une prévision de 2,75 milliards pour 2010. La situation s'explique aisément par une baisse du prix moyen qui passe de 698 euros en 2008 à 570 euros en 2009. De plus, les choses devraient continuer dans ce sens en 2010 avec un prix moyen estimé à



Packard Bell

TJ75 JP151

Le plus musclé

Évolution directe du TJ65, cet ordinateur portable garde la même coque laquée mais aussi sa finition plastique. Le processeur Core i7 confirme sa suprématie avec des performances largement au-dessus de la concurrence. À cela s'ajoute une carte graphique à même de donner le meilleur dans la plupart des jeux actuels, le tout pour un prix qui reste raisonnable. Et pour ne rien gâcher, la batterie du TJ75JP lui confère une autonomie équivalente aux notebooks Core i3 et Core i5. Le clavier a l'avantage de ne pas s'enfoncer, même en appuyant très franchement dessus. Les touches sont de taille suffisante pour une saisie très confortable. Le touchpad multipoint remplit parfaitement son rôle et ce sont surtout les boutons de clic qui détonnent en étant intégrés dans une barre horizontale avec effet miroir. Par contre, l'écran est sensible aux reflets et manque un peu de contraste. Ce n'est pas mieux côté son, avec un léger écho et des aigus fournis. Relativement épais, le TJ75JP se rattrape avec une connectique fournie.

Processeur : Intel Core i7 620M (2,66 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 15,6 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : ATI Radeon HD 5650
Disque dur : 500 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,7 kg
Autonomie mesurée : 170 minutes

899 €



Asus

N61J

Le plus design

Avec sa coque laquée blanche, cet ordinateur portable détonne dans un monde où le gris et le noir règnent sans partage. Il en va de même avec une grille en métal qui dissimule les haut-parleurs au-dessus du clavier. Ces derniers ne font pas de miracles avec un son trop aigu comme c'est souvent le cas sur les notebooks. Asus n'a pas négligé les petits détails à l'image des LED bleues sur la tranche. Le clavier chiclet est pratique mais il manque de rigidité et s'enfonce en appuyant un peu franchement dessus. En revanche, l'intégration du pavé numérique n'empiète pas sur la taille des touches. Le touchpad est généreux et multipoint pour zoomer des deux doigts ou encore naviguer d'un document à l'autre d'un balayage des doigts. À noter que le N61J est l'un des premiers notebooks à proposer la technologie Optimus de Nvidia. Elle permet de passer automatiquement de la puce graphique intégrée à la carte dédiée en fonction des besoins. Ainsi, si on n'a pas besoin d'une grosse puissance graphique, le GPU s'éteint pour économiser la batterie. Si les performances sont globalement au rendez-vous avec notamment un disque dur performant, c'est l'écran qui est un peu en retrait avec des couleurs froides et un contraste en deçà. À signaler aussi que c'est un des premiers notebooks à intégrer un port USB 3.0.

Processeur : Intel Core i5 330M (2,26 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 16 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : Intel GMA + Nvidia GeForce GT 325M
Disque dur : 500 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,7 kg
Autonomie mesurée : 161 minutes

849 €





Portables Core iX

510 euros. L'effet netbook est passé par là. Ces petits ordinateurs très légers et aux performances on ne peut plus modestes ont vu leur part progresser très fortement en volume au cours de l'année 2009 avec 920 000 unités vendues, contre 360 000 l'année précédente. Enfin, ce sont une fois encore les ordinateurs portables de 15 pouces qui se taillent la part du lion avec 42 % de parts de marchés en volume en 2009, suivis par les 17 pouces à 35 %. L'ultramobile (moins de 14 pouces) reste en bas du tableau avec une part de marché de 1 % seulement en 2009. 2010 s'annonce sous de meilleures auspices, d'autant que cette année marque l'introduction des nouveaux processeurs Intel qui risquent bien de justifier une montée en gamme plus soutenue.

La relève est là

Après avoir assis sa suprématie sur les processeurs qui équipent les ordinateurs portables, le Core 2 Duo d'Intel cède sa place à la nouvelle gamme Core iX. Elle se décompose en trois catégories avec les Core i3, les Core i5 et les Core i7. Difficile de s'y retrouver pour le novice et une explication de leurs différences s'impose. Pour sa part, le Core 2 Duo reste néanmoins d'actualité mais il se voit relégué en entrée de gamme. Déjà disponibles sur les desktops dont ils sont en fait la déclinaison pour portables, ces nouveaux processeurs se caractérisent par une plus grande finesse de gravure, 32 nm contre 45 nm pour la génération précédente. Qu'est-ce que cela change

concrètement ? Tout simplement que le dégagement de chaleur est moindre, avec à la clef un meilleur rendement électrique pour garantir une autonomie optimale de la batterie. À cela s'ajoute une partie graphique inédite qui est à présent directement intégrée au processeur. Elle n'a pas pour ambition de remplacer la carte graphique, loin de là. Mais sur certaines configurations, les constructeurs se contentent d'une puce graphique basique et qui suffit amplement à l'affichage de base. En l'intégrant directement dans le processeur, Intel espère faire là encore de petites économies d'énergie tout en offrant des performances graphiques légèrement à la hausse. Pour les applications exigeantes (jeux vidéo 3D, modélisation, etc.), la carte graphique dédiée reste



Toshiba

Satellite L505-13J

Le plus classique

Toshiba conserve un design qu'on lui connaît déjà depuis quelque temps. Malgré une jolie finition laquée, le L505 est relativement épais et semble déjà dater surtout en comparaison à certains modèles concurrents. La connectique est répartie tout autour du châssis et rien ne manque à l'appel. En revanche, l'écran délivre des couleurs un peu trop saturées et la luminosité par défaut est élevée. Côté son, les aigus sont à l'honneur avec un léger écho. En revanche, le L505 s'illustre en termes de performance, notamment grâce à son processeur puissant et à un disque dur plutôt vélocé. Toutefois, la mémoire reste cantonnée au standard DDR2 quand la DDR3 s'impose par ailleurs. Il en va de même pour la carte graphique qui aura du mal à suivre la cadence avec les jeux récents, surtout à la résolution native de l'écran. On se consolera avec l'autonomie de la batterie qui classe le L505 parmi les meilleurs sur ce point.

Processeur : Intel Core i5 430M (2,26 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 15,6 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : ATI Radeon 5145 HD
Disque dur : 500 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,71 kg
Autonomie mesurée : 175 minutes

699 €



Samsung

R580 E7P-C3330

Le plus sexy

Samsung reprend une formule éprouvée sur ses téléviseurs en injectant la peinture directement dans la matière. À la clef, une couleur qui varie du rouge au noir en fonction de l'angle sous lequel on regarde l'ordinateur. L'intérieur n'a pas été négligé pour autant, avec là encore la même finition laquée très réussie et un touchpad multipoint pratiquement invisible et délimité par quatre diodes lumineuses bleues. Brillant, l'écran est sujet aux reflets mais les couleurs sont toutefois bien rendues avec un bon niveau de contraste. En revanche, le son est trop aigu et fatiguant à la longue. Côté performances, le R580 n'a pas pour vocation de rivaliser avec un modèle Core i5 ou i7 mais il saura satisfaire la plupart des utilisateurs. Le jeu n'est d'ailleurs pas en reste, grâce à une carte graphique qui bénéficie d'une mémoire généreuse. En revanche, on attendait plus de la batterie qui offre une autonomie à la traîne.

Processeur : Intel Core i3 330M (2,13 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 15,6 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : Nvidia Geforce GT 330M
Disque dur : 500 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,6 kg
Autonomie mesurée : 140 minutes

699 €





Ordinateurs portables Core iX

Panorama

MORBIITE
mobilité

incontournable, quelle que soit la puissance du processeur. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que le Core iX n'en manque pas.

Toujours plus

Tout comme les processeurs Core 2 Duo, les nouveaux Core iX sont tous multitâche. Il est possible de regarder une vidéo tout en synchronisant un baladeur par exemple. Les choses deviennent encore plus intéressantes avec la technologie Hyper Threading, car chaque cœur peut en bénéficier pour exécuter deux tâches en même temps. En clair, un processeur double cœur sera à même de traiter quatre tâches simultanément sans que les performances ne baissent. À cela s'ajoute le Turbo Boost qui devrait ravir les amateurs de puissance. Pour faire simple, le

processeur est en mesure de s'adapter à la charge de travail du PC. Ainsi, il est possible d'augmenter la fréquence des cœurs actifs pour des applications exigeantes tandis qu'à l'inverse, l'accent sera mis sur l'optimisation de la consommation d'énergie s'il y a moins de sollicitations. C'est la raison pour laquelle un processeur Core iX peut s'avérer plus puissant qu'un Core 2 Duo qui affiche pourtant la même fréquence.

Une gamme bien fournie

Difficile de s'y retrouver avec la profusion de processeurs en Core iX. Non seulement il faut choisir entre le Core i3, Core i5 et Core i7 mais ceux-ci se déclinent également dans plusieurs références. Schématiquement, le Core i3 constitue l'entrée de gamme. Il bénéficie de la gravure à 32 nm, de la carte

graphique intégrée et de l'Hyper Threading. En revanche, le Core i3 fait l'impasse sur le Turbo Boost. La fréquence affichée est donc celle à laquelle le processeur fonctionnera au maximum. Le Core i5 bénéficie de toutes les technologies, avec une fréquence de base qui va de 2,26 GHz à 2,53 GHz. Avec le Turbo Boost, ces fréquences passent de 2,53 GHz à 3,06 GHz. Le gain n'est donc pas négligeable. Enfin, en haut de gamme, le Core i7 se démarque avec quatre cœurs pour le modèle le plus performant, soit jusqu'à huit tâches pouvant être traitées simultanément. À cela s'ajoute une mémoire cache plus importante (4 à 8 Mo contre 3 Mo pour les Core i3 et Core i5). Celle-ci stocke les informations fréquemment utilisées pour pouvoir y accéder plus rapidement. Plus la mémoire cache est importante et plus le traitement s'accélère.



Sony

VPC-EB1M1E/BJ

Le plus compact

Fidèle à son habitude, Sony propose un notebook au design sobre et sans fioriture. En apparence plus compact, les bords de l'écran sont très fins, ce qui permet de proposer un châssis moins encombrant à diagonale égale. Si la finition est globalement soignée, le capot de l'écran semble fragile. Il faudra donc éviter de tasser l'ordinateur dans un sac ou de poser un objet lourd dessus. Sinon, l'écran est suffisamment lumineux pour ne pas trop être gêné par les reflets. Revers de la médaille, les blancs sont un peu brûlés. Sans surprise, les haut-parleurs situés au-dessus du clavier délivrent un son puissant mais essentiellement composé d'aigus. Côté performances, l'EB1 se contente d'un processeur Core i3 modeste mais néanmoins suffisant pour les applications courantes. En revanche, Sony n'a pas lésiné sur la carte graphique qui tient la comparaison face aux notebooks les plus puissants. Déception toutefois au regard de l'autonomie qui est en retrait sur les autres.

Processeur : Intel Core i3 330M (2,13 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 15,5 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : ATI Radeon 5650 HD
Disque dur : 500 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,7 kg
Autonomie mesurée : 141 minutes

699 €



HP

Pavilion dv6-2125

Le plus basique

HP reprend ici son châssis bien connu et qui bénéficie d'une connectique étoffée, avec notamment une prise Firewire et une petite télécommande ultra plate. Malheureusement, l'encombrement est conséquent et le clavier commence à dater. En effet, les touches juxtaposées s'enfoncent légèrement quand on appuie franchement dessus et le pavé numérique est étroit. À cela s'ajoute un touchpad qui remplit parfaitement son rôle mais dont les boutons sont peu pratiques car trop engoncés dans le châssis. L'écran est très sujet aux reflets et les couleurs sont saturées, tandis que les noirs manquent de profondeur. Les haut-parleurs Altec Lansing sont intégrés au-dessus du clavier mais à l'instar des modèles concurrents, le son se compose essentiellement d'aigus. Grâce à son processeur et surtout un disque dur très véloce, le DV6 n'a pas à rougir de la concurrence dans les applications courantes. Toutefois, l'espace de stockage reste relativement limité au regard des standards actuels et la carte graphique est complètement dépassée. En contrepartie, l'autonomie est plutôt satisfaisante tout comme le prix est attractif.

Processeur : Intel Core i3 330M (2,13 GHz)
Mémoire : 4 Go
Écran : 15,6 pouces (1366 x 768)
Puce graphique : Nvidia GeForce G105M
Disque dur : 320 Go
Graveur : DVD±R/RW

WiFi n
Poids : 2,49 kg
Autonomie mesurée : 169 minutes

599 €



CHARGEMENT SANS FIL



Fonctionne avec les modèles iPhone 3G et iPhone 3GS

Liberté de l'alimentation sans fil

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

gear4

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

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



Finis, les câbles !

Onkyo

Prêt pour la 3D

Le spécialiste du home cinéma vient de confirmer que tous ces produits mis sur le marché après mars 2010 seront compatibles avec le format HDMI 1.4a. Cette annonce s'applique aux amplis-tuners audio/vidéo TX-SR308, TX-SR508, TX-SR578, TX-SR608 et aux ensembles home cinéma HT-S3305, HT-S5305, HTX-22HDX. De fait, ces produits seront compatibles avec les nouveaux lecteurs Blu-ray 3D ainsi que les téléviseurs 3D.



Des invités de marque pour Fear 3

Warner Bros Interactive Entertainment vient d'annoncer que la série de jeux d'action en vue subjective horrifiques FEAR connaîtrait un troisième volet « en automne 2010 » sur PC, PS3 et Xbox 360. Les développeurs de Day 1 (qui prennent donc la relève de Monolith) ont pour l'occasion fait appel à des talents de septième art puisque le très estimé John Carpenter (Halloween, New York 1997, Le Prince des Ténèbres...) a prêté main forte à l'équipe dans le cadre de la réalisation des cinématiques, tandis que Steve Niles (scénariste sur 30 Jours de Nuit notamment) a été sollicité pour « améliorer certains aspects effrayants du jeu ».

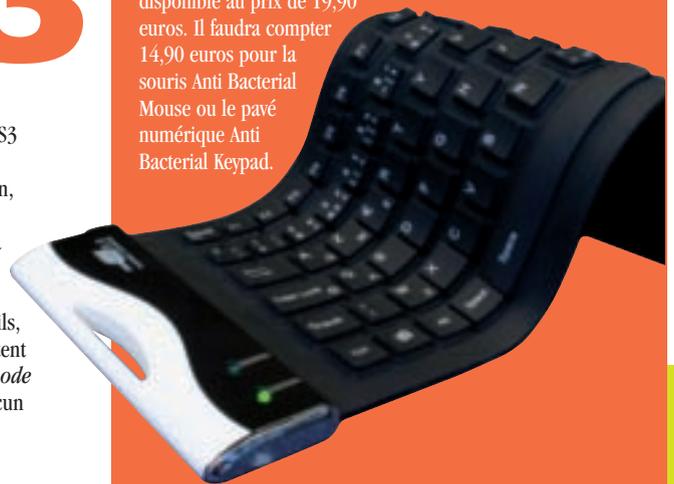


Côté scénario, l'inquiétant personnage d'Alma fait ici son retour et la présence de ses deux fils, Point Man et Paxton Fettel, permettent d'introduire selon l'éditeur un « mode de coopération divergente », chacun disposant de capacités propres.

Urban Factory

se lave les mains

Claviers et souris comptent parmi les accessoires les plus sales qui soient. Fort de ce constat, Urban Factory propose une gamme de périphériques antibactériens avec un pavé numérique, un clavier et une souris filaire. Si la souris est classique avec une résolution de 800 dpi, le clavier s'avère plus original. En effet, outre sa composition en silicone traitée avec une poudre argentée, il est flexible et peut être roulé pour faciliter le transport. Enfin, les deux périphériques résistent à l'eau et peuvent ainsi être lavés au savon. Le clavier Anti Bacterial Keyboard d'Urban Factory est disponible au prix de 19,90 euros. Il faudra compter 14,90 euros pour la souris Anti Bacterial Mouse ou le pavé numérique Anti Bacterial Keypad.



© 2009 Twentieth Century Fox Film Corporation and Dune Entertainment LLC. All Rights Reserved. Conception graphique © 2010 Twentieth Century Fox Home Entertainment LLC. All rights reserved.

Avatar

le film événement bientôt en vidéo

Après le véritable raz-de-marée qu'a représenté Avatar au cinéma avec ses 14,5 millions d'entrées sur le territoire Français, Fox Pathe Europa soigne actuellement les préparatifs entourant la sortie vidéo. La première itération vidéo d'Avatar rejoindra en effet les linéaires le 21 avril prochain, en version DVD simple (20 euros

environ) et Blu-ray combo avec DVD (30 euros environ). « Ces versions seront dénuées de bonus, le choix a été fait de laisser toute la place sur les disques pour assurer une qualité optimale de l'image et du son », explique Alexis Mas, Chef de groupe nouveautés chez FPE. « Nous visons une mise en place de plus de 1,5

million d'exemplaires ». Comme le souligne l'éditeur, le public français est particulièrement friand de la licence puisqu'il s'agit du deuxième marché pour le film, alors que la France se classe traditionnellement en cinquième position. « C'est notamment dû au fait que le parc de cinéma permettant de projeter la 3D est conséquent dans

notre pays », développe l'éditeur. En France, les deux tiers des spectateurs en salles ont en effet vu le film dans sa version 3D. Un film de l'envergure d'Avatar a toutes les chances de faire sensation dans sa version haute définition. « Nous allons implanter environ 250 000 exemplaires de la version Blu-ray du film », chiffre

iHome

réveille à la carte

IHome propose un nouveau radioréveil équipé d'un dock pour l'iPod Touch et l'iPhone. L'iA5 se pilote quasi-intégralement depuis une application téléchargée sur l'App Store, en l'occurrence iHome+Sleep. Elle permet notamment de synchroniser l'heure de la station avec celle de l'iPhone/iPod, de régler l'égaliseur et les basses et d'afficher des informations sur la météo. Mieux encore, elle offre toute une batterie d'options pour se réveiller en vidéo ou en musique, ou même de partager des statistiques sur votre sommeil sur Facebook ou Twitter. Notons la présence d'une entrée jack 3,5mm et la possibilité de le faire fonctionner sur trois piles AAA. L'iA5 sera disponible sous peu au prix de 99,90 euros.



No More Heroes 2

Annoncé un temps pour fin avril, ce sera finalement le 28 mai prochain que Namco Bandai publiera en Europe No More Heroes 2 Desperate Struggle sur Wii. Après un premier volet paru sur la même machine en 2008, le personnage déjanté de Travis Touchdown fait son retour dans un nouveau jeu d'action à la troisième personne en monde ouvert. Cet apprenti assassin devra ici reprendre la tête du classement des 50 meilleurs tueurs sur le marché et devra pour cela éliminer ses dangereux compétiteurs. L'occasion d'arpenter à nouveau une ville ouverte et de profiter de nouveaux coups spéciaux et armes, dans un jeu qui devrait être plus complet que son prédécesseur. À découvrir, notamment pour son univers singulier, unique sur la console de salon de Nintendo.



Alexis Mas. En ce qui concerne la Video On Demand, il faudra patienter un mois de plus pour pouvoir profiter du film, sa sortie en version numérique étant fixée au 21 mai.

Sortie vidéo en grandes pompes

Pour soutenir cette sortie événement, FPE annonce évidemment un plan marketing à la mesure du film avec notamment un plan en TV (budget 1,5 million d'euros) sur une quinzaine de chaînes hertziennes et cabsat. Des opérations spéciales de publi-rédactionnel sont prévues, notamment avec M6 qui diffusera la veille de la sortie du film en vidéo un flash spécial en direct de la



planète Pandora ou encore avec Télé Poche, dont la quatrième de couverture ouvrira une autre version du magazine, Pandora Poche, une semaine avant la sortie. Des animations sont aussi au programme en magasins bien sûr, à l'image du Virgin des Champs-Élysées à Paris qui ouvrira la veille au soir de la sortie pour satisfaire les tout premiers acheteurs, en présence de Jon Landau, Producteur du film. « L'ampleur du succès du film en salles a dépassé toutes les prévisions et si les marques associées à Avatar étaient alors peu nombreuses, les partenariats se multiplient autour de la sortie vidéo ». On pourra ainsi bientôt découvrir des Citroën C4 Avatar, Sefora va proposer

une ligne de maquillage au nom du film et Monceau Fleurs va commercialiser des bouquets de fleurs lumineuses, références au film de James Cameron. Bref, la déferlante Avatar est loin d'être passée, bien au contraire...



Un film, trois lancements vidéo successifs

Pour les aficionados et cinéphiles friands de bonus, il faudra patienter jusqu'à mi-novembre prochain, lorsque les éditions collector seront mises sur le marché. L'éditeur parle de versions DVD et Blu-Ray comprenant quatre galettes emplies de bonus sur le film. Un délai supérieur pour ces versions, dû selon l'éditeur à un réalisateur pris par la promotion du film et qui n'a pu que dernièrement se mettre au travail sur le matériel supplémentaire dont seront dotées ces nouvelles éditions. En ce qui concerne la 3D, il faudra encore patienter jusque 2011, selon l'éditeur, pour profiter à nouveau d'une nouvelle fournie d'éditions cette fois-ci compatibles avec le procédé.



SAISON salon

News

Blur: le nouveau bolide d'Activision



L'éditeur américain lance fin mai un tout nouveau jeu de course sur PC, PS3 et Xbox 360 avec Blur, développé par le studio Bizarre Creations, à qui l'on doit notamment la série Project Gotham Racing pour le compte de Microsoft. En 2007, ce studio de Liverpool spécialiste du jeu de course a été racheté par Activision. « Activision a la volonté d'investir le segment du jeu de course sur lequel nous étions absents », situe Guillaume Lairan, Marketing group manager, qui reconnaît : « C'est un marché concurrentiel mais essentiellement sur le segment des jeux de simulation. Or Blur est avant tout un jeu basé sur les power-up « à la Mario Kart » mais sur consoles next-gen ». Plus arcade que simulation, Blur est donc destiné à

s'adresser à un public plus large : « Notre cible est la tranche des 13-34 ans, qui touche à la fois les casual gamers avec le mode histoire et le multijoueurs en écran partagé à quatre, puis une frange plus hardcore de notre cible avec le multijoueurs en ligne jusqu'à 20 joueurs. Le jeu est facile à prendre en main, avec tout de même un plaisir de conduite et ce avec des voitures officielles », développe Guillaume Lairan. « Blur est fun avant tout et intense car jusqu'aux derniers mètres il peut se passer quelque chose et vous pouvez prendre l'avantage sur vos adversaires grâce aux power-ups. C'est la force de ce titre qui jouit d'un très bon équilibre grâce à l'expérience de Bizarre Creations, studio spécialiste dans le domaine ». Le jeu annonce un contenu conséquent avec une cinquantaine de circuits différents dans 14 villes distinctes ou encore une cinquantaine de voitures basées sur des licences officielles (Renault, Audi, BMW, Nissan...). « Le buzz sur Blur grossit sérieusement de jour en jour ! », se réjouit même l'éditeur, qui rappelle : « Nous avons lancé la beta test sur Xbox 360 en

mars, qui est un énorme succès et est ouverte à tous gratuitement depuis le 6 avril. Plus d'un demi-million de courses ont déjà été réalisées, avec un temps moyen passé sur la beta de 53 minutes. La France est le second pays européen en nombre de joueurs derrière l'Angleterre, avec en tout 300 000 codes qui ont été distribués via de nombreux partenariats avec les plus grands sites de jeux vidéo et les retailers ». Outre cette version beta du jeu qui s'inscrit dans la communication globale autour du titre, Activision prévoit aussi un dispositif média comprenant



visibilité en TV (chaînes hertziennes et cabsat) et sur Internet (YouTube, MSN, Jeuxvideo.com...). « Sur le lieu de vente, notre priorité sera avant tout de montrer le jeu et de le faire tester. Nous déploierons donc tous nos efforts autour d'animations et de jeux concours en magasins, la force de Blur résidant dans sa prise en main très facile et le fun qu'il procure ».



Logitech

L'universalité à petit prix



Avec l'Harmony 300i Remote, Logitech ajoute une référence entrée de gamme à sa ligne de télécommandes universelles. Positionné à tout juste 30 euros, ce modèle dépourvu d'écran permet de contrôler la plupart des appareils électroniques du salon. Le constructeur suisse annonce une compatibilité avec plus de 5 000 marques et promet une configuration simplifiée. Rappelons qu'il s'agit d'une programmation par le Web et d'une ergonomie par activités. Elle fonctionne sur deux piles AA et se connecte à l'ordinateur via l'interface USB. L'Harmony 300i Remote est disponible dès aujourd'hui.

Pioneer

voit double

Pour les foyers qui disposent de plusieurs iPhone/iPod, Pioneer a pensé à eux avec le XW-NAC3. Cette enceinte dispose en effet de deux emplacements pour les appareils de la marque à la pomme permettant ainsi d'en charger un en écoutant la musique de l'autre et vice versa. Il est même possible de faire des mix en puisant des morceaux dans l'un ou l'autre. Affichant un look rétro très années 70, le Pioneer XW-NAC3 n'en est pas moins ouvert sur la modernité avec une transmission possible par Bluetooth. Il sera commercialisé au mois de juin au prix de 399 euros.



Toshiba

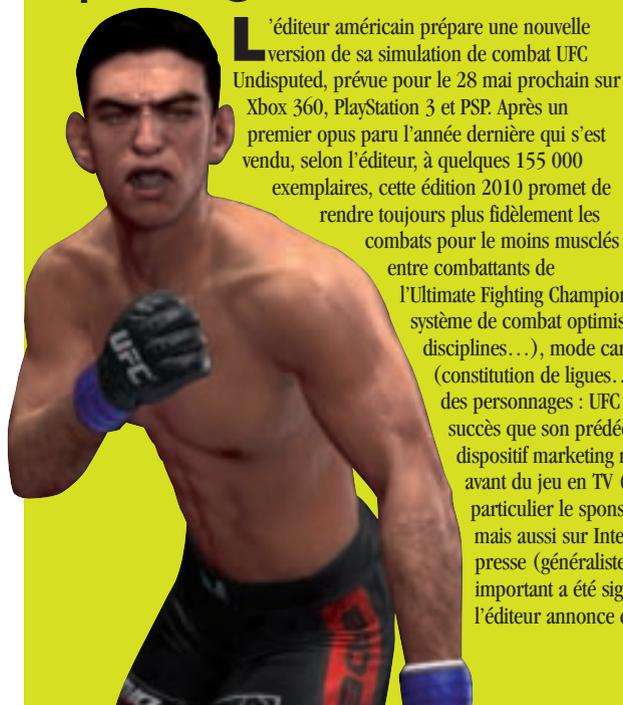
Écolos et connectés

Toshiba vient d'annoncer le renouvellement de sa gamme de téléviseurs RV. Ainsi la série RV733 se décline en trois tailles : 32, 37 et 40 pouces. Tous sont compatibles Full-HD et disposent de la technologie Résolution+ qui assure la mise à l'échelle du contenu en résolution standard avec une amélioration des contours. Ces téléviseurs adaptent automatiquement le contraste, le gamma, la colorimétrie et la netteté suivant la luminosité ambiante et le contenu affiché. La série RV733 est également WiFi Ready grâce à un adaptateur USB qui permettra la connexion au réseau de la maison. Le protocole utilisé est le DLNA et la protection est assurée par le WPS. On notera la compatibilité avec la version 1.4 du HDMI. Toshiba a porté un soin tout particulier à la fabrication de cette série RV en limitant les éléments polluants comme le mercure, le plomb et d'autres substances dangereuses. Un interrupteur permet d'éteindre totalement le téléviseur au lieu de le laisser en mode veille.



UFC

Le jeu coup de poing de THQ



L'éditeur américain prépare une nouvelle version de sa simulation de combat UFC Undisputed, prévue pour le 28 mai prochain sur Xbox 360, PlayStation 3 et PSP. Après un premier opus paru l'année dernière qui s'est vendu, selon l'éditeur, à quelques 155 000 exemplaires, cette édition 2010 promet de rendre toujours plus fidèlement les combats pour le moins musclés entre combattants de

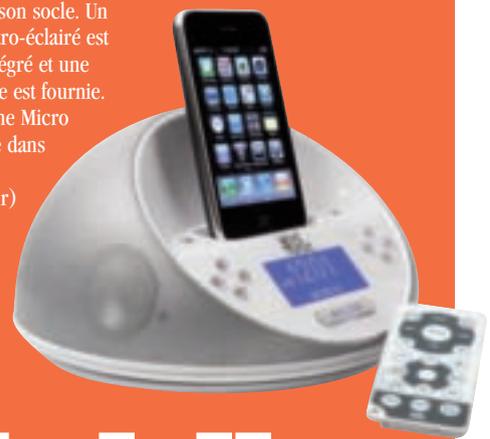


l'Ultimate Fighting Championship. Intelligence artificielle améliorée, système de combat optimisé (interaction avec la cage, nouveaux coups et disciplines...), mode carrière plus abouti et jeu en ligne enrichi (constitution de ligues...) ou encore possibilité de personnalisation des personnages : UFC Undisputed 2010 entend bien reconduire le succès que son prédécesseur et THQ déploie dans cette optique un dispositif marketing massif entre avril et juin, avec une mise en avant du jeu en TV (chaînes hertziennes et cabsat) avec en particulier le sponsoring de l'émission télé UFC sur toute l'année, mais aussi sur Internet (sites sportifs notamment), en radio et en presse (généraliste, jeux vidéo, combat). Un partenariat important a été signé avec Skyrock. Côté trade marketing, l'éditeur annonce des boxes, bundles entre autres opérations.

JBL

réveille en douceur

JBL étoffe sa gamme On Time avec le JBL On Time Micro. Avec un design tout en rondeur, ce 2 en 1 combine une station d'accueil pour iPod Touch/ iPhone et un radioréveil. Comme la plupart des produits de ce type, tous les autres baladeurs MP3 peuvent également être utilisés grâce à une entrée ligne tandis que le téléphone d'Apple pourra en outre être directement rechargé sur son socle. Un écran LCD rétro-éclairé est également intégré et une télécommande est fournie. Le JBL On Time Micro est disponible dans deux coloris (blanc ou noir) au prix de 199 euros.



Nvidia

Enfin en DirectX 11

Après une longue période sans réelle nouveauté dans le domaine de la 3D pour PC, Nvidia présente sa toute première carte graphique compatible DirectX 11. Avec pas moins de trois milliards de transistors, le processeur GeForce GTX 480 est le représentant haut de gamme de cette nouvelle série qui comporte pour le moment qu'un seul autre modèle, le GeForce GTX 470. Côté performances, la nouvelle architecture adoptée par Nvidia apporte des résultats probants, puisque les tests effectués montrent un gain de l'ordre de 5 à 10 % par rapport à sa concurrente directe la Radeon HD 5870 de AMD/ATI. Malgré tout, ces très bonnes performances sont à mettre en parallèle avec une consommation électrique élevée, un dégagement thermique conséquent et aussi un bruit plus important, tout du moins sur la carte de référence. On peut espérer que les partenaires travaillent sur le sujet pour proposer des cartes plus silencieuses. Côté prix, il faudra compter 479 euros pour la GTX 480 et 390 euros pour la GTX 470.





SAISON

Interview

Trendnet

Le spécialiste du réseau



Entretien avec

Pei Huang
CEO

Trendnet est un acteur historique du réseau qui tire sa force de sa spécialisation. Ainsi, il réussit l'équation rare de produire au meilleur prix des produits à la fois très fiables mais aussi à la pointe de la technologie. Conscient de l'enjeu en grand public, Trendnet s'investit aussi beaucoup dans la simplification et dans l'économie d'énergie. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : Est-il correct de définir Trendnet comme un acteur historique du réseau ?

Pei Huang : Trendnet a été créée en 1990. Société californienne qui a toujours été spécialisée dans le réseau, elle est détenue par des fonds privés qui sont toujours les mêmes depuis sa création. Cela garantit une vision à long terme et permet de se consacrer à part entière au développement et à l'innovation produit. Nous avons 200 employés et environ 300 personnes de sociétés extérieures qui travaillent exclusivement pour nous, ce qui nous permet d'avoir plus de 300 produits au catalogue tous développés par Trendnet. Si 60 % de nos ventes se font aux États-Unis, l'Europe représente désormais 25 % et la France est le territoire qui y affiche le meilleur résultat, ce qui est sans doute à mettre au crédit de Comtrade, notre distributeur. Par



ailleurs, le grand public représente un part croissante de notre chiffre, avec déjà plus de 50 %.

Comment se différencier sur un marché aussi concurrentiel où l'innovation se fait rare ?

Nous sommes des spécialistes et nous l'avons toujours été. La stabilité de notre société nous permet d'agir comme un groupe de personnes unies autour d'un seul projet : fabriquer les meilleurs produits réseau. Cela nous permet déjà d'être toujours parmi les premiers à apporter les dernières innovations technologiques sur le marché. Mais cela nous permet aussi de produire au meilleur coût et avec la meilleure qualité possible, car nous investissons beaucoup dans l'optimisation de toute la chaîne, du design à la fabrication. En réseau, plus qu'ailleurs encore, la fiabilité est essentielle et bien que sur le marché grand public. Nous avons d'ailleurs énormément travaillé sur la simplicité de mise en œuvre en automatisant tout ce qui peut l'être, si bien que l'installation d'un produit WiFi ne prend que quelques minutes et ne nécessite aucune connaissance spécifique. Nous avons aussi été les premiers à réduire significativement la consommation de nos routeurs, jusqu'à 70 %. Comme c'est un appareil qui est toujours en fonction, c'est très important dans le contexte actuel. Nous allons d'ailleurs décliner cette technologie sur nos routeurs WiFi. Par ailleurs, notre spécialisation nous permet aussi d'explorer les segments naissants, avec par exemple notre mini-routeur nomade qui permet de créer un réseau WiFi N à partir d'une seule clef 3G. Il est autonome et fonctionne sur une batterie de téléphone mobile.

Quelles sont les évolutions les plus marquantes à venir ?

En WiFi, nous allons proposer dès la rentrée un débit accru de 450 Mbits. C'est une évolution du N qui permet avec le seul routeur d'améliorer les performances d'environ 10 %. En l'associant avec des adaptateurs 450 Mbits aussi, cela passe à 40 %, à la fois pour le débit comme pour la portée. Dans un an, on aura même du 600 Mbits qui sera l'évolution ultime du WiFi N. Ces améliorations vont permettre de créer des connexions plus stables avec des débits proches du filaire. En CPL, nous passerons au 500 Mbits cet automne, ce qui permet là aussi d'améliorer significativement les débits. Plus généralement, ces nouvelles normes vont permettre de créer des réseaux sans fil ou sur courant porteur qui permettront d'échanger rapidement des fichiers très volumineux ou de streamer plusieurs flux vidéo HD. On prépare ainsi l'arrivée imminente du très haut débit avec la fibre optique.



MEDPI
Hall Diaghilev
Stand - S26 et K45

uniformatic

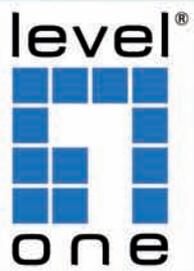
Grossiste en accessoires informatiques depuis 1985



Leader mondial des accessoires pour cybersportifs



1er fabricant européen de solutions TNT (tuner, acquisition vidéo,...)



Fabricant allemand de produits réseau, caméra IP et CPL



Depuis plus de 50 ans, leader européen de claviers et souris pour professionnels



Fabricant de solutions de stockage sécurisé et non sécurisé



Fabricant de systèmes de refroidissement et d'alimentations PC



Alan Wake

L'Arlésienne bientôt dans les bacs !

Remedy Entertainment, le studio finlandais à qui l'on doit la série des Max Payne, signe un nouveau titre avec Alan Wake. On quitte ici l'univers inspiré des polars les plus noirs pour se plonger dans une histoire tout aussi sombre mais flirtant plus que jamais avec le surnaturel. L'heure est venue de faire la lumière sur le lancement de l'un des titres de la Xbox 360 les plus attendus du moment, dont la sortie est fixée au 14 mai prochain. par Patrick Helliö



Cinq ans d'attente. Dans la catégorie des jeux qui auront sollicité la patience des joueurs, Alan Wake occupe une place de choix, certains observateurs se rappelant encore découvrir les premières images du jeu à l'occasion de l'édition 2005 du salon de l'E3. Après avoir marqué les esprits dans le domaine du jeu d'action avec les succès Max Payne 1 et 2 (2001 puis 2003), le studio finlandais de Remedy Entertainment affichait alors son intention de développer un nouvel univers loignant davantage vers le fantastique, tout en misant sur un gameplay plus ouvert et moins directif. Cinq ans, de multiples présentations et plusieurs rebondissements après (comme l'annulation récente de la version PC due selon l'éditeur à la taille réduite d'une structure comptant 45 personnes), les développeurs remettent enfin leur copie, la sortie d'Alan Wake étant prévue pour le 14 mai prochain sur Xbox 360. Exclusif à la console de Microsoft, Alan Wake compte indiscutablement parmi ces titres qui pèsent dans la ludothèque de la console et qui la dote d'un représentant de premier ordre dans le domaine de l'action/aventure. Ou plutôt « *psychological action thriller* » comme le précisent

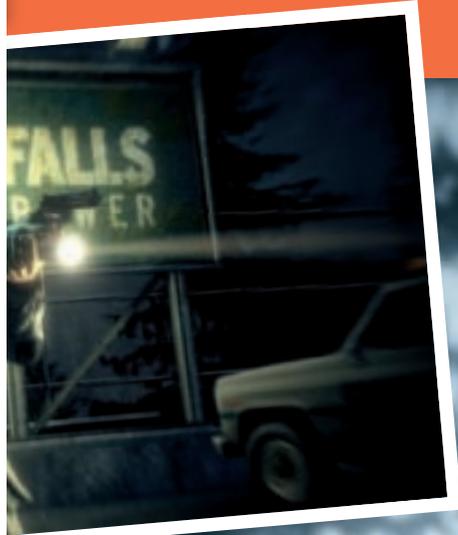


les développeurs finlandais. Action, exploration, courses poursuites et séquences de tir sont au programme de ce jeu qui affiche une réalisation de haut vol sur la console de Microsoft.

Une logique de série TV

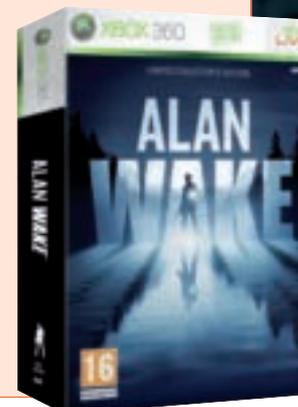
Le joueur va ici incarner Alan Wake, un auteur de romans fantastiques à succès partant se ressourcer à la campagne. Une fois arrivé dans la petite ville

apparemment tranquille de Bright Falls, il va devoir composer avec la disparition de sa femme et affronter une entité étrange prenant possession des habitants des lieux. Seule la lumière semble pouvoir lutter contre ces étranges phénomènes, qui semblent tout droit sortis de ses propres écrits. « *Le déroulement d'Alan Wake est construit comme une saison de série TV* », explique Jérémy Goldstein, Chef de produits Jeux Xbox chez Microsoft France. « *Cette saison un est composée de 13 épisodes différents, d'une durée moyenne de 45 minutes à une heure chacun* ». A la croisée entre un roman de Stephen King et une série comme Twin Peaks de David Lynch, Alan Wake promet de développer une ambiance aussi angoissante que rythmée par les coups de théâtre et autres révélations propres au format de la série TV. « *L'objectif de Remedy est de créer une nouvelle franchise qui pourra connaître des suites sous différentes formes* », explique l'éditeur. Autant dire qu'après une si longue période de gestation, les attentes des joueurs sont très fortes vis-à-vis de la nouvelle production du studio finlandais. « *En fait, le développement du jeu est terminé depuis mai 2009* », situe Jérémy Goldstein, qui précise : « *Alan Wake sera l'un des rares jeux qui aura pu profiter d'une période de polissage et de réglages de près d'un an ! Les*



Une édition limitée soignée

Le coffret plus volumineux de l'édition collector du jeu renferme son lot de contenus inédits qui pourraient convaincre les amateurs du genre de se tourner vers ce tirage limité à 15 000 exemplaires en France. Outre la classique bande originale du jeu, le boîtier comprendra également un disque de bonus exclusifs à cette version incluant vidéos making of, avatars et thème pour la console mais aussi un code pour télécharger la prochaine extension destinée au jeu. Enfin, un livret de 144 pages permettra de lire une nouvelle écrite par le personnage d'Alan Wake ainsi que « les dossiers du FBI relatant les événements de Bright Falls ». Cette édition spéciale devrait être commercialisée pour quelques euros de plus que la version standard.



développeurs ont travaillé ces derniers temps en particulier sur le doublage du jeu et la synchronisation des lèvres des personnages ».

Alan Wake, un personnage au centre du marketing

Avec une mise en place totale de 80 000 exemplaires selon Microsoft, Alan Wake s'impose comme un titre majeur des prochaines semaines. « C'est notre troisième plus gros jeu de l'année 2010 », confirme l'éditeur qui détaille que parmi cette mise en place, 15 000 exemplaires concerneront la joliment fournie version collector (voir encadré). « La campagne marketing autour du titre va jouer sur l'ambivalence au sujet du personnage d'Alan Wake, entre personnage fictif et réel », explique Jérémie Goldstein. « Cela va passer notamment par des actions virales sur Internet ou en

radio par exemple ». Pour entretenir la parenté du jeu avec l'univers du cinéma ou plus particulièrement du format série TV, une mini-série « live » (avec de vrais acteurs donc) hebdomadaire de six épisodes sera diffusée à compter de mi-avril jusqu'au 13 mai sur YouTube, Dailymotion et autres Facebook. Avec ce titre, l'éditeur vise principalement les gamers, tout en misant sur la possibilité d'élargir le public. La campagne média comprend ainsi de la presse jeux vidéo mais aussi grand public. Alan Wake devrait ainsi défrayer la chronique dans certains journaux gratuits en apparaissant, une semaine avant le lancement du jeu, dans d'autres rubriques que celle consacrée au jeu vidéo... En magasins, le titre devrait aussi se faire remarquer avec une campagne de précommande mise en place début avril (avec DLC à la clé) mais aussi des PLV, standees et

silhouettes mettant en scène l'écrivain tourmenté. Ce jeu d'action à l'univers finement développé met tous les atouts de son côté pour faire parler de lui dans les semaines qui viennent.



Téléviseur & lecteur

Samsung

Premier en magasin

La révolution 3D est en marche et les premiers téléviseurs 3D arrivent en magasin. Samsung a déjà fourni au JDLI une solution complète pour une première impression très positive au demeurant. Le système 3D fonctionne avec des lunettes actives et contrairement à ce que l'on pouvait craindre, leur port n'est guère gênant et le résultat franchement impressionnant. par Stéphane Kauffmann et Benoit Dupont

Peu de temps après les premières démonstrations concluantes, la 3D arrive déjà en magasin. Il est impressionnant de constater comme le cycle de l'innovation s'est accéléré entre la phase de décision et de réalisation, d'autant qu'apporter la 3D dans le salon sans trop de contraintes et avec une qualité satisfaisante était un défi qu'il fallait oser relever. Et on peut déjà l'affirmer, le résultat s'avère franchement réussi. Samsung fut le plus rapide et c'est aussi lui qui a pu nous fournir un équipement complet en premier pour pouvoir se faire une idée et vous en parler de manière synchrone avec l'arrivée en magasin. Non seulement, le téléviseur dont nous allons parler ici est disponible mais également une gamme assez large. Avec des prix qui débutent à 1 500 euros pour un téléviseur LCD 3D 40 pouces, ce n'est pas inaccessible mais permet une réelle montée en gamme qui génère donc de la plus-value. Le haut de gamme LED testé ici en 46 pouces vaut 2 300 euros, le lecteur Blu-ray 3D 350 euros et les lunettes de 100 à 150 euros suivant les modèles.

Lunettes actives pour le salon

Comme pour tous les constructeurs qui seront présents sur ce marché, c'est le principe des lunettes actives qui a été retenu. Nous avons détaillé celui de la stéréoscopie dans le JDLI N°163 et vous pouvez retrouver cet article sur notre site Internet (www.jdli.com). Rappelons juste

le principe de base ; le téléviseur affiche alternativement deux images légèrement décalées, une destinée à l'œil droit, l'autre au gauche. Un émetteur intégré au téléviseur envoie un signal de synchronisation aux lunettes équipées de verres à cristaux liquides qui laissent ou non passer la lumière, et ce à la même fréquence. Lorsque le gauche est ouvert, le droit est fermé et vice-versa. Cette alternance rapide laisse croire à notre cerveau qu'il n'y a en fait qu'une seule et même image que nous allons percevoir en relief. Les avantages de cette technologie sont multiples pour un usage domestique. Tout d'abord, l'image en 2D n'est absolument pas affectée et le surcoût reste minime puisqu'il suffit que la dalle soit suffisamment rapide. Par ailleurs, l'effet 3D est bien rendu, la fatigue visuelle reste limitée et l'image n'est pas amputée en résolution, ni dégradée en termes de colorimétrie. Toutefois il y a des inconvénients, comme la nécessité d'alimenter les lunettes et une perte de contraste comme de luminosité.

Une norme unique pour la 3D

Pour alimenter le téléviseur en images 3D, pour l'heure il n'y a qu'une seule solution : le lecteur Blu-ray 3D. Il faudra en acquérir un spécifique, un lecteur standard pourra lire les Blu-ray 3D mais seulement en 2D. Pour les films, un nouveau format de fichier a été créé : le MVC. C'est une variante du MPEG-4 qui utilise environ 50 % d'espace disque en plus. Il s'agit d'un double flux en Full-HD 1080p à la fréquence de 24



SAMSUNG

teur Blu-ray 3D

Focus





Téléviseur & lecteur Blu-ray 3D



autre spécifiquement pour enfants. Le lecteur Blu-ray 3D se dénomme BD-C6900. Pour la source, il a fallu se contenter d'une version d'évaluation de Monstres contre Aliens, un des premiers Blu-ray 3D à arriver sur le marché. À ce propos, on nous promet selon les sources entre 40 et 60 films avant la fin de l'année. Évidemment, il s'agira pour la plupart de dessins animés, la production en 3D étant déjà assez riche (Là-Haut, Toy Story 3, L'Âge de Glace 3...). Pour des films avec de véritables acteurs, ce sera plus limité mais les sorties devraient se multiplier au cours de l'année. On peut déjà citer Avatar, Alice au Pays des Merveilles et Le Choc des Titans. La version de Monstres contre Aliens testée contenait des extraits du Blu-ray tel qu'il sera commercialisé, ce qui nous a fourni une source conforme à ce que seront les films sur Blu-ray 3D.

Une 3D impressionnante

Dès la première séance 3D, on est tout de suite impressionné. La qualité d'image est époustouflante, les effets 3D sont réussis et il n'y a ni scintillement, ni images fantômes, ni décalage et pas de problèmes sur les contours. En revanche pour que l'immersion soit réelle, on doit nécessairement s'approcher davantage qu'en 2D, d'autant que le film est en cinémascope et qu'il y a donc des bandes noires au-dessus et en-dessous l'image. C'est à trois mètres que nous avons obtenu le meilleur résultat. Il faut dire que le dessin animé se prête particulièrement bien à la 3D, avec des séquences d'action spécifiquement pensées pour. Lorsque l'alien en chef pointe son pistolet plasma vers le spectateur, il sort en jaillissement de l'écran sans que l'image ne se dégrade notablement. De même, les scènes d'action sur le pont du Golden Gate et les

images par seconde. En technologie à lunettes actives, le téléviseur les diffuse alternativement en multipliant la fréquence et en insérant des écrans noirs pour arriver à 240 Hz. Cela devrait garantir une image de qualité similaire à celle d'un Blu-ray 2D. Dans l'avenir, le téléviseur 3D pourra bien entendu recevoir aussi de futurs programmes TV en 3D, notamment dans les modes appelé side by side 1080i et top bottom 720p. Le flux intègre alors les deux images côte à côte que le téléviseur se chargera de remettre en séquence avec une fréquence doublée.

Du haut de gamme assumé

Pour le téléviseur, il s'agit d'un modèle LCD à rétro-éclairage par LED : l'UE46C7700. C'est un 46 pouces (116 cm), ce qui garantit donc déjà une image suffisamment grande pour un effet immersif. Il intègre l'émetteur pour les lunettes qui n'est pas visible. Nous avons reçu des lunettes actives SSG-2100AB équipées de piles, dont le coût unitaire s'élève à 100 euros. Samsung commercialise aussi un modèle rechargeable et un





agence P&P

MedPi 2010

LE BUSINESS CLUB DES LOISIRS NUMERIQUES_

DU 25 AU 28
MAI 2010
GRIMALDI FORUM
MONACO

CONTACT ACHETEURS :

Sylvie Antomarchi - Tél. : +33 (0)1 47 56 65 14
sylvie.antomarchi@reedexpo.fr
Fabienne Palmas - Tél. : +33 (0)1 47 56 65 19
fabienne.palmas@reedexpo.fr

CONTACT EXPOSANTS :

Félicie de la Mettrie - Tél. : +33 (0)1 47 56 65 17
felicie.delamettrie@reedexpo.fr
Said Abbadi - Tél. : +33 (0)1 47 56 65 13
said.abbadi@reedexpo.fr

TÉLÉPHONE
& PRODUITS NOMADES

IMAGE PHOTO
& VIDÉO

TV
& AUDIO

ORDINATEURS
& PÉRIPHÉRIQUES
ET ACCESSOIRES
MULTIMÉDIA

SOFTWARE
ET CONTENUS

JEUX
VIDÉO

ÉNERGIE

Reed Expositions

WWW.MEDPI.COM





SAISON
salon

Focus

Téléviseur & lecteur Blu-ray 3D

poursuites avec les armées de clones aliens affichent un excellent rendu. Pour avoir vu le film en 3D au cinéma, les effets 3D sont ici vraiment du même acabit avec une meilleure qualité d'image sur le téléviseur Samsung. La frustration était grande de n'avoir que des extraits. On a clairement envie de voir ce film en entier et d'autres dès que possible. Cependant, malgré ce premier contact très concluant, évitons toute conclusion hâtive. Sur les dessins animés récents réalisés en 3D pour le cinéma, ce sera très bien, il n'y a aucun doute à avoir. Maintenant sur les autres films, il faudra attendre de les voir pour juger. Toujours est-il que l'on peut-être rassuré sur le potentiel et la qualité d'image en tout point similaire à celle d'un Blu-ray standard. Il n'y a vraiment aucun problème lié à la 3D comme on aurait pu le craindre, notamment pas de persistance de contours fantômes d'une image à l'autre par exemple. De plus, on ne perd absolument pas en définition par rapport au Blu-ray d'origine. La perte de luminosité en 3D est compensée par le téléviseur qui l'augmente automatiquement. De même, la perte de contraste est minime. Seule la consommation augmente logiquement de 50 %.

La conversion pour patienter

Pour que l'attente de films en nombre ne soit pas trop longue, Samsung a décidé d'intégrer une conversion 2D vers 3D dans tous ses téléviseurs stéréoscopiques. Non seulement, cela marche plutôt bien mais de plus, Samsung n'a pas exagéré les effets. D'ailleurs, on peut régler la profondeur du relief sur une échelle de un à 10 en fonction de la source. Il faut tout de même relativiser les effets 3D ainsi obtenus. Ce n'est jamais spectaculaire comme sur un Blu-ray 3D et le plus souvent, on a l'impression que le relief part vers l'arrière du cadre, il n'y a jamais de jaillissement. Pour autant, ce n'est pas désagréable mais il faut à tout prix privilégier les sources en haute définition. C'est peut-être le sport qui en profite le plus. La Formule 1 prend une autre dimension et un match de foot en bénéficie aussi. Pour les films, l'effet de conversion est très variable selon le titre, avec parfois de bonnes surprises comme Spider-man, Peter Pan ou encore le récent Démineurs qui gagne vraiment avec une profondeur dans la scène qui ajoute encore à l'intensité déjà forte du film. Sans surprise, les dessins animés se prêtent bien à la conversion. Mais ce sont les jeux vidéo qui en profitent le plus. Cela fonctionne à merveille sur les jeux de course notamment. Dans les jeux d'action, la conversion ajoute de la profondeur et contribue ainsi à créer une meilleure immersion. Au final, on peut dire que la conversion marche plutôt bien sans qu'il faille non plus en attendre des miracles.

Des lunettes bien supportées

Autre question qui brûle les lèvres, c'est évidemment celle de la tolérance des lunettes dans le salon. Il faut



déjà prendre soin de bien installer le téléviseur car il y a des contraintes, un peu comme pour un vidéoprojecteur. Les lunettes actives sont très sensibles aux sources lumineuses directes, le mieux étant d'être dans la pénombre ou dans le noir. Il faut éviter toute source lumineuse ou fenêtre derrière l'écran, car sinon les lunettes scintillent et c'est très désagréable. Ces précautions prises (qu'il ne sera pas inutile de l'évoquer en magasin à l'achat), il n'y a pas vraiment de scintillements, ni de migraine à prévoir non plus. Trois personnes dont un enfant de huit ans ont regardé tout un week-end (dans la limite du raisonnable) la TV avec les lunettes sans qu'il n'y ait eu de grande gêne ou mal de tête. Les lunettes Samsung sont d'ailleurs très confortables et légères (35 grammes). À la longue, soit au bout de deux heures, une pression s'exerce tout de même sur le nez et derrière les oreilles qui peut devenir gênante selon le seuil de tolérance de la personne et évidemment aussi en fonction de sa morphologie. Mais dans l'ensemble, on les supporte bien. Ensuite, plus le programme est immersif, plus la fatigue sera grande. Disons que cela ira très bien pour la durée d'un film. Il est peu probable que l'on regarde de manière prolongée la TV en 3D, car le bénéfice n'est pas suffisant par rapport à l'impression un peu cotonneuse qui en résulte après des heures. En revanche, là encore pour un match de foot ou une course de F1, pas de problème. Pour le

jeu vidéo, la fatigue est plus grande et on peut être nauséux plus rapidement. Au final, c'est certes une gêne que de devoir porter des lunettes mais cela reste tolérable et bien supporté par le corps. Ce sera juste une question de dosage. Comme pour l'alcool : à consommer avec modération !

Convaincre en magasin

Il est sûr que celui qui vient d'acquiescer un téléviseur plat flambant neuf et/ou un lecteur Blu-ray risque de vouloir attendre un peu et on ne l'en blâmera pas. En revanche, celui qui envisage l'achat d'un téléviseur plat ou d'un lecteur Blu-ray pourra sérieusement considérer l'option. Il est clair aussi que les amateurs de grand spectacle au cinéma et les passionnés de jeu vidéo seront les premiers à franchir le pas. Pour convaincre au-delà et faire accepter l'idée d'une dépense substantielle, il faudra aussi faire des efforts en magasin. C'est la démonstration qui sera évidemment le meilleur levier et Samsung a d'ailleurs prévu de solutions complètes clefs en main. Au-delà, la motivation par les vendeurs, l'association systématique du téléviseur avec le lecteur et des films sur un espace dédié sera sans doute le meilleur argument. En conclusion, il y a de quoi être optimiste sur l'innovation 3D qui pourrait bien fournir au marché du téléviseur une solution pour sortir du prix le plus bas.





Téléviseur à LED

Samsung UE46C7700

Samsung frappe fort avec ce téléviseur, non seulement capable de lire les Blu-ray 3D grâce à un lecteur idoine, mais aussi de créer de la 3D à partir de contenus qui ne sont pas a priori fait pour cela, tels que la TNT, les Blu-ray classiques ou même les jeux vidéo. La qualité d'image est excellente quelle que soit la source. La lecture d'un Blu-ray classique offre un piqué irréprochable, avec néanmoins un plein respect des images originales. Le mode Cinéma est d'ailleurs à conseiller. Il offre un rendu très naturel et une fluidité irréprochable. Le contraste est exceptionnel grâce à une profondeur de noir fantastique, rendue possible grâce à l'adoption du LED. Malgré un prix de vente de 2 300 euros environ, il faut cependant se contenter du edge-fit, une version low-cost de l'éclairage à LED mais qui permet une finesse extrême. Pour autant, l'uniformité de l'image est excellente. La mise à l'échelle des contenus en définition standard est très appréciable aussi. Il y a eu un réel effort fourni en ce sens par le constructeur. Dans les jeux vidéo, le rendu est satisfaisant également, y compris en 3D. La réactivité est fantastique, l'une des meilleures jamais enregistrées sur un 46 pouces. On peut difficilement évoquer Samsung sans parler design. La coque est particulièrement fine et esthétique, le pied chromé en plastique est audacieux.



Technologie : LCD/LED	Réactivité : Au pire : 15,2 ms - En moyenne : 13,9 ms - Au mieux : 10,8 ms
Taille : 46 pouces	Consommation : En veille : 0,06 W - En marche à 250 cd/m2 : 144 W
Résolution : 1920 x 1080	
Connectiques : 5 HDMI 1.4, YUV, USB host, cinch, DLNA	

2 300 €

Lecteur Blu-ray 3D

Samsung BD-C6900

Le design est vraiment très réussi avec une coque monolithique noire et des effets de transparence très luxueux. On voit le disque tourner et le logo 3D s'afficher, alors que les touches sensibles apparaissent au démarrage seulement. Le lecteur est rapide, avec 20 secondes de la mise en route à la première image. Il est évidemment compatible avec toutes les normes audio HD, tous les raffinements d'image et il se connecte au réseau. La connectique est complète avec notamment une sortie 7.1 analogique pour une installation surround non HDMI. La qualité d'image est franchement remarquable avec un très bon compromis entre richesse des détails et rendu cinéma. Par ailleurs, elle est réglable en lecture, notamment pour un piqué plus ou moins prononcé selon les goûts de chacun et selon le diffuseur. En 24p, la fluidité est parfaite. Le 6900 s'en sort aussi très bien pour la mise à l'échelle d'anciens DVD avec une netteté de bon aloi, peu de bruit vidéo et une amélioration de la fluidité qui fonctionne plutôt bien. Avec la 3D en plus pour un prix raisonnable, ce lecteur est franchement recommandable.



Sorties vidéo : HDMI 1.4, YUV, composite	Formats audio HD : Dolby Digital True HD & DTS Master Audio en 7.1
Sorties audio : HDMI (Bistream + PCM), numérique optique, analogique stéréo & décodée 7.1	Fonctions réseau : BD-Live, Internet, lecture réseau DLNA

350 €

Blu-ray 3D™





Samsung Blue Earth S7550

Téléphone mobile

Composé de matériaux recyclés, le Blue Earth est livré dans une boîte entièrement recyclable et avec un chargeur basse consommation. À cela s'ajoute un panneau solaire au dos du mobile qui fonctionne avec n'importe quelle source lumineuse qu'il s'agisse du soleil ou d'une simple lampe. En plus d'être écologique, le Blue Earth est plutôt joli et la finition est soignée. L'écran tactile est bien lumineux mais la lecture s'avère difficile au soleil. Par contre, sa sensibilité laisse parfois à désirer. Dans la pratique, il faut donc souvent s'y reprendre à plusieurs fois pour écrire un message. L'appareil photo est dépourvu d'autofocus mais remplit bien son rôle avec des clichés satisfaisants. Les couleurs sont bien rendues avec un bon niveau de contraste. Un GPS est également intégré mais on devra s'en contenter pour géo-localiser les images en l'absence de logiciel de navigation.



Caractéristiques

Quadri-bande, EDGE, HSDPA, écran 3 pouces, résolution photo 3,15 Mpixels, baladeur MP3, WMA, AAC, H.264, WMV, connexions WiFi, Bluetooth 2.1 A2DP, mémoire 130 Mo et lecteur de cartes micro SD, 108 x 53,6 x 14,2 mm, 119 grammes

Garantie 2 ans

Catégorie Milieu de gamme

Contact Samsung Electronics France - 0825 08 65 65

369€



Acer Aspire 5740DG-434G64Mn

Ordinateur portable

Comme d'autres, Acer conserve un châssis déjà éprouvé tout en améliorant les composants internes et y ajoute aussi la 3D. L'aspect plastique est peu flatteur malgré sa coque laquée mais le clavier est toujours aussi pratique avec ses touches carrées bien larges, y compris pour le pavé numérique. Sans surprise, l'écran brillant est sujet aux reflets à l'instar de tous les modèles grand public aujourd'hui. Une paire de lunettes est fournie pour la 3D qui fonctionne avec les films, les photos et les jeux, à condition de passer par le logiciel TriDef Media Portal qui effectue la conversion à la volée. Néanmoins il faut se placer bien en face de l'écran pour bénéficier d'un rendu satisfaisant et on dénote un léger scintillement de l'image. Côté son, Acer fait mieux que ses concurrents notamment grâce au module Dolby Home Theater. Les performances sont au rendez-vous, aussi bien pour travailler que pour s'amuser grâce au processeur Core i et à la carte graphique dédiée. Malgré de bonnes performances, l'autonomie est très satisfaisante aussi.



Caractéristiques

Processeur Intel Core i7 620M (2,66 GHz), mémoire 4 Go, écran 15,6 pouces (1366 x 768), puce graphique ATI Radeon HD 5650 1024 Mo, disque dur 500 Go, graveur DVD±R/RW, WiFi n, 2,7 kg

Garantie 2 ans

Catégorie Haut de gamme

Contact Acer Computer France - 01 48 63 51 51

899€



TomTom Start

GPS

L'écran de 3,5 pouces est parfaitement intégré dans une coque peu encombrante. Malgré le niveau de gamme, la finition est irréprochable. Le constructeur a utilisé son fameux système de fixation solidaire du GPS. Le support se replie donc complètement dans le dos de l'appareil pour l'emporter en sortant de la voiture. Le logiciel de navigation est toujours aussi performant, aussi bien au niveau de l'ergonomie que de la recherche des destinations et du calcul d'itinéraire. Pour le Start, TomTom a simplifié encore l'interface devenue vraiment très explicite. Lors du voyage, le conducteur aura notamment accès aux panneaux routiers. Une carte des radars et une alerte de dépassement de vitesse sont également intégrées. Le GPS dispose aussi de l'iQ Routes. Il s'agit d'une base de données historique sur les temps de parcours. Lors du calcul, le Start tient compte de ce paramètre pour établir un itinéraire plus pertinent. Enfin, le constructeur hollandais a implémenté le système Map Share permettant de partager entre tous les utilisateurs de la marque une mise à jour des cartes réalisée par la communauté elle-même.



Caractéristiques

Cartographie France, écran 3,5 pouces, fonctionnalités POI, IQ Routes, carte des radars, Map Share, 94 x 81 x 20 mm, 125 grammes

Garantie 2 ans

Catégorie Entrée de gamme

Contact TomTom - www.tomtom.com

129€



Kim Corp Quick Level

Fixation murale

Le problème des fixations murales pour téléviseurs, c'est qu'elles sont soit complexes à installer, soit peu discrètes avec par exemple un bras. Dès lors qu'il s'agit d'installer l'écran au plus près du mur sans que le support ne soit visible, il n'y a guère que la solution de deux plaques de part et d'autre de l'écran ou d'une seule sans réglages. Se pose alors le problème inévitable de l'accrocher bien droit et on a beau utiliser un niveau, une fois la ou les plaques fixées et l'écran installé, ce n'est pas droit. Et les trous sont faits ! Avec Quick Level, on fixe les deux plaques approximativement au bon endroit avec le bon écartement. Ensuite, on fixe les embouts livrés sur le téléviseur. Ils vont venir se glisser dans les fentes en biais des plaques ce qui confère une marge d'ajustement. Si le téléviseur n'est pas droit, il suffira de l'incliner manuellement pour corriger.



Caractéristiques

Support mural ultra fin, jusqu'à 80 kg, ajustable horizontalement

Garantie 2 ans

Catégorie Entrée de gamme

Contact Kim Corp - 09 63 58 58 32

40€



Sony KDL-40EX700

Téléviseur

Voici le premier écran Sony à proposer un rétro-éclairage edge-fit LED abordable. Ce modèle est le seul de la gamme à ne pas disposer de vitre intégrale recouvrant la surface de l'appareil, il y a donc beaucoup moins de reflets. L'écran est très fin et la finition aluminium brossée de toute beauté. Le souci du détail se retrouve jusque dans la télécommande, légèrement concave et réalisée en plastique soft touch de grande qualité. Sur le plan des performances, la HD est très convaincante, avec un rendu naturel vraiment proche du cinéma. Le contraste est saisissant, la profondeur de noir impressionnante et le rendu assez naturel. De plus, les films sont très fluides aussi. L'écran n'est que 100 Hz mais cela suffit largement. En revanche, la définition standard est loin d'être convaincante. Les images sont floues et il y a parfois un peu de solarisation, mieux vaut confier la mise à l'échelle au lecteur Blu-ray. Dans les jeux vidéo, la réactivité est largement suffisante. Il n'y a rien à redire, c'est quasiment parfait. La connectique est très complète aussi, puisqu'on retrouve même sur ce modèle le réseau DLNA qui donnera accès à une sélection de chaînes TV en ligne. Bien que correcte, la partie sonore reste en deçà de ce que l'on trouvait sur le fameux W5500 du même constructeur.



Caractéristiques

Technologie LED, 40 pouces, résolution 1920 x 1080, tuner TNT HD, 4 HDMI, YUV, USB host, réseau DLNA

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Sony - 08 92 35 07 35

1250€



Sony Reader PRS-600

Livre électronique

Avec son écran de six pouces, le Reader Touch Edition est suffisamment compact pour s'emporter partout. À ce titre, Sony fournit une petite housse pour le protéger. La finition est soignée avec un cadre en aluminium (noir, rouge ou alu) et un contour chromé du plus bel effet. La face arrière bénéficie d'un traitement anti-dérapant pour garantir une bonne prise en main, d'autant que les bords sont légèrement arrondis. L'interface est suffisamment simple d'emploi mais un ordinateur est indispensable pour copier des livres. L'écran bénéficie de la technologie E Ink Vizplex pour un rendu proche du papier qui est censé ne pas fatiguer les yeux. Néanmoins, le contraste est un peu faible ce qui se ressent à la longue. À cela s'ajoute un clignotement désagréable à chaque changement de page et un manque de sensibilité des fonctions tactiles. On préférera donc utiliser les boutons. Enfin, le logiciel ne propose pas l'achat de livres électroniques et il faut donc un minimum de connaissances en informatique pour les télécharger et les synchroniser avec le PRS-600.



Caractéristiques

Écran tactile 6 pouces, mémoire 512 Mo et lecteurs de cartes SD/Memory Stick, formats compatibles EPUB eBook, Adobe PDF, Microsoft Word, TXT, RTF, BBeB, MP3, AAC, JPEG, GIF, PNG, BMP, 1421 x 174,3 x 9,8 mm, 286 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Sony France - 01 55 90 30 00

299€



Canon Ixus 210IS

Compact

Nouvelle vedette de la série Ixus, le 210IS présente beaucoup de caractéristiques attractives. On retrouve ici évidemment le dessin soigné et la finition des Ixus, mais le volume et le poids sont plutôt dans la fourchette haute pour un compact de ce genre. Avec ses formes arrondies, il se glissera néanmoins avec aisance dans une poche. Canon a fait le choix du grand écran tactile qui devient classique en haut de gamme et un nouveau capteur 14 mégapixels est intronisé, Canon succombant ainsi aux sirènes de l'inflation en pixels. En revanche, le zoom est un modèle bien adapté aux usages courants avec un très grand angle et un téléobjectif convenable, le tout en restant très compact. Comme il se doit, l'Ixus 210 comporte une brochette complète d'automatismes garantissant de bons résultats sans se compliquer la vie mais naturellement, un mode programme permet divers réglages. En pratique, les 14 mégapixels du capteur se traduisent par un aspect un peu artificiel de l'image si on l'examine au rapport 1/1 sans que la définition réelle paraisse améliorée. D'autant que les aberrations chromatiques ne sont pas totalement absentes. La montée en sensibilité ISO n'arrange rien et dès 400 ISO, les détails de l'image sont fortement gommés. Toutefois, l'Ixus 210IS est capable de fournir de bonnes images mais pas meilleures que celles de résolution plus raisonnable.



Caractéristiques

Capteur 14 Mpx, écran 3,5 pouces, optique (équivalent 24x36) 2,8-5,9/24-120 mm stabilisé, vidéo 1280 x 720, 30 i/s, MOV H264, sonore, support mémoire SD/SDHC, 99,3 x 55,7 x 22 mm, 160 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Canon - 01 41 99 88 88

330€



Kef KHT8005

Barre de son

À la différence d'autres modèles, le système KEF offre une réelle diffusion en 5.1 et doit être associé à un amplificateur audio-vidéo. Le KHT8005 peut s'analyser comme un système 5.1 classique dont les trois enceintes avant auraient été regroupées dans une barre de son destinée à prendre place sous un écran. Cette barre est associée à deux petits satellites pour les canaux surround. De taille vraiment très réduite et entièrement noires, ces minuscules enceintes pourront se loger facilement et passer aisément inaperçues. Le grave est confié à un caisson KUBE-2, modèle équipé d'un boomer de 25 cm et d'un haut-parleur passif de même taille. Pas de surprise, associé à un amplificateur audio-vidéo de bon niveau, cet ensemble donne toute satisfaction. La première des qualités est naturellement le rendu des effets surround. En revanche, le choix d'une barre sonore induit une image stéréo étriquée pour l'écoute de la musique. C'est une conséquence inévitable de cette formule qui représente évidemment un compromis au bénéfice de l'encombrement et de la discrétion. Au final, le KHT8005 offre un excellent compromis entre simplicité, discrétion et qualité sonore mais on se rapproche de la relative complexité d'une installation home cinéma traditionnelle.



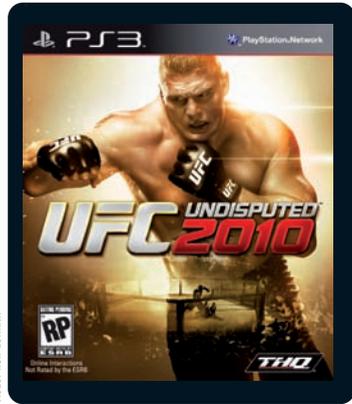
Caractéristiques

Barre sonore pour les voies avant, deux enceintes surround, caisson de grave, puissance d'amplification grave 200 W

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	KEF - 02 47 80 48 61

1350€

Visuel non défini



Fin mai

Après le succès du premier opus qui s'est classé en France au troisième rang des ventes de jeux de sport en 2009 (hors course auto), THQ a de grandes ambitions pour son UFC 2010. La nouvelle version de ce jeu de combat basé sur les règles d'un sport de plus en plus populaire dans le monde (Ultimate Fighting Championship) a été retravaillée pour tenir compte des remarques des joueurs. Plus de 100 personnages sont disponibles et un mode en ligne fait son apparition. UFC Undisputed a été développé par Yuke, le studio d'où vient également Smackdown.

PLAN MARKETING

UFC Undisputed 2010 bénéficie d'un plan marketing trois fois plus conséquent que la première version. THQ a prévu de communiquer en télé (TNT et M6), en radio, sur l'ensemble de la presse combat, en presse généraliste et spécialisée jeux vidéo.

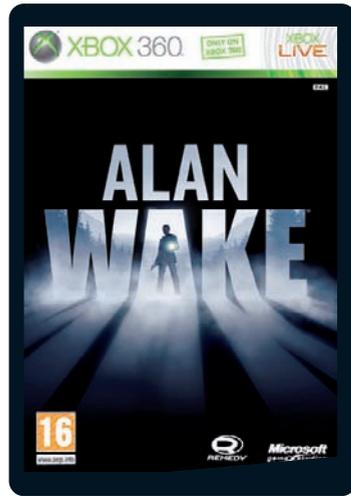
MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Yuke
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	2
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	
NC	



UFC Undisputed 2010



Le 14 mai

Très attendu par la communauté des joueurs, Alan Wake est né dans le studio finlandais Remedy Entertainment, à qui l'on doit les célèbres Max Payne 1 et 2. Exclusif sur Xbox 360, Alan Wake fait partie de ces titres qui peuvent déclencher un achat de console. Le joueur incarne un auteur de roman qui pensait se reposer à la campagne mais qui va devoir affronter des phénomènes étranges : les habitants alentours semblent possédés, sa femme disparaît...

PLAN MARKETING

Avec un déroulement construit comme une série TV, Alan Wake va bénéficier d'une campagne marketing orienté web, avec notamment une mini-série réglée avec de vrais acteurs qui sera diffusé sur les sites de partages vidéo et les réseaux sociaux. La presse spécialisée et grand public sera également concernée.

MISE EN PLACE

80 000 dont 15 000 éditions spéciales.

Développeur	Black Box
Editeur	Microsoft
Distributeur	Microsoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	
60€ environ	



Alan Wake



Le 11 mai

Lost Planet 2 se passe 10 ans après les événements du premier volet. Les conditions climatiques ont été bouleversées par une utilisation excessive d'énergie thermique. Les glaciers ont fondu pour laisser place à de luxuriantes jungles tropicales et autres déserts arides. Mais ils ont surtout réveillé les gigantesques créatures Akrid enfouies sous la surface d'E.D.N. III. Les joueurs vont entrer dans ce nouvel environnement et suivre les exploits de leurs propres « Snow Pirates » personnalisés, dans leur quête pour prendre le contrôle de la planète en plein changement. Lost Planet 2 bénéficie d'un mode coopératif.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Capcom
Nombre de joueurs	1 à 16
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	
60€	



Lost Planet 2



Le 28 mai

Activision commercialise le 28 mai un tout nouveau jeu de course sur PC, PS3 et Xbox 360 : Blur. Développé par le studio Bizarre Creations racheté en 2007 par Activision. Blur est avant tout un jeu basé sur les power-up. Le jeu s'adresse clairement à un large public, la tranche des 13-34 ans. On peut y jouer jusqu'à quatre en écran en même en ligne jusqu'à 20. Le jeu annonce un contenu conséquent avec une cinquantaine de circuits différents dans 14 villes ou encore une cinquantaine de voitures basées sur des licences officielles. Activision prévoit un dispositif média comprenant visibilité en TV (chaînes hertziennes et cabsat) et sur Internet (YouTube, MSN, Jeuxvideo.com...).

PLAN MARKETING

Activision va communiquer en TV (chaînes hertziennes et cabsat) et sur Internet (YouTube, MSN, Jeuxvideo.com...). Une Beta a aussi été largement distribuée.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Bizarre Creations
Editeur	Activision
Distributeur	Activision
Nombre de joueurs	4
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	
NC	



Blur

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

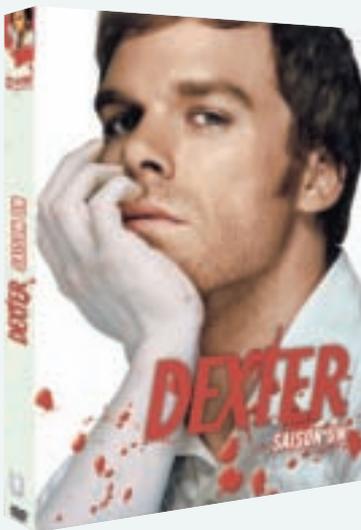
Un événement / An event
comexposium

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

Ange et démon Dexter, Saison 1

Série TV



22 avril

Attendue en DVD depuis près de deux ans en France, sort enfin chez Paramount la saison 1 de Dexter, série événement de la chaîne américaine Showtime, après sa diffusion sur TF1. Michael C.Hall, révélé dans Six Feet Under, interprète un antihéros fort peu ordinaire, policier expert en médecine légale le jour et serial killer la nuit. Sur Showtime, la petite sœur de HBO aux USA, la série a vu son audience progresser depuis la première saison et a battu des records de la chaîne lors de la saison 4. Au final, cette dernière saison aura été vue en moyenne par 1,74 million de téléspectateurs devançant ainsi The L World et Californication.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

PLAN MARKETING

La série bénéficie uniquement d'un investissement sur le Web.

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

Prix public conseillé **24,99€** (coffret 4 DVD)

Magouilles sur la Côte d'Azur Le Siffleur

Comédie



19 mai

Acteur (Le Premier jour du reste de ta vie) et scénariste prestigieux (Ne le dis à personne), Philippe Lefebvre passe derrière la caméra et s'amuse avec Le Siffleur à mettre en scène la métamorphose d'un sage retraité sur la Côte d'Azur en redresseur de torts mafieux. François Berléand dans un double rôle est entouré dans cette aventure joyeuse et ensoleillée par Thierry Lhermitte, Sami Bouajila, Fred Testot, Virginie Efira mais aussi Clémentine Célerié et Alain Chabat dans le rôle d'un contrôleur des impôts. Le Siffleur a totalisé près de 440 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

PLAN MARKETING

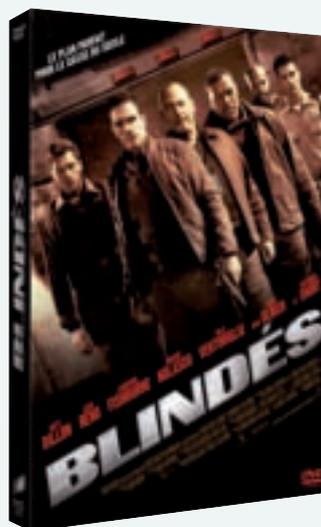
Pour toucher les 25-49 ans, un investissement TV de 60 000 euros est prévu sur TMC.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Convoyeurs de fonds braqueurs Blindés

Policier



20 mai

Plusieurs agents d'une entreprise de transports de fonds veulent réussir leur dernier convoi et s'approprier un gros butin. Mais leur coup ne se déroule pas comme prévu avec l'apparition d'un témoin imprévu. Malgré un bon casting (Matt Dillon, Jean Reno, Laurence Fishburne et Columbus Short, ce thriller n'a pas convaincu en salles le public français et a totalisé seulement 105 000 spectateurs.

MISE EN PLACE

40 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

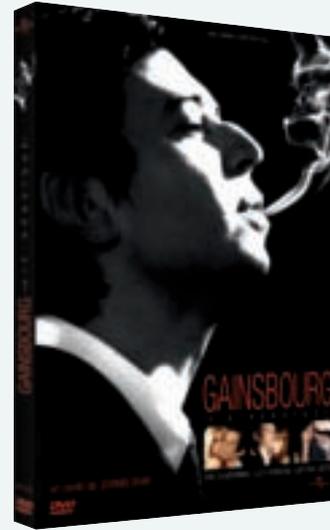
La communication se fait essentiellement en TV (budget de 250 000 euros) avec des spots de 15 secondes.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Un peu fumeux Gainsbourg (Vie Héroïque)

Biopic



1er juin

Pari risqué pour l'auteur de bandes dessinées Joann Sfar de s'attaquer pour son premier long métrage à l'auteur-interprète Serge Gainsbourg. Même si Eric Elmosnimo et Laetitia Casta sont troublants de ressemblance dans les rôles de Gainsbourg et de Bardot, il est difficile d'effacer l'image des vrais personnages et l'on ressent parfois une certaine gêne tant ils sont encore très présents dans notre mémoire. Fallait-il encore attendre quelques années avant de porter à l'écran la vie de ce monstre sacré ? La réponse est affirmative ! Pourtant plus d'un million de spectateurs ont été séduits par l'entreprise.

MISE EN PLACE

130 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

La promotion s'articule avec une campagne TV de 400 000 euros (200 spots), un partenariat radio avec une grande radio généraliste, de la presse et Internet (visibilité maximale dans les médias BD, cinéma et chanson et M6 replay connecté Nouvelle Star).

Editeur **Universal Pictures Vidéo**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo GIE**

Prix public conseillé **19,99€**



MicroShell
Finition lisse et reflet métallisé des couleurs pour **cette coque de protection ultra mince !!!**

6 coloris au choix :
noir, transparent, bleu, rose, rouge, argent

Déjà disponibles

Eco-Vue

En plus d'être **un étui de qualité en éco-cuir**, cette solution permet 2 angles de visualisation idéals pour regarder vidéos et diaporamas ou pour saisir du texte. Grâce à sa poignée confortable, la prise en main se fera en toute sécurité.



Support de visualisation format portrait ou paysage



SportShell Convertible

La solution la plus complète et innovante pour iPad : coque de protection avec dos interchangeable, poignée pour une meilleure prise en main; deux supports permettant un angle de vue identique à un cadre photo numérique ou encore un angle de travail parfait pour le traitement de texte.

les accessoires **iPad**

* Innovative Products for Apple® : Produits innovants pour Apple®. Marware est une marque déposée de Marware Ltd. iPad non inclus, marque déposée de Apple Inc.

XTRIUM c'est aussi...

RAZER Naga™ MMOG LASER GAMING MOUSE
La Razer Naga™ est a souris de jeu ultime spécialement conçue pour les jeux massivement multi-joueurs en ligne...
Prix : 79.99 € TTC*



Edifier® IF350
Station d'accueil nomade (charge, enceintes) aux courbes épurées & élégantes et dispose de toutes les fonctionnalités d'un radio-réveil. (Jusqu'à 17h d'autonomie)
Prix : 129.99 € TTC*



Changez de dimension



www.samsung.com/fr/3d

SAMSUNG

* Branchez-vous sur l'avenir

© Photographe : Jean-Noël Leblanc-Bontemps © Illustration : Marc Blanchet - ANIM:ALL Image Works
© 2010 - Samsung Electronics France - R.C.S. BOBIGNY B 334 367 497 - Visuels non contractuels. **cheil** worldwide

TURN ON TOMORROW*