



JdLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°176 / 29 juin 2010

DRIVER

SAN FRANCISCO



Noël 2010

www.driver-game.com



UBISOFT





ASSASSIN'S CREED BROTHERHOOD

ANNO DOMINI MCCCLXXXIII





18 NOVEMBRE 2010

18
www.peginfo



PS3
PlayStation 3



XBOX 360

XBOX LIVE



© 2010 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Assassin's Creed, Ubisoft and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. "PlayStation" is a registered trademark 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. Software platform logo (TM and ©) IBM 2006.



Paris Games Week



Show devant !

Le Sell (Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs) et ComExposium, organisateur de salons, ont levé le voile sur le salon dédié au jeu vidéo qu'ils organiseront du 27 au 31 octobre dans le Hall 1 de la Porte de Versailles, sur 20 000 m². Le Paris Games Week (avec pour base line, « le jeu vidéo fait son show »), tel est son nom, rassemblera tous les éditeurs de jeux membres du Sell c'est-à-dire, dans les faits 99 % et des poussières du business. « Les principaux salons mondiaux du jeu vidéo, l'E3, le Tokyo Game Show, la Gamescom allemande, sont organisés par les syndicats professionnels, il était donc légitime que nous prenions en mains la réalisation d'un salon capable de rassembler tous les éditeurs de jeux et de s'adresser à un public familial », a déclaré Georges Fornay, Président du Syndicat et par ailleurs VP Europe de Sony Computer. **Voir suite page 8.**



PriceMinister racheté

Coup de tonnerre dans le ciel du e-commerce français : priceminister.com, un des sites leader du e-commerce français en termes de fréquentation a été racheté le 17 juin par le Japonais Rakuten pour... 200 millions d'euros ! Belle performance pour un site qui réalise une quarantaine de millions de chiffre d'affaires. Son PDG et fondateur, Pierre Kosciusko-



Morizet s'est déclaré « très content »... il détenait encore 20 % du capital, selon la presse économique. Rakuten est un groupe japonais spécialisé dans le e-commerce qui réalise plus de trois

milliards de dollars de chiffre d'affaires. Déjà propriétaire en Europe de buy.com, Rakuten compte avec priceminister s'imposer sur le Vieux Continent.

La VOD a décollé

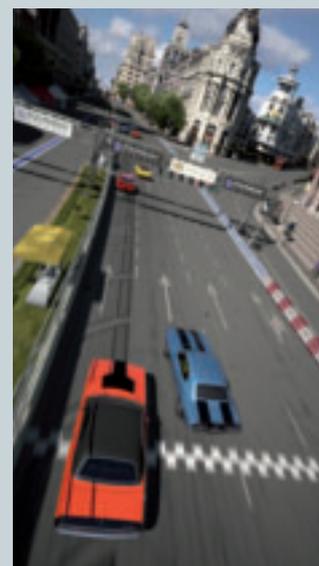


Le marché de la vidéo à la demande atteindra les 150 millions d'euros cette année, selon GfK. Cela représente une croissance de plus de 76 % sur un an. Au cours du premier trimestre 2010, le nombre de transaction a augmenté de 70 % et le CA généré de 50 %.

Il y a clairement une corrélation entre le prix et la consommation. GfK note (sur la période janvier-mai) que 26 % des films éligibles à une diffusion VOD (délai de quatre mois après la sortie en salles) sont immédiatement proposés. Une proportion qui monte à 37 % sur les 10 des plus importants succès sur grand écran. Dans la foulée, la catch-up TV (ou télé de rattrapage) gagne également du terrain. Enfin, si la VOD décolle, elle reste cantonnée au téléviseur : 95 % des transactions sont pour une diffusion télévisée contre 5 % pour l'ordinateur.

Jeux en 3D sur PlayStation 3

Sony Computer vient de publier les premiers jeux pour PlayStation 3 compatibles avec l'affichage 3D permis par certains écrans. Les premiers titres proposés en téléchargement sont WipeOut HD, SuperStardust HD, Pain ainsi qu'une démo d'un niveau de MotorStorm Pacific Rift. Les jeux en question peuvent être téléchargés au prix de 29,99 euros ou obtenus gratuitement pour les acheteurs d'un Sony Bravia 3D. Sony Computer annonce d'autres titres à venir cette année compatibles avec la technologie comme MotorStorm Apocalypse, Killzone 3, The Sly Raccoon Collection, Gran Turismo 5 mais aussi des jeux d'éditeurs tiers dont Crysis 2 (EA), Ghost Recon : Future Soldier (Ubisoft), Tron 2 Evolution (Disney) ou encore Mortal Kombat 9 (Warner Bros).



Gran Turismo 5 sera compatible avec l'affichage en 3D de la console

E3 2010 : 3D et nouvelles interfaces

L'édition 2010 du salon professionnel américain dédié au jeu vidéo s'est tenu du 15 au 17 juin dernier à Los Angeles. Conformément à la tradition, les trois constructeurs de consoles ont ouvert le bal en amont de l'événement avec des conférences au cours desquelles la Nintendo 3DS a été présentée et les nouvelles interfaces de jeu Kinect (ex-Natal) et PlayStation Move détaillées. L'occasion pour l'ensemble de l'industrie du jeu vidéo de montrer son dynamisme et de dévoiler les titres à venir pour les prochains mois.



La nouvelle console Nintendo 3DS



www.playstation.fr



+34%



MOVE YOUR C.A.!

Le chiffre d'affaires réalisé sur la PS3 est en croissance de 34% depuis le 1er janvier*.
La PS3 est la seule plate-forme continuellement en développement sur cette première partie de l'année et elle le restera sur l'ensemble de l'année 2010. Alors pour rester gagnant, suivez **Sébastien Loeb**, il sait que le meilleur reste à venir et que les 2 turbos de la PlayStation®3, le PlayStation Move et Gran Turismo 5, vont faire exploser votre chiffre d'affaires sur la fin d'année.



* "PS3", "PlayStation" and "PS3" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS3" is a trademark of the same company. "PS" is a registered trademark of Sony Corporation. "Blu-ray Disc" and "BD" are trademarks. All rights reserved.
* source GfK consoles et jeux arrêté à la semaine 19 de l'année 2010. © Photo : Huguette & Prosper



PS3
PlayStation 3

SONY
make.believe



12

Coca-Cola zero s'associe à Ubisoft

La célèbre marque de boissons gazeuses a signé un partenariat avec Ubisoft pour créer la MSN Gaming Zone, mais aussi produire des canettes brandées aux personnages d'Ubisoft et organiser une tournée événementielle d'été. Michel Gotlib, Directeur marketing de Coca-Cola zero nous détaille les raisons de cet accord.



14

Bethesda Softworks s'implante en France

Le 1er mars dernier, la société américaine Bethesda Softworks créait officiellement sa filiale sur le marché français. Julie Chalmette, Directrice générale France, nous en dit plus sur l'organisation et les méthodes de travail de la nouvelle structure ainsi que les prochains jeux de la marque à paraître.



24

Livre électronique : des enjeux compliqués

Le livre électronique arrive. D'un côté les liseuses électroniques sont au point et de l'autre l'iPad a été lancé avec dans son sillage le magasin en ligne iBook. Cette dématérialisation soulève évidemment de nombreuses questions.



42

Réveils iPhone : in bed with Apple

Le marché du radioréveil a littéralement été ressuscité grâce à Apple et son iPod. De plus en plus sophistiqués, ces réveils dématérialisés se multiplient en magasin et suivent des voies si différentes qu'ils peuvent à eux seuls constituer un rayon.



Marché

8 : News

12 : Interview : Coca-Cola zero

Michel Gotlib, Directeur marketing

14 : Interview: Bethesda Softworks

Julie Chalmette, Directrice générale France

Mobilité

18 : News

22 : Interview: Medion

Grégory Jegou, Directeur commercial France

24 : Focus: Livre électronique

Des enjeux compliqués

Salon

32 : News

38 : Interview : Freecom

Dick C. Hoogerdijk, CEO

42 : Panorama : Réveils iPhone

Une sélection de six appareils positionnés entre 90 et 250 euros

Guides

46 : Hardware

48 : Jeux vidéo

50 : DVD Vidéo

Journal des Loisirs Interactifs

66/72 rue Marceau
93 100 Montreuil-sous-Bois
Tél. : 01 41 58 58 20
Fax : 01 48 58 55 34

Directeur de la publication
Laurent Guerder

Rédaction
Directeur des Rédactions
Stéphane Kauffmann
01 41 58 58 25
skauff@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, Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna,
Roland Marianna, Caroline Mauduit
Photographe
Guy Pichard
Ont collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Maufus

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

Maquette
Directrice Artistique
Anastasië Babic
anastasië@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 Guerder.
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.



SONIC™ COLOURS

Une aventure colorée
pour un Noël réussi !

3™
www.pegi.info

Wii NINTENDO DS™

SEGA, the SEGA logo and Sonic Colours are either registered trademarks or trademarks of SEGA Corporation.

SEGA®
www.sega.fr

Paris Games Week

Show devant !

(Suite de la Une)

Rappelant que le jeu vidéo a aujourd'hui un poids économique très fort dans l'industrie du divertissement, Jean-Claude Larue, Délégué général du syndicat a plaidé pour que le Paris Game Week soit une véritable vitrine du jeu vidéo. La volonté du Sell est de s'adresser au grand public, puisque le but est de faire venir plus de 100 000 visiteurs. « *Nous avons pris le Hall le plus spectaculaire du parc des Expositions de la Porte de Versailles, le Hall 1. Pour des raisons de sécurité et de confort des visiteurs nous avons fait le choix d'un salon sur une assez longue durée. Il n'est pas question de devoir se trouver dans la situation de devoir refuser l'accès pour cause de surpopulation momentanée. Nous devons donc nous trouver pendant une période de vacances scolaires et inclure un week-end à un moment de l'année où les achats de Noël commencent à se cristalliser. Les dates se sont imposées d'elles-mêmes.* »

Faire le show

La volonté des organisateurs est de faire de Paris Games Week un véritable show transcendant la forme classique d'un salon, ou les stands se succèdent. « *Nos sociétés ont toutes ou presque d'une façon ou d'une autre des accords avec des stars du sport ou de la musique. Nous devons pouvoir créer de véritables animations autour d'elles pour apporter une dimension de show qu'on n'a jamais connu dans un salon de jeux vidéo. Nous devons également pouvoir créer des thématiques différentes pour intéresser des publics variés* », précise Georges Fornay. Cette diversité du public, si elle est recherchée, implique une discipline stricte pour que de jeunes enfants ne se trouvent pas confrontés à des jeux trop violents par exemple. Le Sell, qui est un infatigable

Georges Fornay



promoteur de la norme Pegi et qui sait à quel point il se doit d'être vigilant pour que le jeu vidéo ne s'attire pas les foudres médiatiques ou politiques, est tout à fait conscient de cette nécessité. Les partenariats média n'ont pas encore été annoncés mais le Sell assure que la communication sera puissante.



Un nouveau DG pour l'OL

L'Olympique Lyonnais aura un nouveau Directeur général le 1er juillet. Qu'est-ce que cette information d'apparence footballistique voire boursière vient faire dans ces pages ? C'est tout simplement que ce nouveau Directeur général s'appelle Philippe Sauze, qui quitte donc l'univers du jeu vidéo en général et Electronic Arts en particulier. Son remplaçant n'est pas encore officiellement nommé. Retrouvez le portrait chinois du jeu vidéo dressé par Philippe Sauze dans notre numéro 175, Spécial Idef 2010.

Philippe Sauze



Lord of the Rings Online

Bientôt gratuit

Warner Bros. Interactive Entertainment a annoncé que dans quelques mois il ne sera plus nécessaire de s'acquitter d'un abonnement mensuel pour jouer à Lord of the Rings Online. Ainsi, dès l'automne prochain, un modèle free-to-play sera adopté, le même qui a permis à Dungeons & Dragons Online: Eberron Unlimited de quintupler ses revenus. En Europe, la gratuité du titre est toutefois relative, car elle s'accompagnera d'une nouvelle boutique permettant aux joueurs d'acheter des services et du contenu additionnel comme des objets, des quêtes, des extensions. Un programme VIP permettra par ailleurs d'accéder de manière illimitée à tout le contenu du jeu.



KONAMI



DECouvrez LA LIBERTE !



PES 2011

PRO EVOLUTION SOCCER

Official Licensed Product of UEFA CHAMPIONS LEAGUE. Official Licensed Product of UEFA EUROPA LEAGUE.
All names, logos and trophies of UEFA are the property, registered trademarks and/or logos of UEFA and are used herein with the permission of UEFA.
No reproduction is allowed without the prior written approval of UEFA.
All other copyrights or trademarks are the property of their respective owners and are used under license.
© 2010 Konami Digital Entertainment



Nintendo 3DS

Console portable en 3D



Nintendo a profité de sa conférence de presse se tenant peu avant l'ouverture du salon E3 pour annoncer sa prochaine console portable, la Nintendo 3DS. Programmée pour 2011 en Europe, cette console permettra de jouer à des jeux en trois dimensions sans demander à l'utilisateur de porter des lunettes spéciales. La console comprend deux écrans (3,53 pouces pour le supérieur, 3,02 pouces pour celui du bas) ainsi que trois objectifs photos dont deux externes permettant de prendre des clichés en trois dimensions. La nouvelle console Nintendo est plutôt bien lotie puisqu'elle embarque également un détecteur de mouvements, un capteur gyroscopique et un stick analogique Slide Pad. La console reste par ailleurs compatible avec tous les jeux publiés au format Nintendo DS. L'annonce de la console a été accompagnée d'un solide line-up de jeux 3D à venir incluant les figures incontournables de Nintendo (Mario Kart, Nintendogs + cats, PilotWings Resort, StarFox 64 3D, Paper Mario, Legend of Zelda Ocarina of Time...), ainsi qu'un soutien massif des éditeurs tiers (Metal Gear Solid Snake Eater 3D de Konami, Resident Evil Revelations de Capcom, Les Sims 3 de EA, DJ Hero 3D d'Activision, Ridge Racer 3D de Namco Bandai Games, Kingdom Hearts de Square Enix...).



PlayStation Move Détails de la sortie

C'est le 15 septembre que PlayStation Move, la nouvelle interface de jeu pour PlayStation 3 basée sur la reconnaissance de mouvements sera lancée en Europe. Le Motion Controller sera commercialisé au prix conseillé de 39,99 euros, tandis que Navigation Controller, accessoire complémentaire, sera lui positionné à 29,99 euros. Le système fonctionne avec la caméra PlayStation Eye, vendue séparément à 29,99 euros. Un PlayStation Move Starter Pack, comprenant le Motion Controller, la caméra et un disque de démos sera par ailleurs commercialisé au prix conseillé de 59,99 euros. Une station de charge pour les

accessoires est aussi au programme au prix 29,99 euros, sans oublier un support en forme de pistolet (14,99 euros). Sony Computer annonce 16 jeux dédiés à paraître le jour de la sortie de PlayStation Move et une quarantaine à paraître d'ici la fin de l'année. Parmi les jeux annoncés compatibles, on notera des jeux publiés par Sony Computer comme EyePet, Sorcery, Heavy Rain Move Edition, Socom 4 mais aussi des titres à venir chez les éditeurs tiers dont Tiger Woods PGA Tour 11, Ghost Recon : Future Soldier, Time Crisis : Razing Storm ou Resident Evil 5 Gold Edition. Avec PlayStation Move, le constructeur affirme son ambition de toucher « à la fois les hard core gamers et les joueurs occasionnels ».



Ecrans.fr L'actual

En bientôt quatre ans, Ecrans.fr a marqué de son approche originale la scène des sites Internet dédiés actualité numérique. Erwan Cario, Responsable de ce site au sein du quotidien Libération, détaille pour nous l'histoire et le positionnement d'Ecrans.fr.



JDLI : Quand et comment est né le site Ecrans.fr ?

Erwan Cario : Il a été lancé très exactement le 18 septembre 2006. Il a été conçu dans la continuité du magazine hebdomadaire Ecrans, un supplément de Libération du week-end qui a existé entre avril et début juillet 2006. Le journal était à cette période en difficultés financières et le magazine Ecrans a dû être interrompu. C'est alors qu'est née l'idée de continuer à profiter de cette marque pour lancer un site Internet.

Quel est le positionnement éditorial d'Ecrans.fr ?

Le site s'est inscrit d'emblée dans la continuité du magazine papier de l'époque, dont le positionnement était symbolisé par une frise figurant Internet, télévision, jeu vidéo, cinéma, DVD et téléphonie. Le site Ecrans.fr s'est donc bâti autour de ces mêmes thématiques et a dû évoluer pour s'adapter aux moyens qui nous ont été conférés. Ecrans version papier était un bel hebdomadaire d'une cinquantaine de pages et de nombreux rédacteurs y collaboraient pour aborder de multiples sujets. Le site Ecrans.fr, depuis ses débuts, est géré par seulement trois personnes et il nous a donc fallu nous recentrer sur ce que nous nous sentions capables de parler, c'est-à-dire principalement l'actualité numérique.

Comment décidez-vous des sujets abordés sur le site ?

Quand on travaille en équipe réduite, on a deux choix. Soit définir des sujets à aborder et se les répartir, soit laisser



Project Natal

devient Kinect

Connue depuis un an sous le nom de code Project Natal, la prochaine interface permettant de jouer sans manette sur Xbox 360 sera finalement nommée Kinect. L'appareil combine caméra, capteur et micro pour localiser le ou les joueurs et leur permettre d'interagir directement avec la console par leurs gestes sans avoir à recourir à la manette. Il sera compatible avec toutes les consoles Xbox 360. La sortie de Kinect est prévue pour cette fin d'année, sa date de commercialisation aux Etats-Unis est fixée au 4 novembre et les autres territoires dont l'Europe devraient suivre. Microsoft a profité de cette annonce pour dévoiler ses premiers titres à paraître compatibles avec le système comme Kinectimals, Kinect Sports, Kinect Adventures ou Kinect Joy Ride. Les éditeurs tiers comptent également



publier des jeux exploitant cette nouvelle interface comme Ubisoft (Your Shape : Fitness Evolved), Electronic Arts (EA Sports Active 2), Sega (Sonic Free Riders), Warner Bros Interactive (Game Party in Motion) ou encore THQ (The Biggest Loser : Ultimate Workout). Un jeu Star Wars chez LucasArts est également en préparation pour 2011. Le prix de Kinect n'a pas encore été précisé.

La Xbox 360 relookée

Les rumeurs allaient bon train ces dernières semaines et Microsoft a confirmé au cours de sa conférence avant le salon E3 la sortie très prochaine d'une nouvelle version de sa console Xbox 360. L'apparence de la console a été revue et arbore désormais une livrée noire laquée. Elle embarque dorénavant d'entrée un disque dur de 250 Go et intègre la fonction WiFi (plus besoin d'adaptateur). Microsoft annonce par ailleurs une machine au fonctionnement plus silencieux. La sortie de cette nouvelle version de la console est prévue pour le 16 juillet prochain, au prix de 250 euros environ.



Actualité numérique autrement

chacun développer les sujets qui l'intéressent. C'est cette seconde option que j'ai privilégiée, car nous avons rapidement saisi que nous pourrions nous distinguer des nombreux sites Internet abordant ces sujets en ne cherchant pas à être exhaustifs, mais plutôt à avoir un point de vue original, une certaine expertise voire une valeur ajoutée. Contrairement à nos concurrents, nous ne donnons pas dans le flux d'informations mais plutôt dans le focus chaque jour sur quelques sujets qui peuvent parfois d'ailleurs être assez décalés ou tout du moins proposer un angle original. Cette année, nous avons par ailleurs lancé le podcast hebdomadaire Ecrans.fr, autour duquel nous avons signé un partenariat avec la chaîne TV NoLife pour une diffusion en vidéo sur leur antenne.

A combien s'élève la fréquentation du site et quels types d'articles sont les plus lus ?

Nous comptons entre 300 et 400 000 visiteurs uniques par mois environ. Notre lectorat se recrute principalement chez les 25/35 ans et est étonnamment plutôt mixte : nous avons constaté sur notre page Facebook que le public féminin représentait un tiers environ des inscrits ! Ces derniers temps, nous avons fait de bons scores avec nos articles traitant de l'actualité de la loi Hadopi mais aussi généralement avec ceux abordant les problématiques de vie privée liées par exemple aux réseaux sociaux. Nous nous



sommes aperçus que Ecrans.fr était devenu référentiel auprès de certaines communautés via des sujets plus ponctuels, parfois moins liés à l'actualité comme par exemple Ubuntu, la distribution Linux ou même les raisons du changement de logo de Wikipédia !

Comment est organisé le site au sein de Libération ?

Ecrans.fr est un service à part entière qui est hiérarchiquement

sous la responsabilité de Libération.fr. Sur un plan plus fonctionnel, nous travaillons beaucoup avec la rubrique média du journal. Nous sommes à vrai dire un service bi-média dans le sens où nous écrivons fréquemment dans le journal sur tout ce qui concerne l'actualité numérique. La force d'Ecrans.fr est aussi de pouvoir s'appuyer sur beaucoup de contenus en provenance de Libération, ce qui nous permet de suivre l'actualité de la téléphonie et de reprendre certains articles sur le cinéma et la télévision.

Quelle place accordez-vous au jeu vidéo ?

J'aimerais davantage qu'à l'heure actuelle ! Nous traitons des principales actualités et publions des critiques de jeux qui nous paraissent importants. Au fil de l'évolution de l'équipe d'Ecrans.fr, je me suis retrouvé seul spécialiste du jeu vidéo ce qui en a limité la représentation. Mais en parallèle, nous avons lancé Silence on Joue, un podcast hebdomadaire sur le jeu et j'anime un tchat chaque semaine sur Ecrans.fr. Nous reprenons par ailleurs Moi, jeux la rubrique hebdomadaire et les articles d'Olivier Séguret, qui travaille pour le quotidien. Le jeu vidéo a toujours eu une place importante chez Libération, qui l'a très tôt considéré comme un vrai objet culturel. Lara Croft avait tout de même fait la Une du quotidien en juillet 1997 !



Coca-Cola

s'associe à l

Inutile de présenter le géant américain Coca-Cola. La marque de boissons gazeuses, avec son produit Coca-Cola zero, a signé un partenariat avec Ubisoft pour créer la MSN Gaming Zone, mais aussi produire des canettes brandées aux personnages d'Ubisoft et organiser une tournée événementielle d'été. Michel Gotlib, Directeur marketing de Coca-Cola zero, nous explique les raisons de cet accord. par Sébastien Anxolabéhère

Entretien avec

Michel Gotlib

Directeur marketing de Coca-Cola zero

JDLI : Récemment, Coca-Cola zero s'est investi dans des opérations avec des acteurs du jeu vidéo. Est-ce la première fois ?

Michel Gotlib : C'est la première fois qu'un partenariat entre notre marque et l'univers du jeu vidéo va si loin, et qu'un personnage virtuel issu du monde du jeu vidéo s'affiche sur une canette de Coca-Cola zero.

Quelle est la cible marketing de la marque Coca-Cola zero ?

Même si notre marque s'adresse potentiellement à une cible très large, Coca-Cola zero cible principalement les hommes de 16 à 24 ans.

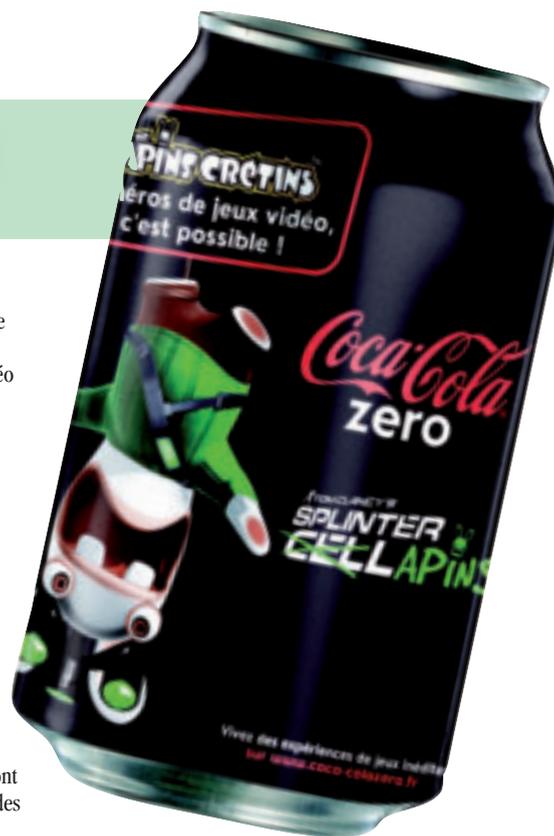
En quoi le jeu vidéo est-il un média en adéquation avec votre cible ?

Nous partageons avec l'univers du jeu vidéo non seulement les mêmes valeurs, à savoir la créativité, l'innovation et l'action, mais aussi le même public : 93 % des 16-24 ans, notre cœur de cible, sont des joueurs. Les consommateurs, et notamment les adolescents, attendent des marques qu'elles soient créatives et innovantes. C'est ce que nous faisons aujourd'hui avec ce partenariat avec Ubisoft qui va bien au-delà d'une simple association « marketing » et qui leur propose de découvrir des jeux exclusifs sur la plate-forme Coca-Cola zero Gaming Zone



a zero

Ubisoft



sur MSN et de vivre des expériences originales, comme sur la tournée événementielle Coca-Cola zero Gaming Tour où ils peuvent jouer à tous les meilleurs jeux vidéo Ubisoft.

L'image du jeu vidéo comme loisir hi-tech, en perpétuel mouvement, entre-t-elle dans votre stratégie de communication ?

Notre stratégie est de créer de la valeur pour notre marque en proposant à nos consommateurs des expériences engageantes et divertissantes. L'industrie du jeu vidéo a aujourd'hui dépassé en valeur celle de la musique ou du cinéma, et pour une jeune marque comme Coca-Cola zero, qui rappelons-le, a été lancée sur le marché français en 2007, il est logique de nous associer avec les nouvelles formes de loisirs de notre cible. J'ajouterais que notre slogan « L'impossible devient possible » et nos spots TV ne sont pas très éloignés des jeux d'action et donc des codes des « gamers ».

Pourquoi avoir choisi cette association avec une marque comme Lapins Crétins ? Allez-vous annoncer d'autres partenariats, avec Ubisoft ou d'autres éditeurs ?

La stratégie de Coca-Cola zero en 2010 est de développer une association forte de sa marque avec l'univers du jeu vidéo. Il est apparu très vite qu'Ubisoft était le meilleur acteur pour matérialiser cette stratégie car les marques et les personnages d'Ubisoft sont en parfaite adéquation

avec le positionnement et l'univers de Coca-Cola zero. Le jeu vidéo est devenu avec la Wii un loisir familial.

Associer notre marque aux Lapins Crétins, c'est inviter nos consommateurs à bouger au rythme des facéties des Lapins et à leur faire vivre des expériences inédites, en leur permettant de retrouver leurs héros de jeu préférés sur les canettes de Coca-Cola zero. Coca-Cola zero a la volonté de s'adresser à une cible large, en s'associant à des jeux de styles très différents, au sein des licences Ubisoft. Ainsi, en plus des Lapins Crétins, Coca-Cola zero s'est déjà associé avec Tom Clancy's Splinter Cell Conviction et Prince of Persia, les Sables Oubliés.

L'association entre Ubisoft et Coca-Cola zero est prévue - pour le moment - sur toute l'année 2010. Un partenariat avec un autre éditeur de jeux n'est pas à l'ordre du jour.

Les Lapins Crétins ont une communication très axée sur le second degré. Cela correspond-il à votre image ?

Nous partageons avec les Lapins Crétins le même ton impertinent. Coca-Cola zero cultive depuis son lancement un ton décalé autour de sa signature « l'impossible devient possible ». La signature de nos précédentes campagnes publicitaires en témoigne : « des pelles avec zero râteurs », « une grosse fête avec zero voisinage », « une petite amie avec zero crise de jalousie ». Ce ton décalé y est pour beaucoup dans le succès de notre boisson aujourd'hui.

Les Lapins Crétins ainsi que la collaboration avec Bertrand Amar dans le cadre d'un blog dédié aux jeux vidéo sont-ils des portes d'entrée pour un investissement sur le long terme qui pourra prendre d'autres formes ?

Notre association avec Ubisoft et Bertrand Amar est prévue, pour le moment, sur l'ensemble de l'année 2010. Je ne peux à ce jour vous en dire plus sur la forme que prendra notre présence dans l'univers du gaming à long terme.

Pensez-vous développer votre partenariat avec des salons ?

Nous serons présents en juillet prochain au salon Japan Expo, avec un dispositif événementiel autour de jeux vidéo Ubisoft et des dégustations de Coca-Cola zero.





Bethesda Soft

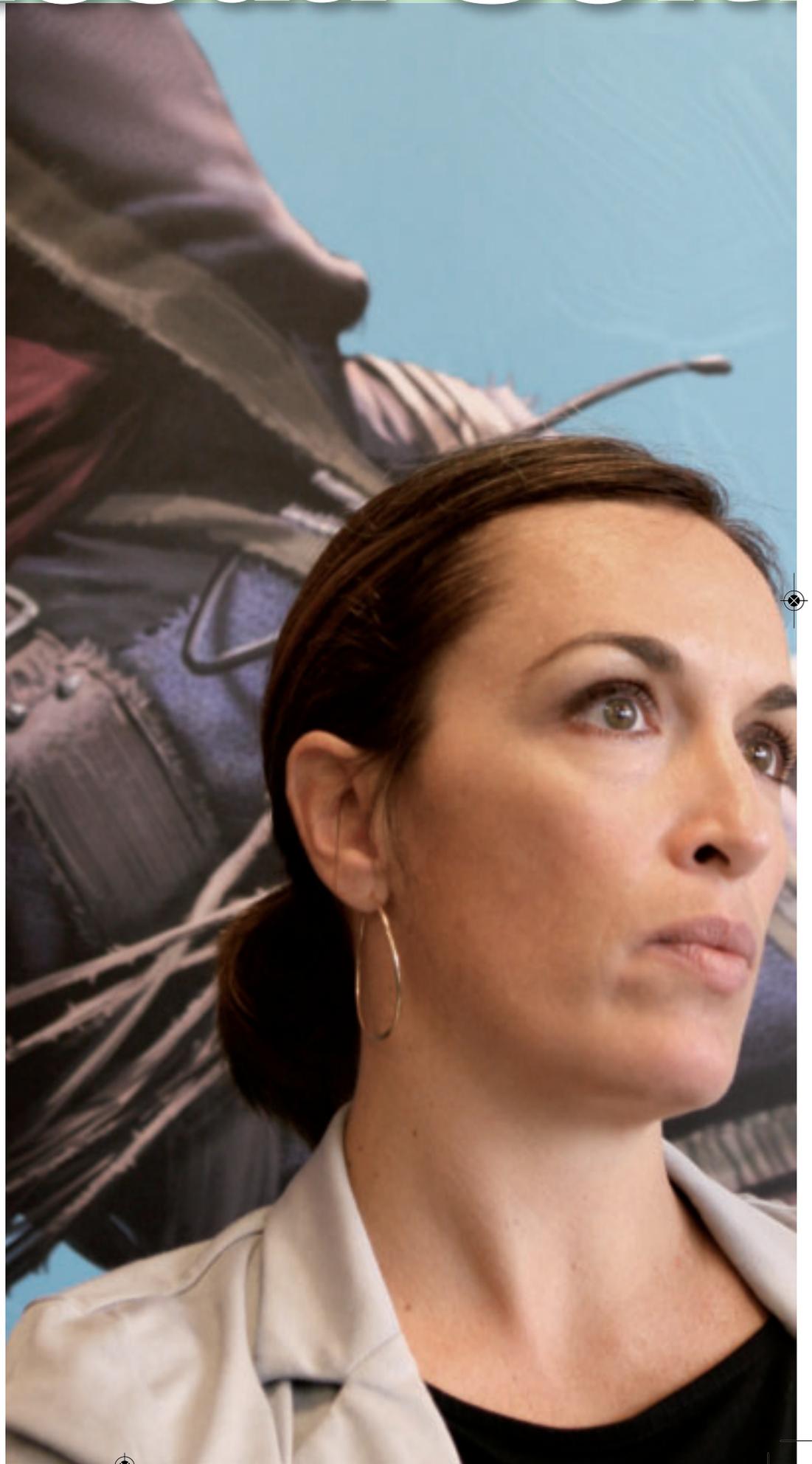
Le 1er mars dernier, la société américaine Bethesda Softworks créait officiellement sa première filiale sur le marché français. L'éditeur à qui l'on doit la série Elder Scrolls ou le dernier Fallout s'est pour cela entouré de spécialistes du jeu vidéo dont Julie Chalmette, Directrice générale France de la nouvelle structure. Elle nous a reçus et nous en dit plus sur l'organisation de cette filiale et ses méthodes de travail. par Patrick Hellio

JDLI : Qui est Bethesda ?

Julie Chalmette : Bethesda est l'entité de développement, d'édition et de distribution de jeux vidéo au sein du groupe américain ZeniMax Media. Créé en 1986 et spécialisé depuis ses débuts dans le jeu vidéo, ZeniMax comprend trois principales divisions dont Bethesda Softworks, ZeniMax Online Studios qui est dédiée au jeu massivement multijoueurs en ligne et travaille actuellement sur un projet qui n'a pas encore été dévoilé et enfin Vir21 Studios qui est spécialisée dans les jeux mobile, plus casual. Bethesda est bien connu du public depuis des années grâce au succès d'une série comme The Elder Scrolls dans le domaine du jeu de rôle mais aussi pour le succès de Fallout 3 suite à l'acquisition de cette licence. Après une levée de fond, Bethesda Softworks s'est porté acquéreur en 2009 du studio texan Id Software, l'un des leaders dans le domaine du jeu d'action en vue subjective puisqu'il a conçu des titres comme Doom, Quake ou Wolfenstein et prépare le jeu Rage pour l'année prochaine, basé sur son nouveau moteur idtech5. Cette expertise dans le FPS est totalement complémentaire avec le savoir-faire historique plutôt « jeu de rôle » de Bethesda.

Pourquoi ouvrir aujourd'hui une filiale française ?

C'est tout à fait logique dans le sens où le groupe américain souhaite développer son activité sur les





works s'implante en France

Interview

territoires européens. Cela a commencé en 2008 avec l'ouverture de la filiale anglaise, peu de temps avant le lancement du jeu Fallout 3 qui était un titre stratégique et qui a rencontré un très grand succès avec plus d'un million de ventes au Royaume-Uni. Simultanément à nous, une filiale allemande est actuellement en train de se monter sur un schéma de fonctionnement identique. Cette volonté de prendre place sur les territoires majeurs en Europe s'explique par les objectifs de développement du groupe et le fait que nous comptons aujourd'hui un nombre suffisant de jeux et licences solides au sein de notre catalogue.

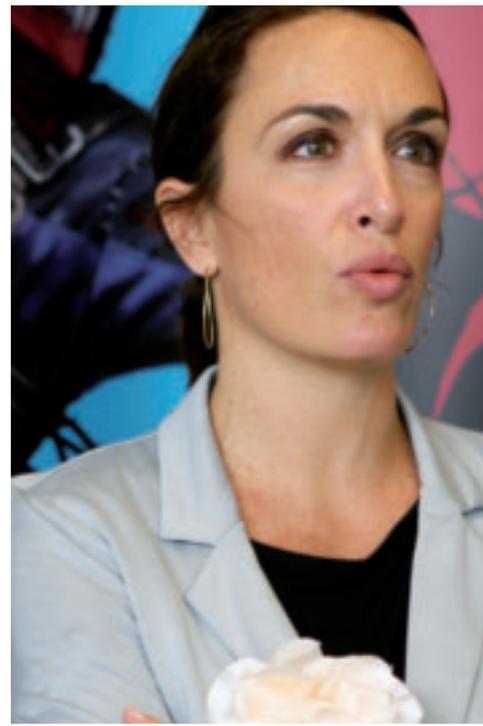
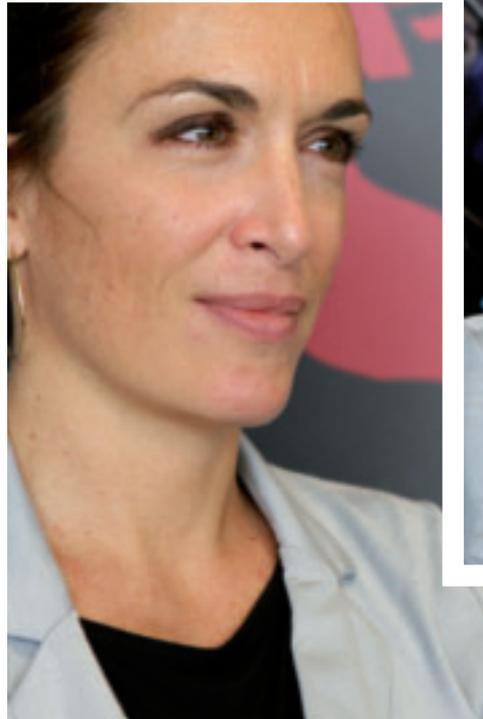
Quelle est aujourd'hui la taille du groupe ?

ZeniMax est un groupe à taille humaine au sein duquel le dialogue et l'écoute sont des valeurs fondamentales. La maison mère est très attentive aux informations que nous pouvons remonter au sujet des différents marchés locaux. En définitive, il y a trois mots qui reviennent souvent au sein du groupe, à tous les niveaux de management : les jeux bien sûr car notre ambition est avant tout de faire

les marques en eux-mêmes. Bethesda dispose aujourd'hui de licences très fortes et de communautés extrêmement ferventes, c'est un atout inestimable. À nous maintenant de continuer de répondre aux attentes de nos fans de la première heure, à leur offrir des expériences de jeux renouvelées et ce, tout en s'ouvrant à un public plus large. C'est un équilibre délicat à trouver !

Quel est précisément le rôle de la filiale française ?

Nous allons nous charger de l'édition et de la distribution des jeux en France. Globalement, notre rôle est d'être au plus proche du marché français. Cela passe par trois principaux points d'entrée, sur lesquels nous travaillons actuellement pour préparer nos lancements de 2011. Tout



d'abord la presse, nous travaillons avec une agence externe, AK & CO PR qui se charge de notre communication. Ensuite le retail, nous avons ouvert ces derniers mois un dialogue très ouvert avec les

meilleurs jeux possible, les hommes (et les femmes) car le facteur humain y est très important et le fun parce que s'amuser c'est quand même essentiel, surtout dans notre business ! J'adhère complètement à ce programme !

Quels sont les atouts de Bethesda pour se distinguer sur le marché ?

Je pense que le principal atout d'un éditeur c'est avant tout son catalogue de jeux ! Si le nom de ZeniMax n'est pas très connu, c'est parce que la stratégie du groupe a toujours été de mettre en avant en premier lieu les jeux et

acteurs de la distribution pour faire le point sur leurs attentes, leurs outils, leur stratégie et la meilleure manière de travailler ensemble. Le temps du « pousse palettes » est bien terminé et il faut trouver des méthodes de travail plus créatives et mieux adaptées à la spécificité de chaque canal. Enfin, le marketing où nous sommes également en contact avec différentes agences avec lesquelles nous cherchons à cerner les tendances et à être à la pointe de la créativité pour lancer nos jeux.

Comment la filiale française est-elle organisée ?

La structure actuelle comprend quatre personnes : Yvan



Bethesda

Rault, Directeur commercial, Gaelle Gombert, Responsable Grands Comptes, Géraldine Mazot, Directrice marketing et moi-même. La Directrice financière, Cécile de Freitas, nous rejoindra un peu plus tard dans l'année. Nous sommes également en train de recruter une personne responsable du trade marketing, un poste stratégique. Nous devrions atteindre une équipe d'une dizaine de personnes environ d'ici la fin de l'année et nous n'avons pas vocation à aller au-delà. Nous souhaitons rester une structure courte, notre cœur de métier est le marketing et la vente, nous externaliserons tout ce qui peut l'être.

Comment se présente votre force de vente ?

Les enseignes centralisées vont être en contact avec notre Directeur commercial et notre Responsable Grands comptes. Malheureusement, notre volume d'activité ne justifiera pas dans l'immédiat la présence d'une force de vente terrain. C'est un regret car je pense qu'il est très important pour la relation avec les partenaires de la distribution. Pour pallier ceci, nous allons travailler intelligemment avec les grossistes et nous allons explorer certaines pistes comme la possibilité de nous rapprocher de merchandisers pour nous aider à être valorisés en magasin lors de nos principaux moments de prise de parole. Qu'il s'agisse des enseignes centralisées ou non, nous souhaitons alimenter un maximum le dialogue avec la distribution et les Chefs de rayon. Encore une fois, ce moment où nous montons la filiale et pouvons prendre le temps de dialoguer avec de potentiels partenaires est vraiment passionnant.

Votre équipe est donc principalement constituée de personnes ayant une expérience dans le jeu vidéo ?

Tout à fait. C'est en phase avec le positionnement éditorial de Bethesda Softworks, qui est très « gamer ». Et puis il y a déjà une certaine alchimie au sein de l'équipe, que je connais bien, que la distribution connaît également, ce qui nous permet d'être opérationnels très rapidement. La manière d'orchestrer la communication autour des produits m'a toujours semblée très importante, en préparant très en amont le timing et les complémentarités entre les différentes prises de parole :



nous sommes sentis très en phase avec leurs attentes. Notre line-up de jeux à venir sera publié sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360 ce qui correspond assez à ce que cherche actuellement la distribution avec notamment des référencement resserrés.

Quel sera le premier titre dont vous travaillerez le lancement directement ?

En fait, Fallout New Vegas sera le dernier titre Bethesda Softworks dont la distribution sera confiée à un partenaire en France, Namco Bandai en l'occurrence. Nous travaillons sur le marketing autour du jeu et notre agence RP se charge de la communication, on peut donc parler d'une transition. Le jeu est annoncé pour octobre prochain. Les titres suivants, dont nous nous chargerons à 100 % des lancements, sont prévus sur 2011 comme Brink, un jeu d'action en vue subjective orienté multijoueurs signé Splash Damage dont Bethesda Softworks se charge de l'édition, Rage le prochain jeu de Id Software et Hunted : The Demon's Forge, un titre qui marque le renouveau du jeu de donjons signé Brian Fargo, créateur de Bard's Tales.

en presse, en trade et en marketing. Cela demande de travailler en harmonie au sein de l'équipe.

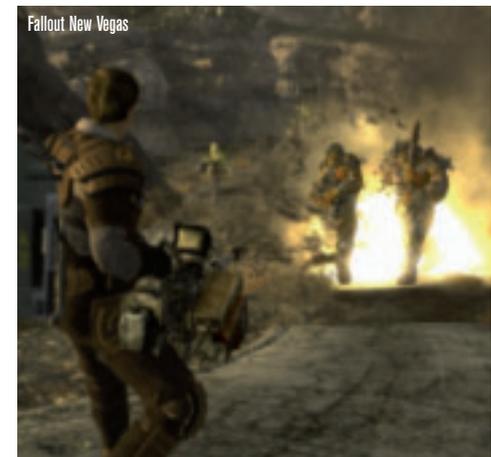
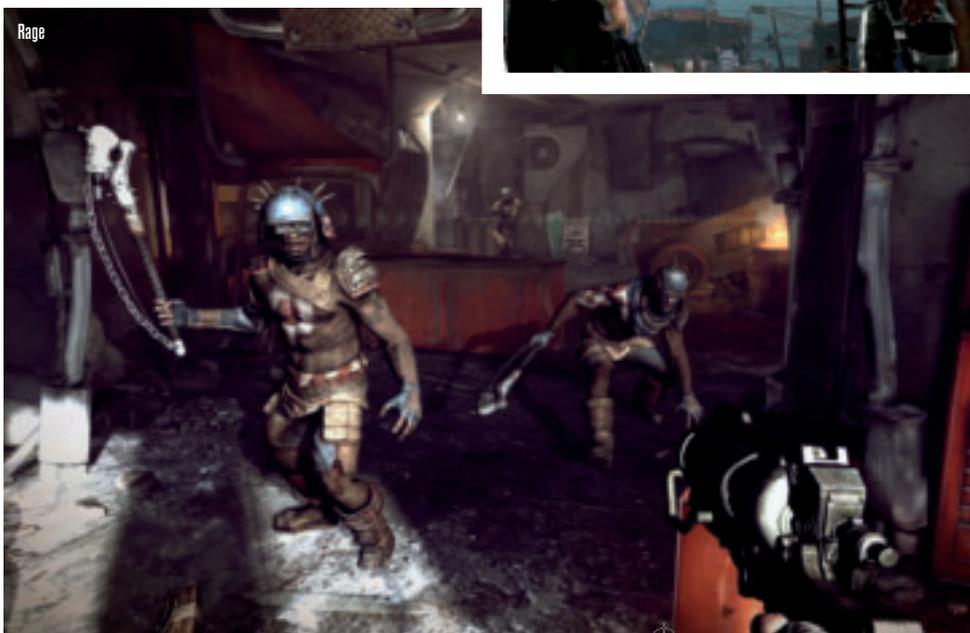
Quel est le cœur de cible des jeux Bethesda ?

La marque est historiquement populaire auprès des gamers, mais lorsque l'on pense au succès d'un titre comme Fallout 3, il est indéniable que l'on touche un public plus large que les seuls hard core gamers. Notre objectif est de toucher une audience large et nous allons investir massivement sur nos jeux et nos franchises pour y parvenir. Dans ce sens, nos budgets marketing seront très « mass market » avec par exemple de la visibilité en TV. Lors de nos discussions avec la distribution, nous



Pour conclure, quel regard portez-vous sur le marché actuel ?

Je pense qu'il va y avoir de belles croissances sur PlayStation 3 et Xbox 360, dont le potentiel mass-market va se développer dans les mois à venir. Il va y avoir de très belles choses à faire sur le marché dans les prochains mois et je prédis une très bonne année 2010. Bref, je suis très optimiste pour Bethesda Softworks mais aussi pour l'ensemble du marché.





29,99 € TTC*

MicroShell
Coque de protection ultra mince avec une finition lisse et un reflet métallisé pour la version couleur !!!
3 coloris au choix : transparent, rose & noir.

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.



44,99 € TTC*



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.

49,99 € TTC*

Support de visualisation format portrait ou paysage

les accessoires pour iPad

XTRIUM c'est aussi...

Razer Naga WITH LIGHT BOWS RELAY

Le Razer Naga™ est le souris de jeu ultime spécialement conçue pour les jeux massivement multi-joueurs en ligne.

Prix : 79,99 € TTC*

Edifier IF350

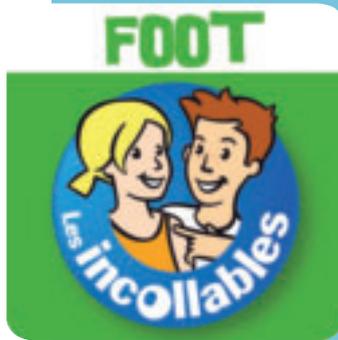
Système d'écouteur rechargeable (charge, écoute) sur écouteurs IPHONE & ANDROID et dispose de toutes les fonctionnalités d'un écouteur normal. Jusqu'à 1.7h d'autonomie!

Prix : 129,99 € TTC*

BUILT Edifier® **Enfluggar** **JAYS** Magneat® **MARWARE** **pure** **RAZER** SoundMAGIC™ **WICKED**

INNOVATIVE PRODUCTS FOR APPLE® : Produits innovants pour Apple®. Marware est une marque déposée de Marware Ltd. iPad non inclus, marque déposée de Apple Inc. *Prix publics généralement constatés.

Micro App définitivement incollable



L'éditeur parisien propose deux nouvelles séries de questions-réponses thématiques en téléchargement sur iPhone et iPod Touch, en partenariat avec l'éditeur Play Bac. Comme son nom l'indique, Les Incollables Foot se penche sur le sport qui attire actuellement toute l'attention avec 168 questions différentes sur trois niveaux de difficulté et 18 fiches thématiques. Plus orienté pour petites filles, Les Incollables Chevaux propose les mêmes services mais au sujet du monde équestre. Chacune des deux applications est proposée au prix de 1,59 euro sur App Store et permet de participer jusqu'à huit à la même partie.



Griffin

prend soin de l'iPad

Griffin propose à son tour toute une série d'accessoires pour l'iPad. L'Elan Passport (49,99 euros) est une jaquette en cuir composée d'une seule pièce qui se referme pour protéger l'écran tactile. Proposée au même prix, l'Elan Sleeve est une pochette en cuir synthétique dans laquelle vient se glisser la tablette d'Apple. Une languette se rabat pour maintenir l'appareil en place. Par ailleurs, le FlexGrip (34,99 euros) est une coque en silicone qui enrobe littéralement l'iPad tout en laissant l'accès aux divers connecteurs et boutons. Elle le protégera de la poussière, des chocs, des coups et des rayures. Le FlexGrip se décline en outre dans quatre coloris (bleu, blanc, noir et pourpre). D'autre part, la Jumper (29,99 euros) est une housse en néoprène qui assurera une complète protection de l'iPad. Enfin, l'A-Frame (49,99 euros) est un support qui s'inspire d'un chevalet. L'iPad pourra ainsi être utilisé en mode portrait ou paysage pour visualiser le contenu multimédia.



VEA équipe James Bond

La Widget est une montre-téléphone sophistiquée. VEA, qui est spécialiste de la chose, la qualifie d'ailleurs de « montre GSM la plus fine au monde ». Destinée à un public jeune et technophile ou à tout amateur de produits sortant de l'ordinaire, la Widget réussit son pari de réunir de nombreuses fonctionnalités dans un boîtier minuscule assorti d'un écran couleur tactile. Dans son registre, on peut difficilement faire plus complet avec en outre des fonctions photo/vidéo et la compatibilité Bluetooth. La montre-téléphone Widget de VEA est disponible au prix de 350 euros.

Built Fashion victime

Built NY propose deux nouvelles sacoches destinées à transporter et protéger un ordinateur portable. En néoprène, les Soho Laptop Messenger Bag et Bowers Laptop Messenger Bag peuvent accueillir un notebook jusqu'à 16 pouces. Elles bénéficient de nombreux rangements pour des accessoires tels qu'une souris ou un chargeur par exemple. Les sacoches Soho Laptop Messenger Bag et Bowers Laptop Messenger Bag seront prochainement disponibles à un prix qui n'a pas encore été communiqué.



Dans la Galaxy Samsung

La gamme Galaxy de Samsung s'étioffe avec le Galaxy S qui risque bien de faire parler de lui. Outre son design soigné et sa coque laquée de 9,9 mm seulement, ce smartphone suréquipé emprunte l'écran Super AMOLED du Samsung Wave avec une diagonale de quatre pouces. Pour rappel, cette technologie exclusive aux terminaux de la marque coréenne est censée offrir 20 % de

batterie en plus tout en étant 20 % plus brillant et 80 % moins réfléchissant au soleil. Pour animer le Galaxy S, Samsung a opté pour un processeur maison cadencé à 1 GHz. Un modèle suffisamment puissant pour afficher des vidéos en haute définition et même des graphismes en 3D. D'ailleurs, des jeux sont préinstallés sur le terminal qui bénéficie en outre de 8 ou 16 Go de mémoire. À cela s'ajoute un lecteur de cartes micro SD pour étendre la mémoire totale jusqu'à 48 Go. Côté système d'exploitation, Samsung a privilégié Android 2.1 plutôt que Bada qui reste l'apanage du Samsung Wave. On retrouve également l'interface maison touchwiz 3.0 inspirée de l'iPhone. Parmi les fonctionnalités du Galaxy S, on notera le Social hub, un agenda qui recense non seulement les contacts mais aussi les SMS et autres statuts Facebook sur une seule et même page. Plus fort encore, le Swipe Hyperspeed accélère la saisie des messages en reliant du doigt les caractères qui composent un message. Par ailleurs, le Tethering est intégré nativement afin de transformer le Galaxy S en hotspot 3G auquel on se connectera en WiFi à partir d'un ordinateur par exemple. À cela s'ajoute enfin la compatibilité DLNA et la possibilité de transformer le smartphone en télécommande afin de piloter les téléviseurs de la marque. Le Galaxy S sera commercialisé courant juillet au prix de 499 euros environ.



Casio voit loin

Casio complète sa gamme Hi Zoom comprenant déjà les modèles H15 et FH100 avec l'arrivée de l'Exilim H5, un APN compact disposant d'un zoom 10x stabilisé et d'un grand angle (24 mm). Avec son capteur de 12,1 Mpixels, le H5 peut réaliser des vidéos HD (1280 x 720p). La visée s'effectue par l'écran LCD de 2,7 pouces. Le H5 offre une sensibilité qui s'échelonne de 64 à 3 200 ISO. L'Exilim H5 est disponible dès à présent au prix de 179 euros, ce qui semble très attractif pour tout ce qui est proposé.



Nokia séduit les djeun's

Nokia propose un nouveau téléphone d'entrée de gamme qui cible clairement une population jeune. Disponible en noir/rouge ou silver/bleu, le Nokia X2 est un appareil simple et connecté. En effet, ouvert au Web via son navigateur Opéra intégré, il propose également un accès aux réseaux sociaux tels que Facebook dès l'écran d'accueil. Quadri-bande à la finition aluminium, le Nokia X2 est doté des fonctions devenues indispensables telles qu'un baladeur audio avec tuner radio FM ou encore un appareil photo 5 mpixels. À cela s'ajoutent de nombreux jeux qui sont fournis en standard malgré un prix très contenu de 119 euros sans abonnement.



La Fnac Nouvelle application

La Fnac vient de lancer une nouvelle application dédiée au marketplace, le système de vente et d'achat de produits d'occasion proposé en ligne par l'enseigne. Téléchargeable gratuitement, l'application Fnac Marketplace permet aux utilisateurs de suivre leurs comptes et produits en vente. Pratique, l'interface permet de scanner le code barre d'un produit via l'appareil photo de l'iPhone pour l'identifier et le mettre immédiatement en vente sur le site. Selon la chaîne, Fnac.com compte aujourd'hui plus de 30 000 vendeurs professionnels ou particuliers et recensait plus de cinq millions de produits en vente sur marketplace.

Blackberry miniaturise

Dernier représentant de la famille Blackberry, le Pearl 3G s'apparente à un téléphone classique aux dimensions très compactes de 50 mm de large et 13 mm d'épaisseur, le tout pour 93 grammes seulement. Toutefois, il s'agit d'un smartphone à part entière qui reprend toutes les caractéristiques du modèle haut de gamme Blackberry Bold 9700. Combinant prise en charge des réseaux 3G+ et WiFi (y compris n), le Blackberry Pearl 3G perd sa fameuse bille de navigation au profit d'un trackpad tactile. RIM annonce une autonomie de 5 h 30 en conversation. Deux versions sont disponibles avec un clavier azerty condensé à 20 touches ou un clavier téléphonique 14 touches traditionnel. Tous deux bénéficient du logiciel SureType qui complète les mots au fur et à mesure de la saisie. Le Blackberry Pearl 3G sera commercialisé en pack opérateur uniquement.



Koss Le casque innovant

Le spécialiste de l'audio nomade lance trois nouveaux casques avec le Tügo MP3 qui intègre un lecteur MP3, le QZ900, un casque avec un système de réduction de bruit et les KDE250 dans la catégorie des écouteurs design. Le premier est un casque sans fil qui a la particularité d'intégrer un lecteur MP3. Pour charger sa musique, il suffit de le raccorder par USB à l'ordinateur et de faire glisser les morceaux. Le Tügo dispose d'une mémoire de 512 Mo et d'une batterie au lithium rechargeable via un ordinateur. Koss annonce 15 heures d'autonomie. Son prix est de 199 euros. Le QZ900 améliore la qualité d'écoute en réduisant les bruits ambiants grâce au système Noise Cancellation. Cette fonction nécessite d'être alimentée par des piles AAA avec une autonomie d'environ 50 heures. Son prix est de 299 euros. Enfin, les écouteurs KDE250 marquent leur différence par un design original avec des tours d'oreille façon branche de lunettes. Ils intègrent dans chaque écouteur deux transducteurs de 20 et 13 mm. Les KDE250 sont fournis avec des longueurs de tiges différentes pour s'adapter à toutes les oreilles. Leur prix est de 299 euros.



L'iPhone 4

s'approche de la perfection

L'iPhone 4 a été dévoilé le 7 juin dernier par Steve Jobs lui-même lors de la keynote d'ouverture de la conférence WWDC à San Francisco. Plus fin avec 9,3 mm d'épaisseur (soit 24 % de moins que l'iPhone 3GS), l'iPhone 4 est habillé d'une coque qui marie verre et acier. Le patron d'Apple s'est attardé sur les rainures qui bordent la coque. Il s'agit en fait d'antennes destinées à améliorer la sensibilité de l'appareil. Si l'iPhone 4 fait le plein de nouveautés, Steve Jobs s'est contenté de dévoiler les plus importantes. L'appareil photo principal est à présent épaulé par un flash LED. Sa résolution est enfin en phase avec les standards actuels en passant à 5 Mpixels. En outre, il pourra enregistrer des films en haute définition, d'autant qu'une application iMovie sera disponible sur l'App Store (4,99 dollars) pour monter ses vidéos directement sur l'iPhone 4. Deux microphones sont à présent intégrés pour le réducteur de bruit, tandis que l'écran de 3,5 pouces voit son contraste et sa densité de pixels augmenter considérablement (quatre fois plus) pour des images encore plus détaillées. Pour en profiter, les applications pourront être optimisées même si tous les logiciels existants sont bien entendu compatibles. À propos des applications, iBook offrira la compatibilité avec les fichiers PDF et sera disponible sur la nouvelle version 4 de l'iPhone OS rebaptisé iOS 4. Ce dernier sera compatible non seulement avec l'iPhone 4, mais aussi l'iPod Touch et l'iPad. Un livre acheté pourra



être lu sur trois appareils et l'application s'occupera automatiquement de la synchronisation. À l'instar de l'iPad justement, l'iPhone 4 adopte non seulement le format de cartes micro SIM mais encore et surtout le fameux processeur A4 censé décupler les performances et la rapidité. La batterie qui gagne en taille devrait profiter de l'optimisation de ce dernier pour offrir une autonomie revue à la hausse. Ainsi, Apple annonce sept heures de conversation, six heures de surf en 3G, 10 heures en WiFi ou en lecture vidéo et enfin 300 heures en standby. Quadri-bandes, le dernier-né d'Apple voit sa connexion 3G+ dopée au HSUPA (pour envoyer des fichiers jusqu'à 5,8 Mbit/s) tandis que le WiFi adopte la norme n elle aussi plus rapide. Détail qui intéressera particulièrement les développeurs, un groscope offre de nouveaux horizons dans les jeux vidéo. Autre grande nouveauté, le smartphone d'Apple est enfin équipé d'un capteur en façade pour s'ouvrir les portes de la vidéoconférence. La fonctionnalité baptisée FaceTime sera néanmoins limitée au WiFi. D'après Apple, c'est un pré-requis pour offrir

une qualité satisfaisante. Côté prix et disponibilité, Le nouveau smartphone d'Apple sera disponible en blanc ou en noir à 199 euros chez SFR avec un abonnement en version 16 Go dès le 24 juin.

HTC met le feu

HTC semble déterminé à s'imposer comme la référence des smartphones sous Android. Afin de couvrir toutes les gammes de prix, le constructeur ne se limite pas seulement aux terminaux haut de gamme. Pour preuve, le tout nouveau HTC Wildfire est proposé au prix de 299 euros. Visuellement très proche du Google Nexus One, il possède moult fonctionnalités à l'instar de son grand frère. Compatible 3G+, le HTC Wildfire est doté d'un écran tactile multipoint et d'un trackpad optique. Il embarque un appareil photo de 5 Mpixels, ainsi qu'un baladeur compatible avec les formats audio les plus populaires. Côté stockage, la petite mémoire interne de 384 Mo pourra être étendue avec une carte mémoire jusqu'à 32 Go. Fidèle à son habitude, HTC propose non seulement la dernière version du système d'exploitation Android mais aussi sa propre surcouche logicielle HTC Sense. L'ensemble est animé par un processeur de 528 MHz fabriqué par Qualcomm. Enfin, HTC met encore une fois l'accent sur les réseaux sociaux en offrant un accès direct à Facebook, Flickr ou encore Twitter.



AlerteGPS pour rester zen

Le leader européen des avertisseurs de radars vient de lancer une offre locative baptisée Zen. AlerteGPS propose ainsi de louer un avertisseur de radar Wikango One pour 9,95 euros par mois. L'abonnement est lié à un engagement d'une durée de 24 mois et les frais de mise en service s'élèvent à 10 euros. L'appareil bénéficie de fonctionnalités communicantes. L'utilisateur est ainsi informé des évolutions de la cartographie des radars grâce à des mises à jour en direct.



EA Mobile en force sur l'iPad

À l'occasion du lancement en France de la nouvelle tablette tactile d'Apple, la branche spécialisée « mobiles » d'Electronic Arts a publié six titres sur la nouvelle plate-forme. Parmi ce premier line-up, on trouve bien sûr les franchises maison qui ont déjà fait amplement leurs preuves dont Need For Speed Shift, Mirror's Edge, Command & Conquer Alerte Rouge mais aussi des classiques comme Tetris, Scrabble et Boggle. Les prix de ces applications s'étalent entre 3,99 et 10,49 euros. Un line-up s'adressant donc aux joueurs avertis comme aux occasionnels, à l'image du catalogue iPhone de l'éditeur comprenant actuellement environ une quarantaine de références.



innelec
multimedia
présente

inno'SHOW

édition 2010

LUNDI 20 & MARDI 21 SEPTEMBRE 2010
à Disneyland Resort Paris®

L'évènement incontournable pour découvrir
TOUS LES HITS DE FIN D'ANNÉE et rencontrer
LES PLUS GRANDS EDITEURS DU MARCHÉ



Innelec Multimedia, votre partenaire réussite !

Pour plus de renseignements, contactez votre commercial chez Innelec multimedia au 01 48 10 55 55
Clôture des inscriptions le 1^{er} août 2010 sur le site www.asdecom.fr





Medion part

MOBILITÉ

Interview



Entretien avec

Grégory Jegou

Directeur commercial Medion France

Medion va désormais fabriquer et distribuer les GPS de randonnée Evadeo qui utilisent la cartographie de l'IGN. Ainsi, le fabricant allemand a mis les petits plats dans les grands pour créer un nouveau genre de GPS hybride aussi à l'aise sur route que sur chemin, en voiture que sur deux roues et le tout à un prix devenu accessible. par Stéphane Kauffmann



JDLI : Quelle est la nature de votre rapprochement avec l'IGN ?

Grégory Jegou : Il s'agit d'un contrat de licence. Nous avons remporté l'appel à candidature lancé par l'IGN l'été dernier en compétition avec d'autres marques. Nous avons été retenus en décembre pour une période de trois ans renouvelable deux ans. Ensuite, il y aura un nouvel appel d'offre car en tant que société publique, l'IGN est tenue de procéder ainsi. Le cartographe français cherchait un partenaire industriel capable de concevoir, de fabriquer et de distribuer une gamme de GPS qui soit conforme à la philippine IGN/Evadeo. Les critères reposaient sur la capacité industrielle, l'équipe pour la distribution, le service après-vente et la prise en charge du site Internet de manière à assurer la meilleure continuité possible sur le territoire français. L'essentiel du développement a été fait par Medion en partenariat avec CompeGPS pour le logiciel de randonnée, avec toujours une prise en compte de l'expertise IGN et une validation des différentes étapes.

En quoi vos GPS Evadeo se distinguent-ils des autres modèles ?

Nous avons vraiment voulu créer un GPS hybride autant à l'aise sur route qu'en randonnée, ce qui permet de n'en avoir qu'un pour tous les usages et qui ne soit pas meilleur dans un des deux domaines. Par ailleurs, nous avons pensé qu'il était idéal pour un usage deux-roues. Nous livrons donc d'office un support voiture et un support moto/vélo. Pour les deux-roues motorisés, nous avons ajouté le Bluetooth qui permet de transmettre sans fil la voix dans un casque équipé d'une oreillette. De même en prévision de l'usage outdoor que ce soit à pied

ou en deux-roues, nous avons augmenté l'autonomie qui est de six heures et nous avons rendu les GPS étanches. En entrée de gamme, nous avons le M3220 qui est destiné à un usage urbain. Il est doté de la cartographie routière France et de la carte au 1/100 000ème pour l'Hexagone également, sans oublier les 12,7 millions de points d'intérêt touristiques. En milieu de gamme, le M3320 y ajoute des capteurs d'altitude, de pression atmosphérique et une boussole électronique. Cela permet notamment de déterminer en permanence l'altitude avec précision. Il dispose aussi de la carte routière Europe. Enfin, notre modèle Premium, le M3320A, y ajoute 20 dalles de 10 km sur 10 au 1/25 000ème à choisir sur le site en téléchargement gratuit. À signaler que nos GPS de randonnée sont dotés de 6 Go de mémoire, ce qui permet d'y logger toute la France au 1/ 25 000ème.

Où allez-vous les vendre ?

Notre focus se porte évidemment sur les magasins spécialisés comme Nature et Découverte et les grands magasins de sport. Les GPS Evadeo seront aussi disponibles chez la plupart des multispécialistes ainsi que dans quelques hypermarchés qui proposent des produits un peu plus ciblés et plus haut de gamme. Nous avons aussi retenu quelques spécialistes du e-commerce avec lesquels nous

travaillons habituellement comme Rue du Commerce, Cdiscount et Matériel.net. Pour assurer une cohérence des prix, nous destinons le produit milieu de gamme plus particulièrement à ce canal. Notre gamme va par ailleurs de 280 à 350 euros.

Quelles sont les activités qui sont visées ?

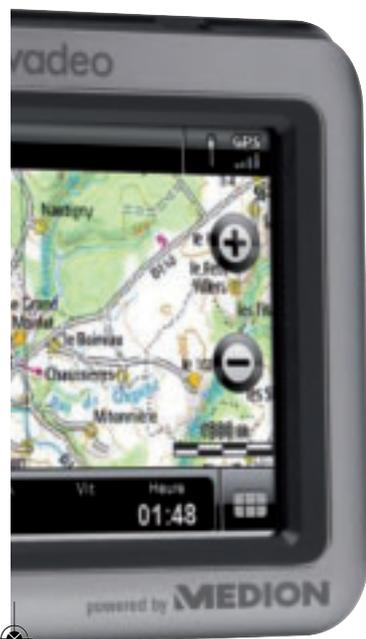
Nous avons voulu étendre la cible pour en faire un produit plus grand public. Déjà avec un usage simplifié en extérieur, nous pouvons toucher tous les cyclistes (route et VTT) et les randonneurs, les deux premières activités de plein air des Français. Avec une cartographie précise déjà intégrée, le GPS est prêt à l'emploi pour ces sports.





en randonnée

Interview



Nous avons ajouté la moto car nos GPS sont parfaitement adaptés et nous les avons dotés du Bluetooth dans cette optique. Les fans de randonnées qui veulent s'investir dans leur pratique seront satisfaits aussi car toutes les possibilités sont là, avec notamment un logiciel livré qui permet de préparer ses randonnées et de les importer dans le GPS, tout comme après on peut les exporter vers l'ordinateur pour les analyser. Les GPS sont également compatibles avec 50 formats de cartes pour des usages particuliers ou à l'étranger.

Y-a-t-il des cartes adaptées à chaque activité ?

Les GPS sont prêts à l'emploi avec les cartes au 1/100 000ème. Si on a besoin de plus, on peut télécharger sur le site Evadeo toutes les cartes France au 1/25 000ème. Une dalle 10x10 km vaut un euro et un département entier 39 euros. On peut aussi acquérir directement toute une région, voire la France entière. Notre carte routière est la dernière en date et peut être mise à jour. La cartographie randonnée bénéficie aussi de la dernière refonte de l'IGN. Ces cartes sont désormais spectaculaires, avec des graphismes très détaillés et bien entendu les reliefs ainsi que les courbes d'altitude.

Pensez-vous que le marché du GPS de plein air va s'étendre ?

C'est un marché en plein essor, c'est certain. Surtout avec des offres qui deviennent plus accessibles en termes de prix. Il manquait un produit réellement adapté et grand public qui ne demande pas des heures de préparation et

des compétences techniques pour l'utilisation. Nous faisons ainsi sortir le GPS de plein air de sa niche pour étendre la cible à la grande majorité des cyclistes, des motards et des randonneurs.

Quoi de neuf sur vos GPS classiques ?

Ils passent tous en mise à jour cartographie incluse pendant deux ans. Il y a également un nouveau modèle haut de gamme qui arrive à la rentrée, le X4545, qui intègre un accéléromètre pour éviter la perte de guidage, la cartographie en 3D avec le relief des montagnes, l'avertissement des zones dangereuses, le transmetteur FM et un nouvel écran plus contrasté qui prévient mieux les reflets. Doté d'un écran 4,7 pouces, il sera disponible fin septembre à 400 euros.

Et les services live ?

Nous sommes déjà prêts en Allemagne et cela arrive en France à la fin de l'année. C'est presque un avantage pour nous d'être en décalé car il y a eu de nombreux accords passés pour un kiosque vraiment très complet qui sera disponible en France dès le lancement. Le premier GPS à en être doté devrait coûter environ 300 euros et inclure une offre de service. Bien sûr, il y aura la météo, les places de parking, le prix du carburant, l'historique de circulation et surtout une info trafic en temps réel basé sur la densité des GSM.

Plus généralement, comment voyez-vous l'avenir du GPS autonome avec une demande qui a

considérablement ralenti ?

Ce marché a connu une progression fulgurante et il est normal que les ventes se stabilisent. Avec deux à trois millions de GPS vendus par an depuis quasiment le début, c'est vraiment considérable. Même si cela continue à un rythme un peu moindre, c'est tout de même un des marchés les plus dynamiques en électronique mobile. Pour l'avenir, il y aura sans doute deux choix possibles, l'entrée de gamme absolue très accessible mais avec peu de fonctions et le haut de gamme qui propose la spécialisation avec de l'innovation, des services et de nombreuses fonctions. C'est évidemment cette seconde voie que Medion a choisi. Et nous pensons que ce segment a un très bel avenir devant lui, car tous ceux qui auront essayé un GPS voudront ces fonctionnalités avancées.

Que pensez-vous de la concurrence en première monte et de celle des smartphones ?

Cela ne nous inquiète pas outre mesure. La première monte à prix abordable reste l'exception et de toute manière le parc à équiper est encore immense. Le smartphone n'est valable que pour un usage occasionnel, car son confort est tout de même sommaire pour le GPS embarqué. De plus pour cet usage occasionnel, il faut investir quasiment la même somme que pour un GPS autonome avec l'acquisition du logiciel et du support. Et le tout pour un résultat pas vraiment satisfaisant. En revanche pour un usage piéton en ville, il est clair que le smartphone constitue un concurrent très sérieux.





Livre électro

Focus

MOBILITE
mobilité

Des enjeux compliqués

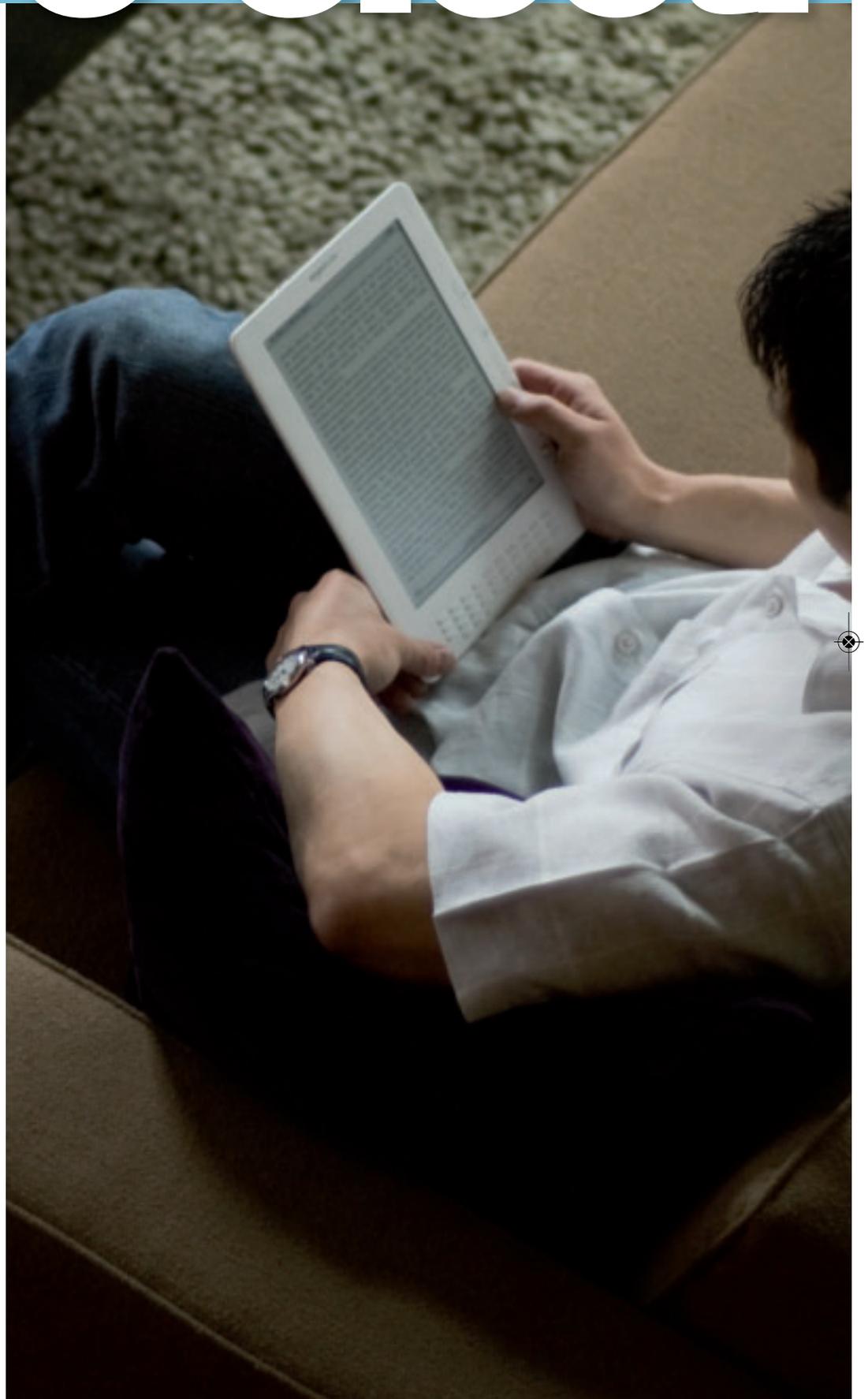
Le livre électronique arrive. D'un côté, les liseuses électroniques sont au point et de l'autre l'iPad a été lancé avec dans son sillage le magasin en ligne iBook. Évidemment, cette dématérialisation soulève de nombreuses questions et ce tout particulièrement en France, le pays du livre à prix unique.

par Stéphane Kauffmann et Driss Abdi

Après la musique et la vidéo, c'est au tour du livre de se dématérialiser. Et cela va se faire avec les mêmes réticences et les mêmes complications, surtout en France. Si le livre avait jusqu'ici échappé au numérique, c'est qu'il n'y avait pas d'appareil qui permettait de le restituer qualitativement. Car il ne faut pas se leurrer, si l'usage est évident et que le hardware existe, le contenu trouve une voie, qu'elle soit légale ou non. Avec plus de 15 ans de recul maintenant sur le MP3 et Internet, même le plus conservateur des éditeurs doit avoir compris qu'il est totalement impossible d'empêcher la dématérialisation tant elle est évidente pour le confort du consommateur. Et justement, cette restriction d'un matériel inadapté est en passe d'être levée.

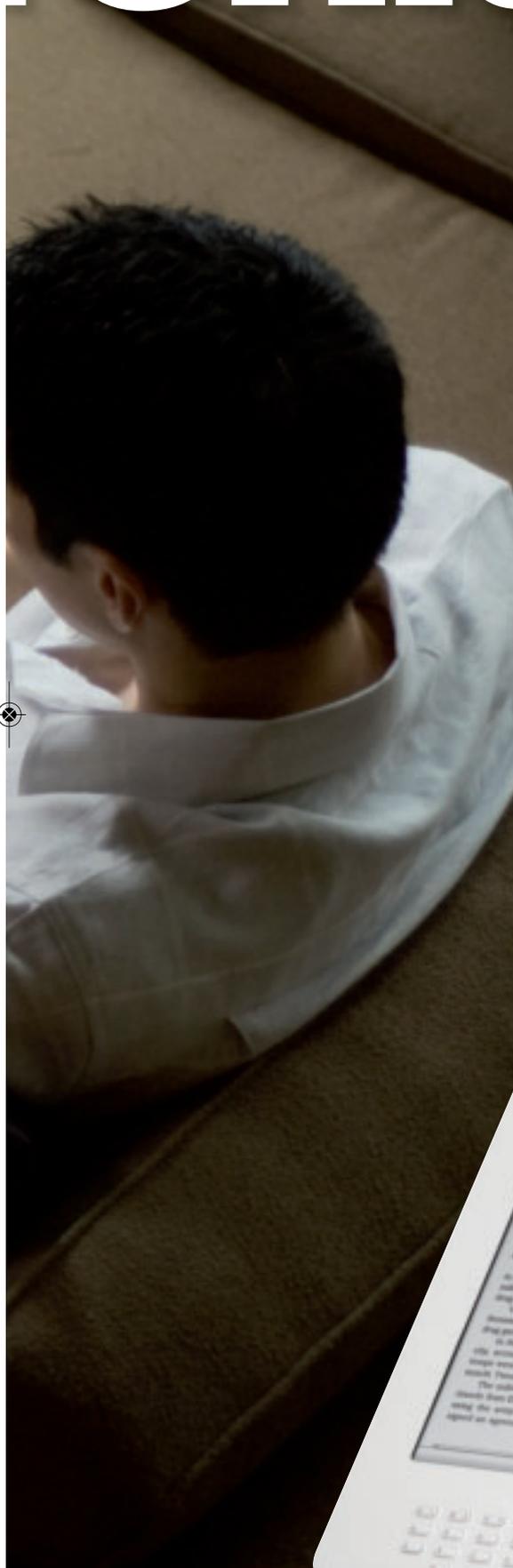
L'encre électronique

On pouvait déjà lire des livres sur un ordinateur et il y a des sites de vente qui proposent des livres à télécharger comme Mobipocket ou Numilog qui loue aussi ses services à la Fnac. Le premier appartient d'ailleurs à Amazon et le second à Hachette. Si la chose est restée confidentielle, c'est que lire sur un écran d'ordinateur est une épreuve et non un plaisir, sans compter l'encombrement, le manque d'autonomie et une ergonomie pas vraiment adaptée à un





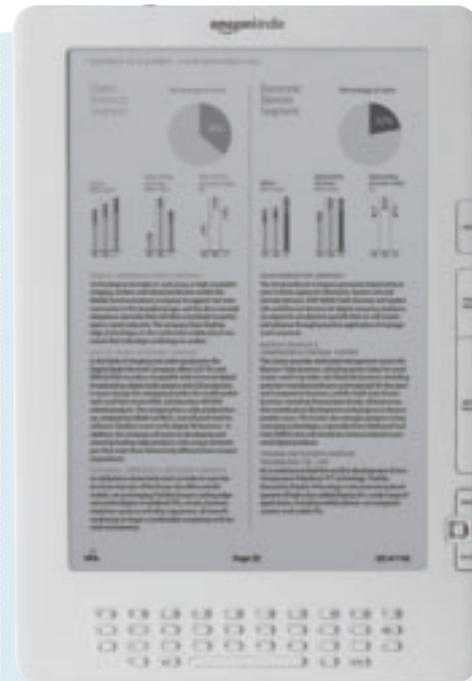
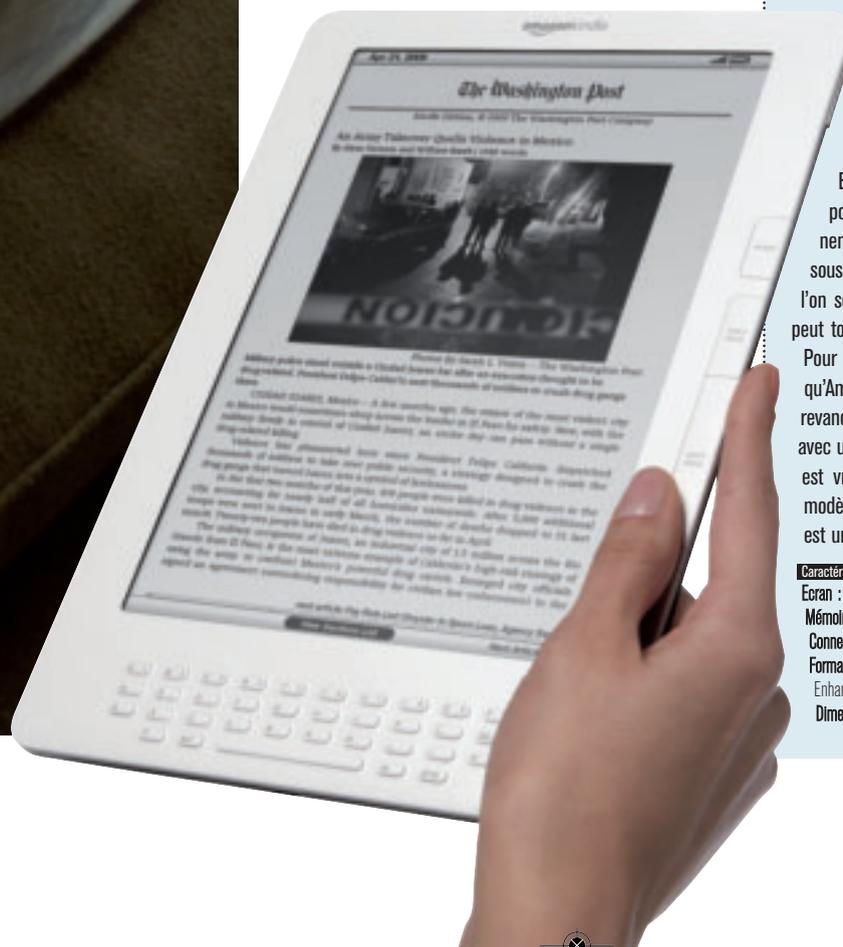
ronique



tel usage. En fait, le principal problème se situe au niveau de l'écran. Un modèle LCD couleur, le plus souvent recouvert d'une couche brillante, agresse l'œil en lecture longue durée et finit par provoquer des maux de tête et surtout un inconfort notoire. Tout rétro-éclairage quel qu'il soit fatigue bien trop pour pouvoir lire des heures durant. L'invention qui a tout changé porte le nom évocateur d'encre électronique ou e-ink dans la langue de Shakespeare. Ces écrans monochromes affichent un rendu vraiment proche du livre papier et en l'absence de rétro-éclairage ne fatiguent absolument pas les yeux. Accessoirement, ils ne consomment que très peu d'énergie ce qui permet de les intégrer dans des appareils à grande autonomie.

Achat direct

Autre problème, le fait d'être obligé de passer par un ordinateur pour télécharger les livres s'avère fastidieux et peu pratique en déplacement. Là encore, la réponse a été trouvée avec une connexion WiFi ou 3G qui permet d'acquérir des livres n'importe où. Une fois les handicaps levés, on peut prendre en compte les avantages du livre électronique. La liseuse est peu encombrante et légère, similaire à un livre relié. Elle permet de stocker des milliers de livres, ce qui réduit considérablement le poids à emporter en déplacement. Son autonomie avant recharge est généralement très longue et on peut se procurer des ouvrages quand on le souhaite sans avoir à se déplacer. Sans parler des coûts qui selon toute logique devraient être inférieurs puisque l'on économise la fabrication et la distribution physique.



Amazon Kindle DX

Deux versions du Kindle sont proposées par Amazon avec d'une part le Kindle et de l'autre le Kindle DX. Les deux modèles se différencient par leur taille d'écran et la mémoire embarquée. Le Kindle se contente d'un écran de six pouces et peut stocker jusqu'à 1 500 livres. Plus grand avec un écran de 9,7 pouces, le Kindle DX bénéficie d'un espace de stockage plus généreux pour emporter quelques 3 500 livres ! Pour lire à la maison ou en vacances, le Kindle DX bénéficie donc d'un écran plus grand et plus confortable, notamment pour ceux qui ont une vue défaillante. Dépourvu de fonctions tactiles, le Kindle DX est doté d'un clavier et de différents boutons pour la navigation. L'écran très grand est adapté à la lecture aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Basé sur la technologie e-Ink, il dispose d'un excellent rendu mat avec une résolution élevée et 16 niveaux de gris. Le confort de lecture est très bon avec un contraste suffisant et aucune fatigue à la longue. Le Kindle ne requiert aucun ordinateur pour fonctionner. En effet, une connexion 3G est directement intégrée pour télécharger des livres. Et là où les choses deviennent intéressantes, c'est qu'il n'est pas nécessaire de souscrire un abonnement pour en bénéficier. Ainsi, que l'on se trouve aux États-Unis, en France ou au Japon, on peut toujours acheter des livres électroniques sans surcoût. Pour les anglophobes, le Kindle DX n'a aucun intérêt tant qu'Amazon n'aura pas ouvert un service localisé. En revanche, le lecteur est très convaincant pour la lecture avec un excellent confort. De même, l'achat direct connecté est vraiment plaisant et préfigure l'avenir. Reste que le modèle DX est aussi très encombrant et que son ergonomie est un peu alambiquée.

Caractéristiques

Écran : 9,7 pouces, 1200 x 824 pixels, 16 niveaux de gris

Mémoire : 4 Go dont 3,3 disponibles

Connexion : 3G+ intégré

Formats compatibles : Kindle (AZW), PDF, TXT, Audible (formats 4, Audible Enhanced (AAX)), MP3, HTML, DOC, RTF, JPEG, GIF, PNG

Dimensions/poids : 264,2 x 182,9 x 9,6 mm, 536 grammes





LE TOP DES VENTES 2009



Véritable phénomène au Japon avec plus de 4 millions de joueurs sur Nintendo DS, Dragon Quest IX a su convaincre grâce à une aventure palpitante à vivre seul et jusqu'à quatre joueurs et où votre héros ne ressemble à aucun autre !

Créez votre héros et choisissez sa vocation avec chacune ses propres équipements et son style de combat. Collectez plus de 900 objets pour renforcer votre héros et le personnaliser à votre goût. Avec 3 amis, unissez vos forces, formez une équipe équilibrée et remplissez les centaines de quêtes disponibles dont de nombreuses à télécharger en ligne ! Sur votre chemin, affrontez des ennemis inspirés des meilleurs dessins animés japonais créés par Akira Toriyama.

NINTENDO DS™

SQUARE ENIX™

AU JAPON ENVAHIT L'EUROPE CET ÉTÉ !

Des outils pour théâtraliser les mises en avant



Visuels non contractuels

Plus de 524 millions de contacts sur la cible 11-14 ans pour un été sous le signe de l'aventure !

	JUIN	JUILLET	AOÛT
TV		TF1 / M6 / TNT / Cable et satellite	
PRINT	Presse spécialisée jeux vidéo, presse enfants		
WEB	2 chaînes dédiées sur Youtube et Dailymotion relayées par une campagne forte sur les 11-14 ans		
OUTDOOR		Une présence forte sur les réseaux ferrés	





Livre électronique Des enje

Focus

Outre-Atlantique

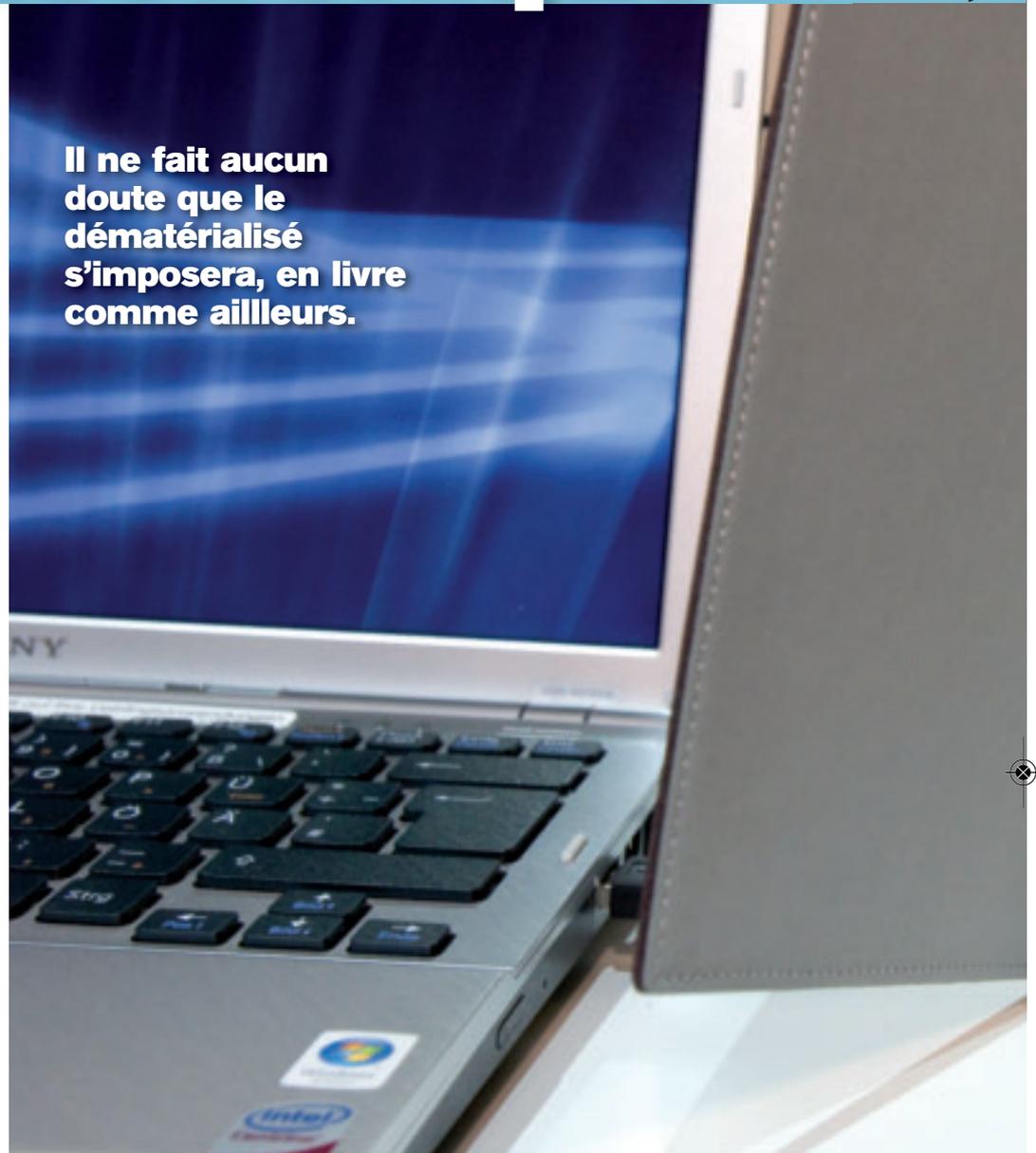
Au pays de la liberté d'entreprendre, ce fut très rapide. Dès que l'appareil et la connexion sont apparus, le service a suivi. C'est Amazon qui a dégainé le premier avec son propre livre, le Kindle. Aux États-Unis, il n'est guère envisageable que l'édition boycotte un service payant qui fonctionne et on y trouve un catalogue de plus de 500 000 livres vendus entre sept et 15 dollars pour l'essentiel, soit substantiellement moins que l'équivalent papier. Certes les ventes numériques ne représentent que 5 % du marché outre-Atlantique mais en si peu de temps et avec un seul acteur majeur, c'est déjà très bien. Il faut dire que le système fonctionne à merveille et repose aussi sur l'aspect communautaire d'Amazon où les lecteurs conseillent les lecteurs. Prenez l'avion aux US et vous verrez comment le phénomène semble se répandre vite.

Une France plus compliquée

En France en revanche, il ne s'est rien passé ou presque même si c'est en passe de changer. Comme en musique alors qu'aux États-Unis la vente numérique a 10 ans d'avance et où il existe depuis des années des services d'abonnement illimités, l'édition française freine des quatre fers. Comme dans l'Hexagone tout est lié et dépend

beaucoup du lobbying et d'accords cadres, la numérisation du livre s'annonce éminemment compliquée. Certes, il faut aussi comprendre qu'au-delà des craintes en termes de piratage et de manque à gagner, c'est le principe même de l'édition qui est remis en question. Avec le livre papier comme avec la musique sur CD, l'éditeur joue le rôle de sélectionneur nécessaire

Il ne fait aucun doute que le dématérialisé s'imposera, en livre comme ailleurs.



en raison de l'investissement et de la promotion. Son rôle est de dénicher parmi la foule des auteurs ce qui risque de plaire et d'avancer l'argent pour la commercialisation. Certains jouent le plus grand nombre et d'autres les cibles ou les niches, ce système garantissant aussi une certaine diversité de la création.

Quel rôle pour l'éditeur ?

Commercialisé en ligne, le livre électronique ne nécessite guère un gros investissement matériel et on peut en proposer un nombre quasi infini sans engendrer de frais substantiels. Pour palier l'absence de promotion, on peut proposer des échantillons de lecture et compter sur le réseau social qui fonctionne par exemple déjà très bien chez Amazon. Les lecteurs découvrent un auteur prometteur et le font savoir aux autres. On comprend aisément que ces perspectives ne sont pas faites pour rassurer les éditeurs qui cherchent évidemment à garder la main sur la sélection. Les enjeux financiers sont de taille, à la fois pour l'édition comme pour la distribution et ce ne sera pas non plus sans conséquence sur le consommateur. Si le livre en ligne dématérialisé se généralise, qu'advient-il des librairies physiques ? L'accès à la vente pour tous les auteurs en herbe de la planète ne va-t-il pas rendre le marché si vaste et si diffus qu'il deviendra difficile de repérer les vrais talents ? Ou alors est-ce qu'au contraire, le lecteur pourra enfin



jeux compliqués

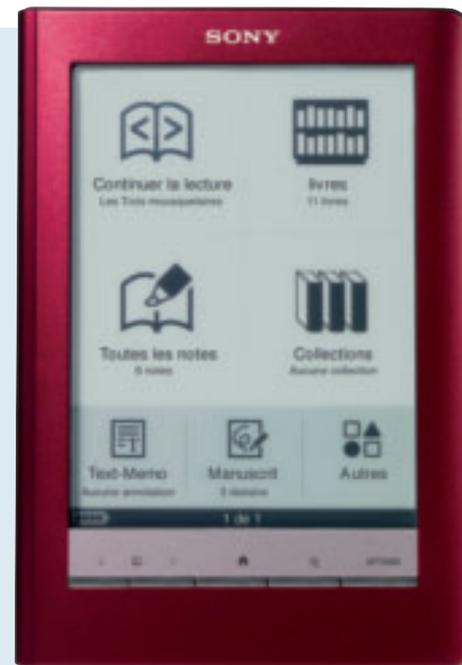


décider de ce que l'on aime soi-même ? Le choix arbitraire des éditeurs n'entrave-t-il pas la création par des préoccupations mercantiles ? Voilà de vraies questions mais auxquelles comme toujours le progrès technologique répondra quelles que soient les oppositions. Car il ne fait aucun doute que le dématérialisé s'imposera, en livre comme ailleurs, ce n'est qu'une question de temps.

Un prix unique

En France, il y a de surcroît un autre particularisme qui complique encore le passage au numérique. Car on le sait, depuis la loi Lang, le prix du livre est unique si on excepte la remise possible de 5 %. Cela a clairement permis à la France d'être un des pays où le livre se porte le mieux. En sauvegardant ainsi les librairies, soit les spécialistes, on a préservé une offre diverse de qualité et un contact avec le consommateur. Il est vrai que si le livre se résume à des rayons de supermarché, cela a logiquement tendance à réduire l'offre, à ne pas

sélectionner, et surtout à ne pas donner une chance au livre qui s'adresse à une cible minoritaire ou à l'auteur qui n'a pas encore fait ses preuves. Ce n'est pas du tout un reproche à l'égard de la grande distribution, c'est juste que son rôle dans le tissu social n'est pas le même et qu'il est complémentaire avec celui du spécialiste. Quoi qu'il en soit, cela explique sans doute en partie les bons résultats du livre dans l'Hexagone. Avec le passage au numérique se pose évidemment la question de l'extension du prix unique. Déjà de nombreuses voix s'élèvent en ce sens, surtout logiquement celles de l'édition et d'un certain nombre de politiques qui y sont liés. D'ailleurs, pour l'heure, on pratique un prix qui est à peine inférieur à celui du livre papier. Il s'agit pourtant d'une situation radicalement différente à celle de 1981. Tout d'abord, le dématérialisé ne s'arrête pas aux frontières. Si en France le prix du livre électronique est fixe et très élevé, il est probable que des sites de vente trouveront un moyen pour commercialiser depuis l'étranger, surtout que la langue française ne se limite pas à l'Hexagone. La



Sony Reader Touch Edition PRS-600

Plutôt compact, le Reader Touch Edition est facilement transportable d'autant qu'il est livré avec une housse protectrice. La finition est soignée avec un cadre en aluminium noir et un contour chromé du plus bel effet. La face arrière bénéficie d'un traitement antidérapant pour garantir une bonne prise en main, d'autant que les bords sont légèrement arrondis. Si l'écran est tactile, Sony n'a pas pour autant oublié les boutons qui permettent d'accéder directement aux principales fonctions. L'écran monochrome est mat afin de minimiser au maximum les reflets et permettre une utilisation en plein air. Néanmoins avec le soleil dans le dos, il faut trouver le bon angle pour ne pas être gêné. Les angles de vision sont suffisamment larges pour une lecture à deux, d'autant que la police peut être modifiée à loisir. L'écran bénéficie de la technologie e-Ink Vizplex pour un rendu proche du papier. Néanmoins, le contraste est un peu faible, ce qui se fait ressentir à la longue par une fatigue visuelle. On pourra piloter le Reader Touch Edition du doigt mais la sensibilité n'est pas son fort. Ainsi, changer de page en balayant l'écran du doigt demande qu'on s'y reprenne à plusieurs fois et au final on préférera utiliser les boutons. L'interface est claire et vraiment simple d'emploi avec de grandes icônes. Pas d'achat direct sur le lecteur de Sony, il faudra passer par un ordinateur. Vu ses dimensions et surtout son poids, le Reader Touch Edition est plutôt agréable à tenir en main pour la lecture. En revanche, la fonction tactile ne fonctionne pas très bien et elle est sans doute responsable du manque de contraste qui gêne le confort de lecture. Si on ajoute l'obligation de passer par un ordinateur, ce livre précurseur se situe désormais un peu en retrait.

Caractéristiques

Ecran : 6 pouces, 800 x 600 pixels, monochrome
Mémoire : 512 Mo intégrés et lecteurs de cartes SD et Memory Stick
Formats compatibles : EPUB e-Reader, Adobe PDF, Microsoft Word, TXT, RTF, BBeB, MP3, AAC, JPEG, GIF, PNG, BMP
Dimensions/poids : 1421 x 174,3 x 9,8 mm, 286 grammes



Samsung SNE-60K

Le livre électronique SNE-60K de Samsung est disponible depuis la mi-juin au prix de 330 euros. Et pour être immédiatement opérationnel, Samsung fournit gratuitement 150 livres qui sont des classiques, livres de droit pour la plupart. Plutôt compact avec son écran de six pouces, ce lecteur se pare d'une jolie coque laquée avec des bords chromés à l'instar de nombreux produits de la marque coréenne. À cela s'ajoute une conception qui tranche avec ses concurrents. En effet, l'e-Reader de Samsung dispose d'une partie coulissante qui dévoile un pavé de navigation ainsi que les principaux boutons pour accéder au menu ou revenir en arrière. Samsung propose également une alternative avec une navigation tactile qui requiert cependant un stylet. L'écran compte parmi les meilleurs, à tel point que l'on n'a vraiment pas l'impression de regarder un écran. L'image est contrastée et aucune fatigue oculaire ne se fait ressentir. Mieux, la lecture ne pose aucun problème en extérieur, même en plein soleil. Comme sur tous les autres modèles, il est possible de régler la taille de la police de caractères. À l'instar de ses concurrents, le SNE-60K ne demande pas que l'on se plonge dans la notice pour savoir l'utiliser. Les icônes s'avèrent suffisamment explicites pour que le novice s'y retrouve. Contrairement au Kindle, il n'y a aucun clavier pour la saisie. Samsung propose en revanche de saisir des notes directement sur l'écran en utilisant le stylet en guise de crayon. Le fabricant propose deux méthodes pour copier des livres. La première très classique requiert de relier le SNE-60K à un ordinateur via la prise USB standard. Plus pratique, une connexion WiFi est directement intégrée. Une fois le réseau enregistré, il sera possible de télécharger directement ses livres sans passer par un ordinateur dès que ces services seront accessibles en France. Samsung est en cours de négociation avec différents partenaires afin d'offrir un accès à leurs boutiques via l'onglet Librairie. À ce titre, Carrefour devrait compter parmi les premiers avec le lancement de sa plate-forme de téléchargement qui offrira notamment une rubrique dédiée aux livres électroniques. Les livres seront enregistrés dans la petite mémoire de 2 Go seulement, mais un lecteur de cartes mémoire micro SD permet de l'étendre à volonté. Enfin, d'autres modèles suivront le SNE-60K avec notamment une version 3G et des écrans plus grands.

Caractéristiques

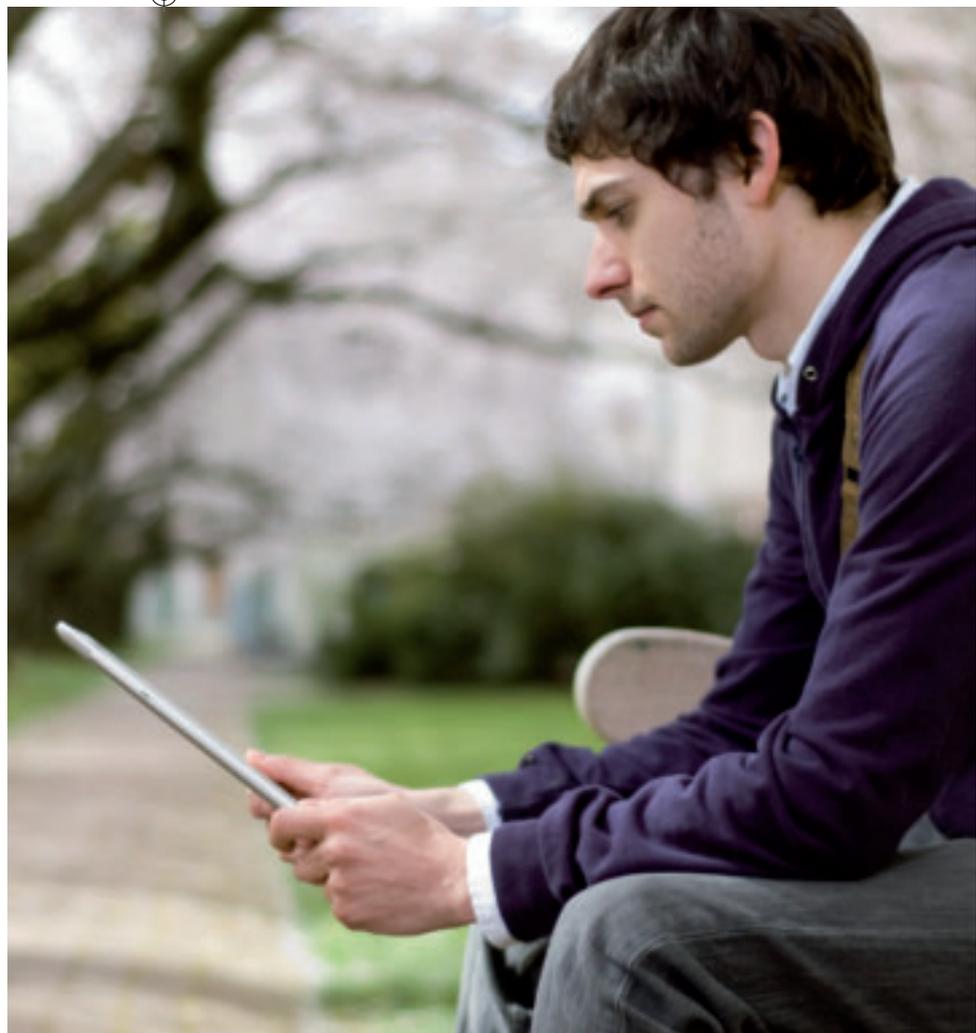
Écran : 6 pouces, 800 x 600 pixels, 8 niveaux de gris

Mémoire : 2 Go et lecteur de cartes micro SD

Connexion : WiFi

Formats compatibles : ePub, Adobe PDF, Microsoft Word, TXT, MP3

Dimensions/poids : 119,5 x 717 x 16,3 mm, poids 315 grammes



mondialisation ne se fait pas seulement dans le sens de la délocalisation, il faut l'accepter ou disparaître. Ensuite, un prix excessif va favoriser massivement le piratage. Si le livre électronique, qui nécessite aussi l'achat d'un appareil onéreux, est au prix du papier ou presque, il y a fort à parier que le téléchargement illégal va prendre des proportions inquiétantes. Et même avec bon nombre de DRM, rien n'empêche les pirates de mettre à disposition. D'autant plus que le faible poids d'un livre électronique va rendre encore plus difficile le contrôle de l'échange entre internautes. La meilleure parade sera de trouver le juste prix et surtout de proposer légalement une offre aussi complète que sur le papier. Pour autant, le prix unique est une vraie question à poser car même dématérialisé, le livre sera tout de même vendu et cela permettrait comme pour le livre papier aux libraires

indépendants de passer en ligne avec le même esprit d'assortiment, de conseil et de communauté.

Apple précurseur une fois de plus

En attendant, les choses évoluent d'elles-mêmes et comme déjà pour la musique, c'est Apple qui vient précipiter les choses et qui va sans doute réussir à lever quelques hésitations. Car avec l'iPad, Apple lance aussi iBook, le magasin en ligne dédié aux livres électroniques. Si on se souvient du succès d'iTunes, on peut imaginer qu'iBook fonctionne aussi. Il y a tout de même une limitation, car l'iPad n'est pas aussi adapté que l'était l'iPod pour la musique. Son écran couleur rétro-éclairé et brillant fatigue à la longue et convient mieux aux magazines et aux ouvrages de référence qu'à la lecture d'un long roman. Pour autant, Hachette est déjà présent sur iBook France ce qui est évidemment un signal fort. Il est peu probable que les autres éditeurs laissent le géant conquérir tout un secteur de distribution sans y venir aussi. Et déjà on note aussi une baisse de prix depuis le lancement de l'iPad. Ainsi le dernier Mary Higgins Clark est passé sur le magasin de la Fnac de 21 à 17 euros, prix auquel il est vendu sur iBook. Cela va aussi favoriser la vente en ligne pour les autres liseuses électroniques, d'autant que des géants comme Samsung en commercialisent et cherchent des accords de contenu. On sait déjà que Carrefour va proposer une librairie électronique en ligne. Amazon a refusé pour l'heure les prix exigés par l'édition en France mais avec la concurrence d'Apple, il est probable que cela ne va pas durer, d'autant que le géant du commerce en ligne a rendu son service accessible à l'iPad aussi. Tout porte donc à croire que l'offre va s'étoffer très rapidement et que d'ici à quelques mois, les livres électroniques seront disponibles à la vente en ligne massivement. Il ne reste que la question du prix et une solution devra être trouvée pour permettre à tous de continuer à jouer leur rôle et à vivre sans pour autant rebuter le consommateur ou le pousser vers l'illégalité.





www.playseats.fr

Une expérience de simulation sans précédent !



FLIGHTSEAT

Un véritable siège destiné à la simulation d'avion repliable avec support pour contrôleurs



ROOKIE

Un siège destiné à la découverte de la simulation automobile pour toute la famille



OFFICE

Une combinaison parfaite entre un siège de bureau confortable transformable en siège de simulation automobile en quelques instants



G27 BRAKE PEDAL

Pédale centrale de frein pour les possesseurs de pédalier Logitech® G25 ou G27



EVO

Véritable siège baquet destiné à la simulation automobile repliable, existe en noir ou en blanc

THRUSTMASTER

XBOX 360

PS2

PLAYSTATION 3

Wii

PC CD-ROM

Logitech

Les sièges Playseats sont fournis sans contrôleurs, sans volant, sans pédales, sans écrans, sans ordinateurs et sans consoles de jeu.
Conception Graphique: Rose Noire - 01 47 31 71 79

Playseats™ est importé et distribué en exclusivité par AX6 TECH



SAISON salon

News

Actualité physique chez Namco Bandai



Après Dragon Ball Raging Blast paru en novembre 2009, Namco Bandai vient d'annoncer un second opus, à destination des consoles haute définition, de ce jeu de combats basé sur la célèbre licence. Prévu pour cet automne sur PlayStation 3 et Xbox 360, Dragon Ball : Raging Blast 2 annonce pas moins de 90 personnages jouables, une animation plus rapide, un nouveau système de combos ou encore des effets spéciaux inédits. Modes de jeu solo et multijoueurs en ligne seront aussi au programme. Dans un autre domaine et sur une autre plate-forme mais toujours aussi physique, Family Trainer : Treasure vient d'être annoncé sur Wii pour cet automne. Nouvelle déclinaison d'une série de jeux exploitant un tapis à huit boutons et encourageant la pratique du multijoueurs, cet opus abordera cette fois



l'univers des films d'aventure et proposera quelque 70 missions différentes à base de plongée sous-marine, de poursuite à cheval et autres courses à bord d'engins volants. Plusieurs modes de jeu seront de mise, permettant à jusqu'à huit participants de s'affronter.

Emtec invente le cinéma nomade



Le Movie Cube Theater T800 est un vidéoprojecteur portable tout intégré et qui se suffit à lui-même. Il est équipé d'un tuner TNT et d'un disque dur afin d'enregistrer ses programmes. De plus, la fonction Time Shift permettra à l'utilisateur de mettre en pause un programme TV et de le reprendre à tout moment. Ce projecteur utilise la technologie LED qui permet une image lumineuse dans un encombrement réduit. Côté connectiques, un port USB et un lecteur de cartes mémoire donnent la possibilité d'importer des contenus photo ou vidéo. On trouve également deux haut-parleurs pour la partie sonore. Avec son encombrement limité et un poids de 1,7 kg, le Movie Cube Theater T800 est assurément nomade et plutôt bon marché (à partir de 379 euros). Il y a plusieurs capacités disque au choix, mais également un modèle sans disque (le T750).

Canal+ passe à la troisième dimension

À l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, le groupe Canal lance Canal+ 3D, une chaîne événementielle en relief. La chaîne diffuse sur la durée de la compétition une dizaine de matchs en direct, quatre matchs Canal+ et cinq matchs TF1, dont le match d'ouverture (Afrique du Sud/Mexique) et la finale. Tous ces matchs seront diffusés en différé sur l'antenne de Canal+ qui détient les droits sur l'ensemble des rencontres de la Coupe du Monde. À l'issue de la compétition, Canal+ 3D continuera à proposer régulièrement des émissions en 3D (cinéma, animation, magazines, sport) en enrichissant progressivement sa programmation au fur et à mesure que le volume de production en 3D se développe. Diffusé par satellite afin de garantir une qualité de diffusion optimale sur l'ensemble du territoire, Canal+ 3D est accessible sur le canal 18 de CanalSat et compatible avec les décodeurs satellite HD de dernière génération (DualS et Le Cube) déjà installés chez les abonnés.



Boston La barre sans fil

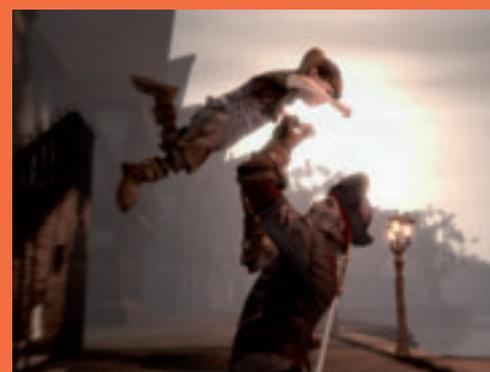
Boston présente la Tvee Model 20, une nouvelle barre de son qui a la particularité d'être accompagnée d'un caisson de grave sans fil, ce qui permet de le placer aisément n'importe où dans la pièce. La barre peut également être fixée au mur grâce à des fixations prévues à cet effet. Elle est reliée au téléviseur par un simple câble cinch et le caisson (100 W) utilise la fréquence des 2,4 GHz pour communiquer avec la barre son sans interférences. La Tvee Model 20 sera disponible prochainement au prix de 349 euros.

Fable 3

Les deux versions pour Noël



La sortie du très attendu Fable 3 se précise. Microsoft confirme ainsi que le jeu de rôle de Lionhead Studios serait bel et bien disponible pour la fin d'année en versions Xbox 360 et PC. Les possesseurs de consoles pourront s'offrir l'édition spéciale du titre, présentée sous la forme d'un livre et comprenant des cartes à jouer, une pièce ornée du sceau de la Guilde et divers bonus pour le jeu comme une quête spéciale, une tenue unique, une nouvelle race de chien ou encore une région exclusive dans le jeu. Ce troisième volet de la fameuse saga imaginée par Peter Molyneux invitera le joueur à mener une révolution puis à monter sur le trône d'Albion. Cette fois encore, les choix moraux à faire par le joueur seront au cœur de l'expérience. Microsoft annonce un prix de vente de 70 euros pour la version Xbox 360 standard et 80 euros pour l'édition collector. La version PC sera proposée au prix conseillé de 49 euros en magasin et sur la boutique de jeux à la demande de Windows Live. Microsoft confirme par ailleurs que le jeu sera classé PEGI 16.



Envolez-vous avec votre WiFi



Sacoche
de transport



Routeur



Adaptateur
secteur



Câble Ethernet



Câble USB
pour alimentation
via l'ordinateur

Routeur ultra-compact WiFi N 300Mbps TEW-654TR

Ultra-compact

Voyagez avec votre réseau WiFi N haut débit dans la poche

Pratique

Tout ce dont vous avez besoin pour partager une connexion Internet avec plusieurs ordinateurs est inclus dans la sacoche de transport

L'expérience "Quality of Service"

Se connecter au routeur en toute sécurité est un jeu d'enfant grâce à la technologie WPS (Wi-Fi Protected Setup)



Distribué en France exclusivement par COMTRADE
www.comtrade.fr - Tel: 01 56 470 470 - Fax: 01 56 470 471
©2010 TRENDnet. Tous droits réservés.



TRENDNET®



salon
News

Urban Factory



Mouse doctor

On le sait tous, un écran mal orienté ou des mains mal placées sur un clavier ou une souris sont susceptibles, à terme, d'entraîner des gênes voire des maladies musculaires ou osseuses. Urban Factory s'est penché sur la question en proposant des périphériques aux dessins adaptés à une utilisation prolongée. Ainsi, l'Ergo Mouse est une souris qui grâce à sa position verticale empêche que la zone du canal carpien ne vienne se poser sur le bureau. De plus, le fabricant a pensé au confort des droitiers comme des gauchers en concevant deux modèles différents. L'Ergo Mouse est un modèle filaire équipé d'un capteur optique 1 600 dpi qui sera disponible sous peu à 49,90 euros.

Assassin's Creed

La suite en multijoueurs

C'est en fin d'année qu'Ubisoft proposera un nouveau volet de sa série-phare avec Assassin's Creed Brotherhood, annoncé pour PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Comme son titre le laisse entendre aux anglicistes, le jeu mettra cette fois à l'honneur le travail en équipe puisqu'il s'agira du premier volet de la série comprenant un mode multijoueurs. Devenu un maître assassin, Ezio va diriger une confrérie de tueurs et poursuivre son périple à travers la ville de Rome. Selon Ubisoft, les joueurs pourront aussi rejoindre le clan des Templiers pour lutter contre les Assassins. Pour mettre au point le jeu, Ubisoft a également prôné l'idée du travail en équipe puisque si le développement du titre est dirigé par Ubisoft Montréal, différents studios du groupe collaborent au projet comme Ubisoft Singapour, Ubisoft Bucarest, Ubisoft Québec et Ubisoft Annecy à qui l'on doit les fonctions multijoueurs de Splinter Cell Chaos Theory.



Gear4 transforme l'iPhone en télécommande universelle



L'iPhone peut vraiment tout faire si on se creuse la cervelle, ce que Gear4 a manifestement fait. L'Unity Remote utilise l'iPhone, l'iPad ou l'iPod Touch pour servir de télécommande universelle sans être obligé d'être dans l'axe de l'appareil. Pour cela, Gear4 propose un boîtier accompagné d'une application. Elle servira de centre de commande en combinaison avec l'écran tactile. Tout cela est organisé par activités comme regarder la TV. La programmation se fait à l'aide d'une base de données très conséquente qui intègre la très grande majorité des appareils existants. L'iPhone envoie ensuite un signal Bluetooth à un petit boîtier cylindrique très discret et autonome qui se charge de relayer les commandes et de les diffuser en infrarouge vers tout appareil à sa portée. Les avantages d'une telle solution sont nombreux.

Déjà on se sert de la puissance et de l'écran tactile existant, ensuite tous les problèmes de portée et d'angles de l'infrarouge sont résolus.



34

Scooby-Doo

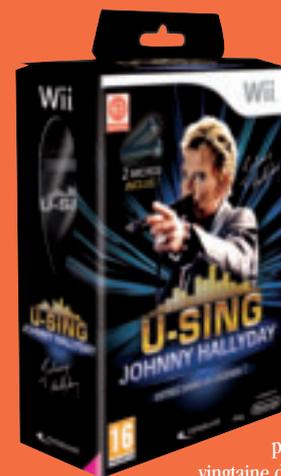
ne manque pas de chien



Le célèbre canidé enquêteur de Warner fera son retour en jeu vidéo en fin d'année avec Scooby-Doo ! Panique dans la Marmite sur PlayStation 2, Wii et Nintendo DS. Ce nouveau jeu d'action/aventure permettra de diriger le personnage de son choix parmi la fameuse bande mais aussi à plusieurs, sachant qu'un second joueur pourra à tout moment entrer ou sortir de la partie. Utilisation de gadgets et autre récolte de scoobiscuits sont au programme de ce titre dont le scénario invitera à faire toute la lumière sur une « mystérieuse fille des marécages et son étrange chaudron ». À noter que la sortie de ce jeu aura lieu en même temps qu'un nouveau film d'animation, Scooby-Doo ! Camp Scare.

Mindscape

fait chanter la Wii



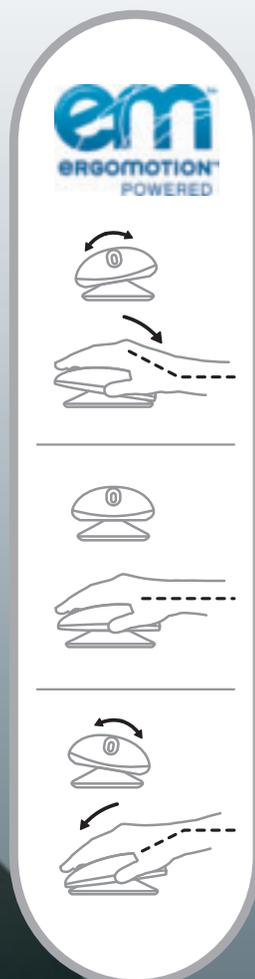
Le jeu musical de Mindscape sur Wii connaît deux nouvelles itérations en juin, avec tout d'abord un opus spécialement dédié à Johnny Hallyday et un autre plus particulièrement destiné au public féminin, U-Sing Girls Night. Premier titre spécifiquement dédié au célèbre chanteur, U-Sing Johnny Hallyday

permettra de chanter une vingtaine de titres issus de son répertoire comme Noir c'est Noir, Le Pénitencier et autres Requiem pour un Fou. De nouvelles chansons pourront ensuite être téléchargées. Le jeu sera commercialisé au prix conseillé de 40 euros (jeu seul, 60 euros avec un micro puis 70 avec deux).



Ergonomic, Simply.*

Découvrez le dernier né des produits **Mobility Lab™**
doté de la technologie **Ergomotion™**



***ErgoMotion™ s'adapte à vos mouvements en vous apportant confort et productivité, simplement.**

Les souris Mobility Lab™ Ergomotion™ Laser Mouse et Optical Mouse disposent d'un brevet de pivotement qui pour la première fois permet à la souris de se déplacer avec votre main naturellement et de suivre les positions du poignet en les adaptant à vos mouvements, tout simplement quand vous jouez ou travaillez. Les souris Mobility Lab™ Ergomotion™ redéfinissent ce qu'un produit ergonomique doit être véritablement en réduisant effectivement le risque de blessures de mouvements répétitifs (Repetitive Stress Injury (RSI)). La souris bouge, pivote en avant, en arrière, sur les côtés avec les mouvements de votre main.



www.mobilitylab.eu

SAISON
salon
News

Yamaha



amplifie la 3D

Le constructeur japonais vient d'annoncer sa nouvelle gamme d'amplificateurs audio/vidéo compatibles 3D. Les RX-V367 (299 euros), RX-V467 (399 euros), RX-V567 (499 euros) et RX-V667 (599 euros) intègrent les dernières fonctions de la nouvelle norme HDMI 1.4 pour restituer dans les meilleures conditions les films 3D. Par ailleurs, Yamaha en a profité pour améliorer son système DSP sur le modèle RX-V667 et propose en sus des habituels effets, le « Cinema DSP 3D » qui est capable de reproduire une image sonore en relief sur cinq enceintes. Ces nouveaux amplificateurs bénéficient également d'un nouveau design. À noter que Yamaha propose en option une nouvelle station d'accueil (YID-W10) pour iPhone/iPod et iPad.

Sonic de retour sur consoles Nintendo



Sega vient d'annoncer Sonic Colours pour la fin d'année sur Wii et Nintendo DS. Ce nouveau titre mettant en scène le fameux hérisson bleu de la marque prendra place dans des mondes « inspirés d'incroyables parcs d'attractions » et le verra lutter contre l'incourtournable Dr Eggman pour sauver une race d'extra-terrestres colorés, les Wisps. Ceux-ci sont dotés

de pouvoirs que Sonic pourra utiliser. Sega annonce une version Wii combinant les vues en 2D et 3D « sans transition » pour la version Wii et une déclinaison pour portable exploitant le double écran de la machine.

Asus entre dans la 3ème dimension

Lors du Computex qui s'est déroulé à Taïwan, Asus a annoncé deux nouveaux moniteurs compatibles 3D. Il s'agit du VG236 et du PG276 qui affichent respectivement une diagonale de 23 et 27 pouces. Ce dernier est d'ailleurs le plus grand écran informatique compatible 3D proposé à ce jour. Le taux de rafraîchissement est de 120 Hz, le temps de réponse de 2 ms et la luminosité de 400 cd/m2. Côté connectique, on trouve deux prises DVI et une entrée HDMI pour restituer au mieux les images en 3D. Le constructeur a également profité de l'occasion pour présenter un moniteur réservé aux professionnels de l'image, le PA246Q. Cet écran de 24 pouces est doté d'une dalle IPS pour un affichage fidèle des couleurs. Aucun prix n'a été communiqué pour le moment.



Onkyo en 3D

Onkyo annonce trois nouveaux amplificateurs audio/vidéo avec les TX-NR708, TR-NX808 et TR-NR1008. Ces amplificateurs sont compatibles HDMI 1.4, autrement dit 3D pour restituer les films idoiens et leurs bandes-son. Autre particularité, chacun des amplificateurs peut lire en streaming les musiques disponibles sur le réseau domestique grâce à la prise Ethernet mais aussi à des services de radio fournis par LastFM et vTuner. Il sera également possible d'effectuer des mises à jour du micro-logiciel de l'amplificateur le cas échéant. On trouve également une prise USB compatible iPhone/iPod. À noter que le modèle TR1008 dispose d'un système de calibrage vidéo pour une optimisation et un ajustement précis des diverses sources. Le TX-NR708 est disponible au prix de 999 euros et le TX-NR808 est au prix de 1 199 euros. Aucun prix n'a encore été communiqué pour le TX-NR1008.



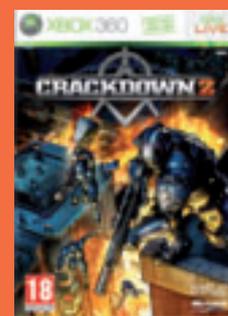
Le prochain Civilization dévoile ses plans



2K Games vient d'annoncer la date de sortie de Sid Meier's Civilization V sur PC. Le prochain opus de cette série fondatrice du jeu de stratégie tour par tour sera publié le 24 septembre prochain en Europe. Il s'agira toujours de développer son empire pour devenir le plus grand dirigeant de tous les temps mais les développeurs de Firaxis Games annoncent de nombreuses nouveautés comme un nouveau moteur de jeu, un système de combat tactique amélioré ou encore « des interactions diplomatiques plus profondes ». Autre point fort mis en avant par l'éditeur, une plate-forme communautaire permettra aux joueurs de partager des contenus et de se défier « sans quitter le jeu ».

Crackdown 2 peur sur la ville

Un peu plus de trois ans après le premier Crackdown, Microsoft prépare le lancement d'une suite à ce jeu d'action futuriste en monde ouvert. Dix ans après l'action du jeu original, Crackdown 2 invite à revisiter la ville de Pacific City. En une décennie, l'Agence a supprimé les gangs en imposant un régime



totalitaire. Alors que la résistance s'organise, une nouvelle menace apparaît avec des mutants venant des sous-sols de la cité futuriste. S'il reprend le canevas du premier opus, Crackdown 2 promet d'améliorer la formule sur tous les points : plus d'interactions avec le décor, améliorations du personnage ou encore plus de possibilités multijoueurs avec la possibilité cette fois de jouer jusqu'à 16 simultanément. Des contenus en DLC seront proposés successivement en août et septembre (véhicules, modes de jeu, arènes...). Pour supporter le lancement, Microsoft prévoit de communiquer sur Internet (sites de jeux vidéo et de vidéo) et en presse (jeux vidéo, cinéma, sport, lifestyle). Des Webcomics Crackdown 2 développeront l'univers du jeu et des outils de PIV sont également au programme. Selon Microsoft, le premier Crackdown s'était vendu à 32 000 exemplaires en France.



gear4

SoundOrb™ Aurora



La station d'accueil qui met l'ambiance dans votre salon.

Vivez une expérience unique avec la combinaison d'une enceinte et d'un caisson de basses sans fil qui change de couleur selon votre humeur. L'acoustique d'un véritable Home Cinéma, le système de haut-parleurs pour iPod et iPhone offre un son exceptionnel en 3D.



Conçu pour
 iPod  iPhone

Tous droits réservés. GEAR4 et SoundOrb sont des marques de commerce de Disruptive Ltd. iPhone et iPod sont des marques de commerce d'Apple Inc., déposées aux États-Unis et dans d'autres pays.

gear4.com



SAISON
salon

Interview

Freecom

L'orfèvre du stockage



Entretien avec

Dick C. Hoogerdijk
CEO

Freecom existe depuis plus de 20 ans et a toujours été un spécialiste exclusif du stockage. Avec un développement et une production encore partiellement européenne, cette société se veut première sur l'innovation. Désormais dans le giron d'un grand groupe japonais, Freecom se donne les moyens de jouer un rôle déterminant dans la révolution annoncée du stockage à la maison. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : Freecom, à la fois Hollandais, Allemand et maintenant Japonais ?

Dick C. Hoogerdijk : La société a été fondée en 1989 et s'appelait alors Computer Connections. En revanche, elle était dès l'origine spécialisée dans le stockage externe avec des cassettes ! D'origine hollandaise, nous avons rapidement étendu nos activités à l'Europe avec la France dès 91 et ensuite les États-Unis. Suivant l'évolution des supports, nous sommes passés au CD puis au disque dur en 1995. C'est en 1998 que nous avons racheté Freecom, une société allemande qui disposait d'un service de recherche et développement ainsi que d'un site de production. Nous avons adopté le nom de Freecom puisque nous vendions désormais essentiellement des produits de la marque. En plus de 20 ans d'existence, nous avons toujours été rentables chaque année. C'est en 2009 que nous avons rejoint le groupe Mitsubishi Chemical dont le chiffre d'affaires annuel dépasse les 35 milliards de dollars. Aujourd'hui, nous sommes présents sur les marchés du stockage optique, de la mémoire flash et du disque dur externe et nous y occupons la troisième place mondiale, la première sur l'optique. Freecom, ce sont actuellement 110 personnes, notre centre de R&D à Berlin développe toute la partie logicielle et une bonne partie de notre production se situe toujours en Allemagne (70 % des disques durs en Q3 2009). Cela nous permet d'être très réactifs sur le marché européen. Ainsi, nous avons été les premiers à commercialiser un disque USB

3.0 et nous avons participé à l'élaboration des interfaces avec d'autres précurseurs, comme Asus notamment. La partie grand public de notre activité représente environ 40 % de notre chiffre.

Quelles sont les perspectives du marché du disque dur externe ? Comment s'y différencier ?

Nous sommes réputés pour la qualité de nos produits et aussi notre capacité à innover. Après des années d'évolution sans grand changement, le disque dur externe grand public va sans doute connaître une profonde mutation. Le rôle central du téléviseur connecté et le réseau domestique vont changer la donne. Nous voyons cela comme une réelle opportunité pour les sociétés innovantes comme la nôtre. Ainsi, nous allons par exemple développer un boîtier pour le nouveau port USB qui permet d'enregistrer sur les dernières générations de téléviseurs. Il pourra contenir plusieurs disques dont on pourra se servir comme d'un support amovible, un média en quelque sorte. Sinon, il est vrai que sur le marché du simple disque externe, cela devient difficile de se différencier même si nous y parvenons par le service et le design. Ainsi, nous venons de lancer une assurance qui garantit la récupération des données pendant trois ans pour 30 euros. Avec des données personnelles très précieuses, c'est rassurant. Le disque défectueux est envoyé dans un laboratoire spécialisé qui tente de récupérer les données, ce qui est très onéreux. Ensuite,

on les met sur un nouveau disque qui est renvoyé au client. Le marché devrait continuer sa croissance au global avec un net glissement vers le 2,5 pouces nomade et aussi à terme un passage vers la SSD, en sachant que cela débute en grand public par des disques hybrides qui permettront d'échanger plus rapidement et d'utiliser la capacité SSD pour étendre la mémoire de l'ordinateur.

Le disque dur multimédia et réseau ont le vent en poupe, mais Freecom semble privilégier la seule partie network. Pourquoi ?

Nous pensons que le disque dur ou la passerelle multimédia n'est pas une solution d'avenir car le téléviseur se connecte désormais directement. Tous les composants nécessaires à la connexion et à la lecture seront intégrés et il n'y aura qu'à brancher un disque dur sur le port USB. En revanche, l'avenir est clairement au stockage centralisé et donc au disque dur réseau, le NAS. Il est plus que probable que d'ici quelque temps chaque foyer en soit équipé. Pour autant, il y aura aussi et en parallèle de plus en plus de petits disques nomades à la maison. Chacun en aura un ou plusieurs qui lui serviront pour stocker et échanger ses contenus personnels, on peut même penser que l'on en aura un pour chaque activité comme la musique, la photo ou la vidéo. Cette évolution est probable car c'est très pratique et que les prix en perpétuelle baisse feront du disque dur externe un objet de consommation courante.



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

MARDI 29 JUIN 2010
Inscription sur www.idef-5km.fr



idef

INTERACTIVE &
DIGITAL
ENTERTAINMENT
FESTIVAL



CANNES

PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES - **29 JUIN > 1^{ER} JUILLET 2010**

Votre contact : Mélanie RIDEAU
01 76 77 15 45 • melanie.rideau@comexposium.com

www.idefexpo.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



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

ASPIRE TIMELINE X

More
than just
time**



UltraThin < 25mm



Avec
INTEL® TURBO BOOST
Technology*

Découvrez les nouveautés Acer sur le Medpi Hall Diaghilev stand K10

Découvrez le nouvel Acer Aspire TimelineX dans votre magasin d'informatique le plus proche. Visitez le site acer.fr. Pour toute information complémentaire: 06 25 00 22 37

Acer et le logo Acer sont des marques déposées de Acer Incorporated. Copyright 2010 Acer. Tous droits réservés. Microsoft, Windows et le logo Windows sont des marques déposées ou enregistrées de Microsoft Corporation, aux États-Unis et dans d'autres pays. Intel, le logo Intel, Intel Core et Core Inside sont des marques déposées d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques commerciales et/ou marques techniques, indiquées ou autres, appartiennent à leurs propriétaires respectifs. *La performance mesurée peut varier en fonction de la configuration, des logiciels et des équipements utilisés. Pour plus d'informations, contactez nous sur <http://www.intel.com/technology/turboboost>. **Plus que du temps. ***La durée effective de la batterie varie en fonction de l'utilisation, des paramètres et des conditions de fonctionnement.

acer



Plus de 8 heures*** d'eXcellentes performances dans un ordinateur fin et léger

L'Aspire TimelineX offre plus que du temps : il vous offre d'excellentes performances avec la nouvelle famille de processeurs Intel® Core™ disponibles en 2010.

Il mesure moins de 25 mm d'épaisseur et il est disponible dans les versions écran large haute définition de 11,6, 13,3, 14,0 et 15,6 pouces avec de puissantes cartes graphiques.



Le Lancement de la gamme Aspire TimelineX est accompagné d'un plan marketing et media fort et efficace.



	MAI	JUN	JULLET	AOÛT	SEPT
RP	✓				
COMMUNICATION	✓	✓	✓	✓	✓
PLV		✓	✓	✓	✓
CAMPAGNE DE DÉMONSTRATION MAGASINS		✓			✓

La vie en 3D

De la science
fiction à la réalité

Acer vous propose plusieurs produits prêt pour la 3D, moniteurs, projecteurs et notebooks. Vous allez transformer votre manière de visionner vos contenus numériques ou films préférés en une expérience d'immersion totale.





SAISON salon

Panorama

Réveils iPho

In bed with Apple

Après des années passées à prendre la poussière sur les étals tant il y avait eu peu de renouvellement, le radioréveil a ressuscité grâce à Apple et à son iPod. De plus en plus sophistiqués, ces réveils dématérialisés se multiplient en magasin et suivent des voies si différentes qu'ils peuvent à eux seuls constituer un rayon. par Stéphane Kauffmann

Il y a des objets qui n'évoluent guère et qui se vendent avec les mêmes volumes et des marges identiques pendant des décennies. Le radioréveil est un de ces appareils intemporels qui suivait son bonhomme de chemin, à tel point d'ailleurs que l'on voit encore aujourd'hui des offres avec radio analogique et recherche de station par bouton rond ! C'est Apple qui a interrompu cette monotonie, car qui dit aujourd'hui réveil en musique pense forcément au dématérialisé et par extension à l'iPod et à l'iPhone. De plus, la station d'accueil est déjà un réveil si on lui ajoute l'heure et une alarme pour un ou deux euros de plus. Et comme par magie dès que l'on y ajoute un iPod, les prix s'envolent et les marges aussi ce qui est une bonne nouvelle en ces temps de restriction et de déstockage à tout crin. Pour autant, la catégorie en tant que telle n'a émergé qu'assez récemment. C'est donc sur les chiffres des stations



Yamaha TSX70 Look rétro, techno de pointe

Avec une esthétique plutôt rétro et une sorte de gainage du boîtier qui évoque le cuir, le TSX70 surprend quelque peu. D'autant plus que les commandes sentent assez logiquement l'analogique. En fait, elles ne sont analogiques que par leur aspect. Derrière les boutons rotatifs, on trouve des codeurs numériques ! Le tout devrait plaire aussi bien aux amateurs de modernité que de classicisme. Seul inconvénient, il faut prévoir un bon espace en hauteur, l'iPod venant s'enficher sur le TSX70. Les fonctions sont naturellement complètes et c'est par la conception de sa partie audio que ce modèle se singularise. Il dispose d'un système 2.1 avec deux haut-parleurs large bande en face avant, mais aussi d'un système de grave combinant petit boomer et haut-parleur passif sous l'appareil. On peut évidemment en entendre mieux, surtout dans le bas du spectre que des systèmes simples habituellement adoptés ! À l'écoute, pas de déception. Le système audio beaucoup plus élaboré qu'un modèle classique fait la preuve de sa supériorité. Le Yamaha TSX70 tient parfaitement son rang d'équipement de luxe et fera bonne figure dans un rayon un peu sophistiqué.

Compatibilité : tout iPod et iPhone
Alimentation : secteur
Puissance d'amplification : 2 x 4 W, 8 W basses
Tuner : FM
Entrées : 1 ligne

Système acoustique : 2 haut-parleurs large bande 40 mm, un boomer 55 mm, un passif
Dimensions : 210 mm x 110 mm x 134 mm

250





one

d'accueil au global qu'il faut s'appuyer en se disant que si elle monte, ceux des réveils devraient suivre en toute logique. Avec un peu plus de 100 millions de chiffre d'affaires en 2009, la station a doublé sa valeur en un an et s'apprête à dépasser le marché des enceintes multimédia en 2010 avec une croissance qui pourrait cette année encore être à deux chiffres en volume et en valeur.

Un éveil prometteur

Avec 30 millions de foyers dans ce pays, il y a encore de la marge de progression en premier équipement. Et ce ne sont pas les deux millions d'iPhone vendus en 2009 dans l'Hexagone qui me contrediront. En revanche, il va falloir faire preuve d'imagination car l'époque de la radio à bouton est révolue. La bonne nouvelle, c'est qu'il est possible de se distinguer de

nombreuses manières en suivant des chemins différents. Déjà, il y a le design qui est d'autant plus important que le radioréveil peut être considéré comme une pièce d'ameublement. Partant de ce constat, on peut jouer la matière ou le raffinement mais aussi sur l'époque, avec des styles rétros divers et variés qui ont de plus en plus la cote, à l'image de ce que propose Yamaha dans notre sélection.

Radio et plus

Typiquement, les radioréveils comportent comme leur nom l'indique un tuner FM à affichage numérique. Certains proposent aussi des réveils sans radio, il faut dire que l'iPhone peut combler ce vide par une application s'il est connecté au Web. La sophistication du tuner avec des présélections et le RDS peut être un moyen de monter en gamme. Généralement, il y a aussi

une entrée ligne pour y brancher une autre source mais curieusement la plupart des fabricants font l'impasse sur l'USB qui serait pourtant un autre moyen appréciable pour restituer des MP3 en l'absence de baladeur. Les fonctions réveil proprement dites peuvent être plus ou moins étendues avec plusieurs mémoires, la prise en compte des jours de la semaine et autres subtilités. Là encore, cela permettra d'étendre le linéaire de simple à sophistiqué.

Un réveil baladeur

Produit essentiellement nomade, l'iPod est aussi capable de s'associer à des systèmes de diffusion qui le sont plus ou moins. Leur alimentation peut s'effectuer sur piles ou batteries. Parmi les modèles de cette sélection, certains offrent cette possibilité d'autonomie. Ils peuvent donc sortir très largement du rôle



Philips
DC220

Simple et efficace

Vraiment compact et dessiné sans fioritures inutiles, le DC220 est un réveil iPod qu'on aura facilement envie d'installer chez soi si on cherche quelque chose de simple et de fonctionnel. L'afficheur se trouve sur l'embase pour iPod et, bonne surprise, on constate que l'appareil se met à l'heure automatiquement dès qu'on insère un iPod (qu'on suppose à l'heure !). On se demande pourquoi d'autres ne le font pas... Les possibilités du DC220 sont très complètes avec un tuner FM et une entrée ligne. Les fonctions réveil, avec deux alarmes différentes qui peuvent vous laisser dormir le week-end, semblent tout à fait suffisantes pour l'usage courant. Côté son, ce modèle comporte un correcteur de grave baptisé DBB (Digital Bass Boost) mis en service par une touche ce qui permet de choisir entre deux styles de restitution sonore. Le reste de la partie audio est tout à fait classique avec deux haut-parleurs large bande. Pour la restitution sonore avec son système DBB, le DC220 veut se faire un peu plus gros qu'il n'est en gonflant son grave. Sur une musique exigeant un équilibre parfait, le résultat est un son boomy qu'on peut trouver désagréable. En revanche sur certaines musiques actuelles, on peut aussi facilement être bluffé. Bref, un réveil iPod simple mais efficace à un prix raisonnable.

Compatibilité : tout iPod et iPhone
Alimentation : secteur
Puissance d'amplification : 2 x 2,5 W
Tuner : FM
Entrées : 1 ligne

Système acoustique : 2 haut-parleurs large bande
Dimensions : 220 mm x 150 mm x 130 mm (avec iPod)

90



Edifier

On The Go IF350

Sédentaire et nomade

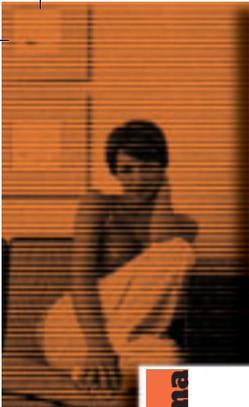
Pouvant faire office de réveil mais également de système de diffusion nomade, l'IF350 d'Edifier est un deux-en-un tout à fait attractif. Livré avec un étui souple pour le transport, il est très plat dans cette configuration. Pour l'utilisation, un pied se déploie à l'arrière tandis que l'embase pour iPod sort à l'avant. C'est très astucieux et pratique. Le volume de l'appareil s'avère très raisonnable et on pourra aussi bien l'installer à la tête de son lit que le mettre dans un sac pour partir en week-end. Une télécommande est glissée dans un logement à l'arrière pour éviter de la perdre. À l'embase pour iPod et iPhone, Edifier a ajouté un tuner FM et une entrée ligne, de quoi n'être pas dépourvu si votre gadget favori n'est pas disponible, et en tout cas c'est une bonne idée dans l'esprit réveil. Sinon, la batterie Li-ion se recharge en quatre heures et procure plus de dix heures d'écoute ! Le système acoustique est très classique avec deux haut-parleurs large bande. Ce modèle vise manifestement plus le côté pratique que la très haute qualité sonore. À l'écoute, le résultat est cependant honnête, sans défaut criant mais on reste dans la catégorie du petit son. Pouvant s'adapter à bien des utilisations, le système Edifier IF350 est un choix intéressant pour ceux qui souhaitent pouvoir utiliser leur appareil dans des conditions variées.

Compatibilité : tout iPod et iPhone
Alimentation : secteur + batterie Li-ion
Radio intégrée : FM
Puissance d'amplification : 2 x 6 W
Entrées : 1 ligne

Sortie casque : non
Système acoustique : 2 haut-parleurs 70 mm large bande
Dimensions : 280 mm x 151 mm x 111 mm (avec iPod)

130





SAISON salon

Panorama

Réveils iPhone

traditionnel de réveil musical. L'alimentation en autonome peut être fournie par des piles ou des batteries. Les piles sont une bonne solution pour un usage autonome occasionnel, car leur coût deviendra rapidement prohibitif si on utilise l'appareil en déplacement. L'achat de batteries rechargeables NiMH et d'un chargeur s'impose alors, ce qui appelle la vente associée. Conçus dès le départ pour un usage autonome, certains modèles sont vendus avec une batterie intégrée et un chargeur. Par le nomadisme, on peut donc aussi segmenter. En décortiquant le segment du réveil iPod/iPhone, on s'aperçoit rapidement qu'il est possible d'y réaliser un Category Management déjà poussé !

Qualité sonore, une variable de plus

La taille des modèles essayés est assez variable, leurs ambitions et leurs prestations aussi. Il est clair que

certaines réalisations n'ont pas d'autre objet que d'être un réveil pour lequel on cherche avant tout le côté pratique et dont la qualité sonore n'est pas la préoccupation première ! C'est un choix qui reste tout à fait possible si le but est seulement de recharger l'iPod pendant la nuit et d'être réveillé (rapidement) le matin. En revanche, si on entend utiliser le réveil iPod comme source sonore à part entière, mieux vaut s'intéresser à la qualité du son restitué qui va du très médiocre au très bon. La stéréo n'est pas le point fort de ces appareils, dont les haut-parleurs ne sont au mieux éloignés que de quelques dizaines de centimètres. Côté qualité sonore proprement dite, leur taille implique le sacrifice du grave, du moins lorsqu'on sort de l'écoute de proximité. Même avec un système sophistiqué et onéreux comme celui que propose Yamaha, il ne faut pas s'attendre à des miracles ! Reste que, pour l'écoute de proximité, les meilleurs modèles peuvent se révéler très convenablement musicaux et procurer beaucoup de plaisir.

Wake App

Très récemment, un nouveau concept est venu ébranler le monde tranquille du radioréveil iPod en y intégrant l'application. C'est alors d'iPhone ou d'iPod Touch dont il est question et ce type de modèle pourrait tout à fait figurer au rayon téléphonie. Il faut dire qu'avec l'iPhone, on dispose d'un écran, de mémoire et d'un processeur puissant dont on peut se servir pour son réveil à moindre frais. Il suffit ensuite de développer une application à télécharger gratuitement sur l'App Store et le tour est joué. L'écran du téléphone d'Apple peut alors se charger d'afficher l'heure et les stations, mais on peut aussi imaginer un peu tout et n'importe quoi. Il y a la météo, mais aussi des détails plus insolites comme les rythmes de sommeil très à la mode en ce moment. Nous n'avions qu'un seul représentant de cette catégorie pour ce panorama, mais il y a fort à parier que la majorité de spécialistes du périphérique iPhone vont s'y mettre que ce sera là encore un excellent moyen de se différencier.



Logitech Pure-Fi Anytime Vraiment pour la nuit

Vraiment dédié réveil, le Pure-Fi Anytime semble combiner des fonctions attractives pour cet usage avec une taille et un prix raisonnables. Formes dépouillées, couleur noire uniforme, l'Anytime présente bien et ses dimensions restent très raisonnables, il prendra place aisément sur une étagère ou un chevet de lit. Conçu pour un usage de nuit, ce modèle dispose d'un affichage horaire orangé avec deux intensités et ses touches de commande s'éclairent en passant la main au-dessus de l'appareil grâce à un détecteur de mouvement, c'est très pratique. Intégrant un tuner, il peut s'utiliser sans iPod ce qui est toujours agréable et une entrée auxiliaire permet l'emploi de toute source audio. Une télécommande est fournie, elle se range dans un petit logement à l'arrière. Les possibilités sont classiques avec deux alarmes et trois présélections de programmes iPod ou de stations radio. La partie audio est tout aussi classique pour la catégorie avec deux petits haut-parleurs large bande. À l'écoute, l'Anytime fait mieux que la moyenne de la catégorie grâce à une réponse plus étendue et plus linéaire dans l'aigu. Au final, le Logitech Pure-Fi Anytime est un produit séduisant et pratique avec une restitution sonore de meilleure qualité que nombre de modèles concurrents.

Compatibilité : tout iPod et iPhone
Alimentation : secteur
Radio intégrée : FM/PO
Puissance d'amplification : NC
Entrées : 1 ligne

Sortie casque : non
Système acoustique : 2 haut-parleurs large bande
Dimensions : 280 mm x 151 mm x 111 mm (avec iPod)

110



iHome iA5 Contrôle logiciel

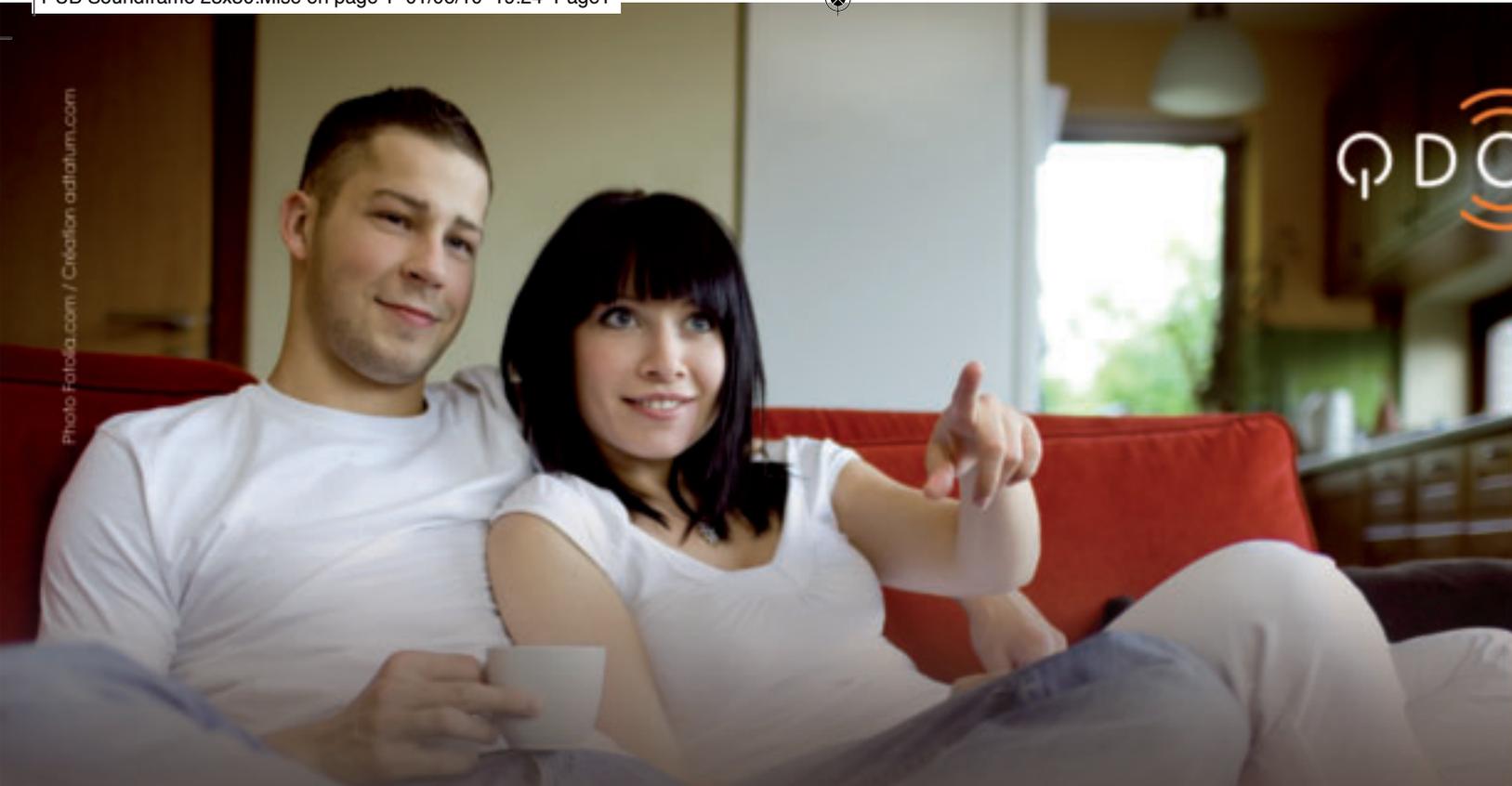
Avec une forme en coin et des dimensions réduites, l'iA5 n'encombrera guère, bien que sa profondeur ne soit pas négligeable et que l'iPod dépasse largement au-dessus de la face supérieure lorsqu'il est sur son berceau. Tout cela fait sens car c'est un des premiers périphériques iPhone à utiliser une application et l'écran du téléphone comme partie intégrante du concept. Dès que l'on se connecte pour la première fois, on vous propose de télécharger l'application gratuite sur l'App Store. Ensuite à l'écran, on a toutes les fonctions en accès direct. Ainsi, il y a l'heure bien entendu mais aussi le réglage de l'alarme et quelques fonctions avancées assez étonnantes. Très à la mode actuellement, iHome se propose de surveiller le sommeil. En gros, cela se base sur l'heure du coucher et de réveil. À part un côté gadget amusant, il ne faut pas en attendre des révélations. Les accros de réseaux sociaux seront satisfaits car leur actualité s'affiche directement avec une alerte pour ne rien manquer. L'affichage est plutôt joli et discret mais l'ergonomie un peu alambiquée. Un écran caché sous la grille frontale prend la relève si l'iPhone est déconnecté tout comme l'heure se met à jour automatiquement quand il est branché. Côté fonctions intégrées sans iPod, c'est plutôt court puisque la radio n'est pas prévue. Pour l'audio, on en reste au minimum aussi puisque le iA5 est monophonique. À l'écoute pas de miracle, on est dans la catégorie radioréveil de base. En fond sonore à faible niveau, c'est très convenable mais il ne faut évidemment pas trop demander à une section audio aussi simple.

Compatibilité : iPod Touch et iPhone
Alimentation : secteur
Radio intégrée : non
Puissance d'amplification : NC
Entrées : 1 ligne

Sortie casque : non
Système acoustique : 1 haut-parleur large bande
Dimensions : 240 mm x 140 mm x 180 mm (avec iPod)

100

PhotoFotolia.com / Création adfatum.com



Découvrez le QDOS SoundFrame

La station audio portable ultime pour iPhone & iPod touch !



● S'utilise à la maison, au bureau ou en voyage grâce à son **format compact**

● Pivote à **90°** pour la visualisation de vidéos en écran large

● Autorise la **synchronisation par USB** sur un PC/Mac (câble fourni)

● **Recharge l'iPhone/l'iPod touch** lors d'une utilisation sur secteur (prise USB fournie)

● **12 heures d'autonomie** avec une batterie rechargeable lithium-ion

● Diffuse un son stéréo **haute fidélité**

● Met **automatiquement** la musique en pause en cas d'appel

● Livré avec sa **sacoche de transport** et **4x adaptateurs** internationaux



Prix public conseillé : 89,99€ TTC



www.qdosound.com



Mobility Lab Ergomotion Laser Mouse

Souris

La souris Ergomotion se destine à tous ceux qui passent de longues heures devant leur ordinateur, qu'il soit d'ailleurs sédentaire ou portable. Le problème réside dans l'angle entre la souris sur le bureau ou tout autre support et la main de l'utilisateur. Suivant sa position, il sera plus ou moins ouvert et donc plus ou moins confortable. Ainsi, si on est assis correctement, l'angle entre la souris et la main oblige à casser un peu le poignet ce qui à la longue devient douloureux. De plus, le déplacement de la souris en action intensifie encore cette douleur car l'angle de cassure varie. La souris Ergomotion est montée sur une articulation qui évite cela en s'adaptant automatiquement à la meilleure position pour le poignet. Ainsi montée sur un socle qui ne la rend guère plus encombrante, elle pivote dans tous les sens. En fonction de la hauteur d'assise, de la distance par rapport à la souris et en fonction des mouvements effectués, l'inclinaison s'adapte à la position idéale pour la main. Logiquement, c'est un modèle ambidextre sans fil pour n'ajouter aucune contrainte à la liberté de mouvement. Le récepteur USB est d'ailleurs si petit qu'il peut rester en place tout le temps, même sur un petit ordinateur portable. Les deux boutons intégrés dans la coque contribuent à l'ergonomie, tout comme une molette facile à manipuler. Le capteur laser est très précis et deux piles AA se chargent de l'alimentation électrique, avec à la clef une excellente autonomie.



Caractéristiques

Souris ergonomique ambidextre, sans fil 2.4 GHz, mini récepteur USB, capteur laser, pivote sur une socle, alimentation par deux piles AA

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Mobility Lab - 01 46 09 29 41

50€



Logitech Speaker Lapdesk N700

Support notebook

Avec le N700, Logitech propose trois accessoires en un, ce qui explique d'ailleurs ses dimensions bien plus généreuses que les autres supports de ce type. En effet, c'est tout d'abord un support pour notebook afin de ne pas poser ce dernier à même les genoux et ainsi s'installer plus confortablement. Logitech a d'ailleurs corrigé les défauts de ses précédents modèles en ajoutant deux petites fixations pliables en caoutchouc qui éviteront à l'ordinateur de glisser. À cela s'ajoute un ventilateur afin de refroidir le notebook en cas d'usage intensif. Celui-ci est alimenté par un câble USB et un interrupteur permet de l'allumer à loisir. Bon point, le ventilateur est plutôt silencieux. Enfin, le N700 permet de palier l'une des tares qui plombe la majorité des notebook. En effet, il intègre deux haut-parleurs afin de diffuser le son, via la prise USB là encore. Certes ce n'est pas de la Hi-Fi, mais le rendu est bien plus équilibré et puissant que ce qu'il est possible d'obtenir avec n'importe quel ordinateur.



Caractéristiques

Support pour ordinateur jusqu'à 16 pouces, USB 2.0, ventilateur 31 dbA, 262 grammes

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Logitech France - 01 44 58 98 98

70€



HTC Legend

Téléphone mobile

Le HTC Legend partage énormément de points communs avec le HTC Hero, à commencer par son design monobloc atypique dont la partie basse incurvée rapproche le micro de la bouche. La finition est soignée avec une coque qui marie aluminium brossé et plastique. Relativement fin, le HTC Legend est également suffisamment léger pour se faire oublier. Précis et réactif, l'écran tactile bénéficie de la technologie AMOLED pour restituer de belles couleurs. Fidèle à son habitude, HTC propose son interface Sense avec des options de personnalisation poussées. La navigation est aisée, d'autant que le système ne souffre d'aucun ralentissement avec un processeur Qualcomm bien adapté et une souris tactile intégrée sous l'écran. L'appareil photo doté d'un autofocus est rapide mais pénalisé par une interface peu pratique. Les clichés sont corrects malgré un manque de contraste. En matière de musique, le Legend est en revanche un baladeur tout à fait efficace avec les filtres de recherche par album, par genre ou par artiste. Enfin, l'autonomie de la batterie est correcte.



Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE, système Android, version 2.1, écran 3,2 pouces, résolution photo 5 Mpixels, A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi, 384 Mo et lecteur de cartes Micro SD, 112 x 56,3 x 11,5 mm/126 grammes

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	HTC, http://www.htc.com/fr/

450€



Mappy Ulti 500

GPS autonome

Le célèbre site de cartographie et d'itinéraire propose aussi sa propre gamme de GPS. L'Ulti 500 se place en haut de la gamme et propose un écran géant de cinq pouces. Malgré cette taille, le GPS reste relativement peu encombrant avec une épaisseur de seulement 13 centimètres. Pour la partie logicielle, Mappy a opté pour Nav N Go. Cette application jouit d'une bonne réputation et dans la pratique cela se vérifie. La recherche et le calcul d'un itinéraire sont rapides. Le large écran permet d'afficher une carte claire et détaillée. L'affichage des noms de rues en devient ainsi très efficace. C'est d'autant plus important qu'il n'y a pas d'énoncé vocal. En revanche, le conducteur aura droit à l'affichage des panneaux routiers, ainsi qu'à un assistant au changement de voie. Le dépassement de la vitesse limite et une carte des radars font également partie du lot. Mappy innove du côté des points d'intérêt en ajoutant des fiches pratiques de 50 villes en France tirées du Guide du Routard.



Caractéristiques

Cartographie Europe, écran 5 pouces, fonctionnalités POI, carte des radars, assistant changement de voie, Guide du routard, synchro mappy.fr, 135 x 86 x 13 mm, 195 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Logicom - 01 48 63 77 64

150€

Official Licensed Accessory Collection

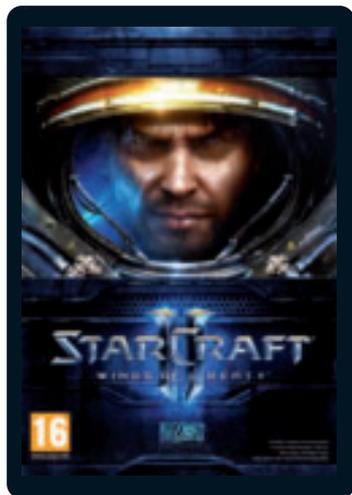
FALL/WINTER 10-11





Stratégie temps réel

Starcraft 2
Wings of Liberty



Le 27 juillet

Starcraft est l'un des titres références dans le domaine du jeu de stratégie temps réel. Douze ans après le premier volet, Blizzard propose enfin un second chapitre qui sera décliné en trois volets successifs, chacun abordant dans sa section solo une des races (les Terrans ici, puis les Zergs et les Protoss). Ce volet comprend 29 missions différentes en solo. Les modes multijoueurs permettent en revanche de pratiquer la race de son choix. Blizzard annonce par ailleurs que Battle.net, son système de jeu en ligne, va profiter d'une « refonte totale » et inclure de nombreuses fonctionnalités comme le stockage de données en ligne, la communication vocale...

PLAN MARKETING
Non communiqué.
MISE EN PLACE
Non communiquée.

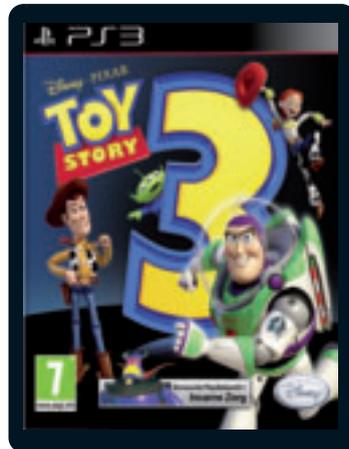
Développeur	Blizzard
Éditeur	Activision Blizzard
Distributeur	Activision Blizzard
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé 50€ environ



Action/aventure

Toy Story 3



Le 1er juillet

Adaptation du troisième volet de la saga Toy Story attendu en salles le 14 juillet prochain, ce titre propose deux principaux modes de jeu : un mode histoire permettant notamment de découvrir les nouveaux personnages introduits dans le nouveau film et un mode « coffre à jouets » permettant de créer une histoire en choisissant un univers de toutes pièces et en choisissant le type d'activités (missions, course, exploration).

PLAN MARKETING
Le jeu va être mis en avant en TV (chaînes hertziennes et cabsat), en presse (Direct Matin/Soir, Télé Loisirs) et en radio (RTL). Sur Internet, l'éditeur mise sur les sites grand public, spécialisés et enfants (Google, Allocine, Jeuxvideo.com, TFoul...). Des outils de PLV sont également au programme (PLV, box, catalogues...).

MISE EN PLACE
Non communiquée.

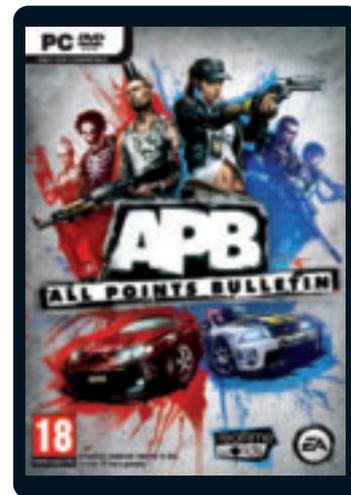
Développeur	Avalanche Software
Éditeur	Disney
Distributeur	Disney
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	NC

Prix public conseillé NC



Action

All Points Bulletin



Le 1er juillet

Ce jeu d'action à la troisième personne en milieu urbain met en scène des affrontements entre forces de l'ordre et bandes organisées dans un monde persistant. Massivement multijoueurs, ce jeu initié par David Jones (GTA 1 et 2, Crackdown) permet aux participants de choisir leur camps avant de se lancer dans la bataille. Le jeu repose sur un business model original puisque ce sera l'accès aux « quartiers d'action » qui sera payant, contrairement aux « quartiers sociaux », gratuits. La boîte du jeu comprend une cinquantaine d'heures d'action, le joueur pourra ensuite opter pour des packs d'heures supplémentaires ou des forfaits de jeu illimité pour une période (30/90/180 jours).

PLAN MARKETING
Non communiqué.
MISE EN PLACE
Non communiquée.

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

Prix public conseillé NC



Action/Aventure

Dragon Ball Origins 2



Le 2 juillet

Suite directe de Dragon Ball Origins paru sur la même machine fin 2008, ce jeu d'action/aventure permet de retrouver les pérégrinations de San Goku et ses amis, à la recherche des célèbres sept boules de cristal. Ce titre retrace la bataille entre Sangoku et l'armée du Ruban Rouge. Si le premier opus permettait de jouer avec deux personnages différents, cette suite en met cinq à disposition des joueurs qui pourront aussi désormais pratiquer le titre à deux simultanément en coopération. L'éditeur annonce une durée de vie d'une vingtaine d'heures.

PLAN MARKETING
Non communiqué.
MISE EN PLACE
Non communiquée.

Développeur	Game Republic
Éditeur	Namco Bandai Games
Distributeur	Namco Bandai Partners
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non

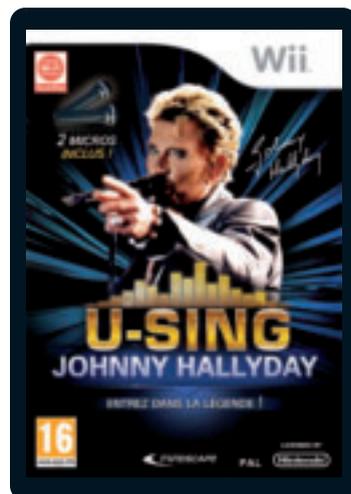
Prix public conseillé 30€ environ





Jeu musical

U-Sing Johnny Hallyday



Disponible

Pour la première fois, le fameux Johnny Hallyday fait l'objet d'une version dédiée d'un jeu vidéo musical. C'est U-Sing, le titre de Mindscape, qui propose cette galette spécialement concoctée autour de l'un des artistes les plus populaires de l'Hexagone. Développé en partenariat avec Universal Music, le jeu propose de reprendre via des micros une sélection de 20 chansons emblématiques du chanteur (Le Pénitencier, Noir C'est Noir...). Plusieurs modes de jeu sont proposés, ainsi que trois niveaux de difficulté. Mindscape annonce la possibilité de télécharger en ligne des morceaux supplémentaires. Le jeu sera proposé seul, ou en bundle avec un ou deux micros.

PLAN MARKETING

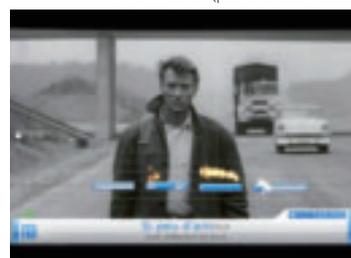
Mindscape annonce un plan TV de juin à août. Des jeux concours et partenariats vont être organisés avec la presse TV et des sites de fans. Le jeu bénéficiera par ailleurs d'une mise en avant en catalogues et via des PLV.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Mindscape
Éditeur	Mindscape
Distributeur	Mindscape
Nombre de joueur	1 à 2
Jeu en ligne	Non

Prix publics conseillés : 40€ environ (jeu seul)
60€ environ (pack avec un micro)
70€ environ (pack avec deux micros)



Action

Crackdown 2



Le 9 juillet

Un peu plus de trois ans après le premier Crackdown, Microsoft propose une suite à ce jeu d'action en monde ouvert prenant place dans une cité futuriste. Dix ans après les événements du premier jeu, le joueur va à nouveau explorer l'endroit et devra de plus faire face à la nouvelle menace de mutants. Améliorations du personnage, interactions avec le décor sont toujours au programme et cette suite améliore par ailleurs son aspect multijoueurs avec différents modes pouvant accueillir jusqu'à 16 participants simultanément.

PLAN MARKETING

Le jeu va être mis en avant en presse (jeux vidéo, cinéma, journaux gratuits...), sur Internet (sites spécialisés, YouTube, Dailymotion) et différentes opérations sont prévues en magasins (PLV massive, offre de pré-réservation...).

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	RuffianGames
Éditeur	Microsoft Games
Distributeur	Microsoft
Nombre de joueur	1 à 16
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé : 65€ environ



Simulation sportive

Tiger Woods PGA Tour 11



Le 2 juillet

La simulation de golf référence d'Electronic Arts revient comme chaque année avec une nouvelle version. Au programme de cet opus, la possibilité de participer à la prestigieuse compétition de la Ryder Cup qui fait s'affronter les meilleurs joueurs américains et européens par équipes. Les joueurs pourront opter pour la formation américaine ou européenne puis se lancer dans les différents modes de jeu : Foursomes, quatre balles ou simple. A noter que la version PlayStation 3 du jeu sera compatible avec la nouvelle manette de jeu Motion Controller.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

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

Prix public conseillé : NC



Action

Transformers : La Guerre pour Cybertron



Disponible

Après les adaptations des deux long-métrages, Activision continue à explorer l'univers des Transformers en proposant ce nouveau titre dont l'action se passe avant l'arrivée des robots transformables sur Terre. Ce jeu va en effet permettre d'en savoir plus sur le conflit opposant Autobots et Decepticons sur leur planète Cybertron. Il sera ici possible d'incarner différents personnages de chaque camp, pour deux campagnes différentes. Des fonctions multijoueurs sont par ailleurs au programme.

PLAN MARKETING

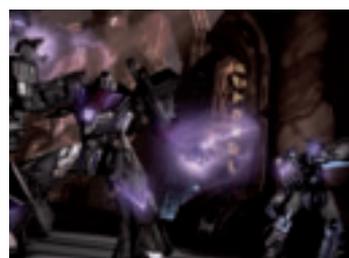
Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	High Moon Studios
Éditeur	Activision
Distributeur	Activision
Nombre de joueur	NC
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé : entre 40€ et 70€ environ



De l'autre côté du miroir
Alice au Pays des Merveilles

Aventure



24 juillet

Avec plus de 4,3 millions de spectateurs cette version d'Alice au pays des merveilles signée Tim Burton (Edward aux mains d'argent, Charlie et la chocolaterie, Sweeney Todd) s'avère la belle surprise du début de l'année de la saison cinématographique. Inspirée du classique de Lewis Carroll, cette vision d'Alice nous plonge dans l'univers très personnel du réalisateur qui s'est entouré de ses acteurs fétiches Johnny Depp dans le rôle du chapelier et Helena Boham Carter (Madame Burton à la ville) dans celui de la Reine rouge.

MISE EN PLACE
370 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

Walt Disney met en place un plan média pour assurer une visibilité tout l'été avec une campagne TV de trois semaines du 19 juillet au 7 août sur TF1, M6, W9, TMC, Gulli, Disney Channel, NRJ12, Télé Toon, TF6, des pages dans la presse, une opération avec Relay et une campagne Web sur toutes les cibles (enfants, femmes, familles et fans de Tim Burton). Des partenariats forts avec NRJ, Mappy, Version Femina et SFR complètent le dispositif.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Road Movie
Thelma, Louise et Chantal

Comédie



7 juillet

Malgré un casting de charme, Jane Birkin, Catherine Jacob et Caroline Cellier, cette comédie originale et rafraichissante sur la virée de trois femmes de plus de 50 ans n'a pas vraiment conquis le public français avec 230 000 entrées. La sortie DVD est la bonne occasion de découvrir ce film qui rend un hommage à Thelma et Louise de Ridley Scott et aux femmes. Thierry Lhermitte, Michèle Bernier, Alysso Paradis, Arié Elmaleh et Micheline Presle complètent la distribution de ce film servi par une bande-originaire de Keren Ann.

MISE EN PLACE
10 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

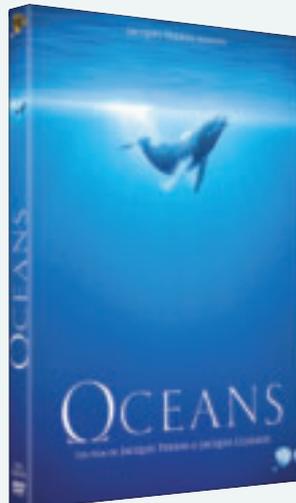
Ciblant les femmes de 35 ans et plus, le film bénéficie d'une campagne radio sur NRJ, d'une campagne presse dans Télé 7 Jeux et d'un partenariat promotion avec Mappy.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Vague bleue
Océans

Documentaire



7 juillet

Bienvenue sous les mers ! Après Himalaya et Le Peuple migrateur, Jacques Perrin nous entraîne au coeur des océans et de ses tempêtes pour faire découvrir les créatures marines connues ou ignorées. Plus de trois ans de préparation ont été nécessaires à la réalisation du film qui a nécessité quatre ans de tournage sur les cinq continents. Ce documentaire animalier qui a constitué l'évènement du premier trimestre 2010 a bénéficié du concours de 200 scientifiques du monde entier et a réalisé le joli score de plus de 2,7 millions d'entrées en salles en France.

MISE EN PLACE
300 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

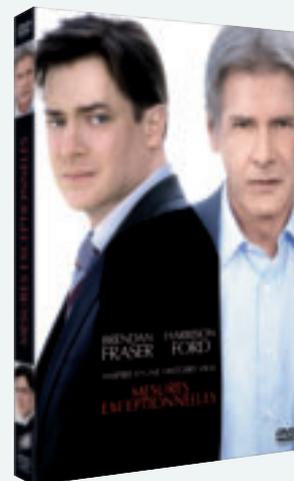
Ciblant un public large et familial, le titre est appuyé par un plan TV sur TF1, M6 et la TNT, un renfort radio sur Autoroute FM et un partenariat avec Le Figaro Magazine.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Combat pour la vie
Mesures Exceptionnelles

Drame



21 juillet

Le réalisateur Tom Vaughan s'est appuyé sur l'ouvrage de Geetta Anand inspiré d'une histoire vraie pour mettre en scène un homme apprenant que ses deux plus jeunes enfants sont atteints d'une maladie incurable. Il se bat avec un scientifique brillant pour développer un médicament qui pourrait sauver des vies. Produit par Harrison Ford qui joue le rôle du scientifique associé au père de famille incarné par Brendan Fraser, Mesures exceptionnelles n'a pas trouvé son public en salles et a totalisé 55 000 entrées. La sortie DVD pourrait peut-être redonner une seconde chance au film...

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING

Partenariats avec la radio MFM et la chaîne TMC sont les atouts promotionnels du film.

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

Prix public conseillé **19,99€**

hama®

www.hama.fr / www.generationhama.fr

THE SMART SOLUTION

Profitez des technologies

[Dual Vibration]

vibration intégrée

[Sixmotion]

détection de mouvement



Les plus de la version sans fil :

- Technologie (2,4 GHz)
- Détection automatique des canaux
- Interrupteur marche/arrêt
- Câble de charge (2 m)
- Portée : jusqu'à 15 m
- Autonomie : env. 100 h de jeu (accu intégré)

Manette de jeux analogique :

- Technologie Sixmotion et Dual vibration
- Poignées caoutchoutées pour un bon maintien
- Croix octodirectionnelle
- Touche Select, Start, Mode et Turbo
- 2 sticks analogiques avec fonction de touches

Manettes PS3 SCORPADPRO

pour **PS3**™



VENEZ SUR NOTRE STAND ET TENDEZ DE GAGNER UN **iPAD™ (16 GB D'APPLE®)**

Jeu gratuit, sans obligation d'achat.

**Are you ready
to win?**

hama

VENEZ SUR NOTRE STAND

NIVEAU 1 - ALLÉE 1 - STAND 16

POUR VALIDER VOTRE PARTICIPATION AU
TIRAGE AU SORT QUI AURA LIEU

le Jeudi 1er Juillet à 12h00

Nom.....
Prénom.....
Société.....
Tél.....
Email.....



HOMEFRONT

HOME IS WHERE THE HEART IS.

WAR

18
www.pegi.info

DEFENDYOURHOMEFRONT.COM

KAOS
STUDIOS

STAND D 90

THQ

© 2009 THQ Inc. Developed by Kaos Studios. THQ, Kaos Studios, Homefront and their respective logos are trademarks and/or registered trademarks of THQ Inc. All rights reserved. All other trademarks, copyrights and logos are property of their respective owners.